

THE FACTOS OF TOURISTS DECISION MAKING IN THE NATURAL TOURISM OF ALAM MAYANG PEKANBARU

Oleh: Putty Mayangsari

puttymayangsari27@gmail.com

Pembimbing: Andi M Rifiyan Arief

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata - Jurusan Ilmu Administrasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

The purpose of conducting this research is to know factors – factors decision making visitor and tourist before the visit Alam Mayang Pekanbaru City. The research use descriptive mothode to analyze the prooblems. The sampel inside this research are 100 respondence by using accidental sampling. And then technique to collected data in this research are using observation, questionnaire, interview, and documentation. And it was using likert scale to know the length of intervals. Factors that influence the decision making process visitor at Alam Mayang, internal factors, external factors, and situational factors (Etta dan Sopiah, 3013). From the result of research, according to responses by tourist the factor internal is a very determing faktor in the proses of decision making to visit Alam Mayang tourism object.

Key word : decision making factors, tourist, tourism object

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Bidang industri Pariwisata di masa sekarang merupakan suatu fenomena yang menarik, meskipun pariwisata menjadi sektor yang sangat sensitif terhadap perubahan yang terjadi baik secara internal maupun eksternal yang sangat berpengaruh terhadap jumlah dan minat wisatawan untuk mengunjungi suatu negara, wilayah/provinsi maupun daerah. Industri tersebut secara langsung memberikan dampak terhadap ekonomi, sosial dan budaya Gegal (2006:5).

Pariwisata dibagi menjadi dua kata, yakni *Pari* dan *Wisata*. *Pari* dapat diartikan sebagai banyak, berkali-kali, berputar-putar atau lengkap. Sedangkan kata *Wisata* dapat diartikan sebagai perjalanan atau berpergian yang dalam hal ini sinonim dengan kata *travel* dalam bahasa Inggris. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka kata pariwisata dapat diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat lain, yang dalam bahasa Inggris disebut dengan *tour* Yoeti (1996:112).

Pendapat yang mengatakan bahwa pembagian pariwisata ke dalam tiga jenis seperti tersebut di atas, diasumsikan seolah-olah wisatawan yang berkunjung ke suatu Daerah Tujuan Wisata (DTW) hanya ingin menikmati obyek dan daya tarik wisata yang berkenaan dengan daya tarik yang diunggulkan tersebut (alam, budaya dan minat khusus), padahal wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah tidak hanya ingin melihat obyek dan daya tarik wisata tertentu, melainkan ingin melihat, menikmati dan mengalami pengalaman sebanyak mungkin yang ada kaitannya dengan semua jenis pariwisata.

Berbagai macam faktor yang dapat mempengaruhi seseorang untuk mengadakan perjalanan. Rata-rata orang berwisata atau berpergian dengan maksud untuk bersenang-senang seperti maksud wisatawan pada umumnya. Tetapi tidak jarang orang memanfaatkan waktunya untuk bersenang-senang sekaligus menambah pengetahuan, wawasan, dan ketrampilan tentang sesuatu hal. Dengan kata lain mereka datang ke suatu

tempat tidak saja hanya untuk melihat-lihat tetapi memiliki maksud yang lebih dari itu, yaitu sesuatu yang berharga yang tidak mungkin didapatnya di tempat asalnya. Jadi seseorang melakukan perjalanan dipengaruhi oleh faktor dari dalam diri sendiri (faktor internal) seperti pendidikan, kesehatan, keuangan, dan faktor dari luar (faktor eksternal) seperti iklim, letak geografis, special event, dan lain sebagainya. Sehingga keberadaan industri pariwisata begitu penting agar bisa dapat memenuhi keinginan wisatawan yang ingin melakukan perjalanan wisata (Wisnawa).

Pengembangan pariwisata dalam konteksnya, Indonesia merupakan salah satu negara di Asia Tenggara yang memiliki paling banyak pusaka budaya, baik yang berasal dari masa prasejarah, Hindu Buddha, Islam, dan masa kolonial, yang tersebar di seluruh nusantara Ardika (2007 : 47).

Berbisnis objek wisata adalah satu diantara jenis industri yang menghasilkan dan menyediakan sesuatu dalam bentuk jasa. Dengan demikian, suatu objek wisata harus menyediakan produk yang tidak berwujud seperti dalam bentuk pelayanan, hiburan, suasana atau lingkungan yang nyaman, bersih dan indah.

Alam Mayang Pekanbaru adalah salah satu objek wisata yang ada di Pekanbaru dan cukup banyak peminatnya. Alam Mayang selalu ramai dikunjungi pada hari libur, seperti hari Ahad / hari minggu, Idul Fitri, Tahun Baru, Natal dan hari-hari libur lainnya.

Alam Mayang Pekanbaru berlokasi di Jalan Harapan Raya / Jalan Imam Munandar KM. 8, Kelurahan Tangkerang Timur, Kecamatan Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, Indonesia.

Alam Mayang berjarak sekitar 8 (delapan) kilometer dari Kota Pekanbaru. Untuk mengunjungi Alam Mayang ini sangatlah mudah karena berada di pinggir kota. Taman Alam Mayang yang luasnya mencapai 18.560 meter dan terbagi ke dalam tiga kolam ini dilatari oleh pepohonan yang rindang dan panorama perbukitan yang indah, sehingga membuat pengunjung betah bersantai bersama keluarga atau kawan. Hanya dengan membayar Rp. 20.000,- (dua puluh ribu rupiah), pengunjung dapat

memancing selama 2 jam dan hasil tangkapannya berupa ikan lemak, ikan nila ikan gurami, dan sepat siam, boleh dibawah pulang sebagai oleh-oleh untuk keluarga.

