

**Analisis Kepuasan Pengunjung Terhadap Terapan *Visitor Management*
Di Kawasan Candi Prambanan Dengan Metode *Importance Performance*
*Analysis***

Novi Irawati

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo (STIPRAM) Yogyakarta

irawati_novie@yahoo.co.id

ABSTRACT

Prambanan Temple also known as Roro Jonggrang Temple is the biggest Hinduism temple in Indonesia. It was built in the 9th century AD. This tourism destination has become one of the most popular tourism destinations with high number visitor visits whether local or foreign. With its large site coverage, visitor management analyzes are needed as one of the most important factors to maximize the visitor number and to minimize the negative impact that can be occurred. The purpose of this research is to determine some indicators of visitor management that affects the visitor satisfaction valuation. The research method is by using importance performance analysis. The valuation result will become the basis of the Prambanan temple sustainable development plan in the future. So that, the satisfaction and memorable value of the visitor would be improved as well as the number of the visitor, and also it can educate the visitor about the heritage conservation value at the same time.

Keywords: visitor management, Prambanan temple, maximize the visitor, minimize negative impact.

ABSTRAK

Candi Prambanan atau Candi Roro Jonggrang adalah candi Hindu terbesar di Indonesia yang dibangun pada abad ke-9 Masehi. Obyek wisata ini menjadi salah satu destinasi wisata favorit yang banyak dikunjungi wisatawan baik dari dalam maupun dari luar daerah Yogyakarta. Kawasan Candi yang cukup luas diperlukan analisa Visitor management sebagai salah satu factor penting yang dilakukan untuk dapat memaksimalkan kunjungan dan meminimalkan dampak negative yang ditimbulkan dari pengunjung dikawasan cagar budaya. Penelitian ini menguraikan beberapa indicator sebagai penilaian kepuasan pengunjung terhadap terapan visitor management dikawasan Candi Prambanan. Adapun metode analisa yang digunakan dengan metode importance performance analysis. Dari penilaian tersebut diharapkan menjadi acuan pengembangan berkelanjutan dikawasan Candi Prambanan, sehingga para wisatawan dapat lebih merasakan kepuasan dan bernilai kenangan terhadap kunjungan yang sudah dilakukan, adanya peningkatan kapasitas jumlah kunjungan, serta dapat tereduksi dalam pelestarian nilai cagar budaya dikawasan bangunan bersejarah.

Kata kunci: Visitor Management, Candi Prambanan, Memaksimalkan kunjungan, Minimalisasi dampak

PENDAHULUAN

Candi Prambanan merupakan kompleks candi Hindu terbesar di Indonesia yang memiliki nilai sejarah tinggi dan masuk sebagai cagar budaya yang perlu dilestarikan. Candi Prambanan juga sebagai salah satu destinasi yang memberikan kontribusi penghasilan asli daerah terbesar di Yogyakarta. Dengan potensi yang besar, obyek wisata ini memiliki tingkat kunjungan yang dirasa cukup tinggi. Berdasarkan data yang didapat dari Kantor Unit TWC Prambanan, sebanyak 248.203 wisatawan berkunjung ke Candi Prambanan mulai dari tanggal 22 Desember sam tanggal 1 Januari 2019. Kunjungan liburan akhir tahun ini meningkat sebesar 8 persen dari tahun lalu yang berada pada angka 219.993 orang. Jumlah pengunjung terbanyak jatuh pada tanggal 30 Desember 2018 yang mendatangkan wisatawan sebanyak 27.442 orang.

Kunjungan ke kompleks Candi Prambanan masih menjadi magnet wisatawan, terutama wisatawan lokal. Hal ini terbukti dari data pengunjung wisatawan lokal pada tahun 2018 sebanyak 32.615 orang. Beragam ide dan kreasi yang ditawarkan oleh pihak TWC Prambanan, seperti paket wisata terhubung ke beberapa candi yang ada disekitarnya seperti Candi Ratu Boko, Candi Plaosan, Candi Sojiwan dan bahkan Candi Borobudur menambah daya minat wisatawan. Respon baik wisatawan terhadap paket-paket yang ditawarkan dibuktikan dengan meningkatnya wisatawan yang mengakses paket tersebut.

