

**ANALISIS HUBUNGAN ANTARA BANGUNAN BERSEJARAH, MITOS, BUDAYA MASYARAKAT LOKAL DENGAN MOTIVASI WISATAWAN BERKUNJUNG DI DAYA TARIK WISATA TAMANSARI YOGYAKARTA**

**Rahmat Abdullah**

STIE “Pariwisata API” Yogyakarta

**Tuti Panghastuti**

STIE “Pariwisata API” Yogyakarta

[panghas64@gmail.com](mailto:panghas64@gmail.com)

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the relationship between historic building variables, myths and cultures of local people to the motivation of visiting in the tourist attraction of Tamansari Castle Yogyakarta. The population in this study are tourists who visit the Castle tourist attraction in 2015. The sampling technique used is non probability sampling with accidental sampling method and sample size of 100 respondents. This research uses questionnaire as research instrument and data analysis technique used is descriptive and quantitative with Pearson correlation method. Result of research based on quantitative analysis indicate that historic building variables, myth and culture of local community have relation to motivation of tourists visiting in Tamansari. This can be shown from the result of correlation analysis where the sig value of the three variables is less than 0.05. based on the criteria, myths and cultural variables local communities have the relationship is with the tourist motivation, where the myth has a correlation coefficient of 0.487 and 0.481 local culture, the correlation value is in the interval  $0.40 \leq r < 0.599$ . Whereas, for the variable historic building has a low correlation with tourist motivation with correlation coefficient 0.383, the correlation value is in the interval  $0.20 \leq r < 0.399$*

*Keywords: historic buildings, myths, local culture, tourist motivation, attraction, Tamansari Castle Yogyakarta*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan variabel-variabel bangunan bersejarah, mitos dan budaya masyarakat lokal terhadap motivasi wisatawan berkunjung di daya tarik wisata Tamansari Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini yaitu wisatawan yang berkunjung di daya tarik wisata Tamansari pada tahun 2015. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling* dan Jumlah sampel yaitu 100 responden. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian dan teknik analisis data dilakukan adalah secara deskriptif dan kuantitatif dengan metode korelasi *Pearson*. Hasil penelitian berdasarkan analisis kuantitatif menunjukkan bahwa variabel bangunan bersejarah, mitos dan budaya masyarakat lokal memiliki hubungan terhadap motivasi wisatawan berkunjung di Tamansari. Hal ini dapat ditunjukkan dari hasil analisis korelasi dimana nilai sig dari ketiga variabel kurang dari 0.05. berdasarkan kriteria, variabel mitos dan budaya masyarakat lokal memiliki hubungan yang sedang dengan motivasi wisatawan, dimana mitos memiliki koefisien korelasi 0.487 dan budaya masyarakat lokal 0.481, yang nilai korelasinya berada pada interval  $0,40 \leq r < 0,599$ . Sedangkan untuk variabel bangunan bersejarah memiliki hubungan yang rendah dengan motivasi wisatawan dengan nilai koefisien korelasi 0.383, yang nilai korelasinya berada pada interval  $0,20 \leq r < 0,399$

Kata Kunci : bangunan bersejarah, mitos, budaya lokal, motivasi wisatawan, daya tarik wisata Tamansari Yogyakarta

## PENDAHULUAN

Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki banyak daya tarik wisata. Memandang Yogyakarta seperti memandang kota yang selalu menginspirasi. Sejarah yang panjang dan kisah yang menarik mengenai kota ini kerap menjadi salah satu alasan banyaknya wisatawan yang berkunjung ke kota ini, (Susanto dan Margana, 2013). Banyaknya warisan budaya yang ada menjadikan kota Yogyakarta mendapat predikat sebagai kota wisata. Untuk lebih mendukung pencitraan tersebut maka Pemerintah lokal melakukan re-branding logo dan tagline kota Yogyakarta yaitu “Jogja Istimewa”.