Kawasan Taman Pemancingan Alam Mayang dilengkapi dengan berbagai fasilitas penunjang, seperti sepeda dayung, bebek air, replika candi, kolam pancing, kereta wara-wiri, kolam berenang, hiburan musik dan masih banyak lagi. Di area dalam alam mayang ini juga terdapat kantin-kantin kecil yang menjual aneka makanan dan minuman, serta toko-toko kecil yang menyediakan berbagai perlengkapan untuk memancing dan sejenisnya.

Jumlah kunjungan wisatawan alam mayang yang mengalami naik turunnya setiap tahun. Daftar jumlah kunjungan wisatawan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel I.1 Jumlah Pengunjung Alam Mayang Pekanbaru Tahun 2015 s/d 2019

Tahun	Jumlah Pengunjung
2015	281.048
2016	235.283
2017	263.852
2018	253.960
2019	187.160

Sumber: Data Daftar Pengunjung Alam Mayang 2019

Berdasarkan tabel I.1 di atas, dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata Alam Mayang Pekanbaru dari tahun 2015 hingga tahun 2019 tidak stabil. Karena pada tahun 2015 s/d 2016 jumlahnya menurun 45.765 wisatawan dari jumlah 281.048 wisatawan menjadi 235.283 wisatawan. Pada tahun 2017 kunjungan wisatawan mengalami kenaikan, tetapi pada tahun 2018 hingga 2019 mengalami penurunan. Selisih penurunan dari tahun 2017 ke tahun 2018 yaitu 9.892 sedangkan 2018 s/d 2019 menurun hingga 66.800 wisatawan.

Alasan penulis tertarik untuk membahas tentang objek wisata Alam Mayang, yaitu tentang faktor – faktor apa saja yang menjadi alasan wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Alam Mayang. Untuk itulah penulis merasa tertarik untuk mengangkat judul “ **FAKTOR PENGAMBILAN KEPUTUSAN**

WISATAWAN PADA OBJEK WISATA ALAM MAYANG KOTA PEKANBARU”.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas dapat dilihat bahwa terjadi fluktuasi (Naik Turun) jumlah kunjungan ke Alam Mayang. Maka dirumuskan suatu masalah, yaitu sebagai berikut :

“Faktor apa saja yang Mempengaruhi Proses Pengambilan Keputusan Wisatawan ke Objek Wisata Alam Mayang Pekanbaru?”

BATASAN MASALAH

Untuk mempermudah atau tidak melebar nya pembahasan yang akan dilakukan dan memfokuskan penelitian disini, maka penulis hanya membahas tentang Faktor Pengambilan Keputusan Wisatawan Pada Objek Wisata Alam Mayang Kota Pekanbaru. Faktor – faktor tersebut terdiri dari Faktor Internal, Faktor Situasional, dan Pengaruh Faktor Eksternal. Batasan ini dibuat karena mengingat kemampuan penulis yang masih sangat terbatas, baik dari segi waktu, biaya, dan tenaga.

TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan penelitian dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Apakah Pengaruh Faktor Internal menjadi suatu keputusan pengunjung untuk mendatangi Alam Mayang?
2. Apakah Pengaruh Faktor Eksternal menjadi salah satu keputusan pengunjung untuk mendatangi Alam Mayang?
3. Apakah Pengaruh Faktor Situasional menjadi suatu keputusan pengunjung untuk mendatangi Alam Mayang?

MANFAAT PENELITIAN

1. Untuk menambah pengetahuan penulis dalam mengetahui Keputusan Wisatawan Pada Objek Wisata Alam Mayang Kota Pekanbaru.
2. Untuk sumber informasi dan referensi bagi peneliti lain yang berminat untuk

meneliti lebih dalam permasalahan yang sama pada masa yang akan datang.

3. Untuk mengetahui tanggapan wisatawan tentang faktor-faktor pengambilan keputusan wisatawan untuk berkunjung ke obyek wisata Alam Mayang Kota Pekanbaru.

TINJAUAN PUSTAKA

Faktor - Faktor Keputusan Pengunjung

Pengambilan keputusan Pengunjung dipengaruhi oleh budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga, dan situasi Engel (2006:40)

Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu;

1. Faktor internal (faktor pribadi)

Pengaruh dari faktor internal atau pribadi yaitu (persepsi, keluarga, motivasi, dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, pembelajaran, kelompok usia, dan gaya hidup) selalu memainkan peranan penting didalam pengambilan keputusan konsumen, khususnya jika ada keterlibatan yang tinggi dan resiko yang dirasakan atas produk atau jasa yang memiliki fasilitas publik. Hal ini diungkapkan melalui dari kelompok acuan maupun melalui komunikasi lisan Engel (2006:41) istilah kelompok acuan (*referensi group*) diperkenalkan pertama kali beberapa dasawarsa yang lalu, yang merupakan orang atau kelompok orang yang memengaruhi perilaku individu secara bermakna.

A. Persepsi adalah proses individu untuk mendapatkan, mengorganisasi, mengolah, dan menginterpretasikan informasi. Informasi yang sama bisa dipersiapkan berbeda oleh individu yang berbeda. Persepsi individu tentang informasi tergantung pada pengetahuan, pengalaman, pendidikan, minat, perhatian, dan sebagainya.

B. Keluarga, Engel (2006 : 42) menyatakan bahwa keluarga orientasi adalah keluarga di mana seseorang dilahirkan, sedangkan keluarga yang ditegakan melalui perkawinan disebut keluarga prokreasi. keluarga juga sangat pengaruh dalam pengambilan keputusan.

C. Motivasi dan Keterlibatan, Sumarwan (2004:34) menyimpulkan bahwa motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh kosumen. Kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidak nyamanan (*state of tension*) antara yang seharusnya dirasakan dan yang sesungguhnya dirasakan. Handoko (1990:43) mengemukakan pendekatan lain terhadap motivasi yang memengaruhi dan mengubah perilaku kerja, yaitu teori pembentukan perilaku.

