

**FASILITAS WISATA BERDASARKAN PERSEPSI  
WISATAWAN DI CIWANGUN INDAH CAMP  
KABUPATEN BANDUNG BARAT**



*Pariwisata Prajna Artha Bhuwana*

**Pariwisata Memacu Perdamaian dan Kesejahteraan Dunia**

**SKRIPSI**

Disusun Oleh:

Nama : Yolanda Martha  
NPM : 2019.10.063  
Program Studi : Manajemen Pariwisata  
Jenjang : Strata Satu ( S – 1 )  
Status : Terakreditasi B BAN PT

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PARIWISATA  
STIEPAR YAPARI  
BANDUNG  
2023**

## **ABSTRAK**

### **FASILITAS WISATA BERDASARKAN PERSEPSI WISATAWAN DI CIWANGUN INDAH CAMP KABUPATEN BANDUNG BARAT**

**Oleh :**

**Yolanda Martha**

**19.10.063**

**Dibawah Bimbingan :**

**Lia Afriza, S.E, M.M Dan Anti Riyanti.S.Sos. M.M**

Ciwangun Indah Camp terletak di Jl. Kolonel Masturi, Rt.03/15, Cihanjuang Rahayu, Kec. Parompong, Kab. Bandung Barat, Jawa Barat. Daya tarik Ciwangun Indah Camp yaitu tempat hiburan keluarga di tengah hutan khas Lembang yang masih memiliki suasana alam yang tenang dan juga kesejukan udara yang menyegarkan khas pegunungan. Penelitian ini dilakukan di Ciwangun Indah Camp untuk mengetahui bagaimana kondisi fasilitas, persepsi wisatawan. Metode survey kuantitatif dengan deskriptif kuantitatif, teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, studi dokumen dan kuesioner. Wawancara kepada informan kunci sebanyak 3 orang terdiri dari 2 pengelola Ciwangun Indah Camp dan 1 wisatawan, dan menyebarkan kuesioner sebanyak 30 responden kepada wisatawan menggunakan skala *likert* dan garis kontinum. Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan, kondisi aktual fasilitas wisata yang tersedia berada pada penilaian kurang baik, dan untuk persepsi wisatawan sebgaiian fasilitas yang ada ada baik dan buruknya. Dalam penelitian ini diharapkan bahwa pihak pengelola Ciwangun Indah Camp dapat lebih memperhatikan fasilitas baik dari segi kebersihan, kelengkapan agar memberikan kenyamanan bagi wisatawan.

**Kata Kunci:** Fasilitas wisata, Persepsi wisatawan, Ciwangun Indah Camp

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>LEMBARAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>ABSTRACT</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	5
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	5
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	6
1.4 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	7
1.4.1 Lokasi Penelitian.....	7
1.4.2 Waktu Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	9
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 Pariwisata.....	9
2.1.2 Fasilitas Wisata.....	10
2.1.3 Wisatawan.....	13
2.1.4 Persepsi .....	17
2.1.5 Persepsi Wisatawan .....	18
2.1.6 Keputusan Berkunjung .....	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Kerangka Pemikiran .....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	25

3.1 Metode Penelitian.....	25
3.2 Desain Penelitian.....	26
3.3 Operasional Variabel.....	27
3.4 Populasi Dan Sampel.....	28
3.5 Teknik Analisis Kuesioner .....	28
3.6 Sumber Data .....	30
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.8 Teknik Pengolahan dan Penyajian Analisis Data.....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>34</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	34
4.1.1 Profil Kabupaten Bandung Barat.....	34
4.1.2 Gambaran Umum Ciwangun Indah Camp.....	36
4.1.3 Sejarah Ciwangun Indah Camp .....	37
4.1.4 Visi dan Misi Ciwangun Indah Camp.....	39
4.1.5 Stuktur Organisasi Ciwangun Indah Camp .....	40
4.1.6 Kondisi Ciwangun Indah Camp.....	40
4.1.7 Persepsi Wisatawan Mengenai FasilitasWisata Di Ciwangun Indah Camp.....	50
4.1.8 Rekapitulasi Persepsi Wisatawan Berdasarkan Fasilitas Wisata.....	66
4.2 Pembahasan .....	67
4.2.1 Kondisi Ciwangun Indah Camp.....	67
4.2.2 Persepsi Wisatawan Berdasarkan FasilitasWisata Di Ciwangun Indah Camp.....	75
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>77</b>
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>81</b>

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan sebuah negara kepulauan terbesar di dunia yang tersebar di 38 daerah provinsi, Indonesia pun negara yang memiliki banyak potensi sumber daya alam yang melimpah, keanekaragaman flora serta fauna, berbagai peninggalan sejarah, seni, sosial dan budaya serta adanya keindahan alam luar biasa yang dapat di jadikan sebagai daya tarik wisata.

Pariwisata pada saat ini merupakan salah satu sektor pariwisata yang memiliki peran penting di Indonesia, karena industri pariwisata mampu menyumbang pendapatan bagi negara cukup besar dan berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi. Selain itu secara tidak langsung berdampak juga pada kesejahteraan masyarakat sekitar, karena kegiatan pariwisata melibatkan masyarakat didalamnya.

Kemenparekraf sedang gencar melakukan promosi demi tercapainya target kunjungan wisatawan mancanegara pada masa yang akan datang ke Indonesia. Indonesia memiliki wilayah yang sangat luas, daya tarik wisata yang banyak diminati oleh wisatawan mancanegara dan nusantara diantaranya wisata alam, wisata sejarah, wisata budaya, dan wisata minat khusus yang beragam dan mempunyai ciri khasnya tersendiri dari setiap daerah masing-masing sehingga sebagai motivasi wisatawan untuk datang berkunjung, salah satunya berada di Provinsi Jawa Barat.

Provinsi Jawa Barat memiliki banyak destinasi wisata yang sedang berkembang pesat, selain itu Jawa Barat juga merupakan tempat dimana banyak sekali keunikan dan daya tarik yang khas, dengan memiliki cukup banyak potensi destinasi wisata yang cukup beragam yang dapat memenuhi segala kebutuhan kepariwisataan jika asset tersebut dapat dimanfaatkan secara optimal, mulai dari panorama alam pegunungan yang indah, sumber air panas, air terjun (curug), flora fauna, hasil karya manusia (cendramata), budaya dan pantai. Salah satunya yang memiliki potensi destinasi wisata alam yang banyak diminati di Provinsi Jawa Barat yaitu Kabupaten Bandung Barat.