Kawasan Candi Prambanan yang merupakan situs cagar budaya sangat ditekankan perihal pelestarian. Banyaknya wisatawan yang datang dengan system control yang kurang dapat memberikan dampak negative terhadap situs cagar budaya tersebut. Dengan adanya peningkatan minat kunjungan wisatawan yang tinggi maka perlu dijabarkan bagaimanakah performa kepuasan wisatawan terhadap terapan visitor management di Kawasan Candi Prambanan.

Selain itu penelitian ini diperlukan untuk mengetahui secara detail tentang performa terapan Visitor Management di Kawasan Candi Prambanan yang bertujuan untuk memaksimalkan kunjungan dan meminimalkan dampak negative kunjungan. Sehingga didapatkan sebuah strategi pengembangan yang tepat untuk mengatasi kedua pendekatan tersebut. Dan akan memberikan dampak positif untuk para wisatawan disetiap kunjungan yang dilakukan dapat memberikan kenangan yang berkesan sekaligus tereduksi ketika berada dikawasan tersebut sehingga selalu ingin melakukan kunjungan kembali. Yang akhirnya akan berdampak baik terhadap produk wisata yang ditawarkan dan juga pemasarannya akan lebih meningkat.

TINJAUAN LITERATUR

Manajemen Kunjungan

Menurut Half dan Mc Arthur (1993) dalam Buku Laporan Kajian Visitor Management Candi Prambanan tahun 2011 dan Tesis Evaluasi Manajemen Pengunjung Studi Kasus Taman Wisata Candi Prambanan, 2014 visitor management sebagai pengelolaan pengunjung pada suatu destinasi wisata baik itu berupa situs penginggalan sejarah maupun daya tarik wisata berbasis alam yang berorientasi pada upaya memaksimalkan kualitas pengalaman kunjungan serta meminimalkan dampak kunjungan pada obyek sejarah tersebut.

Eagles dan Mc Cool (2002) Visitor management sebagai kegiatan yang bersifat administrative untuk memelihara kualitas sumberdaya wisata alam dan kualitas pengalaman kunjungan. Mc. Cool memiliki 2 pertanyaan mendasar yaitu :

- a. Apa yang dapat dilakukan untuk memperkaya kualitas kunjungan?
- b. Bagaimana dampak atas kunjungan dikelola sampai pada taraf yang dapat diterima sesuai dengan hasil yang diharapkan?

Sedangkan Eagles lebih mendekatkan pada orientasi pasar yaitu terkait perencanaan, penyediaan pelayanan dengan pertimbangan motivasi, persepsi dan kepuasan kunjungan.

Produk Wisata

Produk pariwisata jika dibanding dengan jenis-jenis produk barang dan jasa lainnya memiliki ciri-ciri, dan bentuk yang berbeda. Adapun produk wisata menurut Burkat dan Medlik yaitu produk pariwisata dapat merupakan suatu susunan produk yang terpadu, yang terdiri dari objek dan daya tarik wisata, transportasi, akomodasi dan hiburan, dimana tiap unsur produk pariwisata dipersiapkan oleh masing-masing perusahaan dan ditawarkan secara terpisah kepada konsumen (wisatawan/tourist). Sedangkan menurut Suswantoro (2007:75) pada hakekatnya pengertian produk wisata adalah keseluruhan pelayanan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati wisatawan semenjak ia meninggalkan tempat tinggalnya sampai ke daerah tujuan wisata yang dipilih dan sampai kembali kerumah dimana ia berangkat semula.

