



---

**PENGARUH PRODUK WISATA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI  
TAMANSARI GOA SUNYARAGI**

Oleh

**Aji Prasetya Hadi**

**Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia 1**

**Jalan kapten batu sihombing, medan estate,  
percut sei tuan – deli serdang, +62 61 4207 4111**

**Email: [Aji.prasetya@wbi.ac.id](mailto:Aji.prasetya@wbi.ac.id)**

**Abstrak**

Penelitian ini menganalisis tentang bagaimana pengaruh produk wisata terhadap kepuasan pengunjung di Tamansari Goa Sunyaragi. Tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti bagaimana produk wisata dan kepuasan pengunjung di Tamansari Goa Sunyaragi serta mengukur tingkat pengaruh keduanya, sehingga dapat menjadi bahan informasi bagi stakeholder atau manajemen pengelola Tamansari Goa Sunyaragi serta pemerintah daerah dan para pelaku usaha pariwisata dan perjalanan dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan pengunjung dan juga meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Dalam penelitian ini produk wisata (X) merupakan variabel independent (variabel bebas) yang terdiri dari atraksi, fasilitas, aksesibilitas, image dan harga. Sedangkan untuk variabel dependent (variabel terikat) yaitu kepuasan pengunjung (Y) yang diantaranya kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosional dan kemudahan. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif dengan menggunakan teknik systematic random sampling, dengan responden sebanyak 100 responden. Teknik analisis data dan uji hipotesis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan alat bantu software komputer SPSS 20.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh produk wisata terhadap kepuasan pengunjung di Tamansari Goa Sunyaragi dinilai cukup tinggi. Aspek yang sangat berpengaruh dari produk wisata yaitu faktor fasilitas aksesibilitas dan image

**Kata Kunci : Pemasaran, Produk Wisata & Kepuasan Pengunjung**

**PENDAHULUAN**

Berdasarkan rumusan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN), pemerintah juga telah menetapkan 9 kawasan strategis pariwisata provinsi dalam rencana pembangunan, diantaranya yaitu kawasan sejarah di Cirebon. Diharapkan dengan adanya penetapan 9 kawasan strategi pariwisata dapat mencapai sasaran pembangunan kepariwisataan tahun 2025 dengan indikasi kontribusi pertumbuhan ekonomi 15%, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara sebesar 4.5 juta, jumlah perjalanan wisatawan nusantara sebesar 70 juta atau 27% dan peningkatan lama tinggal wisatawan mancanegara mencapai 7 hari dan wisatawan nusantara 5 hari. (Ripparnov 2015-2025).

Tamansari Goa Sunyaragi yang memiliki keindahan dan keunikan arsitektur yang memiliki cerita sejarah peninggalan Kota

Cirebon, menjadi salah satu daya tarik wisata yang harus dilestarikan dan di fokus kan pengembangannya baik oleh pemangku kepentingan (pihak keraton) maupun pemerintah dan instansi terkait.

Berdasarkan SK Walikota Cirebon No.19 Th. 2001 Cirebon memiliki 56 bangunan cagar budaya dan 17 kawasan sebagai situs peninggalan budaya. Tamansari Goa Sunyaragi merupakan salah satu cagar budaya yang memiliki keunikan, berkarakter sejarah yang kuat dan memiliki kesan yang mendalam kepada wisatawan karena Taman Goa Sunyaragi merupakan bagian dari keraton Pakungwati atau Keraton Kasepuhan.

Dalam penelitian ini terdapat lima unsur dari produk wisata yang dijadikan fokus oleh peneliti yaitu, atraksi, fasilitas dan servis, aksesibilitas, image dan harga. Dimana unsur -



unsur tersebut jika dikelola dengan baik akan mempengaruhi kepuasan pengunjung di Tamansari Goa Sunyaragi, karena menurut Tjiptono (2011) bahwa kepuasan merupakan sebuah perasaan senang yang didapatkan oleh seseorang ketika mendapatkan sesuatu yang diinginkan. Sehingga begitu pentingnya sebuah produk wisata yang berkualitas yang baik yang mampu memberikan kepuasan kepada pengunjung pada sebuah kawasan wisata, karena terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara pengusaha dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik untuk pembelian ulang, terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Hal ini dapat dilihat di Tamansari Goa Sunyaragi yang berdasarkan hasil prasarvei 2017 manajemen Tamansari Goa Sunyaragi sedang mengoptimalkan pengembangan produk wisata yakni fasilitas dan aktifitas wisatawan di Tamansari Goa Sunyaragi, hal ini dapat terlihat dari beberapa perbaikan fasilitas, banyaknya kalender event yang diselenggarakan di Tamansari Goa Sunyaragi. Dengan adanya perbaikan atau pengembangan pada produk wisata di Tamansari Goa Sunyaragi berdasarkan jumlah kunjungan wisatawan di Tamansari Goa Sunyaragi mengalami peningkatan secara signifikan, dari tahun 2015 sampai dengan 2017 yang mengalami kenaikan sebesar 350.000 wisatawan.