Kabupaten Bandung Barat terkenal dengan berbagai daya tarik alam yang menarik. Kawasan Kabupaten Bandung Barat banyak sekali wisata alam yang bisa dijumpai wisatawan baik dari wisatawan lokal maupun mancanegara, salah satunya adalah kawasan Parompong. Parompong terkenal sebagai wilayah wisata bunga dikarenakan mayoritas para petani di wilayah ini merupakan petani bunga atau tanaman hias lainnya, walaupun dijuluki sebagai wilayah wisata bunga tapi Parompong menyimpan sejuta pesona alam yang memikat, yang menjadi potensi daya tarik wisata. Kebanyakan tempat wisata di Parompong memanfaatkan kekayaan alamnya yang ada seperti Air Panas Curug Panas Nagrag, Air Terjun Pelangi, Dusun Bambu dan Ciwangun Indah Camp. Ciwangun Indah Camp merupakan kawasan wisata yang relative lama berdiri yang berada di wilayah Desa Cihanjuang Rahayu Kecamatan Parompong Kabupaten Bandung Barat. Ciwangun Indah Camp ini berdiri dari tahun 2007 dengan memiliki luas kawasan sekitar 20.000 hektar dengan terbagi menjadi beberapa zona. Ciwangun Indah Camp

dikelola oleh Bapak H. Kosasih Dermawan dan bekerjasama dengan perum perhutani dengan menawarkan wisata alam yang didukung pemandangan dan udara khas pegunungan yang dikelilingi oleh kebun teh dan hutan pinus yang dapat dijadikan pilihan tempat relaksasi dengan disediakan berbagai macam fasilitas seperti hutan pinus, camping ground, outbound, kebun teh, lembah, sungai situ leumpang, danau buatan, gazebo, saung, aula, saung makan, villa, area parkir, masjid. Berikut ini jumlah kunjungan wisatawan Ciwangun Indah Camp Kabupaten Bandung Barat.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Kunjungan Wisatawan Ciwangun Indah Camp**  
**2018-2022**

<b>NO</b>	<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Wisatawan</b>
1.	2018	24318
2	2019	27526
3	2020	0
4	2021	0
5	2022	11296

*Sumber : Pengelola Ciwangun Indah Camp*

Jumlah kunjungan wisatawan Ciwangun Indah Camp mengalami naik turun jumlah kunjungan pada tahun 2018 ke 2019 mengalami peningkatan dan pada tahun 2020-2021 dikarena terjadinya penyebaran covid-19 yang mengharuskan semua destinasi di tutup total dan tidak bisa beroperasi sama sekali dan di buka pada tahun awal tahun 2022, dengan adanya covid-19 yang diharuskan destinasi tutup sehingga fasilitas yang ada tidak diperhatikan selama 2 tahun. Dari fasilitas yang ada di

Ciwangun Indah Camp memang sudah tersedia namun dari segi kualitas masih kurang dan belum sepenuhnya dapat menunjang kegiatan wisatawan, hal ini dapat dilihat dari jumlah fasilitas yang tersedia di Ciwangun Indah Camp tersebut, sehingga pihak pengelola perlu mengembangkan dan membenahi fasilitas wisata yang ada di Ciwangun Indah Camp untuk menunjang kegiatan wisatawan. Fasilitas adalah salah satu aspek yang mendukung terhadap keinginan wisatawan untuk kembali lagi ke suatu tempat atau lokasi wisata. Hal ini perlu diperhatikan dan dikembangkan supaya tidak berdampak pada penurunan jumlah wisatawan. Agar tidak terjadi penurunan pada wisatawan pihak pengelola perlu mengembangkan atau menambah fasilitas wisata.

Menurut Tjiptono (2004) fasilitas merupakan sesuatu yang sangat penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan destinasi interior dan eskerior serta kebersihan fasilitas harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan pelanggan secara langsung.

Suatu objek wisata harus meningkatkan kualitas objek menjadi lebih baik guna mendapatkan persepsi yang positif. Membentuk persepsi positif tentang daerah tujuan wisata dengan berbagai atribut-atribut pariwisatannya pada diri wisatawan menjadi salah satu kunci untuk menjamin perkembangan suatu destinasi wisata Ismayanti (dalam Nieamah,2014). Memahami persepsi pengunjung terhadap kawasan wisata dapat memberikan manfaat bagi pengelola untuk membenahi fasilitas. Persepsi pengunjung terhadap kondisi objek wisata merupakan sesuatu



yang mutlak dibutuhkan oleh pengelola dalam upaya pengembangan objek wisatanya Atmojo ( dalam Botha, Saroinsong dan Pollo,2015).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas peneliti tertarik untuk meneliti fasilitas wisata berdasarkan persepsi wisatawan yang hasilnya dapat dijadikan bagi pengelola untuk tahap selanjutnya. Berdasarkan uraian diatas maka judul peneliti yaitu **“Fasilitas Wisata Berdasarkan Persepsi Wisatawan Di Ciwangun Indah Camp Kabupaten Bandung Barat.”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kondisi fasilitas wisata yang ada di Ciwangun Indah Camp ?
2. Bagaimana persepsi wisatawan terhadap fasilitas wisata yang ada di Ciwangun Indah Camp ?

## **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Setelah mengetahui rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui kondisi fasilitas wisata yang ada di Ciwangun Indah Camp
2. Mengetahui persepsi wisatawan terhadap fasilitas wisata yang ada di Ciwangun Indah Camp

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Terbagi menjadi 2 aspek kegunaan, yaitu:

1. Aspek Teoritis yang didapat adalah:

- a. Sebagai salah satu tahapan dalam menyelesaikan berbagai masalah yang berhubungan dengan Fasilitas Wisata Berdasarkan Persepsi Wisatawan Di Ciwangun Indah Camp Kabupaten Bandung Barat.
- b. Sebagai bahan literatur untuk kajian penelitian dan pengembangan pariwisata bagi peneliti selanjutnya.