Objek Wisata

Objek wisata adalah segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang ingin datang berkunjung ke tempat tersebut. Objek dan daya tarik wisata menurut Undang-undang No 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan yaitu daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan dan daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata. Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Pariwisata adalah segala sesuatu yang berkenaan dengan wisata, termasuk objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata. Inti atau komponen pariwisata yaitu:

- Atraksi/ *attraction* seperti atraksi alam, budaya dan buatan.
- Amenitas/ *amenities* berhubungan dengan fasilitas atau akomodasi
- Aksesibilitas/ *accebilities* berhubungan dengan segala jenis transportasi, jarak atau kemudahan pencapaian. Serta unsur pendukung lainnya (masyarakat, pelaku industry pariwisata, dan institusi pengembangan) yang membentuk sistem yang sinergis dalam menciptakan motivasi kunjungan serta totalitas pengalaman kunjungan wisatawan. (Kamus Besar Bahasa Indonesia Depdikbud;1995;628).

Berdasarkan definisi diatas maka objek wisata adalah tempat yang dikunjungi dengan berbagai keindahan yang didapatkan, tempat untuk melakukan kegiatan pariwisata, tempat untuk bersenang – senang dengan waktu yang cukup lama demi mendapatkan kepuasan, pelayanan yang baik, serta kenangan yang indah di tempat wisata.

Unsur Penting Objek Wisata

a. Daya Tarik

Daya tarik merupakan faktor utama yang menarik wisatawan mengadakan perjalanan mengunjungi suatu tempat, baik suatu tempat primer yang menjadi tujuan utamanya, atau tujuan sekunder yang dikunjungi dalam suatu perjalanan primer karena keinginannya untuk menyaksikan, merasakan, dan menikmati daya tarik tujuan tersebut. Sedangkan daya tarik sendiri dapat diklasifikasikan ke dalam daya tarik lokasi yang merupakan daya tarik permanen.

b. Prasarana Wisata

Prasarana wisata ini dibutuhkan untuk melayani wisatawan selama perjalanan wisata. Fasilitas ini cenderung berorientasi pada daya tarik wisata di suatu lokasi, sehingga fasilitas ini harus terletak dekat

dengan objek wisatanya. Prasarana wisata cenderung mendukung kecenderungan perkembangan pada saat yang bersamaan. Prasarana wisata ini terdiri dari:

- 1) Prasarana akomodasi
Prasarana akomodasi ini merupakan fasilitas utama yang sangat penting dalam kegiatan wisata. Proporsi terbesar dari pengeluaran wisatawan biasanya dipakai untuk kebutuhan menginap, makan dan minum. Daerah wisata yang menyediakan tempat istirahat yang nyaman dan mempunyai nilai estetika tinggi, menu yang cocok, menarik, dan asli daerah tersebut merupakan salah satu yang menentukan sukses tidaknya pengelolaan suatu daerah wisata.
- 2) Prasarana pendukung
Prasarana pendukung harus terletak ditempat yang mudah dicapai oleh wisatawan. Pola gerakan wisatawan harus diamati atau diramalkan untuk menentukan lokasi yang optimal mengingat prasarana pendukung akan digunakan untuk melayani mereka. Jumlah dan jenis prasarana pendukung ditentukan berdasarkan kebutuhan wisatawan.
- 3) Sarana Wisata
Sarana Wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Pembangunan sarana wisata di daerah tujuan wisata maupun objek wisata tertentu harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan, baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Lebih dari itu, selera pasar pun dapat menentukan tuntutan berbagai sarana yang dimaksud. Berbagai sarana wisata yang harus disediakan di daerah tujuan wisata antara lain biro perjalanan, alat transportasi, alat komunikasi, serta sarana pendukung lainnya. Tidak semua objek wisata memerlukan sarana yang sama atau lengkap.

Pengadaan sarana wisata tersebut harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan.

4) Infrastruktur

Infrastruktur adalah situasi yang mendukung fungsi sarana dan prasarana wisata, baik yang berupa sistem pengaturan maupun bangunan fisik diatas permukaan tanah dan dibawah tanah, seperti: sistem pengairan, sumber listrik dan energi, sistem jalur angkutan dan terminal, sistem komunikasi, serta sistem keamanan atau pengawasan. Infrastruktur yang memadai dan terlaksana dengan baik di daerah tujuan wisata akan membantu meningkatkan fungsi sarana wisata, sekaligus membantu masyarakat dalam meningkatkan kualitas hidupnya.

