

Model Pengembangan Citra Kawasan Pariwisata Berdasarkan Kepuasan Pengunjung : Studi Kasus Jakarta

CoUSD Proceedings
8 September 2015 (189 – 196)

Tersedia online di:
<http://proceeding.cousd.org>

Sadar Pakarti Budi*¹⁾, Wiendu Nuryanti²⁾, Bakti Setiawan³⁾, Budi Prayitno⁴⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Doktor Jurusan Teknik Arsitektur dan Perencanaan, Fakultas Teknik, UGM, Yogyakarta

^{2,3,4)} Jurusan Teknik Arsitektur dan Perencanaan Fakultas Teknik Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta

Abstrak. Sektor pariwisata sangat penting karena kontribusinya terhadap pendapatan domestik bruto dan lapangan pekerjaan. Jumlah kunjungan wisatawan internasional dan dalam negeri pada masa mendatang cenderung naik secara kontinu. Namun jumlah kunjungan wisatawan kota Jakarta tumbuh lebih lambat dibandingkan dengan jumlah wisatawan nasional. Salah satu faktor penting yang mempengaruhi jumlah kedatangan wisatawan adalah kepuasan wisatawan terhadap pelayanan pariwisata. Tujuan studi ini adalah untuk memformulasikan model pengembangan citra kawasan pariwisata berdasarkan kepuasan pengunjung. Metode penelitian yang digunakan adalah struktural equation modeling dan aplikasi perangkat lunak LISREL 8.80. Dalam pengumpulan data digunakan teknik purposif sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam rangka pengembangan citra kawasan pariwisata perkotaan diperlukan prioritas pengembangan elemen pembangun citra pariwisata dari yang berkontribusi besar yaitu pengembangan sumber daya manusia, transportasi darat dan udara yang terhubung, kebersihan, kesehatan, keberlanjutan lingkungan, pemasaran, keamanan dan keselamatan. Untuk pariwisata perkotaan, pengembangan obyek wisata unggulan dapat lebih berdampak langsung kepada peningkatan loyalitas wisatawan dari pada pengembangan daya tarik wisata secara umum. Peningkatan kualitas pelayanan sumber daya manusia, sarana dan prasarana aksesibilitas kawasan pariwisata meningkatkan citra dan loyalitas wisatawan..

Keyword: citra, Jakarta, kepuasan, loyalitas, pariwisata

1. PENDAHULUAN

Sektor pariwisata sangat penting karena memberi manfaat sosial masyarakat dan sumbangan terhadap 9,5% gross domestic product (GDP) dan 4% pertumbuhan penciptaan pekerjaan, serta 5,4 ekspor global (WEF, 2015). Di Indonesia, pariwisata menyumbang 4,06% GDP dan 6,87% pekerjaan nasional (Kemendagri, 2012). Pariwisata mempunyai prospek sangat baik karena jumlah kedatangan wisatawan selalu naik dari tahun ke tahun (Budi, 2015). Jumlah kedatangan wisatawan internasional 5 tahun terakhir selalu naik dari 949 juta orang pada tahun 2010 menjadi 1,138 miliar orang pada tahun 2014 yang antara lain sebanyak 96,8 juta datang ke ASEAN (UNWTO, 2015) termasuk ke Jakarta. Pertumbuhan jumlah wisatawan internasional terus meningkat yang diprediksikan menjadi 1,8 miliar orang pada tahun 2030 (UNWTO, 2011). Tambahan pula destinasi kota Jakarta menjadi semakin penting dengan ditetapkannya Jakarta sebagai salah satu dari 50 destinasi pariwisata nasional (Kemendagri, 2011). Pemerintah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta telah memiliki perencanaan pariwisata menggunakan pendekatan komprehensif dengan pola pemanfaatan ruang pariwisata kota jalur barat, tengah dan timur (Pemprov DKI Jakarta, 2012). Namun dalam 5 tahun terakhir rata-rata pertumbuhan jumlah wisatawan ke Jakarta (1,2%) di bawah rata-rata pertumbuhan jumlah wisatawan nasional (2,02%) (BPS, 2014) dikarenakan rendahnya daya saing pariwisata Jakarta (Budi, 2015). Oleh karena itu

