

## **ANALISIS DAYA TARIK , PROMOSI, dan FASILITAS TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN di DESTINASI WADUK CENGLIK BOYOLALI**

**Mohammad Ikhsan Wahyu Prakoso<sup>1)</sup>, Bambang Mursito<sup>2)</sup>, Sri Hartono<sup>3)</sup>**

\*JL KH Agus Salim No. 10 Surakarta, Universitas Islam Batik Surakarta

\*JL KH Agus Salim No. 10 Surakarta, Universitas Islam Batik Surakarta

\*JL KH Agus Salim No. 10 Surakarta, Universitas Islam Batik Surakarta

[ikhsanwahyu824@gmail.com](mailto:ikhsanwahyu824@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan guna menganalisis pengaruh daya tarik, promosi, dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan di destinasi wisata Waduk Cengklik Boyolali. Dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berupa kuesioner dan data sekunder yang di dapat dari literature penelitian yang membahas mengenai bauran pemasaran dan kepuasan wisatawan beserta buku yang berfokus pada bidang pemasaran. Penelitian ini menggunakan analisis data dengan metode analisis regresi linier berganda. Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan Waduk Cengklik Boyolali yang sedang berkunjung maupun sudah berkunjung berjumlah 100 orang.

Hasil dari penelitian yang sudah dilakukan, diketahui bahwa daya tarik, promosi, dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan Waduk Cengklik Boyolali. Serta daya tarik, promosi, dan fasilitas masing-masing memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Waduk Cengklik Boyolali.

Kata kunci : *daya tarik, promosi, fasilitas, dan kepuasan*

### **PENDAHULUAN**

Pariwisata di Indonesia memiliki berbagai potensi besar serta sumber daya yang belum dikembangkan secara maksimal oleh pemerintah maupun dari sektor swasta. Pembangunan dalam bidang pariwisata diharapkan dapat membangunkan perekonomian di tingkat daerah maupun provinsi. Sektor pariwisata saat ini merupakan salah satu sektor penyumbang devisa terbesar di Indonesia .

Waduk Cengklik terletak desa Ngargorejo , Kecamatan Ngemplak , Kabupate Boyolali, Provinsi Jawa Tengah. Lokasi Waduk ini berada di sebelah barat Bandara Internasional Adi Sumarmo menuju ke arah keluarahan Sambu . Potensi alam, budaya, dan kehidupan Desa Ngargorejo ngemplak boyolali menjadi daya tarik wisata pedesaan dan mampu mendatangkan wisatawan untuk berkunjung. Kehidupan desa sebagai tujuan wisata

adalah desa itu sendiri sebagai objek sekaligus juga sebagai subjek kepariwisataan sehingga perlunya ada kajian tentang kepuasan daya tarik, promosi serta fasilitas untuk mendukung secara keseluruhan.

Menurut Kusuma Dewi et al (2015) kepuasan merupakan suasana senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipresepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Menjelaskan bahwa kepuasan wisatawan (*touristsatisfaction*) mempengaruhi wisatawan dalam memilih destinasi, wisata mengonsumsi produk dan jasa, serta berkunjung kembali. Puas atau tidak puasnya wisatawan terhadap produk dan jasa ditentukan oleh proses evaluasi wisatawan dengan membandingkan persepsi hasil suatu produk dengan standar yang diharapkan

Muhammad IKHSAN Wahyu Prokoso, Bambang Mursito, Sri Hartono

oleh wisatawan. Edriana Pangestuti, etc all (2017)

Melihat dari pentingnya fungsi Waduk Cengklik Boyolali tersebut, maka sangat perlu diadakan kajian untuk meningkatkan sektor pariwisata ini. Daya Tarik, promosi serta Fasilitas suatu obyek wisata sangat perlu di kaji sehingga dapat membuat kepuasan bagi wisatawan yang mengunjungi Waduk Cengklik ini. Berdasarkan minim nya daya Tarik, promosi dan fasilitas ini lah maka penulis merasa layak untuk melakukan peneliti dalam bentuk karya tulis ilmiah yang berjudul **“Pengaruh Daya Tarik, Promosi, Fasilitas, Terhadap Kepuasan wisatawan Obyek wisata Waduk Cengklik Boyolali”**.