D. Pengetahuan, Engel (2006:43) pengetahuan konsumen dibagi dalam tiga bidang umum, yaitu pengetahuan produk (*product knowledge*), pengetahuan pembelian (*purchase knowledge*), dan pengetahuan pemakaian (*usage knowladge*). Engel juga menjelaskan bahwa pengetahuan produk meliputi, kesadaran akan kategori dan merek produk di dalam kategori produk, terminologi produk, atribut dan ciri produk, dan kepercayaan tentang kategori produk secara umum mengenai merek yang spesifik.

E. Sikap, merupakan kecendrungan faktor motivasional yang belum menjadi tindakan. Sikap merupakan hasil belajar. Sikap merupakan nilai yang bervariasi (suka-tidak-suka), dari sikap kita bisa melihat karakteristik seseorang dan dari sikap memengaruhi pengambilan keputusan konsumen.

F. Pembelajaran, Pembelajaran merupakan proses yang dilakukan secara sadar yang berdampak terhadap adanya perubahan kognitif, afektif, dan psikomotor secara konsisten dan relatif permanen.

Pembelajaran terjadi ketika konsumen yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan. Mereka akan terus berusaha / mencoba membeli berbagai macam pilihan produk sampai benar – benar puas. Produk yang paling memberikan kepuasan itulah yang akan dipilih di lain waktu.

Mangkunegara (2002:45) menjelaskan bahwa secara umum ada tiga teori bealajar, yaitu yang pertama teori stimulus respons, konsumen akan puas jika mendapatkan produk, merek, dan pelayanan yang menyenangkan. kedua teori kognitif, perilaku kebiasaan merupakan suatu akibat dari proses berfikir dan orientasi dalam pencapaian suatu

tujuan. dan ketiga teori gestalt dan lapangan. Perilaku kebiasaan merupakan suatu akibat dari proses berfikir dan orientasi dalam pencapaian suatu tujuan. Jadi, perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh memorinya terhadap situasi yang terjadi pada masa lampau, masa sekarang, dan masa depan yang akan datang. Faktor lingkungan merupakan kekuatan yang sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen.

G. Kelompok Usia, usia mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan, anak-anak mengambil keputusan dengan cepat, cenderung tidak terlalu banyak pertimbangan. sedangkan orang dewasa mengambil keputusan berfikir dan mempertimbangkannya dahulu.

H. Gaya Hidup, Gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang menjalankan hidup untuk membuat dia bahagia dengan cara, membelanjakan uang, memanjakan diri dan memanfaatkan waktunya Mowen dan Minor (2002:46)

2.Faktor Eksternal

A. Budaya

Budaya merupakan seperti variabel yang mempengaruhi perilaku konsumen yang tercermin pada cara kebiasaan, hidup, dan tradisi dalam permintaan akan bermacam – macam barang dan jasa yang ditawarkan. Keanekaragaman dalam kebudayaan suatu daerah akan sangat membentuk perilaku konsumen yang beragam pula. Dalam proses sosialisasi yang terjadi dalam suatu masyarakat, budaya, mengacu pada seperangkat gagasan, nilai, artefak, dan simbol bermakna lainnya yang membantu individu berkomunikasi, menafsirkan, dan membantu evaluasi sebagai anggota masyarakat Engel (2006:47)

Dikatakan oleh Engel (2006:47) budaya dipengaruhi oleh makro budaya (*macroculture*) dan mikro budaya (*microculture*). Makro budaya mengacu pada perangkat nilai dan simbol yang berlaku pada keseluruhan masyarakat, sedangkan mikro budaya lebih mengacu pada perangkat nilai dan simbol dari kelompok yang lebih terbatas, seperti kelompok agama, etnis, atau subbagian dari keseluruhan.

Dikatakan oleh Kotler (2006:47) Kebudayaan adalah sumber yang paling dasar

dari keinginan dan tingkah laku seseorang. Tingkah laku manusia telah banyak dipelajari seseorang anak yang dibesarkan dalam suatu masyarakat mempelajari seperangkat nilai dasar, pilihan, persepsi dan tingkah laku melalui proses sosialisasi yang melibatkan keluarga dan kelompok penting lainnya.

B. Kelas Sosial

Dikatakan oleh Engel (2006:48) bahwa kelas sosial mengarah pada pengelompokan orang yang sama dalam perilaku berdasarkan posisi ekonomi mereka dalam pasar. Kelas sosial ditetapkan oleh banyak faktor, antara lain prestasi pribadi, pekerjaan, pemilikan, interaksi, kesadaran kelas dan orientasi nilai. Gaya hidup mereka merupakan satu satunya basis terpenting untuk menyampaikan kehormatan dan prestise.

Dikatakan oleh Mowen (2002:48) status seseorang juga bisa dipengaruhi oleh keberhasilannya untuk berhubungan dengan status orang lain dalam pekerjaan yang sama. Orang akan sangat senang bila berada di antara orang dengan nilai dan perilaku yang sama.

C. Keanggotaan dalam suatu kelompok (*group membership*)

Setiap orang akan bergabung ke kelompok tertentu. Alasannya bermacam – macam, misalnya seperti karena alasan kesamaan suku, etnis, budaya, agama, bangsa, hobi, profesi, pendidikan, dan lain – lain. Keanggotaan dalam suatu kelompok salah satu mempengaruhi faktor pengambilan keputusan konsumen.

3.Faktor Situasional

Situasi bisa di pandang sebagai pengaruh yang timbul dari faktor yang khusus untuk waktu dan tempat yang spesifik yang lepas dari karakteristik konsumen dan karakteristik objek. Engel (2006:49)

Situasi konsumen sebenarnya bisa dipisahkan menjadi tiga yaitu situasi komunikasi, situasi pembelian, dan situasi pemakaian. Situasi komunikasi dapat di definisikan sebagai latar konsumen ketika dihadapkan pada komunikasi pribadi atau nonpribadi. Komunikasi pribadi akan mencakup percakapan yang mungkin diadakan oleh konsumen dengan orang lain seperti Wiraniaga atau sesama konsumen.