Meskipun adanya peningkatan, namun masih terdapat keluhan - keluhan dari para pengunjung terhadap Tamansari Goa Sunyaragi, berdasarkan dari guest comment berikut :

**Tabel 1. Keluhan Pengunjung Tamansari Goa Sunyaragi Tahun 2016**

No	Tahun	Jenis Keluhan					Jumlah	
		Pelayanan	Kebersihan	Harga	Fasilitas	Perawatan/ renovasi / pelestarian		Informatif
1	2014	57	12	5	55	67	8	204
2	2015	46	9	3	46	58	2	164
3	2016	27	15	4	44	55	0	95

Sumber: Buku tamu Tamansari Goa Sunyaragi 2017

Pada tabel tersebut di tahun 2016 kritik pengunjung Tamansari Goa Sunyaragi mengalami penurunan, kritik terbanyak ada di perawatan / renovasi / pelestarian sebesar 55 kritik dan fasilitas sebesar 44 kritik.

Dari data tersebut dijadikan sebagai acuan oleh peneliti bahwasanya masih banyak yang harus diperbaiki oleh Tamansari Goa Sunyaragi dan masih banyak keluhan yang kurang puas yang dirasakan oleh pengunjung saat berkunjung ke Tamansari Goa Sunyaragi.

Hal ini perlu diperhatikan oleh pengelola atau manajemen Tamansari Goa Sunyaragi dengan menganalisis keluhan - keluhan pengunjung tersebut, seperti fasilitas yang kurang memadai sampai dengan perlu adanya aktifitas - aktifitas yang bisa dinikmati oleh pengunjung. Pihak manajemen juga diharapkan mampu untuk memahami keinginan - keinginan pengunjung serta mengetahui faktor - faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan para pengunjung sehingga dapat meningkatkan daya tarik cagar budaya Tamansari Goa Sunyaragi.

Penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa pentingnya suatu produk wisata terhadap kepuasan pengunjung yaitu dijelaskan oleh Al-Ababneh (2013) dalam penelitian Service Quality and it's Impact on Tourist Satisfaction, dengan menggunakan metode kuantitatif yang menyatakan bahwa fasilitas destinasi, aksesibilitas dan atraksi memiliki pengaruh yang sangat dominan terhadap pemenuhan kepuasan pengunjung.

Dengan adanya penelitian ini dan dengan hasil analisa dalam pengujian secara empiris tentang apakah kepuasan pengunjung di Goa Sunyaragi dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan sehingga pihak pengelola dapat menetapkan strategi yang tepat untuk memberikan pelayanan terbaik yang mampu memberikan kepuasan dan pemenuhan persepsi pada konsumen tentang kualitas dan pelayanan yang di berikan.



## LANDASAN TEORI

Produk wisata mempunyai nilai kekhasan dan keunikan sehingga produk wisata memerlukan penanganan yang khusus karena produk wisata merupakan berbagai jasa dimana satu yang lainnya memiliki keterkaitan.

Secara definisi, Tourist produk merupakan penggabungan atau campuran antara tiga komponen utama yaitu ; atraksi, fasilitas dan aksesibilitas (Medlik and Middleton : 1973) namun Middleton and Clarke (2001) menjelaskan produk wisata secara keseluruhan dimana terdapat lima komponen utama yaitu ; atraksi, fasilitas, aksesibilitas, *Image* dan harga. Middleton (1988) menggambarkan produk wisata sebagai suatu paket yang tangible (berwujud) dan intangible (tidak terwujud) tergantung dengan aktifitas pada destinasi wisata.

