

**SKRIPSI**  
**PENGARUH FASILITAS WISATA DAN PERSEPSI WISATAWAN**  
**TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI PANTAI DATO**  
**KABUPATEN MAJENE**



**YOSJEN IFERSON**

**C0117310**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS SULAWESI BARAT**  
**MAJENE**  
**2024**

**PENGARUH FASILITAS WISATA DAN PERSEPSI WISATAWAN  
TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI PANTAI DATO  
KABUPATEN MAJENE**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**YOSJEN IFERSON**

**C0117310**

Telah diuji dan diterima panitia ujian  
Pada tanggal 17 Mei 2024 dan dinyatakan Lulus

**TIM PENGUJI**

<b>Nama Penguji</b>	<b>Jabatan</b>	<b>Tanda Tangan</b>
Dr. Hamsyah, SE., M.Si	Ketua	1)
Erwin SE., MM	Sekretaris	2)
Dr. Wahyu Maulid Adha, SE., MM	Anggota	3)
Arifhan Ady DJ, SE., MM	Anggota	4)
Ahmad Karim, SE.,MM	Anggota	5)

**Telah Disetujui Oleh:**

Pembimbing I

Pembimbing II

**Dr. Hamsyah, SE., M.Si**

NIP : 931127012

**Erwin, SE.,MM**

NIP : 0003098909

Mengesahkan  
Dekan Fakultas Ekonomi

**Dr. Dra. Enny Radjab, M. AB**

NIP. 19670325 199403 2 001

## **PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Yosjen Iferson**

Nim : **C01 17 310**

Program Studi : **Manajemen**

Menyatakan yang sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul

**“PENGARUH FASILITAS WISATA DAN PERSEPSI WISATAWAN  
TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI PANTAI DATO  
MAJENE”**

Adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan/ditulis/diterbitkan sebelumnya, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia, menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Majene, 21 Mei 2024

**YOSJEN IFERSON**

## **ABSTRAK**

Yosjen Iferson, Pengaruh Fasilitas wisata dan persepsi wisatawan terhadap kepuasan pengunjung di pantai dato kabupaten majene. Di bimbing oleh Bapak Hamsyah dan Bapak Erwin.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah fasilitas wisata dan persepsi wisatawan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di pantai dato. Dengan menggunakan alat analisis SPSS, terdapat 97 responden yang dijadikan sebagai sampel pada penelitian ini yaitu pengunjung yang pernah melakukan kunjungan wisata ke pantai dato majene. Penelitian ini juga menggunakan teknik Accidental Sampling yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti bisa dijadikan sampel dan cocok sebagai sumber data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di pantai dato Majene. (2) Persepsi wisatawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di pantai dato Majene. Dan analisis Uji F digunakan untuk menguji variabel fasilitas dan persepsi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas dan persepsi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengunjung di pantai dato Kabupaten Majene.

Kata Kunci : Fasilitas wisata, Persepsi Wisatawan dan Kepuasan Pengunjung

## **ABSTRACT**

*Yosjen Iferson, The Influence of Tourist Facilities and Tourists' Perceptions on Visitors' satisfaction at Dato Beach, Majene Regency. Supervised by Mr Hamsyah and Mr Erwin.*

*This research aimed to find out whether tourist facilities and tourists' perceptions influence visitors' satisfaction at Dato Beach. Using the SPSS analysis tool, there were 97 respondents used as samples in this study, namely visitors who have visited the Dato Majene beach. This research also used the Accidental Sampling technique, that is, anyone who meets the researcher by chance can be used as a sample and is suitable as a data source. The results of this research showed that (1) tourist facilities have a significant effect on visitors' satisfaction at Dato Majene beach. (2) Tourists' perceptions have a significant effect on visitors' satisfaction at Dato Majene beach. And F Test analysis was used to test the accessibility and perception variables. The results of this research indicated that the variables of facilities and perception simultaneously influenced visitors' satisfaction at Dato Beach, Majene Regency.*

*Keywords: Tourist facilities, tourists' perceptions and visitors' satisfaction*

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Indonesia merupakan negara yang memiliki beraneka ragam suku, budaya dan agama. Selain itu, Indonesia juga memiliki banyak potensi sumber daya alam yang harus dikembangkan, termasuk dalam sektor pariwisata. Pada umumnya masyarakat milenial saat ini dihadapkan dengan perkembangan dunia modern yang begitu pesat, dengan berbagai kesibukan dan pekerjaan yang luar biasa, sehingga membutuhkan waktu luang yang dapat mereka manfaatkan untuk menyegarkan kembali pikiran mereka agar tidak terlalu stres melakukan hal yang monoton setiap hari. Melakukan kunjungan pariwisata merupakan salah satu pilihan yang tepat karena dengan melakukan kunjungan pariwisata kita dapat menikmati suasana yang baru, segar. Segala kepenatan yang dirasakan akan hilang dengan melihat-indahnya kekayaan alam diluar sana. Meluangkan waktu untuk berwisata adalah solusi tepat dalam mengurangi stres karena kita dapat menyegarkan kembali otak kita dari pekerjaan ataupun rutinitas yang biasa dilakukan tiap harinya.

