

PENGARUH *HEALING TOURISM* TERHADAP JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN DI DESTINASI EMBUNG TERPADU DESA WISATA DAYUN

Oleh: Maikel Hayati

Pembimbing: Mariaty Ibrahim

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

ABSTRAK

Secara sederhana *Healing Tourism* dapat diartikan sebagai jenis pariwisata yang bertujuan untuk memberikan pengalaman yang menyenangkan dan pemulihan bagi wisatawan dengan cara bepergian mengunjungi destinasi wisata yang memiliki potensi *Healing Tourism*. Fenomena yang terjadi adalah meskipun desa wisata Dayun memiliki potensi *Healing Tourism* namun jumlah kunjungan ke desa wisata Dayun justru mengalami fluktuasi. Dengan mengetahui faktor *Healing Tourism* yang paling mempengaruhi diharapkan destinasi wisata Dayun dapat memaksimalkan potensi dari faktor tersebut sehingga jumlah kunjungan wisatawan ke destinasi wisata Dayun tidak lagi mengalami fluktuasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat seberapa besar pengaruh *Healing Tourism* terhadap jumlah kunjungan wisatawan di destinasi wisata embung terpadu Dayun dan potensi *Healing Tourism* mana saja yang memiliki pengaruh paling besar. Populasinya adalah pengunjung destinasi wisata Dayun yang berjumlah 44.769 sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 97 orang. *Healing Tourism* berpengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan, tingkat keeratan berada pada tingkat sedang. Dimana hasil uji korelasi diperoleh angka probabilitas 0,000 dimana nilai ini lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara *Healing Tourism* dengan kunjungan wisatawan, koefisien korelasi yang dihasilkan adalah 0,465.

Kata Kunci ;Healing Tourism , Desa wisata

Abstract

In simple terms, Healing Tourism can be interpreted as a type of tourism that aims to provide a calming and restorative experience for tourists by traveling to visit tourist destinations that have Healing Tourism potential. The phenomenon that occurs is that even though the Dayun tourism village has the potential for Healing Tourism, the number of visits to the Dayun tourism village actually fluctuates. By knowing the most influencing Healing Tourism factors, it is hoped that Dayun tourism destinations can maximize the potential of these factors so that the number of tourist visits to Dayun tourism destinations no longer fluctuates. The purpose of this study is to see how much Healing Tourism has an influence on the increase in tourist visits in Dayun Tourism Village and which Healing Tourism factors have the greatest influence. The population is visitors to Dayun tourist destinations totaling 44,769 samples used in this study are 97 people. Healing Tourism has a significant effect on increasing tourist visits, the level of closeness is at a moderate level. Where the results of the correlation test obtained a probability number of 0.000 where this value is less than 0.05 ($0.000 < 0.05$) H_0 is rejected and H_a is accepted, which means that there is a significant relationship between Healing Tourism and tourist visits, the correlation coefficient produced is 0.465.

Keywords : *Healing Tourism, tourism village*

1. PENDAHULUAN

Nusantara memiliki berbagai sumber daya diantaranya sumber daya alam yang membuat para industri kreatif untuk menjadikannya destinasi wisata. Hal ini membuat industri pariwisata menjadi industri yang menguntungkan bagi para pelaku bisnis di Indonesia. Selain itu, Pariwisata tetap menjadi prioritas pemerintah karena dianggap sebagai penggerak perekonomian bangsa. Pariwisata berarti sebagai kegiatan orang-orang yang melakukan perpindahan bukan untuk selamanya dan di waktu singkat ke suatu tempat di luar lingkungan mereka yang biasa dan juga kegiatan yang mereka lakukan selama tinggal di suatu tempat tujuan (Burkat, 2006) Pariwisata dianggap memiliki andil besar dalam meningkatkan pendapatan negara serta bisa menggerakkan perkembangan ekonomi negara, terkhusus dalam menciptakan lapangan kerja dan dapat meningkatkan devisa sebuah negara. Oleh sebab itu, pengaturan bidang pariwisata penting untuk dijadikan prioritas mengingat bidang pariwisata menjadi sektor yang menjanjikan untuk pembangunan negara terutama negara berkembang seperti Indonesia.