Hal tersebut didukung oleh Gooddall (1988:63) yang menyatakan bahwa karakteristik dari produk wisata dimulai dengan adanya ketersediaan sumber yang berwujud (*tangible*) hingga sumber yang tak terwujud (*intangible*) dan secara keseluruhan atau totalitas lebih condong kepada kategori jasa yang tak berwujud (*Intangible*).

Pada dasarnya Kepuasan konsumen merupakan fungsi kedekatan antara harapan konsumen (*Consumer Expectation*) dengan bukti jasa yang dirasakan konsumen (*Perceived Performance*) seperti yang dikemukakan oleh Kotler (2009:197).

Salah satu cara untuk menarik perhatian pengunjung adalah dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan pengunjung sehingga dapat menarik pengunjung,. Produk mempunyai arti yang sangat penting bagi suatu atraksi wisata. Kepuasan pengunjung merupakan kunci untuk membuat hubungan jangka panjang dengan pengunjung. Fandy Tjiptono (2008:143) menyatakan bahwa, Jika pengunjung merasa puas terhadap kinerja produk, maka mereka akan melakukan pembelian ulang dengan melakukan pemanfaatan produk berulang-ulang bahkan

lebih jauh lagi, mereka akan melakukan promosi dari mulut ke mulut kepada orang lain.

Melalui lima indikator produk wisata yang terdiri dari atraksi, fasilitas dan servis, aksesibilitas, *Image* atau citra dan harga.suatu pengelola atraksi wisata dapat mengetahui persepsi pengunjung terhadap penyampaian pelayanan jasa yang diberikan. Untuk mengetahui seperti apakah citra yang ada di benak konsumen terhadap produk atau jasa suatu perusahaan, kita dapat melihatnya melalui persepsi konsumen. Yang dilihat berdasarkan empat faktor, yaitu : kualitas produk, kualitas pelayanan, emotional faktor dan kemudahan.

Kotler dan Armstrong (2009:225) mengemukakan bahwa, “Perusahaan menciptakan kepuasan dan nilai bagi konsumen secara konsisten dan secara menguntungkan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.Meningkatkan kualitas untuk menciptakan kepuasan konsumen“.

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini produk wisata (X) merupakan variabel independent (variabel bebas) yang terdiri dari atraksi,fasilitas, aksesibilitas, image dan harga. Sedangkan untuk variabel dependent (variabel terikat) yaitu kepuasan pengunjung (Y) yang diantaranya kualitasproduk, kualitas pelayanan, faktor emosial dan kemudahan. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif dengan menggunakan teknik systematic random sampling, dengan responden sebanyak 100 responden. Teknik analisis data dan uji hipotesis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan alat bantu software komputer SPSS 20.0

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang telah dilakukan penulis menghasilkan temuan bahwa bahwa secara parsial terdapat tiga dimensi yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Tamansari Goa Sunyaragi yaitu fasilitas, aksesibilitas dan *image*. Dan dua dimensi yang memiliki pengaruh yang tidak



signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Tamansari Goa Sunyaragi yaitu dimensi atraksi dan harga. Fasilitas, aksesibilitas dan *image* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Tamansari Goa Sunyaragi. Karena di Tamansari Goa Sunyaragi pengunjung dapat merasakan perjalanan yang lancar, fasilitas yang cukup memadai untuk fasilitas umumnya dan kejelasan informasi saat melakukan wisata disana dengan edukasi tentang sejarah yang dapat menambah wawasan dimana ada sejarah dan tempat yang dapat dijadikan tempat untuk menambah ilmu. Selain itu di Tamansari Goa Sunyaragi pengunjung pun dapat menambah relasi dengan para pengunjung lain yang melakukan kunjungan, mereka dapat berinteraksi dan menambah pengalaman baru bersama para pengunjung lainnya saat melaksanakan tour di area Tamansari Goa Sunyaragi.

Atraksi memiliki pengaruh namun tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Tamansari Goa Sunyaragi, hal ini terjadi karena kebanyakan pengunjung telah menyadari bahwa keadaan tempat wisata itu dapat dimaklumi keadaannya. Seperti keaslian situs yang ada disana, meskipun sudah terbilang cukup baik dibandingkan dengan destinasi wisata lainnya, tidak terlalu mempengaruhi apakah mereka akan berkunjung kembali ke Tamansari Goa Sunyaragi lagi atau tidak. Sehingga hasil dari pengujian yang telah dilakukan dimensi atraksi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Tamansari Goa Sunyaragi tetapi tidak secara signifikan.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisa deskriptif dan verifikatif serta teknik analisis regresi berganda, antara produk wisata terhadap kepuasan pengunjung di Tamansari Goa Sunyaragi, maka dari penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