Persaingan di bisnis pariwisata juga tentunya sangat berat di era modern ini. Faktor yang sangat berpengaruh dalam persaingan pariwisata adalah ketika suatu industri pariwisata dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumennya. Menurut Tjiptono & Candra (2012), kualitas adalah situasi dinamis yang berhubungan dengan hal-hal seperti manusia, proses, produk, jasa, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Agar konsumen

merasa puas dan yakin bahwa semua urusan pelayanan selesai dan selesai sesuai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran, dan kualitas pelayanan yang diberikan, maka kepastian pelayanan sangat ditentukan oleh jaminan dari pegawai yang memberikan pelayanan. Lupiyoadi (2013).

Saat membandingkan kinerja jasa yang dipersoalkan dengan kinerja yang diharapkan, Kotler dan Kevin Lane Keller (Rahmawati, 2017) berpendapat bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa. Menurut Aritonang (2010), kebahagiaan pelanggan adalah hasil penilaian pelanggan atas apa yang mereka harapkan dari membeli dan menggunakan suatu produk atau jasa. Persepsinya tentang kinerja yang dia alami setelah mengkonsumsi produk tersebut bertentangan dengan harapannya. Kualitas pelayanan yang tinggi yang dapat memuaskan harapan pelanggan diperlukan untuk memberikan kepuasan pelanggan. Nasution (2004) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai tingkat kesempurnaan yang diinginkan dan pengelolaan tingkat keunggulan tersebut untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Kepuasan pelanggan, di sisi lain, didefinisikan oleh Gerson (2010: 24) sebagai keyakinan klien bahwa harapan mereka telah terpenuhi atau terlampaui. Dengan pengetahuan ini, kita dapat melihat bahwa salah satu daya tarik utama untuk menarik wisatawan adalah kualitas layanan yang ditawarkan; pelayanan terbaik akan memuaskan pelanggan.

Berdasarkan temuan penelitian sebelumnya oleh Rosita, Sri Marhanah Woro Hanoum Wahadi (2016), tentang Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta, yang didasarkan pada pengujian, dan temuan dari penelitian tersebut di

atas, jelas bahwa peningkatan fasilitas wisata yang diterapkan oleh Taman Margasatwa Ragunan berdampak baik terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata tersebut. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Berkunjung ke Destinasi Wisata di Kota Cirebon, penelitian Toni Ari Wibowo dan Bambang Supriyadi (2021), menunjukkan bahwa persepsi pengunjung berdampak besar terhadap keputusan pengunjung. Namun penelitian yang dilakukan pada tahun 2022 oleh Muhammad Falaq, Juke Sjukriana, dan Hasna Nur Afifah tentang variabel Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Wisata menunjukkan bahwa variabel tersebut berdampak positif terhadap kepuasan pengunjung di tempat wisata tersebut.

Salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki sumber daya alam dan destinasi wisata yang melimpah adalah provinsi Sulawesi Barat. Daerah Sulawesi Barat memiliki berbagai destinasi wisata mulai dari wisata pegunungan hingga wisata di daerah pantai. Salah satu objek wisata di Sulawesi Barat yang mulai terkenal adalah pesona pantai Dato. Pantai Dato adalah sebuah pantai yang terletak di pesisir barat Kota Majene, Sulawesi Barat.