diperlukan peningkatan daya saing destinasi pariwisata yang antara lain dengan pengembangan citra kawasan pariwisata. Salah satu cara pengembangan citra kawasan pariwisata adalah dengan menganalisis kepuasan pengunjung. Tujuan penelitian ini adalah memformulasikan model pengembangan citra kawasan pariwisata berdasarkan kepuasan pengunjung : studi kasus Jakarta. Hasil penelitian diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai salah satu acuan pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pengembangan kawasan pariwisata perkotaan. Disamping itu dari sudut pandang praktis, hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu acuan pengambil kebijakan dalam perencanaan pengembangan kawasan pariwisata perkotaan.

2. KAJIAN LITERATUR

Teori hierarki kebutuhan Maslow untuk pariwisata menjadi landasan teori penelitian ini. Teori ini dibagi dalam 5 tingkat kebutuhan dari yang terpenting ke yang tidak terlalu penting yaitu : (1) fisiologis seperti rekreasi, nonton, kuliner; (2) rasa aman seperti di tempat belanja, dalam perjalanan wisata; (3) kebutuhan sosial seperti berkunjung ke tempat saudara, teman, komunitas; (4) penghargaan seperti tinggal di hotel bintang lima, melakukan perjalanan wisata, wisata petualang; (5) aktualisasi diri seperti perjalanan wisata edukasi, wisata religius, wisata budaya (Walker, 2011; Kotler dan Keller, 2012). Menurut teori motivasi, alasan utama wisatawan melakukan perjalanan wisata karena 2 alasan yaitu ingin meninggalkan lingkungan sehari-hari atau ingin mendapat penghargaan seperti (Iso-Ahola, 1991) pada tingkat tertinggi teori Maslow. Dalam memenuhi kebutuhannya, wisatawan mencari informasi dan promosi destinasi wisata. Destinasi dengan daya saing rendah memiliki kunjungan wisatawan rendah demikian pula sebaliknya (UNWTO, 2015; WEF, 2015).

Solusi terhadap rendahnya kunjungan wisatawan diperlukan dengan peningkatan daya saing pariwisata yang di dalamnya termasuk elemen-elemen pembentuk citra kawasan pariwisata. Citra sebuah kawasan pariwisata merupakan variabel penting dalam peningkatan daya saing pariwisata (Lee, 2009; Murphy, Pritchard, & Smith, 2000). Untuk mengetahui citra destinasi pariwisata, wisatawan menggunakan bahan promosi dan informasi cetak (Jamil, 2006). Keterkaitan transportasi, promosi, atraksi wisata penting untuk meningkatkan daya saing termasuk citra destinasi wisata (Budi, 2015). Selanjutnya promosi citra destinasi itu sendiri untuk meningkatkan persepsi positif destinasi wisata diperlukan promosi (Govers, Go, dan Kumar, 2007). Elemen persepsi wisatawan, citra destinasi pariwisata, kepuasan wisatawan, yang membentuk suatu hubungan garis lurus horizontal dengan loyalitas wisatawan (Rajesh, 2013) terlalu sederhana dan tidak menunjukkan besarnya peran masing-masing elemen. Dalam pariwisata, kepuasan wisatawan diukur berdasarkan kesesuaian antara kebutuhan dengan pelayanan jasa pariwisata yang diterima. Kepuasan wisatawan dinyatakan sebagai evaluasi emosi yang mencerminkan tingkat kepercayaan wisatawan bahwa pelayanan yang digunakan menghasilkan perasaan positif. Kepuasan wisatawan yang diperoleh wisatawan menghasilkan keinginan wisatawan untuk mengunjungi kembali satu destinasi wisata (Huh, 2006).