### 1. Produk wisata

Produk wisata di Tamansari Goa Sunyaragi yang terdiri dari 5 dimensi yaitu *atraksi, fasilitas, aksesibilitas image dan harga* berada di kategori sangat tinggi. Penilaian tertinggi adalah pada dimensi *fasilitas* sedangkan dimensi *harga* menjadi dimensi dengan skor terendah. Tamansari Goa Sunyaragi memiliki perpaduan sejarah yang dapat membuat orang penasaran akan sejarah yang dimilikinya yang membuat para wisatawan sangat antusias untuk pergi kesana. Sehingga wisatawan yang datang berkunjung ke Tamansari Goa Sunyaragi mendapatkan banyak pengalaman yang menyenangkan dan mendapatkan pengalaman yang mengedukasi tentang sejarah.

### 2. Kepuasan Pengunjung

Tanggapan wisatawan mengenai kepuasan pengunjung di Tamansari Goa Sunyaragi yang terdiri dari kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosional dan kemudahan termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dimensi faktor emosional dan faktor kemudahan menjadi dimensi dengan skor paling tinggi sedangkan kualitas produk menjadi dimensi dengan skor terendah. Wisatawan yang telah berkunjung ke Tamansari Goa Sunyaragi dan merasakan pengalaman yang menyenangkan dengan sendirinya mereka akan menyebarkan informasi informasi positif dan merekomendasikannya kepada orang lain untuk berkunjung ke Tamansari Goa Sunyaragi juga.

### 3. Pengaruh produk wisata terhadap kepuasan pengunjung.

Produk wisata yang terdiri dari atraksi, fasilitas, aksesibilitas, image dan harga secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *kepuasan pengunjung*. Sedangkan secara parsial terdapat tiga dimensi yang berpengaruh secara signifikan yaitu *fasilitas, aksesibilitas* dan *image* , dua dimensi yaitu atraksi dan harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *kepuasan pengunjung*.



## Saran

Produk wisata merupakan inti dari sebuah bisnis pariwisata yang memiliki suatu rangkaian perjalanan yang dapat memberikan pengalaman bagi para wisatawan sehingga dalam suatu produk wisata memiliki banyak unsur - unsur yang harus diperhatikan sehingga dapat memberikan kepuasan kepada para wisatawan. oleh karena itu rekomendasi ini diharapkan mampu menjadi masukan dan pertimbangan terutama untuk pemerintah daerah dan para pelaku usaha dan manajemen Tamansari Goa Sunyaragi, dengan beberapa hal, sebagai berikut:

1. Untuk pihak manajemen Tamansari Goa Sunyaragi :

- a) Fasilitas yang sudah ada di Tamansari Goa Sunyaragi sudah sangat baik dan dengan didukung dengan adanya pertunjukan festival dan event - event tradisional mampu mengundang wisatawan untuk berkunjung di Tamansari Goa Sunyaragi, dengan fasilitas yang dapat dimaksimalkan oleh manajemen akan mampu memberikan kepuasan kepada pengunjung. Maka rekomendasi yang di berikan yaitu, Dengan sudah adanya beberapa event serta festival yang terselenggara di Tamansari Goa Sunyaragi, manajemen harus mampu memberikan fasilitas yang dapat menampung banyaknya pengunjung tidak hanya di bagian luar atau outdoor. Sehingga suatu event atau festival akan tetep terselenggara di Tamansari Goa Sunyaragi baik pada saat siang hari dan dalam cuaca apapun.

- b) Aksesibilitas yang dimiliki oleh Tamansari Goa Sunyaragi sudah baik, dengan adanya beberapa kemudahan yang di dapatkan oleh wisatawan, seperti ; kondisi dan kualitas jalan, kemudahan menuju Tamansari Goa Sunyaragi dan mudahnya mendapatkan transportasi umum menuju Tamansari Goa Sunyaragi. Dengan beberapa kemudahan aksesibilitas tersebut manajemen dapat menjadikan suatu potensi untuk meningkatkan minat jumlah kunjungan wisatawan di Tamansari Goa Sunyaragi. Dengan rekomendasi sebagai berikut ;Memaksimalkan dengan melakukan promosi atau

memperkenalkan Tamansari Goa Sunyaragi baik untuk wisatawan lokal maupun untuk para usaha jasa pariwisata dan perjalan guna dapat meningkatkan jumlah kunjungan di Tamansari Goa Sunyaragi.