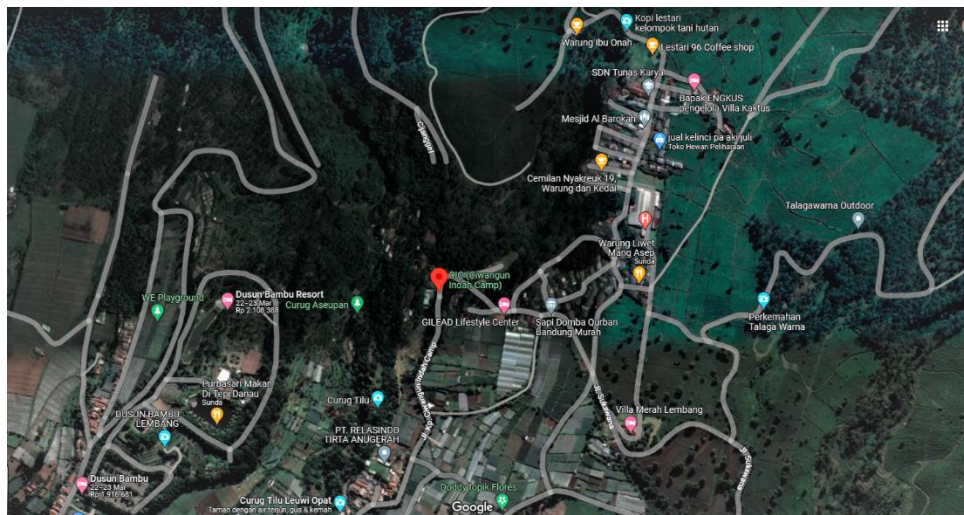
2. Aspek Praktis yang didapat adalah:

- a. Memberikan kontribusi pengetahuan dan pengalaman dalam mengkaji pengembangan pariwisata.
- b. Sebagai bahan masukan kepada pengelola Ciwangun Indah Camp untuk meningkatkan fasilitas destinasi itu sendiri.

## 1.4 Lokasi dan Waktu Penelitian

### 1.4.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Ciwangun Indah Camp, Cihanjuang Rahayu, Kec. Parongpong, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat



**Gambar 1.1**

**Denah Lokasi Ciwangun Indah Camp**

*Sumber:* <https://earth.google.com>

### 1.4.2 Waktu Penelitian

Tabel 1.2

#### Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan/2022-2023							
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr
1.	Tahap Persiapan Penelitian								
	a. Penyusunan dan Pengajuan Judul								
	b. Pengajuan Proposal								
	c. Perijinan Penelitian								
2.	Tahap Pelaksanaan								
	a. Pengumpulan Data								
	b. Analisis Data								
3.	Tahap Penyusunan Laporan								
4.	Sidang Skripsi								

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Pariwisata**

Menurut Muljadi dan Warman (2014:8) istilah pariwisata berasal dari dilaksanakannya kegiatan wisata atau tour yaitu suatu aktivitas perubahan tempat tinggal sementara seseorang, ke luar tempat tinggalnya sehari-hari bersifat sementara dengan suatu alasan apapun kecuali melakukan kegiatan yang bisa menghasilkan upah atau gaji.

Menurut Sedarmayanti, Sastrayuda, S.G, Afriza, L. (2018:12) mendefinisikan bahwa pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan sementara waktu, diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi tetapi untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamasyaan dan kreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Pariwisata adalah fenomena kemasyarakatan, yang menyangkut manusia, masyarakat, kelompok, organisasi, kebudayaan dan sebagainya. Yang merupakan objek kajian sosiologi. Pitana,G.I, Gayatri,G.P. (2009:31) sementara menurut Undang-Undang Nomor 10, Tahun 2009 Pariwisata diartikan sebagai berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Jadi pemahaman dari teori di atas, pariwisata merupakan perjalanan yang dilakukan sementara waktu, diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain yang didukung berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

### **2.1.2 Fasilitas Wisata**

Menurut Stevianus (2014) dan Sulistiyana et al. (2015), menunjukkan bahwa fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Selain itu, fasilitas merupakan salah satu hal yang penting untuk mengembangkan pariwisata. Ketersediaan fasilitas wisata tersebut merupakan hal yang sangat penting tersedia di daerah tujuan wisata. Fasilitas wisata tersebut harus disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan maksimal.

Nuriata (2014:62) menjelaskan bahwa fasilitas wisata merupakan pelengkap yang perlu disiapkan di tempat tujuan. Menyertai kehadiran atraksi wisata. Pertumbuhan fasilitas wisata akan seiring dengan perkembangan atraksi wisata. Kehadiran fasilitas wisata di tujuan wisata, melengkapi atraksi wisata yang mempunyai daya tarik wisata pada wisatawan. Hal ini tentunya akan memberikan kepuasan kepada wisatawan sesuai dengan tujuan perjalanannya.”

Fasilitas menurut Spillane (dalam Muklas 2008:32), fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang mendukung operasional objek wisata untuk mengakomodasi segala kebutuhan wisatawan, tidak secara langsung mendorong

pertumbuhan tetapi berkembang pada saat yang sama atau sesudah atraksi berkembang, berdasarkan teori Spillane dalam Muklas (2008:32), fasilitas dapat dikelompokkan menjadi 3 bagian yaitu:

1. Fasilitas Utama, merupakan sarana yang sangat dibutuhkan atau dirasakan sangat perlu selama pengunjung berada disuatu objek wisata. Fasilitas utama dilihat dari: akomodasi, aksesibilitas, kebun, rumah pohon, outbound, plaza, galeri, panggung, dan kolam ikan.
2. Fasilitas Pendukung, sarana yang pada proporsinya sebagai pelengkap fasilitas utama sehingga wisatawan akan merasa lebih betah. Terdiri atas akomodasi (penginapan), tempat makan, tempat belanja, transportasi yang terbagi atas kebersihan, kerapihan, kenyamanan dan keindahan.
3. Fasilitas Penunjang, pada dasarnya merupakan sarana yang bersifat sebagai pelengkap utama sehingga wisatawan terpenuhi apa pun kebutuhan mengunjungi objek wisata, memberikan pelayanan kepada wisatawan baik secara langsung, maupun tidak langsung. Fasilitas penunjang yang terdiri atas fasilitas pokok seperti: Toilet umum, Tempat ibadah/masjid, Pemandu wisata, Pusat informasi, Tempat parkir.