Hal ini juga bertujuan untuk memenuhi visi Gubernur D.I. Yogyakarta, Sri Sultan Hamengku Buwono X yaitu mewujudkan kota Yogyakarta sebagai destinasi Pariwisata terkemuka se-Asia Tenggara pada tahun 2020. Tentu saja peran Keraton dan Tamansari tidak bisa dielakkan dari kegiatan pariwisata di Yogyakarta. Kedua tempat ini merupakan pusat studi budaya, dan menjadi daya tarik utama wisatawan untuk berkunjung ke Yogyakarta.

Salah satu tujuan wisata budaya di Yogyakarta yang menarik wisatawan adalah Tamansari yang letaknya di sebelah selatan Keraton Kasultanan Yogyakarta. Tamansari dibangun pada masa Sultan Hamengku Buwono II pada tahun 1758 dan selesai pada tahun 1792, arsitek bangunan bersejarah tersebut berasal dari bangsa Portugis, sehingga bangunan tersebut memiliki seni arsitektur Eropa yang sangat kuat, disamping makna–makna simbolik Jawa yang dipertahankan. Namun jika diamati makna unsur bangunan Jawa lebih dominan. Bangunan tersebut bukan hanya sekedar taman Kerajaan, namun juga merupakan tempat peristirahatan sultan dan keluarga kerajaan dalam bentuk water castle, kolam pemandian, kanal air, tempat berolah raga dan hiburan, berlayar, berenang, berburu rusa, tari klasik bedoyo, musik gamelan dan

ruangan–ruangan khusus untuk bermeditasi ditandai dengan dibangunnya sebuah masjid di Pulau Kenanga yang hanya dapat dijangkau melalui dua buah terowongan bawah air serta lorong–lorong bawah tanah yang konon dipercaya tembus sampai pantai selatan yang digunakan sebagai persembunyian apabila mengalami serangan musuh dan juga merupakan jalan Sultan untuk menemui Nyi Roro Kidul yang dipercaya menjadi istri para raja–raja Kasultanan Yogyakarta.

Mitos yang terkandung dalam bangunan Tamansari cukup membuat wisatawan yang berkunjung penasaran, sebagai contoh adalah air pemandian di Tamansari dipercaya bisa membuat kulit mulus dan awet muda, sehingga banyak terdapat wisatawan khususnya domestik yang membasuh muka dengan air kolam pemandian. Selain itu, setiap relief yang ada di bangunan Tamansari mengandung mitos berbeda-beda, salah satunya relief naga yang melambangkan sebagai penjaga bumi. Masyarakat sekitar juga percaya bahwa lorong bawah tanah yang terdapat di Tamansari merupakan jalan tembus ke Pantai Selatan, konon dipakai Sri Sultan untuk menemui Kanjeng Ratu Pantai Selatan. Selain itu, terdapat pula relief Barong dianggap sebagai tolak bala (penyakit, bencana alam, dan lain-lain). Sebenarnya setiap relief dan arsitek bangunan sudah dikonsepsi sebelum pembuatan dan memiliki makna masing-masing, tetapi mitos yang beredar tentang Tamansari justru menjadi penarik motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Tamansari (observasi tanggal 26 April 2015). Berbagai tindakan yang dilakukan oleh pengelola dan aneka atraksi yang ada juga memotivasi calon wisatawan untuk datang ke sebuah destinasi (Priatmoko, 2017)

Kehidupan masyarakat sekitar yang berprofesi sebagai pengrajin batik tulis, pelukis, pemandu wisata lokal dan sebagian merupakan abdi dalem Keraton menjadi daya

tarik atau ciri khas kawasan Tamansari dan tidak ditemukan di destinasi wisata lainnya.

Dari semua keunikan bangunan bersejarah, mitos ditambah budaya masyarakat yang menyertai keberadaan Tamansari dari dulu hingga saat ini menjadikan Tamansari sebagai daya tarik wisata potensial yang memiliki dimensi historical kaya citra yang mendasari motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Tamansari.

*“The ability of an attractive historic environment to draw tourist is established, and revenues from appropriate tourism should be able to finance the restoration and maintenance of historic area”* (Serageldin dalam Nuryanti, 2009). Uraian tersebut memperkuat bahwa historical mampu mempengaruhi motivasi berkunjung ke Tamansari.