Salah satu contohnya adalah desa wisata, yaitu kawasan pedesaan yang menawarkan nuansa khas pedesaan, baik dari segi kehidupan sosial, budaya, ekonomi, adat istiadat, maupun gaya arsitekturnya yang unik. Desa wisata juga memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai bagian dari berbagai elemen dalam sektor pariwisata. (Hadiwijoyo, 2012). Desa wisata Dayun merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Dayun, Kabupaten Siak. Desa wisata Dayun merupakan salah satu desa wisata yang memiliki potensi sumber daya melimpah yang mampu diolah serta dimanfaatkan menjadi aset yang diberdayakan. Pada mulanya Desa wisata Dayun adalah satu dari banyaknya kampung

yang tertinggal dibandingkan dengan kampung lainnya, yang tak jarang juga di wilayah tersebut terjadi bencana kebakaran hutan dan lahan. Seiring dengan berjalannya waktu Desa wisata Dayun mampu berkembang dengan sangat pesat dan signifikan, mulai dari Kampung Berkembang, Kampung Majo, dan saat ini sudah menjadi Kampung Berdikari.

Dalam era modern ini, industri pariwisata menjadi salah satu sektor yang terus berkembang dengan pesat. Perubahan gaya hidup dan kebutuhan masyarakat global telah menciptakan tuntutan baru terhadap pengalaman wisata yang lebih bermakna dan berfokus pada kesejahteraan. Salah satu aspek yang semakin menjadi perhatian dalam industri pariwisata adalah adanya tren perubahan perilaku wisatawan menuju pencarian pengalaman yang meningkatkan manfaat positif bagi kesehatan fisik dan mental.

Salah satu tren pariwisata yang tengah naik daun akhir – akhir ini adalah *Healing Tourism*. Dikutip dari kompas.com dalam artikel yang berjudul Saat Kata "*Healing*" Mulai Menggeser Kata "*Travelling*" (Dzulfaroh, 2022) Guru besar ilmu linguistik Universitas Gadjah Mada (UGM) memberikan pendapat mengenai *healing* dimana pada mulanya banyak orang menganggap *travelling* memiliki makna kata yang memburuk yaitu pergi ke suatu tempat untuk bersenang senang, sementara kata *Healing* yang berarti pemulihan kini menjadi tren dan menggantikan kata *travelling* yaitu bepergian sambil menyembuhkan diri

Fenomena *Healing Tourism* banyak dibicarakan dan menjadi tren mulanya karena pada masa pandemi virus corona banyak tempat wisata yang ditutup dan pemberlakuan pembatasan masyarakat (ppkm) membuat banyak orang terpaksa berdiam diri di rumah, setelah aturan tersebut tidak lagi diberlakukan banyak

orang berbondong bondong mengunjungi destinasi wisata yang telah dibuka , yang dimana disebut sebagai Revenge tourism atau wisata balas dendam merujuk pada aktivitas bepergian yang dilakukan oleh wisatawan sebagai bentuk pelampiasan setelah sekian lama menjalani pembatasan mobilitas akibat pandemi COVID-19 dan harus tinggal di rumah selama berbulan-bulan. (Jain, 2021).

Pada saat ini, Desa Wisata Dayun sedang berupaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Desa wisata dayun Khususnya destinasi embung terpadu memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai lokasi *Healing Tourism* karena Alam, budaya lokal dan seerta suasana suasana yang tenang dan mendukung pemulihan diri. Meskipun memiliki potensi yang besar untuk menjadi tujuan wisatawan untuk melakukan *Healing Tourism*, karena menawarkan pengalaman budaya dan alam. nyatanya banyaknya kunjungan wisatawan masih mengalami *fluktuasi*, dapat dilihat pada tabel jumlah kunjungan wisatawan ke desa wisata Dayun mengalami perubahan yang tidak tetap dan pada satu tahun terakhir mengalami penurunan jumlah kunjungan. Namun, perlu dilakukan penelitian yang lebih mendalam untuk memahami pengaruh *Healing Tourism* terhadap Jumlah kunjungan wisatawan di desa ini. Penelitian bertujuan untuk memberi informasi lebih banyak mengenai dampak *Healing Tourism* terhadap sektor pariwisata di destinasi Embung terpadu Desa Wisata Dayu.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 HEALING

Healing merupakan kata bahasa asing yang bermakna penyembuhan, kata *healing* mulai banyak dibicarakan dan banyak keluar dalam tagar di berbagai platform media sosial. Makna penyembuhan sendiri mencakup arti yang meluas namun *healing*

sendiri jika dimaknai secara spesifik adalah pemulihan jiwa, perasaan, batin maupun pikiran. Jadi dapat disimpulkan *healing* adalah pemulihan luka batin yang menjadi pemicu terganggunya kondisi emosional individu.

