

## **PENGARUH DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Suatu Studi Pada Objek Wisata Sayang Kaak Kabupaten Ciamis)**

Maman Nurjaman<sup>1</sup>, Sukomo<sup>2</sup>, Moch Aziz Basari<sup>3</sup>  
<sup>123</sup> Fakultas Ekonomi, Universitas Galuh  
sukomo@gmail.com

### **Abstrak**

*Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung (Suatu Studi pada Objek Wisata Sayang Kaak Kabupaten Ciamis). Permasalahan yang dihadapi pada penelitian ini meliputi: 1). Bagaimana daya tarik wisata pada Objek Wisata Sayang Kaak Kabupaten Ciamis? ; 2). Bagaimana keputusan berkunjung pada Objek Wisata Sayang Kaak Kabupaten Ciamis? ; 3). Bagaimana pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung pada Objek Wisata Sayang Kaak Kabupaten Ciamis. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui 1). Daya tarik wisata pada Objek Wisata Sayang Kaak Kabupaten Ciamis; 2). Keputusan berkunjung pada Objek Wisata Sayang Kaak Kabupaten Ciamis; 3). Pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung pada Objek Wisata Sayang Kaak Kabupaten Ciamis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Koefisien Korelasi Sederhana Rank Spearman, Analisis Koefisien Determinasi, Uji t, Analisis Regresi Linear Sederhana, dan Uji F. Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Objek Wisata Sayang Kaak Kabupaten Ciamis dengan besarnya pengaruh 5,11% dan sisanya 94,89% dipengaruhi faktor lain. Diharapkan Objek Wisata Sayang Kaak Kabupaten Ciamis mempertahankan dan memperhatikan daya tarik wisata sehingga akan meningkatkan keputusan berkunjung.*

*Kata Kunci* : Daya Tarik Wisata dan Keputusan Berkunjung

### **Pendahuluan**

Sektor pariwisata di Indonesia saat ini telah memberikan sumbangan dalam meningkatkan devisa maupun lapangan kerja. Sektor pariwisata juga membawa dampak sosial, ekonomi, maupun dalam konteks pelestarian dan pengelolaan lingkungan, sumber daya alam, dan budaya yang semakin arif dan bijaksana. Kegiatan pariwisata sangat berperan dalam proses pembangunan dan pengembangan wilayah-wilayah tertentu yang memiliki potensi wisata. Dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata di suatu daerah, perlu mengetahui perilaku pengunjung. Untuk menarik minat berkunjung wisatawan maka pihak manajemen perusahaan jasa pariwisata harus melakukan strategi pemasaran yang tepat dalam memasarkan jasa pariwisata serta menawarkan keunggulan-keunggulan dan kualitas yang ada pada jasa pariwisata tersebut.

Kabupaten Ciamis merupakan salahsatu kabupaten di Provinsi Jawa Barat yang saat ini sudah tidak diragukan lagi potensi pariwisatanya. Berbagai macam kegiatan pariwisata jelas disaksikan khususnya pada akhir pekan atau musim liburan dimana sering terjadi kemacetan dan peningkatan jumlah kendaraan di titik-titik tertentu. Kabupaten Ciamis terkenal dengan

wisata alam, wisata kuliner, wisata belanja, dan lainnya. Selain ditunjang dengan berbagai potensi wisata, kemudahan aksesibilitas menuju ke Kabupaten Ciamis pun mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan yang datang ke Kabupaten Ciamis.

Objek wisata Sayang Kaak yang berada di Dusun Cikatomas, Desa Handapherang, Kecamatan Cijeungjing, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat. Lokasi objek wisata Mandiri Sayang Kaak tak jauh dari pusat kota Ciamis, sehingga memudahkan pengunjung untuk datang ke lokasi objek wisata. Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Terkait dengan lokasi maka faktor yang menentukan apakah suatu lokasi menarik untuk dikunjungi atau tidak adalah akses, lalu lintas, visibilitas, fasilitas, dan lingkungan. Dimana suatu obyek wisata mudah dijangkau dengan kendaraan, dengan petunjuk arah yang jelas, fasilitas yang aman serta nyaman dan lingkungan sekitar yang mendukung jasa pariwisata.