- c) Image yang sudah dibangun oleh pihak manajemen sudah baik dengan memaksimalkan internet (baik itu media sosial, website, tripadvisor, dll). rekomendasi yang diantaranya yaitu ;

1. Memberikan konten terkini atau terupdate tentang Tamansari Goa Sunyaragi maupun atraksi wisata sekitarnya yang masih memiliki kaitan dengan Tamansari Goa Sunyaragi,
2. Memberikan jadwal event event atau festival yang terbaru atau terupdate.
3. Adanya kolom interaksi (baik itu berupa saran, kritik maupun pertanyaan).
4. Melakukan strategi selebriti endorser.

2. Untuk Pemerintah Daerah, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata serta dinas terkait lainnya dapat melakukan kerjasama dengan stakeholder dan usaha jasa pariwisata dan perjalan untuk mendukung dan meningkatkan kunjungan wisatawan di Tamansari Goa Sunyaragi. Rekomendasi yang diberikan yaitu ;

- a. Membentuk Tourist Information Center yang berguna untuk para wisatawan untuk mendapatkan informasi pariwisata di Cirebon dan untuk para stakeholder untuk dapat mempromosikan daya tarik wisata maupun jasa pariwisata yang dimiliki.
- b. Bekerjasama untuk membuat event event nasional yang berskala internasional yang dapat di selenggarakan di Tamansari Goa Sunyaragi guna memperkenalkan Cirebon khususnya Tamansari Goa Sunyaragi di internasional.

Kepuasan pengunjung pada Tamansari Goa Sunyaragi dapat dilihat dari karakteristik profil pengunjung yang didominasi oleh para pelajar usia muda yang motivasi kunjungannya



untuk wisata edukasi, karena sebagian besar mereka melakukan penelitian tentang budaya, sejarah, arkeologi dan geografi. Faktor emosional memiliki nilai tertinggi, karena memang Tamansari Goa Sunyaragi memiliki latar belakang sejarah yang kuat dan unik sehingga masih banyak yang perlu di gali dari berbagai macam bidang studi. Rekomendasi yang diberikan yaitu berupa :

- a. Perlu adanya Forum Group Discussion (FGD) tentang Tamansari Goa Sunyaragi dari berbagai ilmu, yang pesertanya dapat diikuti oleh para pelajar atau mahasiswa.
- b. Pihak manajemen Tamansari Goa Sunyaragi melakukan kerjasama dengan universitas-universitas terkait baik universitas dalam maupun luarnegri dengan tujuan bahwa Tamansari Goa Sunyaragi dapat dijadikan objek penelitian.
- c. Membuat event - event atau festival edukasi yang berskala nasional atau internasional.
- d. Dengan adanya pengaruh pada produk wisata terhadap kepuasan pengunjung yang sangat signifikan ini dapat membantu manajemen maupun pemerintah terkait untuk melakukan pengukuran sejauh mana kepuasan pengunjung terhadap produk wisata yang di tawarkan, rekomendasi yang diberikan berupa ;
- e. Pihak manajemen khususnya guide yang berinteraksi langsung dengan pengunjung dapat memberikan informasi atau himbauan kepada para pengunjung untuk memberikan penilaian baik di guest comment / guest letter maupun melalui internet, bisa email langsung ke manajemen atau melalui TripAdvisor.

Daya tarik wisata Taman Goa Sunyaragi yang memiliki potensi untuk menjadi salah satu daya tarik wisata yang terbaik di Jawa Barat dengan dimaksimalkan beberapa faktor faktor penunjang yang dibutuhkan dalam