Menurut Tehiki Davis, *healing* adalah proses pemulihan yang mencakup perbaikan kondisi kesehatan mental, emosional, maupun fisik. Proses ini dapat berlangsung secara bertahap dalam jangka waktu tertentu atau terjadi secara bersamaan, tergantung pada kondisi individu yang mengalaminya.

Pada dasarnya *healing* bertujuan untuk membantu seseorang untuk berdamai atau menenangkan diri dari permasalahan yang dialami serta melupakan masalah atau stres yang dialami dengan cara bepergian ke suatu tempat asing yang dapat menenangkan jiwa.

2.3 HEALING TOURISM

Healing berasal dari bahasa inggris yang berarti “penyembuhan” atau “pemulihan”, sementara *tourism* berarti suatu perjalanan mengunjungi tempat wisata. Makna kata “*Healing Tourism*” mengacu pada wisata yang berfokus untuk meningkatkan kondisi jiwa dan fisik melalui pengalaman budaya dan kegiatan yang terkait dengan kearifan lokal. Dalam makna mendalam dapat diartikan bepergian ke suatu tempat untuk mendapatkan pengalaman yang membantu proses penyembuhan atau pemulihan dan menghilangkan kejenuhan.

Healing Tourism atau pariwisata penyembuhan yang mencakup pariwisata kesehatan dan kebugaran, tetapi dalam skala yang lebih kecil. Ini didefinisikan sebagai bentuk perjalanan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan fisik dan mental dengan memanfaatkan sumber daya alam, relaksasi, dan elemen budaya yang

tersedia di tujuan pariwisata Costa et al. (2015)

Sementara itu menurut Sutarya (2016) yang dikutip dari jurnal UGM (2025) menjelaskan bahwa *healing Tourism* merupakan salah satu aspek dari pariwisata wellness yang melibatkan perjalanan sementara oleh individu atau kelompok memanfaatkan fasilitas pariwisata dengan tujuan meningkatkan kondisi fisik, mental, spiritual serta mencapai kepuasan diri yang berujung kepada kebahagiaan yang menyeluruh Wulandini & Halal (2025)

Dari kedua definisi tersebut, dapat disimpulkan *Healing Tourism* mencakup perjalanan wisata yang dilakukan dengan tujuan utama untuk memulihkan atau meningkatkan kondisi kesehatan, baik fisik maupun mental, dengan pemanfaatan sumber daya alam dan fasilitas yang disediakan di destinasi wisata tujuan.

2.4 KUNJUNGAN WISATAWAN

Menurut Fletcher et al (2017) kunjungan wisatawan sangat dipengaruhi oleh daya tarik utama suatu destinasi, baik itu keindahan alam, kebudayaan lokal, maupun atraksi buatan manusia. Selain itu, keberadaan fasilitas seperti akomodasi, aksesibilitas, dan promosi destinasi juga memainkan peran penting dalam menarik wisatawan. Kunjungan wisatawan yang tinggi dapat membawa dampak ekonomi yang signifikan bagi suatu daerah, terutama dalam hal peningkatan pendapatan lokal dan penciptaan lapangan pekerjaan.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa ada berbagai faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan, di antaranya adalah:

1. Daya Tarik Wisata: Daya tarik suatu destinasi menjadi faktor utama yang menjadi pertimbangan wisatawan. Daya Tarik itu sendiri bisa keaslian lingkungan alam, situs budaya, sejarah, dan kuliner (Sugiarto et al., 2022). Wisatawan cenderung memilih

destinasi yang menawarkan pengalaman unik dan berbeda dari rutinitas sehari-hari.