METODE, DATA, DAN ANALISIS

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan teknik pengampilan sampel *Purposive Sampling*. Menurut (Arikunto:2006) *purposive sampling* adalah pengambilan sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan sampel yang diperlukan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yang terdiri dari 22 item pernyataan dan disebarkan kepada 20 responden yaitu para pengunjung dan pihak pengelola Candi Prambanan. Serta menggunakan teknik pengumpulan data studi kepustakaan dengan cara mengumpulkan informasi dari penelitian terdahulu, jurnal-jurnal, buku dan situs website yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun teknik analisis data dengan skala linkert dan *Important Performance Analysis*.

Skala Likert

Menurut Sugiyono (2011:22) dalam GN Romanti, 2018 menyatakan analisis deskriptif merupakan analisis yang mengemukakan tentang data diri responden, yang diperoleh dari jawaban responden melalui kuesioner. Kemudian, data yang

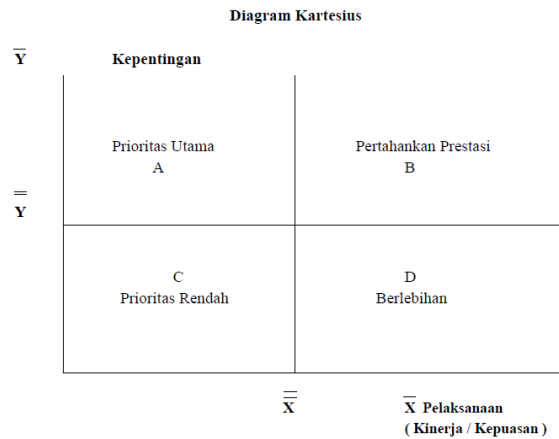
diperoleh dari jawaban responden tersebut dihitung persentasinya. Analisis deskriptif dalam penelitian pada dasarnya mengemukakan proses transformasi data penelitian dalam bentuk tabulasi sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan.

Analisis deskriptif berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel populasi. Sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum. Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan informasi mengenai karakteristik variabel penelitian yang utama dan data demografi responden.

Sugiyono (2012) dalam W. Ilmi, 2017 menerangkan bahwa skala Likert digunakan untuk mengukur sikap atau pendapat seseorang atau sejumlah kelompok terhadap sebuah fenomena sosial yang dimana jawaban setiap item instrumen mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Dengan skala likert variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Importance Performance Analysis (IPA)

Menurut Tjiptono (2011) teknik ini dikemukakan pertama kali oleh Martilla dan James pada tahun 1977 dalam artikel mereka "*Importance-Performance Analysis*" yang dipublikasikan di *Journal of Marketing*. Pada teknik ini, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan dan kinerja perusahaan, kemudian nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja tersebut dianalisis pada *Importance-Performance Matrix*, yang mana sumbu x mewakili persepsi sedangkan sumbu y mewakili harapan. Maka akan didapat hasil berupa empat kuadran sesuai gambar berikut:



Sumber: Ong & Jati, 2014.

Gambar.1. Matriks *Importance Performance Analysis*

Adapun interpretasi dari kuadran tersebut adalah sebagai berikut:

a. Prioritas Utama (*Concentrate Here*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan atau diharapkan konsumen akan tetapi kinerja perusahaan dinilai belum memuaskan sehingga pihak perusahaan perlu berkonsentrasi untuk mengalokasikan sumber dayanya guna meningkatkan performa yang masuk pada kuadran ini.

b. Pertahankan Prestasi (*Keep Up The Good Work*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan atau diharapkan konsumen dan kinerja perusahaan dinilai sudah memuaskan sehingga perlu dipertahankan performanya.

c. Prioritas Rendah (*Low Priority*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap mempunyai tingkat persepsi atau kinerja aktual yang rendah dan tidak terlalu penting dan atau tidak terlalu diharapkan oleh konsumen sehingga perusahaan tidak perlu memprioritaskan atau memberikan perhatian lebih pada faktor-faktor tersebut.