Sedangkan menurut Suryono (2013:29) mengatakan bahwa fasilitas wisata memiliki beberapa komponen yaitu:

1. *Amenitas* atau Akomodasi

Komponen produk berikutnya yang juga sangat penting untuk diperhatikan adalah fasilitas *amenitas*, yang dimaksud dengan *amenitas* atau akomodasi dalam pengertian ini adalah berbagai jenis fasilitas dan kelengkapannya yang dapat digunakan oleh wisatawan untuk beristirahat dan bersantai dengan nyaman serta menginap selama melakukan kunjungan ke suatu destinasi. Fasilitas akomodasi pariwisata ini biasanya dilengkapi dengan fasilitas komplementernya seperti restoran, kolam renang, bar maupun fasilitas *entertainment* yang lain dan dibedakan kedalam berbagai jenis dan tingkatan yang merentang mulai dari: *home stay*, penginapan/hotel non bintang 5, maupun jenis-jenis akomodasi khusus seperti: *resort*, rumah panggung di hutan ataupun rumah tenda (caravan) untuk kebutuhan berkemah (camping) maupun *home stay*.

## 2. *Aksesibilitas* dan Transportasi

Komponen produk selanjutnya yang juga membutuhkan perhatian untuk dikembangkan adalah aksesibilitas dan transportasi, yang dimaksud dengan *aksesibilitas* dan transportasi dalam pengertian ini adalah sebagai fasilitas dan moda angkutan yang memungkinkan dan memudahkan membuat nyaman wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi. Beberapa jenis *aksesibilitas* dan fasilitas transportasi tadi bisa dibedakan kedalam berbagai matra yang meliputi: matra transportasi darat termasuk kereta api dan angkutan penyebrangan, matra transportasi laut termasuk kapal pesiarnya dan matra transportasi udara dan penerbangan komersil maupun penerbangan (*charter flight*) yang semuanya berfungsi sebagai sarana dan fasilitas pendukung bagi penggerak wisatawan dari satu tempat ketempat lainnya.



### 3. Infrastruktur Pendukung

Yang dimaksud dengan infrastruktur pendukung dalam pengertian ini adalah keseluruhan jenis fasilitas umum yang berupa prasarana fisik seperti komponen pendukung perhubungan seperti: pelabuhan (*seaport*), bandara (*airport*), station kereta api dan jaringan telekomunikasi serta beberapa fasilitas fisik yang seperti jaringan listrik, air minum, toilet dan sebagainya.

### 4. Fasilitas Pendukung Wisata Lainnya

Yang dimaksud dengan fasilitas wisata lainnya dalam pengertian ini adalah berbagai jenis fasilitas pendukung kepariwisataan yang berfungsi memberi kemudahan dan kenyamanan bagi wisatawan selama melakukan kunjungan di suatu destinasi, seperti: keamanan, rumah makan, biro perjalanan, toko cideramata, pusat informasi wisata, rambu wisata, fasilitas perbelanjaan, hiburan malam, fasilitas perbangkan dan beberapa skema kebijakan khusus yang diadakan untuk mendukung kenyamanan bagi wisatawan dalam kunjungannya didestinas.

Mengetahui uraian pengertian fasilitas wisata diatas menurut beberapa ahli dapat diartikan fasilitas wisata adalah fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan dengan didasari oleh fasilitas utama, fasilitas pendukung dan fasilitas penunjang sehingga dengan kelengkapan fasilitas yang ada membuat Wisatawan merasakan kenyamanan atau puas.

#### **2.1.3 Wisatawan**

Pengertian wisatawan menurut Undang-undang Pariwisata No 10 tahun 2009 Pasal 1 “Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata”, sedangkan wisata

adalah “Kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara”.

Sedangkan menurut *Cooper et.al* (dalam Ismayati 2010:35) mengelompokan wisatawan menjadi tujuh jenis wisatawan berdasarkan jumlah wisatawan dan dampak pariwisata terhadap masyarakat setempat.

### 1. Wisatawan Elit

Kelompok ini berjumlah kecil dan biasanya terdiri atas individu yang pernah berpergian kemanapun. Ia telah melakukan perjalanan ke belahan berbagai dunia. Ia mau membayar semahal mungkin untuk dapat memenuhi kebutuhannya karena ia umumnya berasal dari golongan berkecukupan bahkan berlebihan. Ia mudah beradaptasi, interaksi dirinya dengan penduduk wisatanya jarang bersifat sangat mendalam karena ia lebih memilih menjadi pengamat, yang tidak ingin mengadaptasi gaya hidup penduduk setempat secara permanen. Bentuk kunjungannya tidak terstruktur dan lam tinggalnya selama wisatawan *eksplorer*.

### 2. Wisatawan Penjelajah atau *Explorer*

Kelompok ini ingin mencari dan menemukan pengetahuan atau sesuatu yang baru. Ia tidak menyatakan dirinya sebagai wisatawan dan lebih senang disebut sebagai antropologis (penelitian atau *observer*). Ia tinggal di daerah tujuan wisata yang berpartisipasi aktif dalam kegiatan masyarakat setempat. Ia mudah mengadaptasi dirinya dengan norma dan kehidupan lokal, termasuk cara menetap, cara makan dan gaya hidup. Kelompok ini memiliki pengharapan yang sangat

berbeda dengan wisatawan pada umumnya. Ia melakukan interaksi sosial dengan masyarakat setempat lebih dari pada wisatawan pada umumnya. Bahkan ia sering menyatakan dirinya sebagai wisatawan alternatif. Lama tinggalnya cenderung panjang, bisa beberapa minggu, bahkan berbulan-bulan karena ia ingin melakukan hubungan yang lebih mendalam, malahan mencoba menjadi seperti masyarakat di sekitarnya.

### 3. Wisatawan Luar Biasa Atau *Unusual Tourism*

Wisatawan jenis ini memilih perjalanan yang diorganisasikan dengan membeli paket wisata dan berbelanja di pertokoan setempat dari pada berbelanja di toko-toko bebas bea. Wisatawan jenis ini cenderung tertarik kepada budaya *primitive*. Ia tidak canggung melakukan interaksi dengan masyarakat. Lintas budaya dilakukan wisatawan tipe ini, tetapi masih ada batasan kontrak yang mau dilakukannya. Ia tidak begitu saja menerima beragam masyarakat, terutama jika budaya itu bertolak belakang dengan kebiasannya.