## TINJAUAN LITERATUR

### Pariwisata, Wisatawan

Pariwisata merupakan salah satu industri raksasa dunia yang mendorong pertumbuhan sektor ekonomi paling cepat (Diktipari.org, 2010 dalam Prayudi, 2011). Pada tahun 2008, diperkirakan wisatawan di dunia mencapai 920 juta, tetapi karena terjadinya krisis global pada tahun 2009, jumlahnya menurun 4% menjadi 880 juta. Walau terjadi penurunan, industri pariwisata terutama di Asia Pasifik sudah kembali pulih, sehingga pada 2010 kontribusi pariwisata pada PDB mencapai 9,2% (US \$ 5.5751 Milyar) dengan pertumbuhan 0,5% serta menciptakan 235,8 juta kesempatan kerja (8,1% dari kesempatan kerja dunia) (Purwoko Y, 2016)

Dalam Pasal 1 Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata dijelaskan pengertian pariwisata yaitu “berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah”.

Pendit (2006), istilah pariwisata terlahir dari Sansekerta, yang komponennya terdiri dari : pari yang berarti penuh, lengkap dan berkeliling sedangkan wis yang berarti rumah, kampung dan komunitas serta ata yang berarti pergi terus-menerus dan mengembara yang apabila dirangkai akan menjadi satu kata pariwisata yang berarti : pergi secara lengkap meninggalkan rumah (kampung) berkeliling terus-menerus.

Fandeli (2001), pariwisata merupakan keseluruhan kegiatan, proses dan kaitan-kaitan yang berhubungan dengan perjalanan dan persinggahan dari orang-orang di luar tempat tinggalnya serta tidak dengan maksud mencari nafkah.

Menurut Undang-undang Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan disebutkan wisatawan adalah orang yang melakukan wisata. Sedangkan menurut IUOTO (Intenational Union of Official Travel Organization), yang kini UNWTO (The United Nations World Tourism), dalam Suwanto (2009: 4) menggunakan batasan mengenai wisatawan secara umum: Pengunjung (visitor) yaitu setiap orang yang datang ke suatu negara atau tempat tinggal lain dan biasanya dengan maksud apapun kecuali melakukan pekerjaan yang menerima upah.

### Daya Tarik Wisata, Wisata Budaya

Daya tarik wisata sebenarnya adalah kata lain dari obyek wisata, tetapi sesuai dengan Undang-Undang Tahun 2009 tentang kepariwisataan, kata obyek wisata selanjutnya tidak lagi digunakan untuk menyebut suatu destinasi wisata, dan untuk menggantikan kata obyek wisata digunakanlah kata Daya Tarik Wisata.

Menurut Spillane (1987), jenis motif tujuan wisata budaya ini ditandai oleh adanya rangkaian motivasi, seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, mempelajari adat-istiadat, kelembagaan, dan cara hidup masyarakat yang berbeda-beda, mengunjungi monumen bersejarah, peninggalan masa lalu, pusat-pusat kesenian

dan keagamaan, festival seni musik, teater, tarian rakyat dan lain-lain.

Pendit (1999: 42-48), wisata Budaya adalah perjalanan wisata atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan seseorang dengan mengadakan kunjungan atau peninjauan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka.

### **Mitos, Budaya, Motivasi**

Menurut Lukens dalam Danandjaja (2002: 172), mitos merupakan sesuatu yang diyakini bangsa atau masyarakat tertentu yang pada intinya menghadirkan kekuatan-kekuatan supranatural. Mitos sering dikaitkan dengan cerita tentang berbagai peristiwa dan kekuatan, asal-usul tempat, tingkah laku manusia, atau sesuatu yang lain.