kepariwisataan. Selain dari pada itu pihak Tamansari Goa Sunyaragi dapat memeberikan kesempatan kepada pihak swasta dalam pengelolaan Tamansari Goa Sunyaragi. agar Tamansari Goa Sunyaragi dapat dikelola secara profesional sehingga pengelolaan dayatarik wisata Tamansari Goa Sunyaragi tidak hanya mengandalkan dana dari APBN maupun APBD yang memang memiliki keterbatasan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Al-Ababneh, M. April 2013. Service Quality and its Impact on Tourist Satisfaction. International Journal. Volume 4 no 12, <http://journal-archives31.webs.com/164-177.pdf>, April 2017
- [2] Bigne, J. E., Sanchez, M. I., & Sanchez, J. (2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour: Inter-relationship. *Tourism Management*, 22, 607-616. <http://web.nchu.edu.tw/pweb/users/arborfish/lesson/9209.pdf> April 2017
- [3] Chi, C. & Qu, H. 2008. Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517707001525>. April 2017
- [4] Crompton, J. L. (1977), A systems model of the tourist's destination selection process with particular reference to the role of image and perceived constraints. College Station, Texas: Texas A
- [5] Fandy, Tjiptono, (2011), Pemasaran Jasa, Bayumedia, Malang.
- [6] Goodall, B. dan Ashworth, G. (eds). 1988. Marketing in the Tourism Industry: The Promotion of Destination Region. International Thomson Business. Press : London
- [7] Gronroos C. (1994) "From Marketing Mix to Relationship Marketing: Towards



- Paradigm Shift in Marketing” Management Decisions Vol. 32 No. 2
- [8] Ismayanti. 2010. Pengantar Pariwisata. Jakarta: Grasindo
- [9] Jenkins, O. February 1999. Understanding and Measuring Tourist Destination Images. International Journal of Tourism, 1, 1-15 (1999), <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.390.9401&rep=rep1&type=pdf>, April 2017
- [10] Kotler, P dan K.L. Keller. 2007. Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia. Edisi Keduabelas, Jilid 1. PT Indeks. Jakarta.
- [11] Lew, A. A. (1987) A framework of tourist attraction research. Annals of tourism Research, 14(4)
- [12] Medlik, S, and V.T.C. Middleton. 1973. Product Formulation in Tourism, Tourism and Marketing. AIEST. Berne.
- [13] Middleton V.T.C & Hawkins, Rebecca. 1998. Sustainable Tourism: A Marketing Perspective. Butterworth-Heinemann: Oxford
- [14] Middleton, V.T.C & Clarke, J. 2001. Marketing in Travel and Tourism 3rd Edition. Oxford: Butterworth – Heinemann
- [15] Middleton, V. 2004. Rural Tourism Marketing: The Challenge of New South Africa.
- [16] Mieczkowski, Z. 1995. Environmental Issues of Tourism and Recreation. Univ. Press of America Inc. London.
- [17] Nowacki, Marek. (2013). The Determinants of Satisfaction of Tourist Attractions’ Visitors. Poznań: Active
- [18] Parasuraman, A., V.A. Zeithaml, and L.L. Berry (1985). “A conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research”, Journal of Marketing. Vol.49,
- [19] Rajesh, . April 2013. Impact of Tourist Perceptions, Destination Image and Tourist Satisfaction on Destination Loyalty: A Conceptual Model. International Journal. Volume 11 no 3, [http://www.pasosonline.org/Publicados/11313special/PS0313\\_07.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/11313special/PS0313_07.pdf), April 2017
- [20] Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [21] \_\_\_\_\_.2013. Metode Penelitian Bisnis: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [22] Swarbrooke, John, 1995, The Development And Management Of Visitors Attractions, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- [23] Swarbrooke, J. and Horner, S. 2001. Business Travel and Tourism, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- [24] Tjiptono, Fandy. (2005a). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- [25] Tjiptono, Fandy. (2005b). Total Quality Service. Yogyakarta: Andi.
- [26] Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. (2005). Service, Quality & Satisfaction. Yogyakarta: Andi.
- [27] Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. (2011). Service, Quality & Satisfaction. Yogyakarta: Andi.
- [28] Umar, Husein. (2008). Metode Riset Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [29] Wells, W.D. & Prensky, D., 1996, Consumer Behavior, New York: John Wiley & Sons, Inc.
- [30] Yoeti, Oka. A. (1991). Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: Angkasa
- [31] Yoeti, Oka. A. (2005). Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata. Jakarta: Pradaya Paramita.
- [32] Yoeti, Oka. A. (2008). Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Jakarta: Pradaya Paramita.
- [33] Zeithaml, Valerie. A dan Bitner, Mary Jo. (2000). Service Marketing : Integrating Costumer Focus Across The Firm 2nd Edition. New York: International Edition McGraw-Hill.



---

[34] <http://www.destinationnsw.com.au/wp-content/uploads/2011/10/Destination-NSW-Annual-Report-2014-2015.pdf>