Menurut Suwardjoko (2007: 61) berpendapat bahwa:

Wisatawan mengunjungi suatu daerah tujuan wisata karena tertarik pada suatu objek yang menjadi daya tarik wisata suatu destinasi berupa lingkungan yang indah, cuaca yang menarik, atau bentang alam yang menantang, peninggalan sejarah yang merangsang keingintahuan, atau budaya yang unik, peristiwa khusus, dan lain-lain. Tanpa daya tarik wisata, tidak dapat diharapkan para wisatawan berkunjung di suatu destinasi.

Keputusan berkunjung merupakan salah satu perilaku konsumen dalam memilih, membeli, dan memutuskan produk atau jasa yang akan dibeli oleh setiap orang. Adapun keterkaitan antara daya tarik wisata yang ada di Dusun Cikatomas dengan keputusan berkunjung, hal ini diperkuat dengan adanya penurunan jumlah pengunjung yang datang ke objek wisata Sayang Kaak. Selama tahun 2019, objek wisata Sayang Kaak Ciamis telah dikunjungi sekitar 24.774 orang pengunjung dari berbagai daerah. Berikut tabel data pengunjung di Dusun Cikatomas, Desa Handapherang, Kecamatan Cijeungjing, Kabupaten Ciamis :

**Tabel 1.1**  
**Data Tingkat Kunjungan di Kawasan Objek Wisata Sayang Kaak**  
**Kabupaten Ciamis**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Pengunjung</b>
2017	22.265
2018	21.171
2019	24.774

Sumber data : Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Hanjuang

Berdasarkan tabel 1.1 terlihat tingkat kunjungan yang masih fluktuatif, dari tahun 2017 sebanyak 22.265 sedangkan tahun 2018 terjadi penurunan sebesar 21.171, kemudian naik pada tahun 2019 sebesar 24.774. Berdasarkan wawancara peneliti dengan Kepala pengelola Wana Wisata Mandiri Sayang Kaak yakni Eris Daryanto, penurunan ini salah satunya disebabkan pada tahun 2018 lalu terjadi bencana longsor di kawasan jalan menuju Sayang Kaak, dimana jalan tersebut merupakan akses utama yang bisa dilalui pengunjung atau wisatawan untuk dapat sampai di kawasan objek wisata Sayang Kaak.

Menurut (Suwanto, 2007:75) berpendapat bahwa:

Berbagai hal dapat menjadi penyebab wisatawan mengunjungi suatu destinasi wisata. Salah satunya dilihat seberapa efektif atribut produk yang terdapat di dalamnya. Atribut produk pariwisata adalah keseluruhan pelayanan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati wisatawan semenjak ia meninggalkan tempat tinggalnya sampai ke daerah tujuan wisata yang dipilihnya dan sampai kembali kerumah dimana ia berangkat semula.

Untuk meningkatkan keputusan berkunjung salah satunya dengan meningkatkan atribut produk wisata pada objek wisata Sayang Kaak. Tentunya wisatawan akan menilai terlebih dahulu apakah alternatif destinasi yang ada di pilihannya sudah layak atau tidak untuk dikunjungi. Mereka perlu memastikan dari segi kemenarikan daya tarik wisatanya sudah sesuai dengan apa yang dibutuhkannya, selain itu juga apakah fasilitas dan aksesibilitasnya telah memadai. Berdasarkan apa yang sudah dijelaskan, dapat terlihat bahwa terdapat keterkaitan antara atribut produk wisata sebagai bagian dari pemasaran dengan keputusan berkunjung bagi wisatawan. Untuk mengetahui seberapa efektif pengaruh atribut produk wisata Sayang Kaak terhadap keputusan berkunjung wisatawan, maka perlu diadakan penelitian dengan harapan dapat meningkatkan keputusan berkunjung.

Daya tarik wisata berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009 merupakan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. Daya tarik wisata harus memiliki 5 unsur yang penting agar wisatawan dapat merasa puas dalam menikmati perjalanannya yaitu fasilitas, infrastruktur, transportasi, keramahtamahan dan atraksi. Namun dari kelima unsur tersebut yang paling dilihat oleh sebagian besar wisatawan yaitu fasilitas dan atraksi.