Komunikasi nonpribadi akan melibatkan spektrum stimulus seperti iklan dan program, serta publikasi yang berorientasi konsumen. Engel (2006:49)

Menurut Angel (2006:49), situasi pembelian mengarahkan pada latar di mana konsumen mendapatkan produk dan jasa. Jenis selebihnya dari situasi konsumen yang dibahas di sini adalah situasi pemakaian (*usage situation*) Yang mengacu pada latar di mana konsumsi terjadi.

METODOLOGI PENELITIAN

Desain Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian Deskriptif Kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Yang dikatakan Sugiyono (2009:14)

Metode deskriptif kuantitatif bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada dimasyarakat menjadi objek penelitian, dan berupaya menarik realitas itu kepermukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambar tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu.

Dikatakan oleh Menurut Muhammad Muslich (2010:02) metode kuantitatif merupakan metode keputusan yang menggunakan angka. Angka mempunyai persen yang sangat penting dalam pembuatan, penggunaan, dan pemecahan, mode kuantitatif. Alat yang digunakan dalam pengumpulan data adalah lembar observasi, daftar pertanyaan wawancara, catatan harian penulisan, kuisioner dan dokumentasi.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini meneliti tentang Objek Wisata Alam Mayang Pekanbaru yang berlokasi di Jalan Harapan Raya / Jalan Imam Munandar KM 8, Kelurahan Tangkerang Timur, Kecamatan Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, Indonesia dengan alasan untuk mengetahui faktor apa saja yang membuat seseorang datang mengunjungi Alam Mayang tersebut. Penulis mengambil waktu penelitian yaitu pada bulan Maret 2020 sampai dengan Mei 2020.

Populasi dan Sampel

1 Populasi

Menurut Sugiyono (2008:115), Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas objek / subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. Ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Polulasi bisa berupa subjek maupun objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung / wisatawan yang datang ke Alam Mayang dan pengelola objek wisata Alam Mayang. Jumlah polulasi sebanyak 187.160 orang.

2 Sampel

Menurut Sugiyono (2008:116) sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada dalam populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan di berlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul – betul representative (mewakili).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sample* dengan cara *accidental sampling* yaitu pengambilan sampel yang dilakukan kepada siapa saja yang ditemui secara kebetulan di area objek wisata Alam Mayang Pekanbaru dan kepada siapa saja yang pernah mengunjungi objek wisata Alam Mayang Pekanbaru. Untuk menghemat waktu, menghemat biaya dan menghemat

tenaga, maka penulis memperkirakan jumlah minimum sampel yang ditetapkan menggunakan rumus Slovin yaitu :

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah Populasi

D = Nilai Persisi (0.1)

Sumber : Sugiyono (2009:118)

Berdasarkan rumus diatas dapat diperoleh jumlah sampel sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{N(d)^2 + 1} \\ n &= \frac{187160}{(187160)(0.1)^2 + 1} \\ n &= \frac{187160}{18726} \\ n &= 99.94 \end{aligned}$$

Berdasarkan penghitungan diatas dengan menggunakan rumus slovin, didapat jumlah responden yang harus dijadikan sampel adalah sebanyak 100 orang.

Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Dikatakan oleh Silalahi (2010:289) yang dimaksud dengan data primer adalah data yang dikumpulkan dari situasi aktual ketika peristiwa terjadi. Individu, kelompok fokus, dan satu kelompok responden secara khusus dijadikan peneliti sebagai sumber data primer. Jadi, dapat disimpulkan data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Jadi dalam penelitian ini, data primer yang didapatkan adalah hasil dari data – data pada saat penelitian melakukan

observasi, kuisisioner dan juga wawancara di Kawasan Objek Wisata Alam Mayang Pekanbaru.

2. Data Sekunder

Menurut Silalahi (2010:291) data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber – sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan. Data sekunder yang digunakan untuk melengkapi penelitian ini adalah data pendukung dari data primer yang bukan berasal dari narasumber secara langsung. Pada penelitian ini, data sekunder didapatkan dari kepustakaan yaitu dengan cara mengumpulkan data untuk membandingkan antara teori – teori yang ada, dengan yang ada dilapangan berdasarkan dari jurnal dan buku dan juga data yang telah diolah sebelumnya, penunjang maupun sumber – sumber tertulis lainnya seperti website dari internet. Selain itu, data sekunder ini juga di dapatkan dari instansi terkait yang berhubungan dengan penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan bagian yang terpenting dalam suatu penelitian, bahkan merupakan suatu keharuan bagi seorang peneliti. Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan beberapa metode dalam proses pengumpulan data, yaitu metode observasi, metode kuisisioner dan metode dokumentasi. Berikut metode observasi, metode kuisisioner dan metode dokumentasi yang saya pakai dan menurut beberapa para ahlinya.

a. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala – gejala yang diteliti. Observasi menjadi salah satu teknik pengumpulan data apabila sesuai dengan tujuan penelitian, direncanakan dan dicatat secara sistematis, serta dapat di kontrol keandalan *relibilitas* dan *validitas*, Usman dan Akbar (2009:52)

b. Kuisisioner

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data melalui formulir – formulir yang berisi

pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapat jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti Mardalis (2010:67) kuisioner ini diberikan kepada pengunjung agar mendapatkan data mengenai pendapat pengunjung tentang pengambilan keputusan ke objek wisata Alam Mayang Pekanbaru, sehingga bisa di ketahui bagaimana respon pengunjung ketika memberi pendapat atau penilaian dengan melakukan pemilihan beberapa pertanyaan yang ditanyakan didalam kuisioner tentang pengambilan keputusan ke objek wisata Alam Mayang Pekanbaru.

c. Dokumentasi

Teknik Pengumpulan data dengan dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen – dokumen Usman dan Akbar (2009:69) sehingga dapat diartikan bahwa teknik pengambilan data dengan dokumentasi merupakan cara pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen – dokumen yang ada atau catatan yang tersimpan serta dari gambar – gambar objek wisata Alam Mayang Pekanbaru.