Berdasarkan studi empiris terdahulu, menyatakan bahwa kualitas pelayanan kawasan pariwisata langsung atau tidak langsung mempengaruhi kepuasan wisatawan yang kemudian menciptakan citra kawasan pariwisata dan loyalitas wisatawan (Lee, 2009). Kualitas pelayanan kawasan pariwisata yang diukur dengan kepuasan wisatawan merupakan faktor penting dalam peningkatan citra destinasi wisata (Murphy, Pritchard, & Smith, 2000). Sebaliknya, citra negatif destinasi mengakibatkan wisatawan dipilihnya destinasi wisata sebagai tujuan perjalanan wisata (Mikkelsen, 2014). Citra negatif sebuah kawasan pariwisata berdampak terhadap tidak dipilihnya kawasan pariwisata tersebut sebagai tujuan wisata (Mikkelsen, 2014).

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan penelitian ini adalah structural equation modeling disingkat SEM (Ghozali dan Fuad, 2008; Kusnendi, 2008; Sitinjak dan Sugiarto, 2006; Yamin dan Kurniawan, 2009) dan digunakan perangkat lunak LISREL 8.80. Metode penelitian SEM digunakan karena data bersifat variabel laten dan kompleks. Menurut Hox dan Bechger (1998), SEM merupakan teknik analisis multivariat untuk mengatasi keterbatasan analisis terdahulu yaitu teknik analisis regresi dan analisis jalur (Ghozali, I. dan Fuad, 2008; Sitinjak dan Sugiarto, 2006; Wijanto, 2008; Yamin dan Kurniawan, 2009; Kusnendi, 2008) sehingga penggunaan metode SEM lebih tepat digunakan untuk penelitian ini.

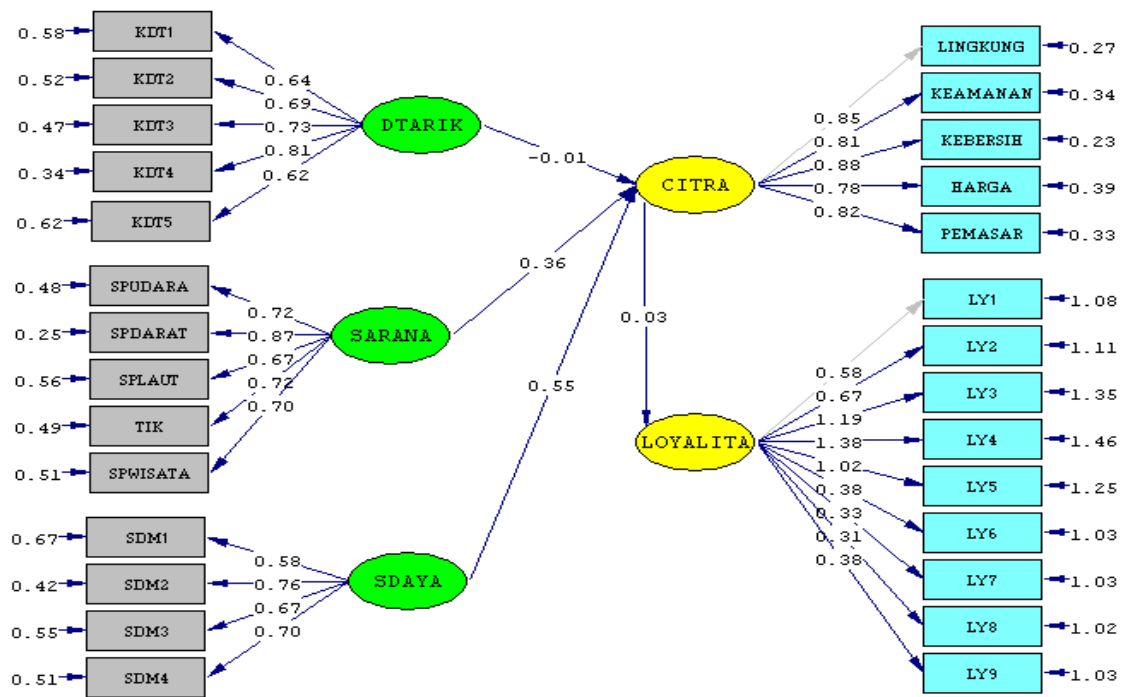
Untuk pengambilan sampel digunakan teknik sampling purposif, sampel sengaja dipilih yang dapat memberikan informasi penting untuk mencapai tujuan penelitian (Teddlie dan Yu, 2007). Jumlah sampel yang diambil sebanyak 152 responden lebih besar dari 100 responden hasil perhitungan sampel dengan metode Solvin. Untuk mengetahui besarnya kepuasan terhadap pelayanan kawasan pariwisata didasarkan atas besarnya nilai standardized loading factor (SLF) atau faktor muatan variabel. Lokasi penelitian terdiri atas kawasan pariwisata di dalam kota Jakarta yaitu : Taman Impian Jaya Ancol, Wisata Kota Tua Jakarta, Wisata Belanja dan Kuliner Kelapa Gading, Museum Nasional, Wisata Belanja Pasar Tanah Abang, Wisata Belanja dan Kuliner Senayan, Wisata Belanja dan Kuliner Kota Kasablanka, Wisata Budaya Taman Mini Indonesia Indah (TMII), Wisata Budaya Setu Babakan, dan Kebon Binatang Ragunan. Lokasi penelitian ditentukan berdasarkan kawasan pariwisata yang berada di jalur pariwisata kota Jakarta yang telah ditentukan oleh Peraturan Daerah Provinsi DKI Jakarta Nomor 1 Tahun 2012 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah 2030 (Pemprov DKI Jakarta, 2012). Hipotesis penelitian terdiri atas :