Pantai Dato menyajikan keunikan tersendiri dibandingkan pantai lain. Pantai ini memiliki ombak yang lebih besar dibanding pantai-pantai lain di sekitar Kota Majene, serta angin yang sejuk yang membuatnya lebih menarik. Pantai Dato berbentuk seperti teluk kecil yang dibentuk oleh tebing tinggi yang menjulang sekitar 500 meter yang membentang di sepanjang pantai ini. Selain itu, pihak pengelola juga menyediakan jembatan kayu yang membentang di sepanjang pantai ini, dengan dekorasi yang unik dan menarik yang tentu saja menambah

keunikan pantai ini. Menurut Abdulhaji dan Yusuf (2016), keberadaan fasilitas akan memikat pengunjung untuk tinggal dan menikmati tempat wisata dalam waktu yang cukup lama. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pihak pengelola pantai dato, pantai ini sudah mulai dikelola sejak tahun 1998 dan puncak pengelolaannya pada tahun 2017 diambil alih sepenuhnya oleh pemerintah kabupaten majene dengan memberikan penampilan yang baru dan lebih modern dan tentunya lebih menarik minat pengunjung. Pada tahun 2017 hingga tahun 2020, harga tiket masuk hanya sebesar Rp.3000 untuk dewasa dan Rp.2000 untuk anak-anak. Namun pada tahun 2021 hingga saat ini harga tiket naik menjadi Rp.5000 untuk dewasa dan Rp.3000 untuk anak-anak. Berikut jumlah pengunjung pantai dato, selama 3 tahun terakhir.

Tahun	Jumlah Pengunjung			Pendapatan (Rp)
	Anak	Dewasa	Total	
2020	7.540	69.821	77.361 orang	Rp.224.543.000
2021	3.377	59.120	62.697 orang	Rp. 305.731.000
2022	4.084	71.108	75.192 orang	Rp. 367.792.000

*Sumber* : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten majene

Dilihat dari data diatas, bahwa jumlah pengunjung pada tahun 2020 merupakan yang paling banyak dalam 3 tahun terakhir, mencapai 77.361 orang. sedangkan pada tahun 2021 mengalami penurunan akibat kebijakan penanggulangan covid yang semakin ketat. Hingga pada tahun 2022, jumlah pengunjung kembali naik. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah pengunjung pantai dato selalu berada di kisaran 60-80 ribu dalam 3 tahun terakhir dan menjadi salah

satu destinasi wisata menyumbang pemasukan yang cukup luar biasa untuk pendapatan daerah.

Bulan (2023)	Jumlah Pengunjung			Pendapatan (Rp)
	Anak	Dewasa	Total	
Januari	384	2.762	3.146 orang	Rp.14.962.000
Februari	1.113	1.691	2.804 orang	Rp. 11.794.000

*Sumber* : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten majene

Data diatas merupakan data pengunjung 2 bulan terakhir sejak awal tahun 2023. Menurut para petugas loket pengambilan tiket di pantai dato majene, sejak memasuki awal januari 2023 jumlah pengunjung memang cenderung menurun yaitu hanya sekitar 80 orang perhari nya. Menurut dugaan mereka, hal ini disebabkan oleh banyaknya pesaing baru di sekitar pantai dato. Banyak objek wisata pantai baru dengan desain-desain baru dan juga menarik, bila dibandingkan dengan pantai dato' yang hanya mengalami sedikit perubahan dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu faktor yang menjadi daya tarik konsumen untuk mengunjungi tempat wisata pantai seperti ini adalah faktor fasilitas yang menarik dan tentu saja pelayanan yang didapatkan konsumen. Menurut Hasan (2015: 371), amenitas berperan dalam menentukan kepuasan; jika fasilitas ini tidak tersedia dan dalam kondisi baik, wisatawan tidak akan mau bepergian ke lokasi tertentu. Agar kebutuhan dan kenyamanan para tamu terpenuhi maka pengelola wisata harus memperhatikan unsur ini. Saat mengunjungi tempat-tempat wisata tersebut, pengunjung tentunya ingin mendapatkan pelayanan yang terbaik dan menggunakan fasilitas yang didukung dengan jaminan keamanan dan kualitas.

Sesuai informasi yang saya peroleh melalui hasil wawancara dengan beberapa orang pengunjung, mereka mengeluhkan tentang beberapa pelayanan dan fasilitas yang dinilai kurang memuaskan seperti jalanan menuju lokasi wisata yang masih dinilai kurang baik, tidak adanya papan penunjuk arah yang sering membuat bingung orang yang pertama kali berkunjung, serta waktu tutup yang dinilai terlalu cepat yakni pada pukul 18.00, hingga beberapa pengunjung mengharapkan adanya fasilitas seperti lampu, tempat karaoke agar memungkinkan pelayanan terbuka hingga malam hari. Pihak pengelola harus menyiapkan strategi agar dapat menyenangkan hati dan menciptakan rasa kepuasan bagi pengunjung ketika mereka datang ke tempat ini. Dengan menciptakan suasana yang nyaman serta meningkatkan kualitas layanan yang sebelumnya belum ada dan menambah fasilitas yang memungkinkan untuk lebih menarik minat konsumen, seperti tempat karaoke, free-wifi dan lain sebagainya.