Teknik Analisa Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif yaitu penyusunan data ke dalam laporan memerlukan deskripsi atau penelitian dari hasil pengumpulan data yang telah diperolehnya di lapangan, di mana perhitungannya dilakukan dengan statistik untuk mengetahui statistik deskriptifnya.

Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data Semple atau populasi sebagaimana adanya dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Statistik deskriptif ini yang dikemukakan dalam bentuk laporan adalah cara-cara penyajian data melalui tabel maupun distribusi frekuensi.

Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang dipakai berupa skala Ordinal, oleh karena itu skala

pengukuran variabel yang digunakan adalah skala Likert. Skala Likert adalah sekalah yang dirancang untuk memungkinkan responden menjawab berbagai tingkat pada setiap obyek yang akan diukur. Jawaban dari kuisioner tersebut diberi Bobot skor atau nilai sebagai berikut :

1. Sangat Setuju, bobot skor : 5 (SS)
2. Setuju, bobot skor : 4 (S)
3. Kurang Setuju, bobot skor : 3 (KS)
4. Tidak Setuju, bobot skor : 2 (TS)
5. Sangat Tidak Setuju, bobot skor : 1 (STS)

Dari keseluruhan pertanyaan yang akan ditanyakan kepada pihak pengunjung maupun wisatawan mengenai faktor pengambilan keputusan wisatawan pada objek Alam Mayang Pekanbaru, indikator – indikator nya terdiri dari :

1. Faktor Internal / Faktor Pribadi dengan 8 indikator dan 8 item pertanyaan
2. Faktor Eksternal / Faktor Sosial dengan 3 indikator dan 3 item pertanyaan
3. Faktor Situasional / Faktor Sesaat dengan 3 indikator dan 3 item pertanyaan

GAMBARAN UMUM DAN HASIL PENELITIAN

Gambaran Umum Objek Wisata Alam Mayang Pekanbaru

Alam Mayang Pekanbaru adalah tempat taman rekreasi yang berlokasi di Jalan Harapan Raya / Jalan Imam Munandar KM. 8, Kelurahan Tangkerang Timur, Kecamatan Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, Indonesia. Luas daerahnya adalah 25 Hektar. Pada mulanya perusahaan ini adalah perusahaan keluarga yang bergerak dalam bidang tanaman dan peternakan serta perikanan yang masing-masing ini masih dibawah pengawasan dinas Departemen Pertanian, peternakan dan pertanian.

Bermula dari pembelian tanah yang luasnya 1 hektar pada tahun 1973 hingga sampai sekarang ini dengan seiring berjalannya waktu yang hampir cukup lama

yaitu 40 tahun lamanya dan sekarang sudah berkembang menjadi 25 hektar luasnya. Ada tiga usaha yang pada awalnya dikembangkan yaitu pertanian, peternakan serta perikanan yang awalnya paling berkembang adalah usaha dalam bidang peternakan, yaitu pada tahun 1985.

Alam Mayang Pekanbaru pada saat itu membantu proyek IFAD (*Infrastruktur for Agricultural Development*), yaitu dalam pembelian hewan ternak sapi, dari usaha peternakan sapi ini Alam Mayang Pekanbaru ini mendapatkan perantara pemenuhan kebutuhan sapi bagi peternakan di wilayah Riau dan sekitarnya, dengan perkembangan usaha peternakan sapi tersebut munculah lagi gagasan untuk membuat usaha-usaha lain seperti pertanian dan perikanan terpadu, pada akhir tahun 1987.

Pada tanggal 7 Januari 1988 Alam Mayang Pekanbaru ini pertama kalinya mengadakan perlombaan memancing yang pada waktu itu telah disponsori oleh Djarum dan Green Sand yang diikuti oleh 16 orang peserta memancing. Berawal dari perlombaan memancing inilah Alam Mayang Pekanbaru mulai dikenal oleh masyarakat setempat dan pada masa itu masih strategi penarikan pelanggan, yaitu masuk gratis tanpa biaya. Seiring berjalannya waktu Alam Mayang Pekanbaru menjadi ramai pengunjungnya dan terus semakin meningkat dari waktu ke waktu, sebagian besar dari mereka pun banyak yang berkunjung untuk memancing namun timbul rencana baru bahwa akan ditambahkan tanaman – tanaman yang akan menghiasi Alam Mayang Pekanbaru dengan suasana yang bernuansa alami dari tumbuhan itu sendiri maka dari itu banyak pengunjung yang datang bukan hanya untuk memancing saja tapi juga untuk bersantai sambil memancing. Oleh karena tuntutan pengunjung yang banyak menyarankan bahwa mereka yang datang membawa anaknya sambil berlibur, maka dari itu lahan peternakan mulai dikurangi menjadi tempat santai.

Kemudian Alam Mayang Pekanbaru mulai membenahi lahannya sesuai dengan tuntutan pengunjung dan juga trend tempat wisata yang bersih dan nyaman dengan nuansa alami dan sejuk dengan banyak pepohonan dan panorama perbukitan,

membuat para pengunjung betah bersantai. Selain itu juga, keberadaan sarana dan fasilitas hiburan lainnya mulai diadakan. Seperti mainan anak-anak, tempat memancing yang lebih nyaman, lapangan olah raga, anjungan atau panggung acara, kantin dan fasilitas lainnya yang mendukung.