Mitos adalah sebuah cerita yang memberikan pedoman dan arah tertentu kepada sekelompok orang (Peursen, 1976: 37). Jadi, mitos dijadikan sebagai pedoman dan arah bagi masyarakat dalam menjalani kehidupan sehari-hari agar berlaku lebih bijaksana. Mitos menjadikan masyarakat pengikutnya menjadi patuh dan taat terhadap ajaran-ajaran yang dianutnya, untuk menciptakan suatu kesadaran akan tingkah laku dan keselarasan dalam hidup bermasyarakat.

Menurut Saxby dalam Nurgiyantoro (2002: 173), menyatakan bahwa mitos muncul pada tiap masyarakat atau kultur berkaitan dengan kebutuhan masyarakat yang bersangkutan untuk menjawab berbagai persoalan yang tidak diketahuinya. Mitos hadir untuk memenuhi dan memuaskan rasa ingin tau, memenuhi kebutuhan religi yang dipergunakan untuk mengatur kehidupan. Oleh karena itu, mitos dipandang sebagai sesuatu yang keramat, kemudian menjadi cerita rakyat yang diwariskan secara turun-temurun. Terlepas dari adanya orang yang mempertanyakan atau menolak kebenarannya, mitos tetap saja dijadikan sebagai tempat pencarian yang bersifat

spiritual terhadap masalah kebenaran dan kehidupan.

Budaya menurut Koentjaraningrat (2005: 12), mengemukakan budaya di dalam sanskerta budhi (buddhayah) adalah bentuk jamaknya, dan dengan demikian “Kebudayaan” dapat diartikan “Pikiran dan akal”. Kebudayaan merupakan keseluruhan yang kompleks, yang di dalamnya terkandung pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kemampuan-kemampuan lain yang didapat seseorang sebagai anggota masyarakat.

Lowie (1937: 3) mengungkapkan bahwa kebudayaan adalah segala sesuatu yang diperoleh individu dari masyarakat, mencakup kepercayaan, adat-istiadat, norma-norma artistik, kebiasaan makan, keahlian yang diperoleh bukan karena kreativitasnya sendiri, tetapi warisan masa lampau yang didapat melalui pendidikan formal atau informal.

Motivasi berarti sesuatu hal yang menimbulkan dorongan atau keadaan yang menimbulkan dorongan. Jadi motivasi dapat pula diartikan faktor yang mendorong orang untuk bertindak dengan cara tertentu (Manullang, 1982). Secara leksikal motivasi berarti kecenderungan didalam diri seseorang secara sadar atau tidak sadar melakukan tindakan dengan tujuan tertentu, atau usaha-usaha yang menyebabkan seseorang atau kelompok orang tergerak untuk melakukan sesuatu karena ingin mencapai tujuan yang dikehendaki (As'ad, 1995).

Motivasi adalah hasil proses-proses yang bersifat internal atau eksternal bagi seseorang individu yang menimbulkan sikap entusias dan persistensi untuk mengikuti arah tindakan-tindakan tertentu (Winardi, 2002).

### **METODE, DATA, DAN ANALISIS**

Penelitian ini untuk mengetahui hubungan variabel yang terdiri dari bangunan bersejarah, mitos dan budaya masyarakat lokal, dengan motivasi wisatawan berkunjung di daya tarik wisata Tamansari

Yogyakarta. Dalam penelitian ini menggunakan empat variabel, yaitu : Bangunan Bersejarah (X1), Mitos (X2), Budaya Masyarakat Lokal (X3), yang akan dianalisis, apakah memiliki hubungan atau tidak dengan satu variabel yaitu motivasi wisatawan berkunjung ke Tamansari Yogyakarta (X4). Populasi dalam Penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata Tamansari Yogyakarta.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *nonprobability sampling*, dengan metode *Accidental Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dan dipandang orang tersebut cocok dan dapat dijadikan sebagai sumber data (Sugiyono, 1999).

Dalam penelitian menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian, sedangkan sumber data yang digunakan adalah data primer atau data langsung dari lapangan, dan data sekunder yang tidak langsung diperoleh dari sumber pertama dan telah tersusun dalam bentuk dokumen tertulis.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Rumusan statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis pada penelitian ini, menggunakan rumus korelasi Product Moment dari Pearson dengan Two Tail Technical. Hal itu karena data penelitian ini berupa data skala dan berdistribusi normal dengan menggunakan uji statistik parametrik serta teknik penelitian korelasional.