2. Fasilitas Penunjang: Keberadaan fasilitas seperti hotel, transportasi, restoran, dan tempat hiburan sangat mempengaruhi kenyamanan dan kepuasan wisatawan selama berkunjung (Middelton & Clarke, 2009) Fasilitas yang lengkap dan memadai merupakan salah satu alasan wisatawan memutuskan untuk datang ke suatu destinasi.
3. Promosi dan Pemasaran Destinasi: Promosi yang efektif melalui media sosial, iklan, maupun pameran wisata dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang suatu destinasi. Seperti yang dijelaskan oleh Burhalis & Foerste (2015) strategi pemasaran yang baik dapat membentuk persepsi positif wisatawan terhadap suatu tempat, sehingga mendorong kunjungan.
4. Tren Pariwisata: Tren dalam industri pariwisata juga memiliki dampak terhadap kunjungan wisatawan. Misalnya, tren pariwisata berbasis alam (*eco-tourism*) dan pariwisata kesehatan (*Healing Tourism*) yang semakin populer di kalangan wisatawan modern karena menawarkan pengalaman yang mendekatkan diri dengan alam serta kesehatan fisik dan Mental (Horner & Swarbrooke, 2020) Menurut studi Prayag et al (2017) Keputusan berkunjung dan frekuensi kunjungan mempunyai pengaruh dalam menentukan jumlah wisatawan yang datang ke suatu destinasi. Destinasi yang bisa memberikan pengalaman yang tak terlupakan cenderung memiliki Tingkat kunjungan yang lebih tinggi, oleh sebab itu perlu adanya pengelolaan yang baik untuk menjadi alasan wisatawan memutuskan berkunjung dan meningkatkan frekuensi kunjungan ke suatu destinasi wisata.

2.5 DESA WISATA

Kurniawan (2018) mendefinisikan desa wisata sebagai sebuah konsep yang mengedepankan partisipasi masyarakat

dalam mengelola sumber daya lokal. Masyarakat berperan penting dalam pengambilan keputusan, pengelolaan dan pemanfaatan hasil dari pariwisata. Dan berfungsi sebagai sarana pelestarian budaya dan lingkungan .

Sedangkan menurut Rahmawati (2018) desa wisata merupakan daerah pedesaan yang memiliki potensi khusus sebagai objek wisata, baik dari segi alam, budaya, sejarah maupun aktivitas lokal yang khas. Rahmawati menekankan bahwa keberhasilan desa wisata sangat tergantung pada partisipasi aktif masyarakat dalam mengelola sumber daya lokal serta menjaga keaslian budaya dan tradisi yang ada.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif karena ditujukan untuk mengidentifikasi hubungan antara sejumlah variabel. Menurut Sugiyono (2016), pendekatan kuantitatif deskriptif dimanfaatkan untuk mengkaji keterkaitan antara dua variabel atau lebih. Jenis penelitian ini tergolong sebagai penelitian kausalitas, yaitu studi yang bertujuan untuk menelusuri sejauh mana satu variabel mempengaruhi variabel lainnya.

3.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan proses untuk mengukur sejauh mana item-item dalam kuesioner mampu mencerminkan atau mengukur variabel yang sedang diteliti. Uji ini juga bertujuan untuk menilai sejauh mana isi dari kuesioner layak digunakan dalam mendefinisikan suatu variabel. Suatu pernyataan atau butir pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel, yang berarti item tersebut secara statistik mampu menggambarkan variabel yang dimaksud dengan baik. (Ridwan & Sunarto, 2007).

Dalam pengambilan keputusan uji validitas data dapat dinyatakan valid jika nilai $Sig < 0,05$ dan r hitung $>$ dari r tabel.

Untuk nilai signifikansi dapat dilihat pada kolom Sig (2-tailed) sementara untuk nilai r hitung dapat dilihat pada kolom *Pearson correlation*

3.2 Uji Reliabilitas

Tujuan pengujian reliabilitas untuk menilai seberapa stabil indikator setiap variabel dalam kuesioner. Indikator dianggap stabil atau memenuhi reliabilitas apabila *cronbach Alpha* $> 0,7$

3.3 Analisis Regresi Linier Sederhana

Tujuan Analisis ini adalah Mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, Menurut Ghazali (2021) Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap satu variabel terikat, dimana regresi linier sederhana hanya boleh dilakukan untuk penelitian yang hanya memiliki satu variabel bebas dan satu variabel terikat.