#### **KAJIAN PUSTAKA**

##### **Kepuasan wisatawan**

Menurut Tjiptono (2008: 169), kepuasan wisatawan atau pengunjung adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan yang dirasakan . Wisatawan dapat mengalami tingkat kepuasan umum yaitu apabila kinerja suatu wisata yang tidak sesuai yang diharapkan , wisatawan akan kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan apa yang diharapkan oleh wisatawan sangat merasakan kepuasan.

Menurut Hasan (2009:57) Kepuasan wisatawan merupakan perasaan positif bagi seorang wisatawan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah di konsumsikan, secara umum kepuasan diartikan sebagai perbandingan antara layanan1 atau hasil yang di terima dengan harapan wisatawan, layanan atau hasil1 diterima1 itu paling1 tidak harus sama1 dengan harapan wisatawan atau melebihinya.

##### **Daya Tarik**

Fandy Tjiptono, (2007:36). Daya tarik merupakan produk segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memberi perhatian terhadap wisatawan untuk dicari, dibeli, dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan menekankan pada karakteristik pada munculnya kategori produk yang mengakibatkan evaluasi terhadap wisatawan secara potensial pada kategori. Jika karakteristik menjadi lebih menarik untuk semua wisatawan, daya tarik

pada kategori produk semakin bertambah untuk mereka, meningkatkan kemungkinan wisatawan berkunjung pada destinasi wisata tersebut.

##### **Promosi**

Menurut swastha (2010:335) Lokasi merupakan daerah atau tempat dimana sesuatu berada. Terkait dengan lokasi maka salah satu faktor yang menentukan apakah suatu lokasi menarik untuk dikunjungi atau tidak adalah tingkat aksesibilitas. Tingkat aksesibilitas adalah tingkat kemudahan untuk mencapai suatu lokasi ditinjau dari lokasi lain di sekitarnya.

##### **Fasilitas**

Sammeng, Andi Mappi (2001:39) Salah satu hal penting untuk pengembangan pariwisata adalah melalui fasilitas (kemudahan). Tidak jarang wisatawan berkunjung kesuatu tempat atau daerah atau negara, karena tertarik oleh kemudahan yang diperoleh melalui berbagai fasilitas. Fasilitas adalah sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan suatu fungsi. Fasilitas merupakan komponen individual dan penawaran mudah di tumbuhkan atau di kurangi tanpa mengubah kualitas dan model jasa.

#### **METODE PENELITIAN**

##### **Populasi dan Sampel**

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu seluruh Wisatawan yang berkunjung dan yang telah mengunjungi Waduk Cengklik Boyolali yang berjumlah 100 wisatawan dari keseluruhan wisatawan yang berkunjung ke Waduk Cengklik Boyolali dari keseluruhan populasi yang ada sehingga disebut penelitian populasi.

##### **Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan adalah data primer berasal dari kuesioner, serta data sekunder yang didapat dari penelitian yang sudah dilakukan.

##### **Metode Pengumpulan Data**

Muhammad IKHSAN Wahyu Prokoso, Bambang Mursito, Sri Hartono

Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan metode kuesioner.

**Metode Analisis Data**

**Regresi Linier berganda**

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dimana :

Y=Variabel dependen (Kepuasan Wisatawan)

a =Bilangan konstanta

b = Koefisien Regresi

X<sub>1</sub>= Variabel independen pertama (Daya tarik)

X<sub>2</sub>= Variabel independen ke 2 (Promosi)

X<sub>3</sub> = Variabel independen ke 3 (Fasilitas)

e = Error

**Uji F**

Uji F pada dasarnya digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (Ghozali,2012:98). Uji F digunakan untuk menguji variabel independen dalam penelitian ini yang terdiri dari motivasi, persepsi dan sikap konsumen layak atau tidak digunakan dalam model penelitian. Dasar pengambilan keputusan dengan menggunakan nilai *level of significance*, bila  $\alpha < 0,05$  maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima, artinya variabel independen secara bersama sama mempengaruhi variabel dependen demikian sebaliknya.