**Analisis Deskriptif Hubungan Antara Bangunan Bersejarah dan Motivasi Wisatawan**

**Tabel 1. Output Analisis Korelasi**

Correlations		
	Bangunan_b ersejarah	Motivasi_ Wistwn
Banguna n_Bersej	Pearson Correlation	1
		.383**

arah	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Motivasi	Pearson Correlation	.383**	1
Wistwn	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Analisis Deskriptif Hubungan Antara Mitos dan Motivasi Wisatawan**  
**Tabel 2. Output Analisis Korelasi**

Correlations			
		Motivasi_ Wistwn	Mitos
Motivasi_ Wistwn	Pearson Correlation	1	.487**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Mitos	Pearson Correlation	.487**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Analisis Deskriptif Hubungan Antara Budaya Masyarakat Lokal dan Motivasi Wisatawan**

**Tabel 3. Output Analisis Korelasi**

Correlations			
		Motivasi_ Wistwn	Budaya_Lok al
Motivasi_Wi stwn	Pearson Correlation	1	.481**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Budaya_Lok al	Pearson Correlation	.481**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil uji hipotesis yang didapatkan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. Output Analisis Korelasi**

Correlations					
		Bangunan Bersejarah	Mitos	Budaya Lokal	Motivas i wisataw an
Banguna nBerseja rah	Pearson Correlati on	1	.383**	.367**	.383**
	Sig. (2- tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Mitos	Pearson Correlati on	.383**	1	.377**	.487**
	Sig. (2- tailed)	.000		.000	.000

	N	100	100	100	100
Budaya_	Pearson				
Lokal	Correlati	.367**	.377**	1	.481**
	on				
	Sig. (2-	.000	.000		.000
	tailed)				
	N	100	100	100	100

Motivasi	Pearson				
_wisata	Correlati	.383**	.487**	.481**	1
wan	on				
	Sig. (2-	.000	.000	.000	
	tailed)				
	N	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari hasil analisis di atas menunjukkan bahwa motivasi berkunjung wisatawan ke daya tarik wisata Tamansari Yogyakarta memiliki hubungan dengan variabel Bangunan Bersejarah (X1), Mitos (X2) dan Budaya Masyarakat Lokal (X3). Variabel Mitos (X2) memiliki hubungan yang paling tinggi dengan motivasi berkunjung wisatawan di Tamansari dibandingkan dengan dua variabel lainnya.

Hal ini menunjukkan bahwa mitos yang dimiliki oleh Tamansari yaitu simbol naga yang melambangkan sebagai penjaga bumi, mitos tentang air di kolam pemandian yang mampu membuat awet muda dan terowongan bawah tanah yang konon dipercaya menuju ke Pantai Selatan menjadi faktor penarik motivasi wisatawan untuk mengunjungi daya tarik wisata Tamansari Yogyakarta.

Mitos hadir untuk memenuhi dan memuaskan rasa ingin tahu, memenuhi kebutuhan religi yang dipergunakan untuk mengatur kehidupan. Mitos-mitos yang ada di Tamansari muncul untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang berkaitan dengan bangunan Tamansari itu sendiri, sebagai contoh relief naga di Gapura Panggung yang ada di Tamansari kemudian berkembang menjadi mitos bahwa naga tersebut melambangkan sebagai penjaga bumi. Hal ini sesuai dengan pendapat dari Saxby dalam Nurgiyantoro (2002: 173), menyatakan bahwa mitos muncul pada tiap masyarakat atau kultur berkaitan dengan kebutuhan masyarakat yang bersangkutan untuk menjawab berbagai persoalan yang tidak diketahuinya. Mitos yang dimiliki Tamansari berkembang menjadi keunikan yang mampu menarik motivasi wisatawan mengunjungi Tamansari.