- H1 : Ada hubungan positif antara daya tarik wisata dengan citra kawasan pariwisata
- H2 : Ada hubungan positif antara sarana dan prasarana dengan citra kawasan pariwisata
- H3 : Ada hubungan positif antara sumber daya manusia dengan citra kawasan pariwisata
- H4 : Ada hubungan positif antara citra kawasan pariwisata dengan loyalitas wisatawan

Dalam penelitian ini, variabel laten (tak teramati) dan simbol berupa huruf terdiri atas: daya tarik wisata (DTARIK), sarana dan prasarana (SARANA), sumber daya manusia (SDAYA), citra kawasan pariwisata (CITRA) dan loyalitas wisatawan (LOYALITA). Setiap variabel memiliki komponen pembentuknya yang juga diberi simbol berupa huruf (Gambar 1). Daya tarik wisata memiliki komponen pembentuk kawasan pariwisata alam, kawasan pariwisata buatan, fasilitas olah raga dan rekreasi, pariwisata budaya, dan produk serta fasilitas kesenian. Variabel Sarana dan prasarana memiliki komponen pembentuk sarana dan prasarana transportasi udara, darat, laut, prasarana teknologi informasi dan komunikasi (TIK), sarana dan prasarana pariwisata. Sumber daya manusia memiliki komponen jumlah sekolah dan kursus pariwisata, kemampuan sumber daya manusia pariwisata, sikap dan keramahan, etika dan kesopanan. Citra kawasan pariwisata memiliki komponen keberlanjutan lingkungan, keamanan dan keselamatan, kebersihan dan kesehatan, preferensi harga, pemasaran pariwisata. Sedangkan loyalitas wisatawan terhadap obyek wisata unggulan Jakarta terdiri atas loyalitas terhadap wisata belanja pakaian, wisata pantai tematik, wisata taman budaya, kebun binatang, wisata warisan kota tua, monumen, wisata warisan pelabuhan lama, wisata budaya kearifan lokal. Variabel dan komponen membentuk satu model struktural yang menggambarkan besarnya kontribusi masing-masing variabel kepada variabel lain, dan besarnya kontribusi komponen terhadap variabel. Secara rinci variabel dan komponen pembentuknya dapat dilihat pada hasil penelitian dan analisis Gambar 1.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