Langkah-langkah pengujiannya adalah :

- a. Menentukan formulasi Ho dan Ha  
Ho ;  $\beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_k = 0$   
Ha ;  $\beta_1 \neq \beta_2 \neq \dots \neq \beta_k \neq 0$
- b. Menentukan level of significance ( $\alpha$ )
- c. Rule of the tes  
( $\alpha, k-1, n-k$ )

Ho diterima :  $F \leq F(\alpha, k-1, n-k)$

Ho ditolak :  $F \geq F(\alpha, k-1, n-k)$

- d. Mengitung nilai f

$$f = \frac{R^2/k - 1}{(1 - R^2)/(n - k)}$$

Keterangan:

k = jumlah parameter yang diestimasi termasuk intercept

n = jumlah pengamatan

R<sup>2</sup>= koefisien determinasi

**Uji t**

Uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel - variabel dependen (Ghozali,2012: 98). Kriteria pengujian secara parsial dengan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05 sebagai berikut :

- a. Menentukan formulasi Ho dan Ha  
Ho;  $\beta = 0$  (variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen) Ha;  $\beta \neq 0$  (variabel independen mempengaruhi variabel dependen)

- b. Menentukan level of significance ( $\alpha$ )

- c. Rule of the test

- d.  $t(\alpha/2), n-k$   
 $t(\alpha/2), n-k$



- e. Ho diterima :  $-t(\alpha/2, n-k) \leq t \leq t(\alpha/2, n-k)$   
Ho ditolak :  $t < -t(\alpha/2, n-k)$  atau  $t > t(\alpha/2, n-k)$
- f. Menghitung nilai t

$$t = \frac{b - \beta}{Sb}$$

$$Sb = \frac{S_{yx}}{\sqrt{\sum x^2 - \frac{x^2}{n}}}$$

$$S_{yx} = \sqrt{\frac{\sum y^2 - \alpha \cdot \sum y - b \cdot \sum xy}{n - 2}}$$

Dimana:

b = koefisien regresi

$\beta$  = nilai dari hipotesis nol

Sb = standar error of the regression coefficient

Analisis Daya Tarik Promosi dan Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan di Destinasi Waduk Cengklik Boyolali

Muhammad IKHSAN Wahyu Prokoso, Bambang Mursito, Sri Hartono

Sy<sub>x</sub>= standar error of estimate

$$R^2 = \frac{ESS}{TSS} = 1 - \frac{RSS}{TSS} = 1 - \frac{\sum et^2}{\sum yt^2}$$

**Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) menurut Ghozali (2012: 97) digunakan untuk menunjukkan seberapa besar variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen yang ada didalam model. Menghitung R<sup>2</sup>:

Dimana :

ESS = Explained Sum of Square (Jumlah kuadrat dari regresi)

TSS = Total Sum Square (Total jumlah kuadrat)

RSS = Residual Sum Square (Jumlah kuadrat kesalahan pengganggu)

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Tabel I  
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.145	1.231		1.742	.085		
X1	.354	.051	.406	6.988	.000	.898	1.113
X2	.274	.043	.367	6.327	.000	.872	1.146
X3	.285	.042	.409	6,779	.000	.807	1.239

a. Dependent Variable : Y

Sumber : Data Primer yang diolah , 2019

Dari data tabel I dapat dirumuskan suatu persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$y = 2,145 + 0,354x_1 + 0,274x_2 + 0,285x_3$$

**Uji F Tabel II**  
Tabel Hasil Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	414.244	3	138.081	81.466	.000 <sup>b</sup>
	Residual	162.716	96	1.695		
	Total	576.960	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Berdasarkan data tabel II, pengaruh variabel fasilitas, lokasi, dan promosi memiliki nilai f<sub>hitung</sub> Berdasarkan data tabel II, pengaruh variabel kualitas produk, harga, dan lokasi memiliki nilai f<sub>hitung</sub>

Analisis Daya Tarik Promosi dan Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan di Destinasi Waduk Cengklik Boyolali

Muhammad IKHSAN Wahyu Prokoso, Bambang Mursito, Sri Hartono

sebesar 37,726 lebih besar dari  $f_{\text{tabel}}$  2,70 dengan nilai tidak signifikan 0,000 dan kurang dari 0,05. Hal ini menandakan daya tarik, promosi dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan wisatawan.

Uji t

Tabel III Hasil Uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.145	1.231		1.742	.085
X1	.354	.051	.400	6.988	.000
X2	.274	.043	.367	6.327	.000
X3	.285	.042	.409	6.779	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Hasil perhitungan menunjukkan  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  ( $6.988 > 1.984$ ), maka variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Terbukti dengan nilai *significant* (0,00) lebih besar dari 0,05 ( $\alpha$ ).

**Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Tabel IV  
Hasil Uji Koefisien Determinasi  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model1	R1	R Square1	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.847 <sup>a</sup>	.718	.709	1.302	1.759

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Muhammad IKHSAN Wahyu Prokoso, Bambang Mursito, Sri Hartono

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil analisis data dengan program *SPSS for windows v.22* yang ditunjukkan pada tabel IV.7 diperoleh *Adjusted R square* ( $R^2$ ) sebesar 0,709, hal ini berarti variabel daya tarik ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ), dan fasilitas ( $X_3$ ) mempunyai kontribusi terhadap keputusan pembelian sebesar 71%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 71\% = 29\%$ ) dipengaruhi faktor-faktor diluar variabel yang diteliti.

### **Pembahasan**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh daya tarik, Promosi, dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan di destinasi wisata Waduk Cengklik Boyolali. Hasil uji f menunjukkan daya tarik, promosi dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di destinasi wisata Waduk Cengklik Boyolali. Hal ini didasarkan pada hasil penelitian yang dapat dilihat dari  $f_{hitung}$  sebesar 37,377 dengan signifikansi 0,000 dan kurang dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa jika terdapat peningkatan daya tarik, promosi, dan fasilitas maka dalam terhadap kepuasan wisatawan di destinasi wisata Waduk Cengklik Boyolali..

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Bedasarkan hasil penelitian mengenai daya tarik, promosi dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan Waduk Cengklik Boyolali. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

#### **1. Pengaruh daya tarik terhadap**

#### **kepuasan wisatawan**

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa Daya tarik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan waisatawan Waduk Cengklik Boyolali. Hal ini berdasarkan pada hasil penelitian yang dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6.327, koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,00 dan dinyatakan signifikan karena lebih dari 5% sebesar 0,000. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Yoeti, Oka A (2008:55) Daya tarik wisata merupakan suatu tempat yang menarik yang menjadi tempat kunjungan wisatawan. Tempat tersebut mempunyai sumber daya, baik alamiah maupun

buatan manusia, seperti keindahan alam.

Daya tarik Waduk Cengklik Boyolali menjadi salah satu hal yang memengaruhi kepuasan wisatawan dalam melakukan kunjungan. Waduk Cengklik Boyolali harus lebih memperhatikan suasana tempat wisata, memperindah kembali tempat wisata dan menjaga kebersihan di tempat wisata serta membangun sarana serta prasarana ehingga meningkatkan daya tarik wisatawan terhadap kepuasan wisatawan untuk berkunjung di Waduk Cengklik Boyolali.

#### **2. Pengaruh promosi terhadap**

#### **kepuasan wisatawan**

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa Promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan Waduk Cengklik Boyolali. Hal ini berdasarkan pada hasil penelitian yang dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6.327, koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,00 dan dinyatakan signifikan karena lebih dari 5% sebesar 0,000. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh langsung promosi terhadap kepuasan erkunjung. Hal ini berarti semakin tinggi romosi yang dilakukan maka akan meningkatkan kepuasan berkunjung promosi memiliki kategori yang konstan pada l semua l indikatornya yaitu baik. Seperti halnya dengan

Muhammad IKHSAN Wahyu Prokoso, Bambang Mursito, Sri Hartono

variabel kepuasan wisatawan, semua indikatornya berada dalam kategori baik.

Hal ini dapat dilihat dari aspek aktif mencari informasi sebelum mengunjungi wisata, wisatawan memutuskan berkunjung berdasar rekomendasi orang, sosial media, radio serta televisi dan media cetak lainnya. kepuasan berkunjung dilakukan setelah adanya Kemantapan untuk memilih berkunjung dapat dilihat dari aspek wisata ini menjadi prioritas utama dalam pemilihan tempat kunjungan wisata Promosi Waduk Cengklik Boyolali menjadi salah satu hal yang memengaruhi kepuasan wisatawan dalam melakukan kunjungan. Waduk Cengklik Boyolali harus lebih memperhatikan promosi, seperti halnya pemasangan papan reklame, Koran di berbagai tempat serta promosi di dalam media sosial radio serta televisi dan media cetak lainnya guna mempermudah serta dapat memberikan kepuasan terhadap calon wisatawan untuk menggali informasi terhadap calon Wisatawan untuk berkunjung ke Obyek Wisata Waduk Cengklik Boyolali.