Meskipun variabel bangunan bersejarah memiliki korelasi pearson yang rendah sebesar 0.383, variabel bangunan bersejarah masih memiliki hubungan dengan motivasi wisawatan domestik dan mancanegara yang mengunjungi daya tarik wisata Tamansari.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan hubungan antara bangunan bersejarah, mitos, budaya masyarakat lokal dengan motivasi wisatawan berkunjung di daya tarik wisata Tamansari Yogyakarta dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian dengan analisis korelasi pearson menunjukkan bahwa:

1. Variabel bangunan bersejarah (X1) memiliki hubungan positif dan signifikan dengan motivasi wisatawan (X4) berkunjung di daya tarik wisata Tamansari Yogyakarta. Hubungan ini berada pada interval rendah dalam kriteria koefisien korelasi pearson
2. Variabel mitos (X2) memiliki hubungan positif dan signifikan dengan motivasi wisatawan (X4) berkunjung di daya tarik wisata Tamansari Yogyakarta. Hubungan ini berada pada interval sedang dalam kriteria koefisien korelasi pearson
3. Variabel budaya masyarakat lokal (X3) memiliki hubungan positif dan signifikan dengan motivasi wisatawan (X4) berkunjung di daya tarik wisata Tamansari Yogyakarta. Hubungan ini berada pada interval sedang dalam kriteria koefisien korelasi pearson

## SARAN

Berdasarkan observasi dan hasil penelitian yang telah di jelaskan sebelumnya, disarankan agar maintenance untuk bangunan daya tarik wisata Istana Air Tamansari lebih ditingkatkan. Maintenance yang sebaiknya diperhatikan antara lain:

1. Membersihkan coret – coretan yang tidak berguna di bangunan Tamansari, atau memberikan sanksi kepada pelaku aksi vandalisme di daya tarik wisata Tamansari.
2. Membersihkan lumut yang terlihat di kolam pemandian Tamansari.
3. Mengganti peta lokasi kunjungan Tamansari agar lebih terbaca dan informatif.
4. Sebaiknya tanda petunjuk jalan yang ada di pinggir jalan masuk ke Tamansari diperbesar sehingga memudahkan wisatawan untuk menemukan daya tarik wisata Tamansari.
5. Sebaiknya tanda petunjuk arah di dalam kompleks Tamansari juga diganti agar lebih informatif bagi wisatawan.
6. Sebaiknya dibangun loket atau counter yang menawarkan jasa pemandu wisata, agar lebih tertata.
7. Sebaiknya Pemandu wisata diberikan pembekalan secara serentak mengenai bahasa inggris dan cerita sejarah pembangunan Tamansari agar informasi yang diterima oleh wisatawan tidak simpang siur dan berbeda-beda antara guide yang satu dengan guide yang lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachmat, I. dan Maryani, E. 1998. Geografi Ekonomi. Bandung: Pendidikan Geografi FPIPS UPI.
- Arikunto, S. 2002. Prosedur Penelitian – Suatu Pendekatan Praktek, Cetakan Kedua Belas (Edisi Revisi V). Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- As'ad, M. 1995. Psikologi Industri. Yogyakarta: Liberty
- Danandjaja, J. 2002. Folklor Indonesia. Jakarta: Grafiti
- Echols, J.M. dan Shadily, H. 1993. Kamus Inggris Indonesia. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Endraswara, S. 2006. Penelitian Kebudayaan. Yogyakarta: Pustaka Widyatama.
- Fandeli, C. 2001. Dasar - Dasar Manajemen Kepariwisata Alam. Yogyakarta: Liberty.
- Fang, L.K. 1976. Sejarah Kesusastraan Melayu Klasik. Singapura: Pustaka Nasional.
- Geddes dan Grosset. 2003. Webster's Universal Dictionary And Thesaurus, Scotland.
- Ghozali, I. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hayati, E. 2013. Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Candi Muara Takus Tepatnya Di Desa Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Pekanbaru: Usaha Perjalanan Wisata FISIP. Universitas Riau.
- Howard, P. 2003. Heritage: Management, Interpretation, Identity. New York-London: Continuum.
- Indrianto, N. dan Supomo, B. 2002. Metodologi Penelitian Bisnis. Yogyakarta: BPPE
- Koentjaraningrat. 2011. Pengantar Antropologi I. Jakarta: Rineka Cipta.
2005. Pengantar Antropologi II Pokok – Pokok Etnografi, Jakarta: Rineka Cipta.
- Lewar, A.A. 2013. Analisis Hubungan Antara Fasilitas, Aksesibilitas, Pelayanan, Kenyamanan, Obyek Dan Daya Tarik Wisata, Dengan Minat Berkunjung Di Obyek Wisata Religi Gereja Hati Kudus Yesus Ganjuran