Untuk menganalisis data hasil penilaian ini, peneliti terlebih dahulu menyebarkan kuesioner untuk menguji validitas dan reliabilitas data. untuk mengamati bagaimana pengaruh *Healing Tourism* terhadap Jumlah kunjungan ke desa wisata Dayu

regresi linier sederhana dapat dijelaskan dengan persamaan berikut:

$$Y = a + bX$$

Nilai a dan b dihitung dengan rumus:

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

Dimana:

Y = Jumlah kunjungan wisatawan

X = *Healing Tourism*

a = Konstanta (nilai Y ketika $X = 0$)

b = Koefisien regresi (pengaruh variabel X terhadap variabel Y)

n = jumlah data

$\sum XY$ = jumlah perkalian antara nilai X dan Y

3.4 UJI HIPOTESIS

Uji Hipotesis digunakan dengan tujuan melihat hubungan variabel independen dan variabel dependen sehingga bisa memutuskan untuk menerima atau menolak hipotesis

4. PEMBAHASAN DAN HASI

4.1 UJI VALIDITAS

Pernyataan (X dan Y) Seluruh item menunjukkan nilai korelasi di atas 0,3 (mulai dari 0,350 hingga 0,785), yang berarti memenuhi kriteria validitas. Selain itu, nilai signifikansi semua item sebesar 0,000, yang berarti $< 0,05$. Ini mengindikasikan bahwa seluruh item variabel X signifikan secara statistik dan layak digunakan dalam penelitian

4.2 UJI RELIABILITAS

Nilai **Cronbach's Alpha** menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan pada penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Variabel X memperoleh nilai 0,803 dan variabel Y sebesar 0,789. Kedua nilai tersebut berada di atas ambang batas minimal 0,7 yang menunjukkan bahwa semua indikator dalam kuesioner dinilai konsisten dan dapat dipercaya

4.3 ANALISIS REGRESI LINIER SEDERHANA

Persamaan regresinya adalah :

Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Jumlah kunjungan yang artinya semakin berkembangnya *Healing Tourism* di suatu destinasi wisata maka semakin tinggi pula tingkat kunjungan wisatawan.

4.5 KOEFISIEN DETERMINASI

Sebab penelitian ini menggunakan satu variabel x atau menggunakan regresi linier sederhana sehingga nilai yang dilihat pada tabel adalah nilai R square. Dari nilai R Square (0,216), dapat diartikan bahwa *Healing Tourism* berpengaruh sebesar 21,6% terhadap jumlah kunjungan wisatawan.

$$Y = 11,675 (\alpha) + 0,218 (X) + e$$

Model persamaan regresi tersebut bermakna **Constanta (α) = 11,675** artinya apabila variabel X Constant atau tetap, maka Variabel Y sebesar 11,675

Koefisien arah regresi / β (X) = 0,218 (bernilai positif) berarti apabila Variabel (X) meningkat satu satuan maka Variabel (Y) juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,218

4.4 UJI HIPOTESIS

Nilai signifikansi pada baris "x" adalah 0,000. Nilai ini jauh lebih kecil dari 0,05, sehingga menunjukkan bahwa pengaruh *Healing Tourism* terhadap jumlah kunjungan wisatawan adalah signifikan secara statistik. Berdasarkan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$) dan nilai t hitung (5,114) yang jauh lebih besar dari t tabel (1,661), dapat disimpulkan bahwa variabel *Healing Tourism* berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan. Artinya, semakin berkembang program atau aktivitas *Healing Tourism* di suatu destinasi wisata, maka jumlah kunjungan wisatawan juga akan meningkat secara nyata. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Berdasarkan dua keterangan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *Healing Tourism*

Artinya, jika ada perubahan pada *Healing Tourism*, maka sebesar 21,6% perubahan tersebut akan berdampak pada jumlah kunjungan wisatawan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil olahan data yang dilakukan oleh peneliti di destinasi Embung terpadu Desa Wisata Dayun dapat di tarik kesimpulan Dari hasil uji statistik *Healing Tourism* meskipun tidak dominan namun tetap berpengaruh positif dan signifikan sebesar 21,6% terhadap Jumlah kunjungan

wisatawan di Embung terpadu Desa wisata Dayun.