### 4. Wisatawan Diluar Jalur atau *Off-beat*

Kelompok ini senang mengunjungi tempat-tempat yang jarang dikunjungi oleh wisatawan lain. Ia mencari tempat-tempat yang tidak ramai dikunjungi oleh wisatawan. Ia mencari daerah tujuan wisata yang dapat memberikan kesenangan dengan melakukan sesuatu yang terkadang tidak sesuai dengan norma dan kehidupan masyarakat setempat. Secara umum, ia cepat beradaptasi dengan baik. Terutama dengan penduduk setempat dan bersedia tinggal di fasilitas sederhana.

### 5. Wisatawan Massal

Melakukan perjalanan secara berkelanjutan daerah wisata yang sudah biasa berasal dari kelas masyarakat yang berpenghasilan menengah dan biaya perjalanan menjadi faktor pertimbangan dalam pembuatan keputusan wisata. Wisatawan kelompok ini menginap disegala jenis hotel, selama hotel tersebut memberikan kenyamanan yang dibutuhkan. Wisatawan jenis ini melakukan lintas budaya, interaksi yang dilakukan juga semua hanya sebagai upaya menunjukkan harmonisasi hubungan antara manusia karena dalam setiap perjalanan selalu melakukan kegiatan berkelompok sehingga wajarlah pengetahuannya tentang budaya baru sangat terbatas.

#### 6. Wisatawan Massal Tingkat Pemula (*Incipient Mass Tourist*)

Melakukan arus kunjungan wisatawan secara rutin, kadang berwisata secara individu dan kadang secara berkelompok. Wisatawan ini lebih memilih daerah tujuan wisata yang sudah dikenal dan untuk alasan keamanan, serta fasilitas yang memberikan kenyamanan sebaiknya ditawarkan seperti pemandu wisata lokal, bus penyejuk udara dan hotel yang modern. Ia cenderung lebih memilih fasilitas yang ke barat-baratan. Wisatawan dalam kelompok ini bersedia membayar berapapun untuk mendapatkan kenyamanan berwisata. Wisatawan massal tingkat pemuda ini masih bersedia melakukan interaksi dengan masyarakat setempat sehingga dengan lintas budayapun terjadi dan ia hanya mau memahami budaya lain hanya dari luar saja tidak secara mendalam.

#### 7. Wisatawan Borongan atau *Charter*

Kelompok ini mirip dengan wisatawan massal yang memiliki ciri-ciri

- a. Memilih menginap di hotel dan menggunakan fasilitas sesuai dengan kebutuhannya.
- b. Tidak mengharapkan pergi ke daerah wisata yang belum dikenal
- c. Malas terlibat dan enggan berinteraksi dengan masyarakat setempat
- d. Pada umumnya menginginkan pengalaman wisata baru ditempat asing yang kesamannya terjamin. Selain itu daerah tujuan wisata baru tersebut harus memiliki fasilitas yang biasa digunakan.
- e. Menginginkan kunjungan wisata terstruktur dan lama tinggal sebentar, yang berkisar antara akhir pekan dan 2 minggu.

#### **2.1.4 Persepsi**

Menurut Slameto (2010) persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi ke dalam otak manusia. Ikhsan (2008) mendefinisikan persepsi sebagai suatu proses dimana individu-individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan indera mereka agar memberi makna kepada lingkungan mereka. Melalui persepsi tersebut seseorang memiliki pandangan tersendiri terkait objek atau kejadian yang di persepsinya.

Persepsi manusia terdapat perbedaan sudut pandang dalam penginderaan. Ada yang mempersepsikan sesuatu itu baik atau persepsi yang positif maupun persepsi negatif yang akan mempengaruhi tindakan manusia yang tampak atau nyata. Menurut Leavit (dalam Sobur, 2003:445) persepsi dalam arti sempit adalah penglihatan, bagaimana cara seseorang melihat sesuatu, sedangkan dalam arti luas persepsi adalah pandangan atau pengertian yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu.

Dalam terjadinya persepsi ada beberapa faktor yang mampu mempengaruhinya, menurut Toha (2004:154) faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang adalah sebagai berikut:

1. Faktor Internal: perasaan, sikap dan kepribadian individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai dan kebutuhan juga minat dan motivasi.
2. Faktor Eksternal: latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, pengulangan gerak, hal-hal baru dan familiar atau ketindak asing suatu objek.

### **2.1.5 Persepsi Wisatawan**

Kotler (1997:198) mengatakan bahwa persepsi merupakan proses yang digunakan seseorang untuk memilih, mengorganisasi dan menginterpretasi masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang dimilikinya. Lebih lanjut dia menyatakan bahwa dalam pembentukan persepsi, terdapat tiga tahapan proses yang terdiri dari:

1. Eksposur Selektif, yaitu melalui berbagai iklan yang akan disaring oleh individu berdasarkan ketertarikan akan sesuatu. Seseorang dapat mengingat rangsangan yang dianggapnya menarik.
2. Distorsi Selektif, menggambarkan kecenderungan orang untuk merakit informasi kedalam penertian pribadi, ini menunjukkan bahwa rangsangan menarik tidak selalu datang dari arah yang diinginkan. Dalam hal ini

audiensi dapat memberikan penilaian terhadap rangsangan yang diterimanya.

3. Ingatan / Retensi Selektif, dimana orang akan melupakan apa yang mereka pelajari tetapi akan mengingat apa yang mendukung sikap dan kepercayaan mereka. Dalam arti, dalam diri orang tersebut akan muncul keinginan untuk mencoba produk yang ditawarkan.

Utama et al. (2013) menyatakan persepsi wisatawan yaitu terhadap :

1. Kebersihan
2. Keamanan
3. Objek dan daya tarik wisata

Destinasi wisata tersebut harus lebih diperhatikan karena hal ini dapat menunjang kegiatan wisata alam. Menurut Fentri (2017) yang meliputi persepsi fisik dan non fisik. Persepsi wisatawan dapat dijadikan acuan yang tepat untuk mengatasi permasalahan dalam pengembangan wisata Wisnawa et al., (2019).