- Desa Sumbermulyo Bantul, Yogyakarta. Yogyakarta: Program Studi Manajemen (Manajemen Pariwisata). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata “API”.
- Lowie, R.H. (1937). *The History of Ethnological Theory*. United State Of America: The Kingsport Press.
- Manullang, M. 1982. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Maslow, A.H. 1994. *Motivasi dan Kepribadian 1 (Teori Motivasi dengan Pendekatan Hierarki Kebutuhan manusia)*. Jakarta: PT.PBP
- Nurgiyantoro, B. 2002. *Teori Pengkajian Fiksi*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada Press. 2005. *Sastra Anak Pengantar Pemahaman Dunia Anak*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Oxford Advanced Lerner's Dictionary. 2005. Oxford: Oxford University Press.
- Pendit, N.S. 2006. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita. 1999. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Peursen, V. 1976. *Strategi Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius. 1988. *Strategi Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Pickard, R. 2001. *Policy And Law In Heritage Conservation*. London: Span Press.
- Pitana, G. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta
- Pizam, A. dan Milman. 1984. “The Social Impacts of Tourism”: *Industry And Environment*. Nairobi: UNEP publication. Vol. 7, No.1.
- Priatmoko, S. (2017). Pengaruh Atraksi, Mediasosial, Dan Infrastruktur Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Desa Wisata Pentingsari Yogyakarta. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 8(1), 72–82.
- Purwoko, Y., M Baiquni, M. A., & Arch, M. (2016). *Strategi Pemasaran Pengusaha Event Organizer Dalam Pariwisata Mice Di Yogyakarta*(Doctoral Dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Randan, M. 2009. *Analisis Pengaruh Daya Tarik Bangunan Bersejarah, Aksesibilitas, Fasilitas/Akomodasi Terhadap Keputusan Berwisata Ke Benteng Fort Rotterdam Makassar Sulawesi Selatan*. Yogyakarta: Program Studi Manajemen (Manajemen Pariwisata). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata “API”.
- Saputra, W.P. 2013. *Hubungan Daya Tarik Obyek Wisata Dengan Motivasi Berkunjung Wisatawan Kampung Ladang Kabupaten Sumedang*. Bandung: Program Studi Manajemen Resort & Leisure. Universitas Pendidikan Indonesia
- Spillane, J.J. 1987. *Pariwisata Indonesia Sejarah Dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sugiarto, E. dan Kusmayadi. 2000. *Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 1999. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV. Alfabeta. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: CV. Alfabeta. 2012. *Metode Penelitian Kauntitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: CV. Alfabeta. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sujarweni, W. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Susanto, M. dan Margana, S. 2013. *AMBARRUKMO From Royal Garden, Royal Palace Residence To World Class Hotel*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Suwantoro, G. 2009. *Dasar – Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Publishing
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor  
11 Tahun 2010 Tentang Cagar Budaya.

Veth, P.J. 1875. Java: Geographis:  
Ethnologish, Historisch, Haarlem,  
Erven F. Bohn.

Watson, C.J., Ballingsley, P., Croft, D.J., dan  
Hundsberger, D.V. 1993. Statistic For  
Manajement And Economics.

Englewood Cliffs, NJ, USA: Prentice  
Hall, Inc.

Winardi, J. 2002. Motivasi Dan  
Permotivasian Dalam Manajemen.  
Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.