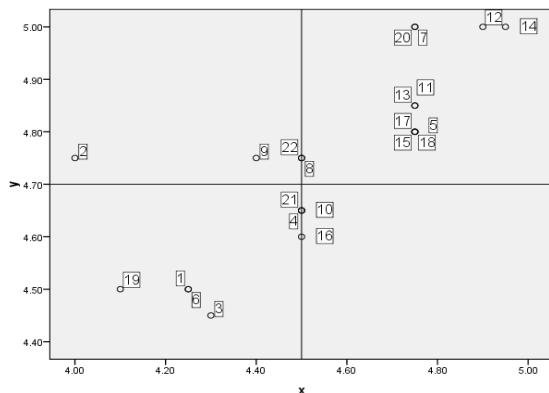
d. Berlebihan (*Possibly Overkill*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh pelanggan sehingga perusahaan lebih baik

mengalokasikan sumber daya yang terkait pada faktor tersebut kepada factor lain yang lebih memiliki tingkat prioritas lebih tinggi.

HASIL DAN PEMBAHASAAN

Dengan menggunakan data penelitian dilakukan pemetaan dari nilai realita (x) dan ekspektasi (y), dari hasil tersebut maka terbentuk matriks yang terdiri dari empat buah kuadran yang masing-masing kuadran menggambarkan skala prioritas dalam mengambil kebijakan baik berupa peningkatan kinerja atau mempertahankan kinerja pada pengelolaan Candi Prambanan. Berikut adalah data sebaran realita dan ekspektasi pengelola :



Sumber : Analisa Data Peneliti 2019

Gambar.2. Analisa Data Penelitian

Dari gambar hasil pengolahan data penelitian menggunakan matriks *Importance Performance Analysis* maka di peroleh hasil sebagai berikut :

1. Kuadran A

Kuadran A menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap penting oleh pengunjung namun belum terlaksana dengan baik oleh pengelola Candi Prambanan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- Aktraksi wisata yang ada sangat beragam
- Petunjuk arah menuju lokasi Candi Prambanan sudah sangat jelas

- Kualitas petugas dalam pelayanan dan ekspektasi terhadap atraksi wisata Candi Prambanan sangat mumpuni.

Dengan demikian item-item tersebut menjadi skala prioritas utama pengelola untuk diperbaiki.

2. Kuadran B

Kuadran B menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap penting dan memuaskan pengunjung yang sudah dilaksanakan dengan baik oleh pengelola Candi Prambanan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- Candi Prambanan suatu destinasi wisata budaya dan dapat menambah wawasan tentang peninggalan sejarah
- Kualitas petugas dalam pelayanan dan ekspektasi terhadap atraksi wisata Candi Prambanan sangat mumpuni
- Banyaknya jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung tidak merusak lingkungan sekitar dan tidak mengganggu aktivitas lainnya bagi wisatawan ataupun pengelola
- Fasilitas yang terdapat di Candi Prambanan sangat baik dan wisatawan mampu bekerja sama dengan pengelola dalam merawat atau tidak merusak fasilitas - fasilitas tersebut
- Ketersediaan fasilitas di Candi Prambanan sangat lengkap dan membuat nyaman
- Jalan menuju Candi Prambanan mudah ditempuh
- Kondisi jalan raya dari pusat kota menuju Candi Prambanan dalam kondisi baik
- Petunjuk jalan dan tanda - tanda larangan di sepanjang Candi Prambanan tersedia dan mudah dipahami oleh wisatawan
- Transportasi dari pusat kota menuju Candi Prambanan tersedia dan dapat ditemukan dengan mudah
- Zona atau kawasan yang tidak boleh dimasuki oleh wisatawan terjaga dan terpantau dengan keamanan yang baik

Dengan demikian item-item tersebut perlu dipertahankan kinerjanya oleh pihak pengelola.