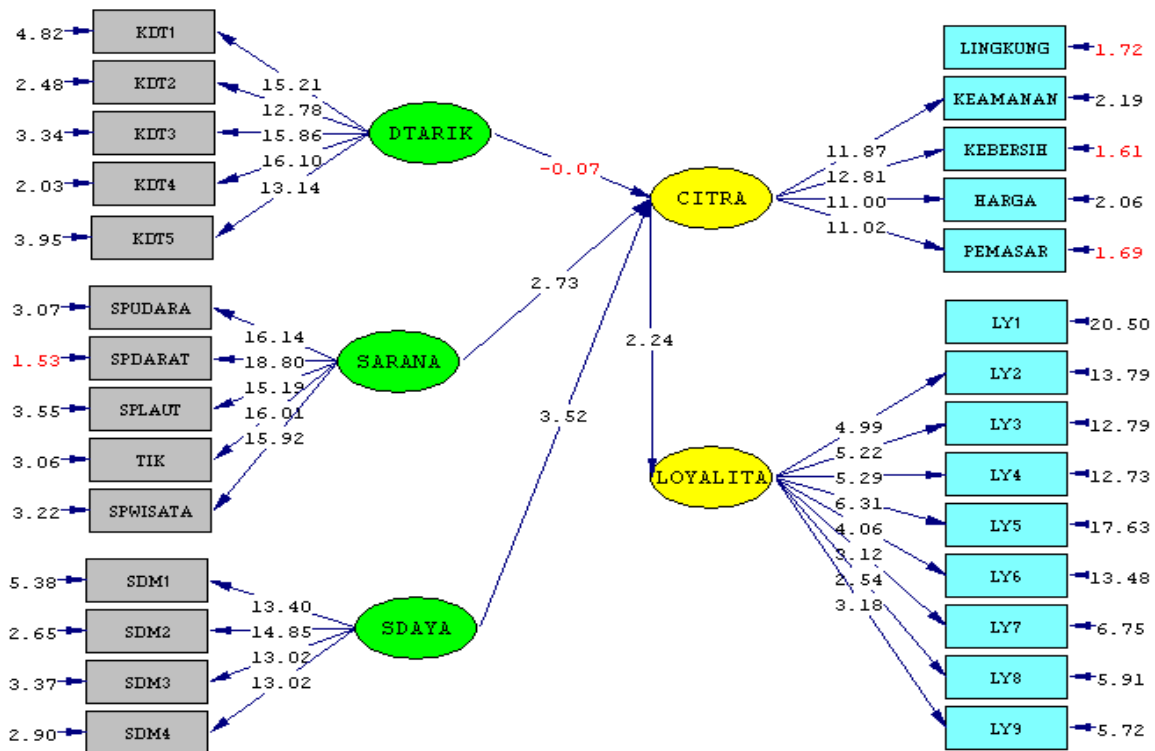
Pengembangan citra kawasan pariwisata dan loyalitas wisatawan terhadap kawasan pariwisata diukur berdasarkan besarnya nilai faktor muatan atau *standardized loading factor* (SLF) variabel tersebut. Semakin besar faktor muatan semakin besar pula kontribusi variabel terhadap pengembangan citra kawasan pariwisata dan pengembangan loyalitas wisatawan. Hal ini dapat diartikan pula semakin besar faktor muatan daya tarik wisata, sarana dan prasarana, sumber daya manusia, maka maka semakin besar perannya terhadap pengembangan citra kawasan pariwisata dan loyalitas wisatawan terhadap obyek wisata. Untuk pengembangan citra kawasan pariwisata (CITRA), nilai faktor muatan sumber daya manusia (SDAYA) sebesar 0,55 merupakan kontribusi terbesar terhadap citra kawasan pariwisata. Sarana dan prasarana (SARANA) memiliki kontribusi sebesar 0,36 dan daya tarik wisata (DTARIK) sebesar -0,01 terhadap citra kawasan pariwisata (Gambar 1 di bawah).