Pandangan yang telah disampaikan diatas, dapat dilihat bahwa terdapat ketertarikan yang kuat antara suatu destinasi wisata tersebut dengan keinginan wisatawan untuk melakukan kegiatan wisata. Motivasi seseorang dan daya tarik destinasi yang kuat, akan membuat calon wisatawan potensial semakin tertarik untuk berwisata ke suatu destinasi. Jika hal ini terjadi, berarti keseluruhan elemen yang berada dalam sistem kepariwisataan berfungsi baik. Selanjutnya setelah para wisatawan datang ke sebuah destinasi, maka fungsi pelayanan terhadap wisatawan

atau *hospitality* memberikan andil untuk memastikan bahwa wisatawan dapat terpenuhi segala kebutuhan dan keinginannya.

### **2.1.6 Keputusan Berkunjung**

Keputusan berkunjung konsumen ke suatu objek wisata pada dasarnya erat kaitannya dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan unsur penting dalam kegiatan pariwisata yang perlu diketahui mengenai apa yang ada dalam pemikiran seorang konsumen pada waktu sebelum, sedang dan setelah melakukan kunjungan pada suatu objek wisata. Adanya kecenderungan pengaruh harga, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung yang dilakukan oleh konsumen tersebut mengisyaratkan bahwa manajemen perusahaan perlu mempertimbangkan aspek perilaku konsumen terutama proses pengambilan keputusan berkunjung.

Menurut Kotler dan Armstrong (2009:158) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Keputusan pembeli adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan tingkah laku setelah pembelian.

Dari pengertian ini keputusan pembelian diatas disimpulkan bahwa keputusan berkunjung adalah perilaku pembelian seseorang dalam menentukan suatu pilihan tempat wisata untuk mencapai kepuasan sesai kebutuhan dan keinginan konsumen yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi,



evaluasi terhadap alternatif pembelian, kepuasan pembelian dan perilaku setelah pembelian.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut adalah tabel penelitian terdahulu yang bersumber dari data pengelola. Penelitian yang berhubungan dengan pengembangan fasilitas telah banyak dilakukan dengan objek dan pendekatan yang berbeda-beda. diantaranya ialah sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Hasil Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Nur Pratiwi Pitaloka (2015)	Pengembangan Fasilitas Sebagai Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisata Di Curug Malela Kabupaten Bandung	Fasilitas yang ada masih terbilang sangat minim dan butuh pengembangan dan penambahan fasilitas	Menganalisis fasilitas wisata yang ada dan menggunakan metode kualitatif	Lokasi penelitian yang tidak sama

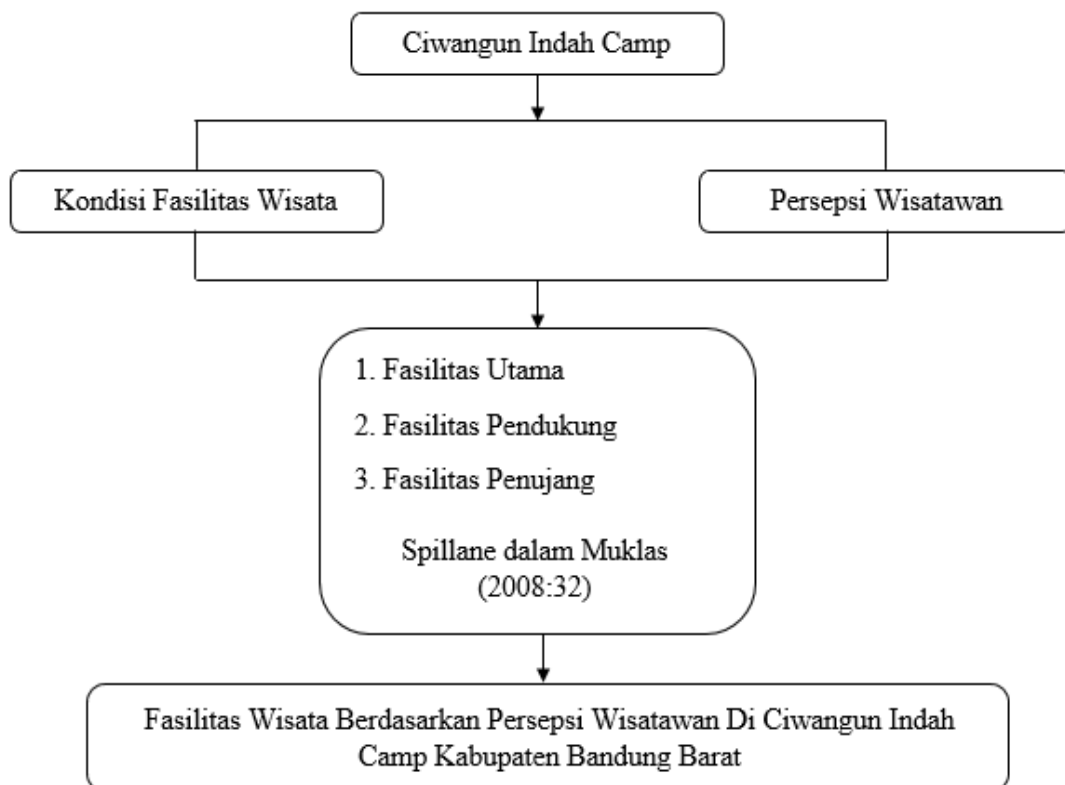
2	Lutfi Hamdani  (2015)	Pengembangan Fasilitas Wisata Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Di Villa Perancis Kecamatan Batujajar Kabupaten Bandung Barat	Dengan adanya pengembangan fasilitas wisata sesuai dengan kebutuhan wisatawan dapat menambah kepuasan wisatawan di Villa Perancis, tetapi hal tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal oleh pihak pengelola. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa dalam pengembangan fasilitas wisata harus memperhatikan	Menganalisis fasilitas yang ada, wawancara kepada pengunjung	Dimensi yang digunakan pada instrument penelitian berbeda
---	--------------------------------	--	---	--	---

			kebutuhan wisatawan yang sesuai dengan permintaan wisatawan.		
3.	Danissa Sri Rahayu (2017)	Pengembangan Fasilitas Wisata Alam Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Brusen Hills Ciwidey Kabupaten Bandung	Fasilitas yang ada sudah cukup terawat dan ada beberapa fasilitas yang harus dikembangkan dan ditambah	Metode penelitian sama kualitatif dan membahas tentang fasilitas wisata yang ada	Dimensi yang digunakan berbeda, lokasi penelitian yang tidak sama

*Sumber: data oleh peneliti, 2023*

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka pemikiran akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Berikut adalah gambar kerangka pemikiran.