Pada variabel *Healing Tourism* diperoleh hasil yang menunjukkan aspek lingkungan alam memiliki potensi yang paling besar di destinasi wisata dari aspek lain yang berpengaruh paling besar pada jumlah kunjungan wisatawan di destinasi Embung terpadu Desa Wisata Dayun.

5.2 SARAN

Dari kesimpulan di atas maka peneliti menyampaikan beberapa saran yang dapat digunakan sebagai bahan evaluasi baik bagi pihak pengelola destinasi wisata maupun peneliti selanjutnya:

Untuk meningkatkan potensi *Healing Tourism* di destinasi wisata Dayun sebaiknya harus memperhatikan *Healing Tourism* terutama dalam aspek fasilitas pendukung yang memiliki nilai rata rata paling rendah, sebaiknya pengelolaan fasilitas pendukung lebih ditingkatkan lagi.

Aspek lingkungan alam mempunyai pengaruh yang besar sebagai bahan pertimbangan wisatawan yang mencari pengalaman *healing* sehingga diharapkan pengelolaan dan pemanfaatan lingkungan alam terus dilakukan demi menjaga lingkungan Alam

Pemerintah atau pengelola daerah dapat memberikan dukungan berupa promosi wisata berbasis *healing tourism* di dayun melalui media digital dan event kebudayaan.

Diharapkan kepada peneliti selanjutnya agar lebih mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan penambahan variabel lain atau indikator lain dan menggunakan teknik pengolahan data yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

Burhalis, D., & Foerste, M. (2015). *socomo marketing for travel and tourism empowering co-creation of value.*

Burkat, A. (2006). *Perencanaan ekowisata.* Andi.

Costa, C., Quintela, J., & Mendes, J. (2015). *health and wellness tourism Emergence of a New Market Segment.* Springer.

Dzulfaroh, A. naufal. (2022). *Saat Kata "Healing" Mulai Menggeser Kata "Travelling."*

https://www.kompas.com/tren/read/2022/10/15/080400465/saat-kata-healing-mulai-menggeser-kata-travelling--?utm_source=Various&utm_medium=Referral&utm_campaign=Top_Desktop

Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhil, S. (2017). *Tourism: principal and practice.* pearson education.

Hadiwijoyo, sakti suryo. (2012). *Community based tourism: Pola pengembangan pariwisata berbasis komunitas.* Graha Ilmu. <http://grahailmu.co.id/previewpdf/978-979-756-894-8-914.pdf>

Horner, S., & Swarbrooke, J. (2020). *Consumer behavior in tourism.* routledge. <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781003046721/consumer-behaviour-tourism-susan-horner-john-swarbrooke>

Jain, S. (2021). *Revenge travel: The psychological response to a post-pandemic world.* *Tourism and Hospitality Management.* wiley.

Kurniawan, R. (2018). *pengembangan desa wisata berbasis komunitas.* Andi.

Middelton, V. T. ., & Clarke, J. R. (2009). *Marketing in travel and tourism.* routledge.

Prayag, G., Hosany, S., Muskat, B., & Chiappa, giacomo del. (2017). Understanding the relationship between tourists emotional experience, perceived overall imege, satisfaction, and internation to recommend. *Journal of Travel Research.* <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?a>

bst

ract_id=2783056

Rahmawati, D. (2018). *pengembangan desa wisata berkelanjutan berbasis partisipasi masyarakat*. Andi.

Ridwan, & Sunarto. (2007). *Pengantar Statistika untuk penelitian: pendidikan, sosial, ekonomi, komunikasi dan bisnis*. Alfabeta.

Sugiarto, E., Wiweka, K., & Priyanto, sabda

elisa. (2022). *pengantar ilmu pariwisata*. Dotplus publisher.

Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Wulandini, I., & Halal, H. (2025). “ *Healing* ”: *Pemahaman dan Praktiknya dalam Pariwisata Berdasarkan Konten Media Sosial TikTok*. 9522, 18.