Chi-Square=380.08, df=339, P-value=0.06136, RMSEA=0.036

Gambar 1. Model Pengembangan Citra Kawasan Parwisata dan Loalitas Wisatawan

Kontribusi sumber daya manusia dan sarana serta prasarana tersebut signifikan karena *t-value* > 1,96 yang pada penelitian ini digunakan $\alpha = 0,05$. Daya tarik wisata tidak secara langsung memberikan kontribusi terhadap citra kawasan pariwisata. Kepuasan wisatawan terhadap pembangunan, penataan, pengelolaan kualitas sarana dan prasarana ke kawasan pariwisata berdampak positif kepada peningkatan citra. Demikian pula dengan kepuasan terhadap pengembangan kualitas sumber daya manusia mendukung citra positif kawasan pariwisata. Sebaliknya daya tarik kawasan pariwisata yang dikelompokkan secara umum memiliki faktor muatan negatif meskipun tidak signifikan karena nilai *t-value* < 1,96 tetapi daya tarik wisata secara lebih spesifik yaitu obyek wisata secara langsung berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan (Gambar 2).



Chi-Square=380.08, df=339, P-value=0.06136, RMSEA=0.036

Gambar 2. t-value Model Pengembangan Citra Kawasan Parwisata dan Loalitas Wisatawan

Keterangan Gambar

- DTARIK** : Kelompok daya tarik wisata
- KDT1 : Kawasan pariwisata alam (Laut, Pantai, Danau)
- KDT2 : Kawasan pariwisata buatan (Taman Hiburan, Kebun Binatang, Monumen, Mall)
- KDT3 : Fasilitas olahraga dan rekreasi
- KDT4 : Kawasan pariwisata budaya (Cgr budaya, K. Tua)
- KDT5 : Produk dan fasilitas kesenian (Seni tari, seni suara, seni lukis, film, fashion, kuliner)
- SARANA** : Sarana dan prasarana
- SPUDARA : Sarana Prasarana transportasi udara
- SPDARAT : Sarana Prasarana transportasi darat
- SPLAUT : Sarana Prasarana transportasi laut
- TIK : Prasarana Teknologi Informasi dan Komunikasi
- SPWISATA : Sarana Prasarana Pariwisata
- SDAYA** : Sumber daya manusia
- SDM1 : Jumlah sekolah dan kursus pariwisata
- SDM2 : Kemampuan SDM Pariwisata

- SDM3 : Sikap, keramahan SDM
- SDM4 : Etika, kesopanan SDM
- CITRA** : Citra kawasan pariwisata
- LINGKUNGAN : Keberlanjutan Lingkungan
- KEAMANAN : Keamanan dan Keselamatan
- KEBERSIHAN : Kebersihan dan Kesehatan
- HARGA : Preferensi dan Harga
- PEMASARAN : Pemasaran pariwisata
- LOYALITA** : Loyalitas pada obyek wisata unggulan
- LY1 : Obyek wisata belanja mal
- LY2 : Obyek wisata pantai tematik
- LY3 : Obyek wisata taman budaya
- LY4 : Obyek wisata kebun binatang
- LY5 : Obyek wisata warisan bangunan kota tua
- LY6 : Obyek wisata bangunan penanda kota
- LY7 : Obyek wisata warisan pelabuhan lama
- LY8 : Obyek wisata warisan kearifan lokal
- LY9 : Obyek wisata lain

Dalam rangka mengembangkan citra kawasan, perlu ditingkatkan kualitas pelayanan dengan prioritas pertama sumber daya manusia bidang pariwisata, prioritas kedua pengembangan sarana dan prasarana kawasan pariwisata. Hasil penelitian menyatakan pula bahwa sarana dan prasarana utama yang harus dikembangkan adalah transportasi darat, transportasi udara, informasi dan komunikasi (TIK), sarana dan prasarana pariwisata. Sedangkan pengembangan sumber daya manusia mempunyai urutan prioritas : kemampuan sumber daya manusia; etika dan kesopanan; sikap dan keramahan; jumlah sekolah dan kursus pariwisata.