Produk dan Jasa Hiburan

Alam Mayang Pekanbaru telah melakukan pengembangan produknya yaitu dengan menambah fasilitas bermain, meningkatkan pelayanan dan menambah sarana pendukung lainnya. Dengan adanya fasilitas yang lebih menarik serta ditunjang dengan nuansa alam yang indah dan alami maka diharapkan tempat ini menjadi tempat yang liburan yang nyaman dan aman juga bagi pengunjung, serta dapat meningkatkan jumlah produk jasa hiburan agar dapat menarik pengunjung lebih banyak lagi, untuk lebih jelasnya dapat kita lihat pada tabel berikut ini:

Tabel IV.1 Produk Jasa Hiburan yang Ada Di Alam Mayang Pekanbaru

No	Jasa Hiburan	Harga
1	Kereta Naga	Rp.10.000
2	Kincir	Rp.10.000
3	Rumah Hantu	Rp.10.000
4	Mandi Bola	Rp.10.000
5	Balon Loncat	Rp.10.000
6	Wara Wiri	Rp.10.000
7	Becak	Rp.10.000
8	Kora – Kora	Rp. 15.000
9	Sekuter	Rp. 15.000
10	Sepeda	Rp.15.000
11	Bom bom Car	Rp. 15.000
12	Banana Boad	Rp. 15.000
13	Bogel 1	Rp.15.000
14	Bogel 2	Rp.15.000
15	Perahu Dayung	Rp.20.000
16	Sepeda Air	Rp.20.000
17	Flying Fox	Rp.25.000
18	Paint Ball (50 Peluru)	Rp.100.000
	Paint Ball (60 Peluru)	Rp.125.000
19	Tiket Kolam Berenang (anak-anak)	Rp.15.000
	Tiket Kolam Berenang (dewasa)	Rp.20.000

Sumber : Observasi Alam Mayang Pekanbaru
2020

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Faktor Internal

Tabel IV.2

No	Indikator	Alternatif Jawaban	Skor
----	-----------	--------------------	------

		SS	S	KS	TS	STS	
1	Persepsi	135	204	48	8	2	397
2	Keluarga	155	160	57	14	3	389
3	Motivasi	145	176	63	10	1	395
4	Pengetahuan	125	160	75	14	3	377
5	Sikap	225	124	45	10	4	408
6	Pembelajaran	135	208	48	10	0	401
7	Kelompok Usia	60	108	147	18	3	336
8	Gaya Hidup	20	40	75	86	18	239
Total		1000	1180	558	170	34	2942

Sumber : Data Olahan Penelitian Lapangan 2020

Berdasarkan tabel rekapitulasi IV.14 dapat dilihat tanggapan responden mengenai pertanyaan Faktor Internal yang terdiri dari delapan indikator tersebut, yaitu Persepsi, Keluarga, Motivasi, Pengetahuan, Sikap, Pembelajaran, Kelompok Usia dan Gaya Hidup. Dari delapan indikator tersebut dapat disimpulkan bahwa dimana jumlah indikator Persepsi adalah 397 yang masuk kedalam jawaban Setuju. Indikator Keluarga memiliki jumlah nilai skor 389 sehingga masuk dalam kategori jawaban Setuju. Untuk indikator Motivasi memiliki skor nilai 395 dengan jawaban Setuju. Indikator pengetahuan memiliki nilai skor 377 dengan kategori jawaban Setuju. Indikator Sikap mendapatkan nilai skor 408 yang masuk kedalam jawaban Sangat Setuju. Untuk indikator Pembelajaran memiliki nilai skor 401 yang mempunyai jawaban Setuju. Sedangkan indikator Kelompok Usia memiliki skor 336 dengan mempunyai jawaban Kurang Setuju. Dan Indikator Gaya Hidup memiliki nilai skor 239 yang masuk dalam kategori Tidak Setuju. Sehingga diperoleh jumlah nilai skor untuk kedelapan indikator tersebut adalah 2942. Untuk nilai skor 2942 tersebut masuk kedalam kategori jawaban Setuju dengan rentang skor 2723 – 3363. Wisatawan atau pengunjung setuju dengan faktor internal karena menurut wisatawan faktor internal atau istilahnya pendukung pribadi/individu masing – masing sama sekali mempengaruhi proses pengambilan keputusan untuk berkunjung ke objek wisata Alam Mayang. bagi mereka apapun faktor pribadi mereka sangatlah penting bagi mereka untuk mengunjungi

objek wisata Alam Mayang tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang berkunjung lebih mendahulukan faktor internal, dan dari hasil penelitian menunjukan bahwa wisatawan begitu menunjukan faktor – faktor internal/pribadi seperti persepsi, keluarga, motivasi, pengetahuan, sikap, pembelajaran, kelompok usia, maupun gaya hidup sehingga didapatkan jawaban Setuju secara keseluruhan. Menurut mereka objek wisata Alam Mayang tidak memerlukan syarat khusus untuk mengunjunginya. Selain nyaman, sejuk mereka juga dapat berkumpul dengan keluarga ataupun teman-teman tanpa memikirkan hal lain.