Pariwisata di suatu daerah dapat terangkat namanya tentu karena memiliki daya tarik tersendiri. Menurut Marpaung (2002:78), "Daya tarik wisata adalah suatu bentukan dari

aktifitas dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu”. Daya tarik wisata merupakan salah satu unsur penting dalam pengembangan kepariwisataan. Dimana daya tarik wisata dapat menyukseskan program pemerintah dalam melestarikan adat dan budaya bangsa sebagai aset yang dapat dijual kepada wisatawan. Kabupaten Ciamis yang merupakan salah satu kabupaten yang ada di Jawa Barat yang saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat di bidang pariwisata yang memiliki beberapa objek wisata salah satu yang diandalkan adalah Objek Wisata Sayang Kaak. Namun daya tarik yang dimiliki Objek Wisata Sayang Kaak belum dikembangkan dengan baik, sehingga berpengaruh terhadap tingkat kunjungan. Oleh karena itu sebelum membuat keputusan berkunjung seorang wisatawan harus menetapkan beberapa keputusan yang dia inginkan, setelah itu baru mengambil keputusan berkunjung. Sementara itu keputusan yang diambil oleh wisatawan dalam memilih destinasi dari beberapa alternatif pilihan dan menggunakan produk dan jasa di dalamnya disebut dengan keputusan berkunjung wisatawan.

Adapun daya tarik yang dimiliki objek wisata Sayang Kaak yaitu meliputi wahana yang terdiri dari berbagai macam aktivitas wisata. Berikut merupakan daya tarik yang ada di Kawasan Objek Wisata Sayang Kaak :

**Tabel 1.2**

**Jenis Wahana dan Aktifitas di Kawasan Objek Wisata Sayang Kaak Kabupaten Ciamis**

<b>Jenis Wahana</b>	<b>Aktifitas yang Dilakukan</b>
Fly Fox	Menikmati pemandangan alam dari ketinggian dan Serasa seperti terbang di udara.
Out Bound Sekolah dan Instansi	Permainan yang menggabungkan antara intelegensia, fisik dan mental
Jembatan Kaca	Melihat pemandangan yang indah.
Off Road	Menyalurkan adrenalin sekaligus menjajal kendaraan.
Spot Swa Foto	Menawarkan panorama yang indah, namun risiko berfoto di lokasi tetaplah tinggi.
Wahana Liburan	Baik untuk liburan keluarga maupun teman baik dan juga rekan kerja.

Sumber data : Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Hanjuang

Dapat dilihat dari tabel 1.2 yaitu mengenai jenis wahana dan aktifitas yang dapat dilakukan di Dusun Cikatomas, Desa Handapherang, Kecamatan Cijeungjing, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat, sayangnya yang terjadi saat ini ialah penurunan jumlah wisatawan yang datang ke Dusun Cikatomas. Seperti yang sudah dipaparkan sebelumnya bahwa daya tarik wisata sangat berperan penting dalam mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan ke suatu destinasi. Setelah peneliti melakukan pra penelitian pada tanggal 3 Januari 2020 terdapat beberapa permasalahan. Pertama tingkat kunjungan ke objek wisata Sayang Kaak mengalami fluktuasi. Permasalahan kedua tidak adanya petunjuk arah jalan ke objek wisata Sayang Kaak. Permasalahan ketiga masih kurangnya saung-saung atau gazebo yang ada di lokasi, baik untuk kepentingan istirahat, kumpul-kumpul sambil makan bersama ataupun untuk kegiatan formal lainnya seperti tempat rapat dan diskusi bagi organisasi, pelajar, mahasiswa maupun masyarakat umum. Disamping itu permasalahan yang keempat tidak adanya brosur mengenai objek wisata Sayang Kaak yang disebar sebagai alat untuk mempromosikan objek wisata Sayang Kaak. Dari fenomena yang terjadi diatas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut. Bagaimana Daya Tarik Wisata pada Objek Wisata Sayang Kaak Kabupaten Ciamis? Bagaimana Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Sayang Kaak Kabupaten Ciamis? Seberapa besar pengaruh Daya Tarik Wisata pada Objek Wisata Sayang Kaak Kabupaten Ciamis Terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Sayang Kaak Kabupaten Ciamis ?