**Gambar 2. 1**

**Kerangka Pemikiran**

*Sumber: Olahan Peneliti, 2023*

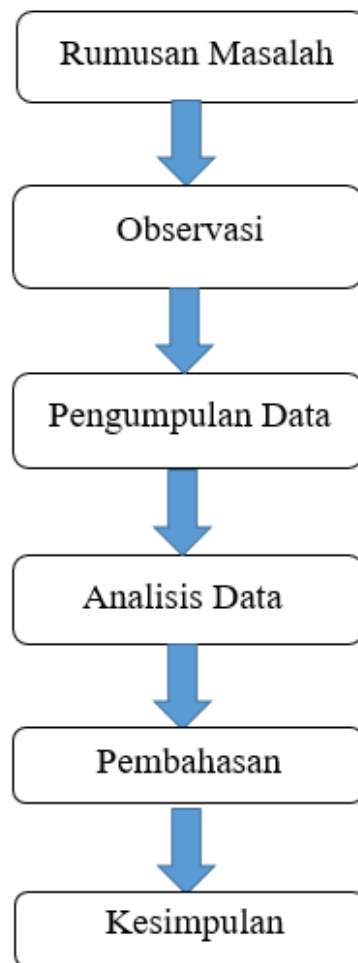
## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Metode Penelitian

Dalam penelitian “**Fasilitas Wisata Berdasarkan Persepsi Wisatawan Di Ciwangun Indah Camp Kabupaten Bandung Barat**” digunakan metode kuantitatif menurut Sugiyono (2019:15) menjelaskan bahwa metode penelitian kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistic karena berlandaskan pada filsafat positivism. Metode ini sebagai metode ilmiah/*scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, objektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini juga disebut metode *discoveri*, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data peneliti berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Sementara metode yang digunakan adalah metode survey kuantitatif dengan deskriptif kuantitatif, dengan lokus penelitian Ciwangun Indah Camp Kabupaten Bandung Barat.

### 3.2 Desain Penelitian



**Gambar 3. 1**

**Desain Penelitian**

*Sumber: Olahan Peneliti, 2023*

### 3.3 Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, operasional variabelnya adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 1**  
**Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>
Fasilitas Wisata Dan Persepsi Wisatawan	Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang mendukung oprasional objek wisata untuk mengakomodasi segala kebutuhan wisatawan, tidak secara langsung mendorong pertumbuhan tetapi berkembang pada saat yang sama atau sesudah atraksi berkembang, berdasarkan teori Spillane dalam Muklas (2008:32) Persepsi wisatawan dapat dijadikan acuan yang tepat untuk mengatasi permasalahan dalam pengembangan wisata Wisnawa et al., (2019).	1. Fasilitas Utama	1. Akomodasi
			2. Aksesibilitas
		2. Fasilitas Pendukung	1. Tempat Makan
			2. Tempat Parkir
			3. Toilet
		3. Fasilitas Penunjang	1. Mushola
			2. Pusat Informasi
			3. Tempat Sampah
			4. Rambu Wisata Dan Papan Petunjuk
			5. Loket Tiket
			6. Gazebo
	7. Villa		
	8. Aula		

*Sumber: Olahan Peneliti, 2023*

### 3.4 Populasi Dan Sampel

Untuk memnetukan berapa wisatawan yang akan diteliti untuk diajukan mengisi kuesioner, maka dibutuhkan teknik populasi dan sampel. Namun Roscoe dalam Sugiyono (2015:90) memberikan saran tentang ukuran sampel untuk penelitian dan salah satunya adalah ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500. Dari saran diatas maka peneliti menyediakan 30 kuesioner yang akan disebar untuk pengumpulan data.

### 3.5 Teknik Analisis Kuesioner

Penelitian ini menggunakan *Skala Likert* sebagai penafsiran. Menurut Sugiyono (2017:93) “*Skala Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan Persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini, fenomena sosil ini telah diterapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai *variable* penelitian”. Instrument yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ni adalah angket likert dengan lima alternatif jawaban, yaitu:

**Tabel 3. 2**

#### **Penilaian Skala Likert**

<b>Alternatif</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (RG)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

*Sumber: Sugiyono (2017)*



Penggolongan kategori tiap indikator dihitung berdasarkan nilai yang diperoleh dari hasil kuesioner dengan cara mengalihkan besar bobot (nilai) pada kategori tertentu yang telah ditetapkan dengan jumlah informan yang menjawab masing-masing kategori tersebut. Dalam hubungan teknik pengumpulan data kuesioner, instrument tersebut misalnya diberikan kepada 30 informan, kemudian direkapitulasi. Dari 30 informan setelah dilakukan analisis misalnya:

**Tabel 3. 3**  
**Hasil Kuesioner**

No	Alternatif Jawaban	Bobot	Frekuensi	Jumlah
1	Sangat Setuju (SS)	5	10	50
2	Setuju (S)	4	5	20
3	Ragu-Ragu (RG)	3	5	15
4	Tidak Setuju (TS)	2	5	10
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5	5
<b>Total</b>			<b>30</b>	<b>100</b>

*Sumber: Sugiyono (2017)*

10 Orang menjawab SS :  $10 \times 5 = 50$

5 Orang menjawab S :  $5 \times 4 = 20$

5 Orang menjawab RG :  $5 \times 3 = 15$

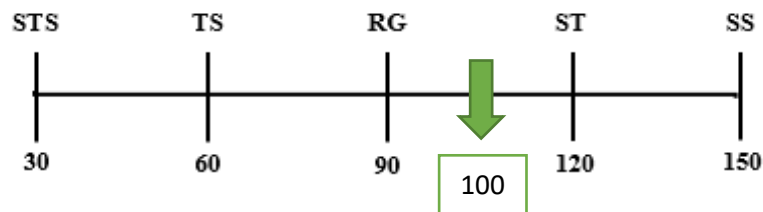
5 Orang menjawab TS :  $5 \times 2 = 10$

5 Orang menjawab STS :  $5 \times 1 = 5$

**Jumlah = 100**

Jumlah skor ideal (kriterium) untuk item  $5 \times 30 = 150$  (seandainya semua menjawab SS). Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian 100. Jadi  $(100 : 150) \times$

100% = 66% dari yang diharapkan (100%). Secara kontinum dapat digunakan sebagai berikut :



**Gambar 3.2**  
**Garis Kontinum**

Jadi berdasarkan daya yang diperoleh dari 30 informan maka rata-rata 100 terletak pada daerah setuju.

