

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan ke Pantai Lariti Bima

Arman^{1*}, Mas'ud²

¹ Universitas Mbojo Bima; arman@universitasmbojobima.ac.id

² Universitas Mbojo Bima; masud@stisipbima.ac.id

* Korespondensi

Kata Kunci	Abstrak
Promosi; Minat Berkunjung; Wisatawan.	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat berkunjung Wisatawan ke Pantai Lariti Kecamatan Lambu Kabupaten Bima. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data terdiri atas observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Keberadaan kualitas produk, harga, Promosi, Lokasi, Orang, dan Bukti Fisik secara bersama mempunyai pengaruh positif terhadap Minat Berkunjung Kembali para wisatawan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin baik penerapan strategi marketing mix pada objek wisata pantai Lariti Kecamatan Lambu antara lain produk wisata, harga, promosi, lokasi, orang, dan bukti fisik maka minat wisatawan untuk berkunjung kembali akan semakin meningkat.
Keywords Promotion; Interest in Visiting; Traveler.	Abstract This research aims to determine the factors that influence tourists' interest in visiting Lariti Beach, Lambu District, Bima Regency. This study used descriptive qualitative method. Data collection techniques consist of observation, interviews and documentation. The research results show that the existence of product quality, price, promotion, location, people and physical evidence together have a positive influence on tourists' intention to revisit. Thus, it can be concluded that the better the implementation of the marketing mix strategy at the Lariti beach tourist attraction, Lambu District, including tourism products, prices, promotions, location, people and physical evidence, the more tourists' interest in visiting again will increase.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Sitasi:

Arman, A., & Mas'ud, M. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan ke Pantai Lariti Bima. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, 12(2).

1. PENDAHULUAN

Pada dasarnya Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki beragam destinasi wisata berupa wisata budaya, wisata alam, dan wisata minat khusus lainnya (Priyanto, 2016). Lebih lanjut wisata merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan manusia baik perorangan maupun kelompok untuk mengunjungi destinasi tertentu dengan tujuan rekreasi, mempelajari keunikan daerah wisata, pengembangan diri dalam kurun waktu yang singkat dan sementara waktu (Elka, 2020). Demikian bahwa pengembangan pariwisata terbukti telah memberikan kontribusi positif terutama bagi daerah di sekitar kawasan wisata. Manfaat dari destinasi pariwisata yang berkembang diantaranya adalah dapat meningkatkan jumlah lapangan kerja, mengurangi jumlah pengangguran, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Sya'ban, 2020).

Namun dalam mendukung pengembangan destinasi wisata, suatu tempat wisata perlu memiliki daya tarik yang dapat diukur berdasarkan 3S *something to see, something to do, dan something to buy* (Kirom, et.,al, 2016). Selain itu, daya tarik wisata juga harus mempunyai empat komponen yaitu: *attraction* (atraksi), *accessibilities* (aksesibilitas), *amenities* (amenitas atau fasilitas), dan *ancillary service* (jasa pendukung pariwisata) (Saputra, et.,al.,2021). Sebab keputusan berkunjung ke suatu objek wisata pada dasarnya erat kaitannya dengan perilaku konsumen atau pengunjung. Adanya kecenderungan pengaruh tarif atau harga, lokasi dan kemudahan akses, serta fasilitas yang tersedia pada lokasi wisata

berpengaruh terhadap keputusan berkunjung bagi wisatawan, sehingga mengisyaratkan perlunya mempertimbangkan aspek perilaku konsumen, terutama dalam proses pengambilan keputusan berkunjung pada tempat wisata (Saputra, *et.,al.*,2021).

Kemudian bahwa faktor kemampuan pemasaran (*experiential marketing*) juga sangat penting dalam mempengaruhi penilaian pengunjung pada destinasi wisata pantai, selain itu juga faktor kenyamanan, kebersihan, dan keamanan juga sangat perlu di perhatikan dalam mendukung perkembangan destinasi pariwisata (Prameswari, & Fatimah, 2020). Lebih lanjut, bahwa salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat berkunjung wisatawan adalah daya tarik wisata itu sendiri. Jika daya tarik meningkat, maka minat wisatawan untuk berkunjung juga semakin meningkat (Khotimah, *et.,al*, 2017). Demikian juga, dengan semakin tingginya rasa percaya wisatawan terhadap produk wisata atau destinasi wisata yang akan dikunjungi, maka semakin berminat wisatawan untuk berkunjung.