### **Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah di Kawasan Objek Wisata Sayang Kaak. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 24.774. Sampel dalam penelitian di Kawasan Objek Wisata Sayang Kaak sebanyak 100 Responden. Data Primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari karyawan pada Wisata Sayang Kaak, Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari publikasi resmi yang bersumber dari pada Objek Wisata Sayang Kaak dan lembaga lain yang ada hubungannya dengan penelitian ini. Data yang diperoleh dari pada Objek Wisata Sayang Kaak yaitu berupa data Daya Tarik Wisata dan Keputusan Berkunjung

## Pembahasan

Hasil analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Dapat dikatakan bahwa semakin tinggi daya tarik wisata, maka semakin tinggi keputusan berkunjung. Sebaliknya, semakin rendah daya tarik wisata maka semakin rendah pula keputusan berkunjung. Hasil dari koefisien korelasi antara variabel Daya Tarik Wisata dengan variabel Keputusan Berkunjung adalah sebesar 0,226. Artinya terdapat korelasi positif antara Daya Tarik Wisata dengan Keputusan Berkunjung. Hubungan tersebut dapat ditunjukkan oleh tabel 4.33 yang menyatakan bahwa nilai 0,226 berada di interval 0,200 – 0,399. Maka dapat disimpulkan hubungan antara Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung memiliki tingkat hubungan yang rendah.

Dari perhitungan di atas maka dapat diketahui persamaannya adalah  $Y = a + bX$  berarti:  $Y = 30,78 + 0,260X$ . Artinya bahwa apabila nilai X atau daya tarik wisata pada Wisata Sayang Kaak Kabupaten Ciamis bertambah 1 maka nilai Y atau keputusan berkunjung pada Wisata Sayang Kaak Kabupaten Ciamis akan mengalami kenaikan sebesar 0,260. Jika nilai X atau daya tarik wisata pada Wisata Sayang Kaak Kabupaten Ciamis tidak berubah atau sama dengan nol, maka nilai Y atau keputusan berkunjung pada Wisata Sayang Kaak Kabupaten Ciamis akan mengalami kenaikan sebesar 30,78. Daya Tarik Wisata mempunyai persentase pengaruh terhadap Keputusan Berkunjung sebesar 5,11%.

Berdasarkan hasil uji secara statistik diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,29671, nilai tersebut dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  dengan ukuran sampel  $n = 100$  dengan  $df = n - 2 = 100 - 2 = 98$  yaitu 1,66055, diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar daripada nilai  $t_{tabel}$  pada taraf kepercayaan 95%. Hasil perhitungan uji satu pihak diperoleh nilai  $t_{hitung} = 2,29671$  sedangkan  $t_{tabel} = 1,66055$ . Hal ini menunjukkan bahwa  $t_{hitung} = 2,29671 > t_{tabel} = 1,66055$ . Artinya hipotesis diterima berarti ada pengaruh yang positif dan signifikan antara daya tarik wisata pada Wisata Sayang Kaak Kabupaten Ciamis terhadap keputusan berkunjung pada Wisata Sayang Kaak Kabupaten Ciamis.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rindianti Amanda Permitasari (2015). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan berkunjung sebagai variabel dependen sedangkan variabel independen adalah daya tarik wisata. Berdasarkan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel daya tarik wisata

dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Kawasan Wisata Kampung Batu Malakasari Kabupaten Bandung.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fajrina Qayyimah (2017). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan berkunjung sebagai variabel dependen sedangkan variabel independen yang digunakan adalah daya tarik wisata. Berdasarkan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel daya tarik wisata dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Kebun Raya Bogor. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Anjar Hari Kiswanto (2017). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan berkunjung sebagai variabel dependen sedangkan variabel independen adalah harga dan fasilitas. Berdasarkan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel harga dan fasilitas dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Objek Wisata Bukit Gibeon Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir.