### 3.6 Sumber Data

Tujuan peneliti adalah untuk memperoleh data yang relevan, dapat dipercaya dan dapat dipertanggung jawabkan. Dalam penyusunan skripsi ini di penulis memperoleh data dari sumber primer serta sumber sekunder. Sumber data adalah subyek dimana data diperoleh, sumber data yang tidak tepat mengakibatkan data yang terkumpul tidak relevan. Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Data Primer

Data yang diperoleh dari sumbernya. Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui wawancara kepada pihak-pihak terkait dengan masalah yang akan diteliti (informan). Sumber data primer dalam

penelitian ini adalah informan yang diperoleh dari hasil wawancara Pengelola Ciwangun Indah Camp , serta kuesioner wisatawan Ciwangun Indah Camp di Kabupaten Bandung Barat.

## 2. Data Sekunder

Data peneliti yang diperoleh peneliti secara tidak langsung yang mana diperoleh untuk melihat gambaran umum tentang Ciwangun Indah Camp. Data sekunder ini diperoleh dengan metode observasi yang mana mengamati langsung atau dokumen-dokumen yang digunakan dalam pengumpulan data peneliti dan dokumentasi yang berupa tabel kunjungan wisatawan, buku referensi, serta artikel ilmiah.

### 3.7 Teknik Pengumpulan Data

Secara umum terdapat beberapa teknik pengambilan data yaitu observasi, wawancara, dokumentasi dan kuesioner. Dalam penelitian ini data primer dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada kuesioner, observasi berperan serta (*participant observation*), wawancara mendalam (*in dept interview*) dan dokumentasi (Sugiyono 2017).

#### 1. Wawancara

Wawancara adalah usaha mengumpulkan informasi dengan mengajukan pertanyaan secara lisan, untuk dijawab secara lisan juga. Menurut Esterberg (dalam Sugiono,2019) mendefinisikan *interview* adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dikonstruksikan

makna dalam suatu topik tertentu. Dalam penelitian ini wawancara atau *interview* dilakukan dengan pengelola Ciwangun Indah Camp.

## **2. Observasi**

Observasi dilakukan untuk melihat fakta yang ada di destinasi Ciwangun Indah Camp. Fakta yang diobservasikan adalah fasilitas wisata yang ada di Ciwangun Indah Camp.

## **3. Kuesioner**

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara menyusun sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang tertulis untuk dijawab oleh reponden (Sugiyono,2019). Dalam penelitian ini, kuesioner disusun berdasarkan variabel dan indikator penelitian yang dipersiapkan sebelum ke lapangan untuk kemudian di daerah penelitian langsung diberikan kepada wisatawan Ciwangun Indah Camp.

## **4. Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen dapat berbentuk tulisan, gambaran dan angka-angka kunjungan wisatawan. Serta berbagai kebijakan kepariwisataan di Ciwangun Indah Camp. Dokumen juga dibuat dalam bentuk foto, untuk menguatkan bukti dan narasi hasil penelitian.

### **3.8 Teknik Pengolahan dan Penyajian Analisis Data**

Pada penelitian ini penulis menggunakan analisis deskriptif statistik untuk menggambarkan atau menganalisis suatu statistic hasil penelitian, tapi tidak

digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas (Sugiyono, 2017). Penyajian data analisis deskriptif ini menggunakan tabel, grafik, diagram dan sebagainya. Data yang didapatkan dari kuesioner yang memiliki lima pilihan jawaban, kemudian disusun berdasarkan kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan berdasarkan persentase dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan Nilai Kumulatif terbesar dan terkecil. Skala Pengukuran tertinggi yaitu lima sedangkan skala pengukuran yang terendah satu.
2. Menentukan persentase penilaian merupakan kategori persentase skor kuesioner yang mewakili tiap kategori yaitu sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju. Kemudian analisis data dibuat dengan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang ada.
3. Setelah data di olah langkah selanjutnya adalah menampilkan data, penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberikan kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan.
4. Penarikan kesimpulan dan verifikasi data merupakan tahap terakhir yang dilakukan setelah data dianalisis, untuk kemudian disimpulkan untuk menjawab permasalahan dan mengklarifikasi teori.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ikhsan, A. (2008). *Metodelogi Penelitian Akutansi Keperilakuan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ismayati. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran : marketing management 9e Analisis, Perencanaan, Implementasi dan control*, New Jersey. Prentice-Hall Inc.
- Kotler, Philip dan Garry Amstrong. (2009). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Alh Bahasa: damos Sihombing. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Mukhlas, A. P. S. (2008). *Analaisis Pengembangan Fasilitas Kawasan Wisata Pantai Trikora Kabupaten Bintan Provinsi Kepulauan Riau (Tugas Akhir)* Universitas Riau. Pekanbaru.
- Muljadi, A.,& Warman, A. (2014). *Kepariwisataan dan perjalanan (Revisi ed.)*. Jakarta: Rajawali Press.
- Nuriata. (2014). *Paket Wisata Penyusunan Produk dan Perhitungan Harga*. Bandung: Alfabeta.
- Pitana, I. G. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI.
- Sedarmayanti, Sastrayuda, G. S., & Afriza, L. (2018). *Pembangunan & Pengembangan Pariwisata*. Bandung: PT.Refika Aditama.
- Slameto, Andi Mappi. (2010). *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sobur, A. (2003). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.

- Stevianus. (2014). Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, 13(1), 61-72.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.
- Sulistiyana, Rizki T., Djahmur H., dan Devi Farah Azizah. (2015). Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen ( studi pada konsumen museum satwa ). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 25(1), 1-9.
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Undang-undang RI Nomor 10 Tahun 2009 & Peraturan Pemerintah RI tahun 2010 Tentang Kepariwisata. (2010). Bandung: Citra Umbar.
- Utama, R., Bagus, I.G. & Mahadewi, E.N.M. (2012). *Metode Pariwisata Dan Perhotelan* . Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Wisnawa, I.M.B., Soharjo, S.J & Wijayanti, A.R. (2019). Persepsi masyarakat terhadap perilaku wisatawan Cina terhadap keberlanjutan pariwisata Bali dengan pendekatan sapta pesona. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 14(1), 48-59.