Berdasarkan dari penjelasan diatas, maka peneliti ingin mengambil objek pada pantai Dato Majene, Sulawesi Barat. Dengan demikian peneliti mengambil judul ***“Pengaruh Fasilitas Wisata dan Persepsi Wisatawan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Pantai Dato Kabupaten Majene”***

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah fasilitas wisata memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung?
2. Seberapa besar pengaruh persepsi wisatawan terhadap kepuasan pengunjung di pantai Dato?
3. Apakah fasilitas wisata dan persepsi wisatawan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di pantai dato?

## **1.3. Tujuan penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh peningkatan fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung pantai dato majene.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi wisatawan terhadap minat pengunjung di pantai dato majene

## **1.4. Manfaat penelitian**

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **1.4.1. Manfaat teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi, informasi, dan bukti empiris khususnya mengenai manajemen pemasaran, yang berkaitan dengan pengaruh fasilitas wisata dan persepsi wisatawan terhadap kepuasan pengunjung. Kemudian bagi peneliti, menambah wawasan keilmuan tentang manajemen pemasaran, khususnya tentang pengaruh fasilitas wisata dan persepsi wisatawan terhadap kepuasan pengunjung

#### **1.4.2. Manfaat praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangsih pemikiran, ilmu pengetahuan dan bahan masukan bagi pihak pengelola pantai Dato majene untuk kemajuan tempat wisata ini.

Hasil pengujian untuk hipotesis 3 dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah Fasilitas dan Persepsi berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pengunjung.

Fasilitas wisata dan Persepsi wisatawan secara bersama memberikan pengaruh terhadap kepuasan pengunjung karena fasilitas menjadi faktor utama yang menjadi penilaian pengunjung dalam memberikan persepsinya. selain itu, faktor pelayanan juga menjadi perhatian penting pengunjung saat melakukan perjalanan wisata. Semakin baik fasilitas dan pelayanan suatu objek wisata, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengunjung.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berlandaskan rumusan masalah, hipotesis, hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian ini bisa ditarik beberapa kesimpulan yakni :

1. Fasilitas Wisata (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pengunjung di Pantai dato kabupaten Majene. Karena Fasilitas menjadi perhatian utama pengunjung ketika melakukakan perjalanan wisata ke objek wisata pantai dato.
2. Persepsi Wisatawan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pengunjung di Pantai dato kabupaten Majene. Karena persepsi wisatawan terhadap berbagai aspek di sebuah objek wisata menjadi perhatian utama saat berkunjung.

3. Secara bersama-sama kedua variabel diatas sangatlah penting bagi kesuksesan sebuah objek wisata, sebagai perhatian utama pengunjung saat mengunjungi tempat wisata ini.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan maka penulis memberikan saran untuk penelitian selanjutnya :

1. Diharapkan kepada pengelola pantai dato agar terus berinovasi dan terus meningkatkan kualitasnya berdasarkan konsep strategi pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*), sehingga objek wisata pantai dato menjadi wisata pantai yang memiliki kualitas yang baik dan terkenal. Untuk mencapai hal tersebut, diharapkan semua pihak yang memberikan pelayanan, mulai dari petugas parkir, petugas loket pembelian tiket dan petugas lain diharapkan agar tetap memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanannya. Dan juga diharapkan kepada pihak pengelola pantai dato agar selalu meningkatkan penyebaran informasi yang baik kepada konsumen semua kalangan khususnya kepada masyarakat umum tentang objek wisata ini.
2. Bagi perguruan tinggi, sebagai referensi untuk kelengkapan kepustakaan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sebagai salah satu tri dharma perguruan tinggi.
3. Bagi penelitian selanjutnya, mengingat variabel diluar penelitian cukup besar diharapkan dalam penelitian selanjutnya dapat mengembangkan