## **Kesimpulan**

Tanggapan responden mengenai Daya Tarik Wisata pada Objek Wisata Sayang Kaak Kabupaten Ciamis menarik. Tanggapan responden mengenai keputusan berkunjung pada Objek Wisata Sayang Kaak Kabupaten Ciamis sangat setuju. Daya Tarik pada Objek Wisata Sayang Kaak Kabupaten Ciamis berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Sayang Kaak Kabupaten Ciamis, adapun besarnya pengaruh sebesar 5,11%

## **Daftar Pustaka**

- Abdullah, Irawan. 2010. *Berpihak Pada Manusia : Paradigma Nasional*,. Pembangunan Indonesia Baru, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Achmad, Buchori., Djaslim Saladin. 2010. *Manajemen Pemasaran* (Edisi Pertama). Bandung. CV. Linda Karya.
- A, Yoeti, Oka. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa, Bandung.
- Ahmad Tanzeh. 2011. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Arikunto, Suharsimi. 2008. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Karya.
- \_\_\_\_\_. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.

- Basiya, R., dan Rozak, H. A. 2012. *Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan Dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah*, Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata Vol. XI No. 2, Oktober, Hlm. 1-12
- Fajrina Qayyimah. 2017. *Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Kebun Raya Bogor*. Universitas Airlangga Kampus.
- Fandy, Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa*. Andi : Yogyakarta.
- Gamal Suwanto. 2007. *Dasar-dasar pariwisata*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Hasibuan, Malayu SP. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Edisi Revisi),. Penerbit Bumi Aksara, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Edisi revisi cetakan ke tiga belas). Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hunger, J. David dan Wheelen, Thomas L. 2003. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- I Gde Pitana., & Putu G, Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Ismayanti. 2009. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Grasindo.
- John A. Pearce II dan Richard B. Robinson, Jr. 2008. *Manajemen Strategis-. Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kiswanto, Anjar Hari. 2011. *Pengaruh Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Dampo Awang Beach Rembang*, (Eprint: UNNES).
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1., Erlangga, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga : Jakarta.
- Manullang. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Marpaung, Happy. 2002. *Pengetahuan Kepariwisata*. Bandung : Alfabeta.
- Muhammad, Suwarsono. 2013. *Manajemen Strategik : konsep dan alat analisis* (edisi 5), Yogyakarta, UPP STIM YKPN.
- Philip Kotler dan Kevin L. Keller. 2006. *Manajemen Pemasaran* edisi ke 12 Jilid ke 1. New Jersey, Indeks.
- Putri, L.S.E., Prasetyo, A.D. & Arifin, Z. 2020. *Green mussel (perna viridis) as bioindicator of heavy metals pollution at kamal estuary , jakarta bay, indonesia*. J. environ res and develo , 6 (3), pp.389–396.
- Rindianti Amanda Permitasari, 2015. *Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Kawasan Wisata Kampung Batu Malakasari Kabupaten Bandung*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Siagian, P. Sondang. 2005. *Fungsi-fungsi Manajemen*. Jakarta. Penerbit Bumi. Aksara.
- \_\_\_\_\_. 2007. *Fungsi-Fungsi Manajerial Edisi Revisi*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Sihotang, 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan Pertama, PT. Pradnya Paramitha, Jakarta.
- Sudjana, Nana. 2002. *Dasar-dasar Proses Belajar Mengajar*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

- \_\_\_\_\_ 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- \_\_\_\_\_ 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed. Methods)*. Bandung : Alfabeta. Supraktinya.
- Suwardjoko P. Warpani dan Warpani Indira P. 2007. *Pariwisata Dalam Tata Ruang*. Wilayah. Bandung: ITB Press.
- Syah Ali. 2016. *Strategi Pengembangan Fasilitas Guna Meningkatkan Daya Tarik Minat Wisatawan Di Darajat Pass (Waterpark) Kecamatan Pasirwangi Kabupaten Garut*. Universitas Pendidikan Indonesia
- Terry, George dan Leslie W. Rue. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen*. Cetakan kesebelas. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Veithzal, Rivai, 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*. PT.Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Veithzal, Rivai dan Deddy Mulyadi. 2012. *Kepemimpinan dan Perilaku*. Organisasi Edisi Ketiga. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada.
- Wisnawa, I.M.B., Soharjo, S.J. & Wijayanti, A.R. 2019. *Persepsi masyarakat terhadap perilaku wisatawan Cina terhadap keberlanjutan pariwisata Bali dengan pendekatan sapta pesona*. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 14 (1), 48-59.