2. Faktor Eksternal

Tabel IV.3

No	Indikator	Alternatif Jawaban					Skor
		SS	S	KS	TS	STS	
1	Budaya	0	48	39	108	21	216
2	Kelas Sosial	0	28	63	110	17	218
3	Keanggotaan dalam suatu kelompok	215	152	39	12	0	418
Total		215	228	141	230	38	852

Sumber : Data Olahan Penelitian Lapangan 2020

Berdasarkan Tabel Rekapitulasi IV.18 tersebut, terdapat 3 indikator yang ada di Faktor Eksternal yaitu Indikator Budaya memperoleh jumlah 216 skor yang masuk jawaban Tidak Setuju. Sedangkan Indikator Kelas Sosial memiliki jumlah nilai skor 218 masuk kedalam jawaban Tidak Setuju. Dan terakhir indikator Keanggotaan dalam suatu kelompok memperoleh jumlah nilai skor 418 dengan masuk kedalam jawaban Sangat Setuju. Jumlah keseluruhan dari seluruh indikator adalah 852, sehingga masuk kedalam kategori jawaban Kurang Setuju dengan rentang skor kurang setuju 782 – 1022. Jadi dapat disimpulkan bahwa wisatawan kurang setuju jika Faktor Eksternal mempengaruhi proses pengambilan keputusan untuk berkunjung ke objek wisata Alam Mayang. penulis menyimpulkan bahwa Faktor Eksternal tidak lah menjadi pertimbangan pengunjung untuk mengunjungi alam mayang tetapi satu indikator yang

didalam faktor eksternal yang mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung karena indikator Keanggotaan dalam suatu kelompok, pengunjung sangat setuju jika mengunjungi alam mayang itu harus bersama orang lain, karena alam mayang itu tempat piknik bersama teman teman dan keluarga.

3. Faktor Situasional

Tabel IV.4

No	Indikator	Alternatif Jawaban					Skor
		SS	S	KS	TS	STS	
1	Komunikasi	140	196	45	12	2	395
2	Pembelian	85	192	57	22	5	361
3	Pemakaian	125	168	45	28	4	370
Total		350	556	147	62	11	1126

Sumber : Data Olahan Penelitian Lapangan 2020

Data table IV.22 merupakan table hasil tanggapan responden tentang Faktor Situasional dengan tiga indikator. Indikator pertama yaitu Komunikasi dengan jumlah nilai skor 395 yang masuk kedalam jawaban Setuju. Kedua Indikator Pembelian memiliki skor nilai 361 masuk kedalam jawaban Setuju. Dan Indikator Terakhir yaitu Pemakaian memiliki skor nilai 370 yang masuk kedalam jawaban Setuju. Total keseluruhan dari nilai skor tiap indikator adalah 1126 yang masuk kedalam kategori jawaban Setuju rentangan nilai 1023 – 1263. Hal ini berarti wisatawan setuju jika faktor situasional menjadi salah satu keputusan wisatawan berkunjung ke Alam Mayang.

Wisatawan setuju karena Faktor Situasional atau Faktor Situasi Sesaat merupakan faktor yang sangat penting untuk pengambilan keputusan bagi wisatawan yang mengunjungi Alam Mayang. Dengan Faktor Situasional inilah menjadi pengambilan keputusan wisatawan pada objek wisata Alam Mayang, dengan 3 indikator pendukungnya yaitu Komunikasi, Pembelian dan Pemakaian, ketiga indikator ini berpengaruh bagi wisatawan yang melakukan pengambilan keputusan berkunjung ke Alam Mayang Pekanbaru.

PENUTUP

Kesimpulan

Pengambilan Keputusan adalah sebuah pertimbangan yang dilakukan wisatawan Alam Mayang sebelum berkunjung. Dalam sebuah pengambilan keputusan berwisata ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan tersebut. Faktor itu antara lain faktor Internal, faktor eksternal dan faktor situasional.

Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa faktor – faktor pengambilan keputusan begitu sangat menentukan proses pengambilan keputusan wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Alam Mayang Pekanbaru. Pertama Faktor internal atau Faktor Pribadi, sangat mempengaruhi wisatawan untuk menentukan proses wisatawan berkunjung, dilihat dari hasil pilihan responden yang mengunjungi Alam Mayang mereka rata – rata memilih setuju dengan indikator persepsi, keluarga, Motivasi, Pengetahuan, Sikap dan Pembelajaran. Sedangkan indikator Kelompok Usia dan Gaya Hidup responden memilih Kurang setuju dan tidak setuju, dari hal ini penulis menarik kesimpulan bahwa dari semua indikator yang ada di dalam Faktor Internal wisatawan sangatlah setuju terhadap Faktor Internal menjadi pengambilan keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Alam Mayang. Yang kedua Faktor Eksternal ialah faktor dari Lingkungan, dari faktor eksternal responden memilih Jawaban rata – rata tidak setuju dengan indikator Budaya dan Kelas Sosial, sedangkan indikator Keanggotaan dalam suatu kelompok responden memilih Sangat Setuju. Jadi penulis menarik kesimpulan wisatawan Kurang Setuju dengan Faktor Eksternal menjadi pengambilan keputusan wisatawan ke Alam Mayang. Sedangkan Faktor Situasional yaitu Faktor Sesaat, responden lebih memilih Setuju dengan indikator Situasi Komunikasi, Situasi Pembelian dan Situasi Pemakaian. Dari ini Penulis menarik kesimpulan bahwa Faktor Situasional Sangat mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan untuk mengunjungi objek wisata Alam Mayang.

Dari ketiga faktor diatas yang sangat mempengaruhi proses pengambilan keputusan

diatas dalam penelitian ini Faktor Internal (Faktor Pribadi) yang merupakan faktor yang sangat menentukan dalam pengambilan keputusan wisatawan pada objek wisata Alam Mayang Pekanbaru. Hal ini dapat dilihat dari nilai skor yang didapatkan pada setiap jumlah sub variabel. Faktor Internal lah yang tertinggi dari Ketiga faktor yang lain.