3. Kuadran C

Kuadran C menunjukkan faktor yang dianggap kurang penting oleh pengunjung dan belum terlaksana dengan baik oleh pengelola Candi Prambanan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- a. Petunjuk arah terhadap masing-masing alur atraksi wisata jelas mudah dipahami
- b. Semua aktraksi wisata Candi Prambanan sangatlah unik dan beda dari yang lainnya
- c. Pemandangan Candi Prambanan pada destinasi wisata sangat indah dan menarik
- d. Mengunjungi Candi Prambanan dapat menciptakan kepuasan tersendiri
- e. Pengelolaan Zonasi pada Candi Prambanan sudah berjalan dengan baik agar wisatawan terbagi - bagi dan tidak hanya fokus pada satu titik atau satu objek saja
- f. Bangunan yang ada disekitar Candi Prambanan mempunyai fungsi yang relevan terhadap situs Candi Prambanan

Dengan demikian item-item tersebut berlebihan dilaksanakan oleh pengelola, untuk itu lebih baik pihak pengelola mengalokasikan sumber dayanya untuk prioritas utama terlebih dahulu.

4. Kuadran D

Kuadran D menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap kurang penting namun dilaksanakan dengan berlebihan oleh pengelola Candi Prambanan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- a. Waktu kunjungan yang diberikan cukup untuk menikmati keindahan Candi Prambanan
- b. Kondisi jalan disekitar lingkungan obyek wisata dalam kondisi baik

KESIMPULAN

Dari penelitian ini makan dapat ditarik kesimpulan yaitu, dalam peningkatan kualitas layanan dikawasan Candi Prambanan, pihak pengelola sudah sangat memperhatikan kepuasan pengunjung. Hasil ini dapat dilihat dari posisi kuadran B lebih dominan adanya atribut-atribut penilaian yang menunjukan faktor atau atribut yang dianggap penting dan memuaskan pengunjung yang sudah dilaksanakan dengan baik oleh pengelola Candi Prambanan.

SARAN

Saran yang dapat diambil dari adanya penelitian ini yaitu, perlu adanya perhatian khusus pada dua hal yang perlu ditingkatkan pelayanannya yakni:

1. Waktu kunjungan yang diberikan cukup untuk menikmati keindahan Candi Prambanan dan kondisi jalan disekitar lingkungan obyek wisata yang perlu lebih ditingkatkan kembali.
2. Kedua hal ini perlu dilakukan agar pencapaian nilai kepuasan wisatawan ketika berkunjung dikawasan Candi Prambanan akan mendapatkan prosentase sangat memuaskan yang tinggi. Sehingga dari peningkatan penilaian ini dapat mendorong kualitas produk dan kualitas layanan, serta merencanakan strategi dan program pengembangan daya tarik Candi Prambanan dengan memprioritaskan pada indikator waktu kunjungan dan peningkatan pemeliharaan sarana prasarana aksesibilitas pola kunjungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam Nugraha Wiradhana H. 2012. Analisis SWOT Sebagai Alat Formulasi Strategi Pemasaran <http://tulisan-adam.blogspot.com/2012/01/analisis-swot-sebagai-alat-formulasi.html>.
- Arikunto, S. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi VI. Jakarta : Rineka Cipta

- Buku Laporan Kajian Visitor Management
Candi Prambanan tahun 2011
- Depdikbud. 1995. Kamus Besar Bahasa
Indonesia. Jakarta : Balai Pustaka.
- Oscar Ong. J, Pambudi, Jati. 2014. Analisis
Kepuasan Pelanggan dengan
Importance Performance Analysis di
SBU Laboratory Cibitung PT
Sucofindo (Persero).Semarang: Jati
Universitas Diponegoro
- Paul F.J. Eagles, Stephen F. McColl. 2002.
Sustainable Tourism in Protected
Areas. World Commission on Protected
Areas (WCPA)
- S. Yessy. 2014. Evaluasi Manajemen
Pengunjung Studi Kasus Taman Wisata
Candi Prambanan. Yogyakarta:
Universitas Gadjah Mada
- Suswanto, Gamal. 2007. Dasar- Dasar
Pariwisata. Yogyakarta: Andi Offset
- Sugiyono. 2010. Buku Metode Penelitian
Kuantitatif Kualitatif dan R&D.
Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy., Gregorius Chandra. 2011.
Service, Quality, & Satisfaction, Edisi 3
Yogyakarta: Andi
- Undang Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang
Kepariwisata