Cara yang lebih penting dalam pengembangan citra kawasan pariwisata dapat dilakukan melalui pengembangan komponen pembentuknya. Komponen pembentuk yang secara langsung berkontribusi besar kepada pengembangan citra kawasan pariwisata dari yang mempunyai nilai faktor muatan terbesar ke yang terkecil adalah : kebersihan dan kesehatan (0,88), keberlanjutan lingkungan (0,85), pemasaran (0,82), keamanan dan keselamatan (0,81), preferensi dan harga (0,78). Seluruh komponen pendukung langsung citra kawasan berkontribusi secara signifikan karena besarnya t-value >1,96 (Gambar 2). Model pengembangan citra kawasan pariwisata hasil penelitian telah diadakan uji kesesuaian atau *goodness of fit* (GOF) dengan berbagai alat uji dan hasilnya bahwa model *good fit* atau sangat baik sesuai dengan data empiris (Tabel 1)

Tabel 1

Hasil Uji *Goodness of Fit* Model Pengembangan Citra Kawasan Pariwisata

GOF	Cut off Value	Nilai Hasil Penelitian	Keterangan
Chi-square (χ^2)	Sebaiknya kecil dari df	380,08	Baik: good fit
df		339	Baik: good fit
Chi-square (χ^2)/df	≤ 3 (2:1 (Tabachnik and Fidell, 2007) dan 3:1 (Kline, 2005))	1,1212	Baik: good fit
Probability (P-value)	$\geq 0,05$	0,0614	Baik: good fit
RMR	Model yang baik memiliki RMR kecil (Tabachnik and Fidell, 2007), $\leq 0,05$ atau 0,08 (Hair 2007)	0,0836	Baik: good fit
RMSEA	$\leq 0,08$	0,036	Baik: good fit
GFI	$\geq 0,90$	0,928	Baik: good fit
AGFI	$\geq 0,90$	0,914	Baik: good fit
CFI	$\geq 0,90$	1,000	Baik: good fit
NFI	$\geq 0,90$	1,000	Baik: good fit
NNFI	$\geq 0,90$	1,120	Baik: good fit
RFI	$\geq 0,90$	1,000	Baik: good fit
IFI	$\geq 0,90$	1,106	Baik: good fit

Keterangan

df : *degree fo freedom*

RMR : *Root Mean Square Residual*

RMSE : *Root Mean square Error of*

GFI : *Goodness of Fit Index*

AGFI : *Adjusted Goodness of Fit Index*

CFI : *Comparative Fit Index*

NFI : *Normed Fit Index*

NNF : *Non Normed Fit Index*

RFI : *Relative Fit Index*

IFI : *Incremental Fit Index*

Pengembangan loyalitas wisatawan (LOYALITA) dikontribusi oleh citra kawasan pariwisata (CITRA). Loyalitas wisatawan secara langsung dikontribusi langsung oleh komponen-komponen pembentuknya yaitu obyek wisata di dalam kota. Urutan komponen kontributor loyalitas dari yang terbesar berdasarkan nilai faktor muatan adalah : kebun binatang (1,38), taman budaya (1,19), warisan bangunan bersejarah (1,02), wisata pantai tematik (0,67), wisata belanja mal (0,58), bangunan ciri khas kota (0,38), pelabuhan warisan sejarah (0,33), warisan kearifan lokal. Komponen-komponen tersebut memberikan kontribusi positif dan signifikan karena terhadap loyalitas wisatawan nilai t-value > 1,96.

Dengan demikian hipotesis H1 ditolak, dan hipotesis H2, H3, H4 diterima. Peningkatan daya tarik wisata secara signifikan diperlukan agar kepuasan wisatawan meningkat dan mendorong perkembangan loyalitas dan citra kawasan. Pelayanan sarana dan prasarana harus diselesaikan

terlebih dahulu agar citra dan loyalitas dapat berkembang. Transportasi darat perlu diutamakan untuk segera diatasi dan dikoneksikan dengan transportasi udara. Untuk peningkatan daya tarik dalam dukungannya terhadap citra diperlukan penelitian lanjutan secara lebih mendalam.

5. KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan diperoleh kesimpulan bahwa dalam model pengembangan citra kawasan pariwisata perkotaan diperlukan pengembangan elemen pembangun citra pariwisata dari yang paling prioritas ke yang kurang prioritas yaitu : sumber daya manusia, transportasi darat dan udara yang terhubung, kebersihan, kesehatan, keberlanjutan lingkungan, pemasaran, keamanan dan keselamatan. Di dalam sebuah kota, pengembangan pada obyek wisata unggulan dapat lebih berdampak langsung terhadap loyalitas wisatawan dari pada pengembangan daya tarik wisata secara umum. Peningkatan kualitas pelayanan prima dari sumber daya manusia, sarana dan prasarana transportasi meningkatkan citra kawasan pariwisata perkotaan. Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai salah acuan dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan pengembangan kebijakan penelolaan kawasan pariwisata. Saran penelitian selanjutnya adalah penelitian tentang dampak pelayanan prima (*service excellence*) kawasan pariwisata terhadap peningkatan jumlah pengunjung.

6. DAFTAR PUSTAKA

- BPS. 2014. "Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Menurut Pintu Masuk 1997 – 2013". Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- Budi, S.P. 2015. "Model Struktural Hubungan Aksesibilitas, Promosi, Atraksi Pariwisata Belanja Berdasarkan Perspektif Pengunjung". Seminar Nasional Kewirausahaan & Inovasi Bisnis V. Universitas Tarumanagara. Jakarta: Prosiding, hal.399-40.
- Ghozali, I. dan Fuad. 2008. "Structural Equation Modeling : Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Program LISREL 8.80". Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Govers, R., Go, F.M., dan Kumar, K. 2007. "Promoting Tourism Destination Image". *Journal of Travel Research* 2007; 46;15.
- Huh, J. 2006. "Destination Branding as an Informational Signal and Its Influence on Satisfaction and Loyalty in the Leisure Tourism Market". Dissertation. Virginia : Virginia Polytechnic Institute and State University.
- Iso-Ahola, S. E. 1982. "Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder". *Annals of Tourism Research*, 9(2), 256-262.
- Jamil, N. 2006. "Tourism Destination Image as Perceived by International and Domestic Tourists : Bali, Phuket dan Sabah as a Tourism Destination". Thesis. National Cheng Kung University.
- Kemendagri. 2011. "Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional tahun 2010 – 2025". Kementerian Sekretariat Kabinet RI, Jakarta.
- Kemparekraf. 2012. "Neraca Satelit Pariwisata Nasional". Jakarta : Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Kusnendi. 2008. "Model-model Persamaan Struktural, Satu dan Multigroup Sampel dengan LISREL". Bandung : Alfabeta.
- Lee, Tsung-Hung. 2009. "A structural model for examining how destination image and interpretation services affect future visitation behavior: a case study of Taiwan's Taomi eco-village". *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 17, No. 6, November 2009, 727-745
- Mikkelsen, T.F. 2014. "Destination Image and The Affect on Destination Choice". Thesis. Aalborg University CCG -10th semester.
- Murphy, P., Pritchard, M.P. & Smith, B. 2000. "The Destination product and its impact on traveller perceptions". *Tourism Management* 21. pp. 43-52.
- Pemprov DKI Jakarta. 2012. "Peraturan Daerah Provinsi DKI Jakarta Nomor 1 Tahun 2012 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah 2030". Jakarta : Pemerintah Provinsi DKI Jakarta.
- Rajes, R. 2013. "Impact of Tourist Perceptions, Destination Image and Tourist Satisfaction on Destination Loyalty : A Conceptual Model". www.pasosonline.org Pasos Vol.11 No.3 Special Issue p. 67-78.2003
- Sitijak, T.JR, dan Sugiarto. 2006. "Lisrel". Yogyakarta : Graha Ilmu.

- UNWTO. 2015. "World Tourism Barometer Volume 13, Januari 2015". Madrid : World Tourism Organization.
- UNWTO. 2011. "Tourism Towards 2030 Global Overview". Madrid : World Tourism Organization.
- Walker, J. 2011. "Motivation for Leisure Tourism". Pearson Education Inc. wps.prenhall.com/wps/media/objects/9415/.../0138142475_pp2a.ppt
- WEF. 2015. "The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015 Growth through Shocks". Geneva : The World Economic Forum.
- Wijanto, S. H. 2008. "Structural Equation Modeling dengan Lisrel 8.8. Konsep dan Tutorial". Jakarta : Graha Ilmu.