Saran

Saran saya terhadap penelitian ini yang harus di tingkatan di objek wisata Alam Mayang. Faktor Internal dari faktor ini ada delapan indikator yaitu persepsi, sebaiknya pengelola alam mayang harus membikin alam mayang lebih menarik lagi, dikarenakan 72% responden memilih jawaban setuju jika salah satu faktor pengambilan keputusan wisatawan ke Alam Mayang dikarenakan Alam Mayang menarik. Indikator Keluarga responden memilih setuju sebesar 71 orang responden, saran dari penulis memang harus sebaiknya kita berpegian harus terlebih dahulu pamitan / izin ke keluarga, karena izin ke keluarga juga menjadi faktor pengambilan keputusan. Motivasi adalah salah satu yang menjadi faktor pengambilan keputusan wisatawan ke alam mayang dengan 73 orang memilih sangat setuju dan setuju. Saran penulis memang Motivasi haruslah menjadi salah satu faktor pengunjung ke objek. Pengetahuan sebelum mengunjungi ke Alam Mayang saran penulis harus ada faktor pengetahuan karena itusalah satu menjadi pembelajaran untuk sendiri, Sikap saran penulis untuk sikap sangatlah harus di dahulukan sebelum berkunjung karena etitude itu penting, Pembelajaran, Kelompok Usia dan Gaya Hidup saran penulis alam mayang cocok untuk semua kelompok usia dari usia dini hingga dewasa karena Alam Mayang tempat berkumpulnya anggota keluarga dan cocok untuk santai bersama keluarga, dan semua jenis golongan kasta. Dari isi indikator dari faktor internal ini saran saya sebelum berkunjung wisatawn sangat lah harus memakai faktor internal atau pribadi.

Faktor Eksternal atau Faktor Lingkungan terdiri dari tiga indikator yaitu pertama budaya, saran penulis untuk

pengelola Alam Mayang harus menambah unsur budaya di objek wisata Alam Mayang, karena 54 responden memilih jawaban tidak setuju jika berkunjung dikarenakan budaya tidak mempengaruhi pengunjung berkunjung ke alam mayang ditambah 21 pengunjung menjawab sangat tidak setuju tentang budaya menjadi faktor pengambilan keputusan berkunjung. Kedua Kelas sosial, 82 orang memilih kelas sosial tidak mempengaruhi faktor pengambilan keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Alam Mayang, saran penulis memanglah alam mayang menjadi suatu objek wisata yang cocok untuk semua kalangan kelas sosial. Terakhir Keanggotaan dalam suatu kelompok, dari indikator ini wisatawan sangat setuju dengan mendatangi atau mengunjungi Alam Mayang lebih bagus bersama orang lain, seperti teman, keluarga dll karena Alam Mayang sangat lah cocok untuk bersama teman dan keluarga untuk bersantai dan agar merasa tidak sepi.

Faktor Situasional memiliki beberapa faktor yaitu Situasi Komunikasi, Situasi Pembelian dan Situasi Pemakaian. Sebaiknya manajemen pengelola Alam Mayang Pekanbaru agar dapat lebih memperhatikan indikator – indikator tersebut. Misalnya dengan meningkatkan iklan dan program untuk mempromosikan alam mayang, karena 77% responden berpengaruh terhadap saran orang lain untuk mengunjungi Alam Mayang. Menurunkan harga tiket masuk Alam Mayang, dari 85% tanggapan responden sangat merasa kemahalan untuk harga tiket masuk Alam Mayang 20rbu tersebut. Meningkatkan lagi fasilitas permainan di alam mayang. Maka dari itu sebaiknya bagi manajemen pihak Alam Mayang lebih memperhatikan faktor tersebut karena proses ini penting bagi pengembangan pariwisata tepatnya lebih untuk pengembangan Objek Wisata Alam Mayang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardika, I Wayan. 2007. *Pustaka Budaya dan Pariwisata .Denpasar*: Pustaka Larianan.
- Atmosudirjo, Prajudi. 1982. *Administrasi dan Manajemen Umum*. Jakarta: Ghalia Indonesia

- Baron, Reuben M, dan Kenny, David A, 1986, Jurnal. *The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations*.
- Departemen Kehutanan. 2002. *Konsep Pola Pengembangan Wisata Alam. Direktorat Jenderal Perlindungan dan Pengawetan Alam Departemen Kehutanan*. Cipayung.
- Dewi, R.K. 2005. *Fungsi Permintaan Taman Safari Indonesia (TSI) dengan Metode Biaya Perjalanan*. Skripsi. Departemen Sosial Ekonomi Peternakan. Fakultas Peternakan. Institut Pertanian Bogor.
- Gelgel, I Putu. 2006. *Industri Pariwisata Indonesia Dalam Globalisasi Perdagangan Jasa*. Bandung: PT.Refika Aditama.
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Teori Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Irawan, Koko. 2010. *Potensi Obyek Wisata Sebagai Daya Tarik Wisata*. Yogyakarta: Kertas Karya.
- Kusumaningrum, Dian. 2009. *Persepsi Wisatawan Nusantara Terhadap Daya Tarik Wsiata Dikota Palembang*. Universitas Gajah Mada.
- Mardalis. 2010. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Marpaung, Happy. 2000. *Pengetahuan Kepariwisataan*. Bandung: Alfabeta.
- Muslich, Muhammad. 2010. *Metode Pengambilan Keputusan Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Pendit, S, Nyoman. 2006. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Pitana, I Gde dan Putu G. Gayatari. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Saluju. 1996. *Pengambilan Keputusan Strategi Organisasi Publik dan Organisasi Nonpusfit*. Jakarta: PT.Gramedia
- Sangadji Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Silalahi, Ulber. 2010. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Definisi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta:Gava Media
- Suwantoro, Gamal. 1997. *Dasar Pariwisata*. Andi Yogyakarta.
- Undang – undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan
- Usman, Husaini dan Akbar Purnomo Setiadi. 2009. *Metodologi Penelitian Sosial*. Akarta. PT. Bumi Aksara.
- Wahab, Salah. 2003. *Manajemen Kepariwisataan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yoeti,Oka A. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