### 3. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan wisatawan

Berdasarkan Hasil uji t menunjukkan bahwa fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan Waduk Cengklik Boyolali. Hal ini berdasarkan pada hasil penelitian yang dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6.779, koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,000 dan signifikansinya kurang dari 5% sebesar 0,000. Hal tersebut sesuai dengan Azizah

Farah Et all (2015) berpendapat bahwa beberapa factor yang dibutuhkan oleh wisatawan pada sebuah objek wisata diantaranya fasilitas wisata dan promosi. Fasilitas wisata dan promosi juga dijadikan sebagai salah satu hal yang menjadi bahan penilaian wisatawan terhadap yang telah disajikan oleh sebuah obyek wisata agar terciptanya proses kepuasan terhadap wisatawan yang berkunjung di Obyek wisata Waduk Cengklik Boyolali

Oleh karena melihat kondisi itu Waduk Cengklik Boyolali yang saat kurangnya fasilitas umum yang memadai. Serta kurangnya informasi dan wahana yang menarik untuk memenuhi hasrat pengunjung yang akan datang untuk mengunjungi di Obyek Wisata ini maka Harus lebih memperhatikan asilitas serta sarana prasarana umum yang mendukung seperti hal memberikan arah atau peta lokasi waduk di pinggir jalan serta memperbaiki jalan untuk akses masuk kedalam obyek wisata sehingga wisatawan menjadi lebih mudah mengakses ke dalam lokasi obyek wisata serta memperindah fasilitas pendukung seperti halnya pembuatan wahana air atau tempat spot untuk berfoto dan fasilitas umum yang mendukung disana seperti halnya penyediaan toilet, tempat sampah, mushola, tempat kuliner erta memperluas parker demi mempermudah wisata untuk berkunjung disana serta memunculkan

Muhammad IKHSAN Wahyu Prokoso, Bambang Mursito, Sri Hartono

kepuasan tersendiri untuk wisatawan yang berkunjung guna memunculkan kepuasan untuk wisatawan yang akan kembali berkunjung ke obyek wisata Waduk Cengklik Boyolali.

Bedasarkan hasil analisis koefisien determinasi bahwa Adjusted R square = 0,709 atau 71%. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi semua variabel independent yaitu daya tarik ( $X_1$ ), Promosi ( $X_2$ ), dan fasilitas ( $X_3$ ) adalah sebesar 71% sisa nya sebesar 29% dipengaruhi oleh variabel yang lain tidak dijelaskan dalam penelitian ini yaitu Kepuasan Wisatawan yang lain seperti faktor kebudayaan , faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi.

Bedasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diuraikan diatas maka saya memberikan saran sebagai berikut:

Bedasarkan data yang diatas untuk bisa meningkatkan wisatawan untuk berkunjung ialah faktor yang paling penting adalah fasilitas disana. Maka sebaiknya penegelola Waduk Cengklik Boyolali mempertahankan daya tarik serta meningkatkan promosi dan fasilitas wisata supaya wisatawan dapat bertahan lama dan dapat terjaga dari segi daya tarik masyarakat. Sehingga masyarakat disana dapat mendapatkan dampak dari pengembangan pariwisata tersebut sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.

#### DAFTAR PUSTAKA

Alii Hasan , 2009 , Marketing , Yogyakarta : Media

Dewi kusuma , Kadek dan Ni made .2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Pramuwisata Lokal Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Wisatawan Di Daya Tarik Wisata Alas Kedaton Tabanan .Jurnal IPTA . Vol1. 3 No. 1, 2015. ISSN: 2338-8633.

Endriana ,Eka dan Sunarti .2017 .” Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Balekambang Kabupaten Malang . Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 51 No. 2 Oktober 2017.

Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro .

Sammeng , Andi Mappi . 2001. *Cakrawala Pariwisata* . Jakarta : Balai Pustaka .

Swastha,Basu.2010.ManajemenPenjualan: Pelaksanaan Penjualan, Yogyakarta: BPFE

Tjiptono, Fandi, 2008, strategi pemasaran, edisi3,ANDI: Yogyakarta .*Motivation. Journal of Economic Education*. Vol. 8 No. 1. Semarang

Tjiptono , Fandy. 2007. Strategi Pemasaran .Edisi Kedua . Yogyakarta1 : `Andi.