variabel lain diluar dari penelitian ini yang dapat mempenagruhi kepuasan pengujung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulhaji, S. & Yusuf, I.S. (2016). Pengaruh atraksi, aksesibilitas, dan fasilitas terhadap citra objek wisata Danau Tolire Besar di Kota Ternate. *Jurnal Penelitian Humano*, 7(2), 134-148.
- Adler, Ronald B, dan Rodman, George. (2010). *Undrstanding Human Comunication*. Terjemahan Agus Darma. Jakarta:Erlangga.
- Alma, Buchari. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: CV Alfabeta.
- Aritonang, R. (2010). *Kepuasan Pelanggan, Pengukuran dan Penganalisaan Dengan SPSS*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Augusty Ferdinand. (2011). *Metode Penelitian Manajemen*, Badan.Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Chaniotakis, Ioannis. E. and Constantine Lympelopoulos. (2009). *Service Quality Effect on Satisfaction and Word of Mouth in The Health Care Industry*. *Journal Managing Service Quality*, 2 (19), pp: 229 – 242.
- Dharmayanti, A.C.(2013). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty The Light Cup Di Surabaya Town Square. *Jurnal manajemen pemasaran*, 1(2), 1-13.
- Falaq, M. Sjukriana, J. & Afifah, H. N. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Fasilitas Wisata Pada Kepuasan Pengunjung Wisata. *Global Research On Tourism Development And Advancment*, 4(1), 1-24
- Gerson, R.F. (2010). *Mengukur Kepuasan Pelanggan: Panduan Menciptakan Pelayanan Bermutu*. Edisi Pertama. Jakarta: PPM - Bisnis2030.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. (2015). *Tourism Marketing, Center for Academic Publishing Service*. Yogyakarta.
- Hermawan, S. (2018). *Analisis Proses Pelayanan Ijin Mendirikan Bangunan Di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Semarang (Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Sciences)*. Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*. Jakarta: Alfabeta.
- Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*. Jakarta: Alfabeta.

- Irawan, Handi. (2008). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kiswanto, Anjar Hari. (2011). *Pengaruh Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Dampo Awang Beach Rembang*. Skripsi. Universitas Negeri Semarang.
- K., M. Akrom. (2014) . *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Di Pantai Cahaya, Weleri, Kabupaten Kendal*. Skripsi, Semarang :Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip & Kevin L. Keller. (2009). *Manajemen pemasaran jilid 1, edisi Ketiga belas, Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, Cristhoper & Lauren Wright. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa, Alih bahasa Agus Widyantoro (Cetakan Kedua)*. Jakarta: PT Indeks.
- Lovelock, Christoper, Jochen wirtz, & Jacky Mussry. (2011). *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Machfoeds, Mahmud. (2011). *Pengantar Pemasaran Modern*. Penerbit:UPP AMP YKPN.
- Mardalis. (2008). *Metode Penelitian. "Suatu Pendekatan Proposal"*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mukhlis, A. P. S. (2008). *Analisis Pengembangan Fasilitas Kawasan Wisata Pantai Trikora Kabupaten Bintan Provinsi Kepulauan Riau . Tugas Akhir*. Universitas Riau. Pekanbaru.
- Muri Yusuf. (2013). *"Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan"*. Jakarta : prenadamedia group
- Nasution. (2004). *Pembelajaran Quantum learning*. Bandung: Aglesindo.
- Noor, J. (2017). *Metode Penelitian*. Kencana.
- Purbarani, V. Hanesty. (2013). *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian "Studi pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Semarang"*. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Rahmawati. (2017). *Manajemen Pemasaran*. University Mulawarman, 18.
- Rosita, Marhanah, S & Wahadi, W.H .(2016). *Pengaruh Fasilitas Wisata Dan*

- Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Margasatwa Rangunan Jakarta. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 13(1). 61-72.
- Santosa, Purbayu Budi dan Ashari. (2005). *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Solomon, Michael R. (1996). *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice Hall International.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *metode pannelitian pendidikan pendekatan kauntitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2019) *Pengertian Wawancara, Observasi Dan Dokumentasi*
- Sumarwan, Ujang. (2012). *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Cetakan Pertama. PT. IPB Press: Bogor.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Perspektif Manajemen & Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Tjiptono, F., & Candra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2009). *Service Marketing: Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Marknesis.
- Wibowo, T. B. & Supriyadi, B. (2021). Pengaruh Persepsi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Destinasi Pariwisata Kota Cirebon. *Jurnal Dinamika Pembangunan*, 1(1), 13-22.
- Yazid, (2008), *Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi*, Yogyakarta: Ekonisia.
- Yoeti, Oka A. (2003). *Tours and Travel Marketing*. Jakarta: Pradnya Paramitha.
- Yuliyanti, Lamsah, Periyadi. (2019). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit CV budi utama
- Yurita Asra (2016) Analisis Pengaruh Presepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Matic Di Dealer Prima Motor Pasir Pengaraian”, (Skripsi sarjana, universitas pasir Pengaraian) .13-14.
- Zebua Fredy Naitolo. (2018). Persepsi Wisatawan Terhadap Fasilitas Objek Wisata Dataran Tinggi Dieng Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Planologi*, 5(1), 897-902.