Demikian yang terjadi di destinasi wisata pantai Lariti Desa Soro Kecamatan Lambu Kabupaten Bima. Berdasarkan rencana induk pengembangan pariwisata Kabupaten Bima tahun 2018 bahwa pantai lariti adalah salah satu objek wisata andalan (Nuraehan, *et.al*, 2020). Sebab Pantai Lariti adalah salah satu pantai yang diproyeksikan oleh Pemerintah Kabupaten Bima sebagai destinasi wisata unggulan di Kabupaten Bima. Dengan pertimbangan bahwa terdapat peningkatan secara signifikan pada jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pantai Lariti. Dimana pada tahun 2020, pantai lariti adalah pantai dengan jumlah kunjungan wisatawan tertinggi jika dibandingkan dengan destinasi lain yang ada di Kabupaten Bima (Furqan, *et.,al*, 2022).

Pantai lariti memiliki atraksi Pantai yang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan berkunjung yaitu adanya pemandangan laut terbelah, perahu wisata, dan wisata hutan mangrove. Selain itu, aksesibilitas wisata Pantai Lariti dimana pengunjung mendapatkan kemudahan menuju lokasi wisata dan kemudahan mendapatkan informasi. Kondisi jalan menuju pantai dan keberadaan petunjuk jalan merupakan bagian dari kemudahan menuju lokasi. Ketersediaan pusat informasi dan lengkapnya info tentang Pantai Lariti adalah bagian dari kemudahan mendapatkan informasi. Demikian juga kondisi jalan di Pantai Lariti yang sudah di aspal sampai pada bibir pantai (Fita, 2020).

Namun kondisi ini harus berjalan linier dengan ketersediaan dan dukungan aksesibilitas lainnya di Pantai Lariti, dimana terdapat masalah-masalah penawaran di Pantai Lariti yang dapat mengancam menurunnya jumlah kunjungan wisata ke Pantai Lariti yaitu pada aspek amenities wisata Pantai Lariti yang terdiri dari pelayanan dan fasilitas. Dimana pelayanan berupa jaminan keamanan dan pengawasan yang masih sangat minim sehingga pengunjung seringkali tidak nyaman. Sedangkan pada aspek fasilitas baik dari fasilitas pokok, penunjang, maupun pelengkap yang kurang terawat menyebabkan wisatawan mengalami kesulitan selama berwisata. Selain itu juga daya dukung jalan yang kurang lebar ≤ 3 meter menyebabkan kendaraan roda 4 (empat) kesulitan ketika berpapasan terutama pada akses jalan tanjakan. Demikian juga minimnya fasilitas akomodasi berupa penginapan bagi pengunjung. Melihat kondisi dan potensi yang ada di Pantai lariti maka dibutuhkan sarana wisata berupa hotel sebagai salah satu fasilitas akomodasi dengan konsep pemanfaatan dan pendayagunaan potensi alam secara optimal, dengan spesifikasi resort (Elka, 2020).

Kemudian pada aspek atraksi pantai lariti, dimana keindahan alam Pantai Lariti terancam oleh kegiatan tambak udang, kondisi iklim dan ketersediaan lahan hijau disekitar pantai. Aroma tidak sedap dan limbah cair yang dihasilkan oleh tambak udang disekitar pantai lariti seringkali mengganggu pengunjung. Demikian tingginya temperature pada kawasan Lariti kisaran 30-36°C, ditambah kurangnya tumbuhan peneduh menyebabkan wisatawan juga tidak nyaman. Padahal aspek atraksi wisata adalah variabel paling penting untuk menarik wisatawan berkunjung ke suatu objek wisata.

Padahal Pemerintah Kabupaten Bima melalui Dinas Pariwisata sudah menerapkan strategi pemulihan pariwisata Lariti melalui K3L (Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Lingkungan). Kebijakan tersebut diterapkan agar daya tarik destinasi wisata pantai lariti terus berkembang dan terjaga. Namun adanya faktor eksternal seperti kurangnya antusias dari pemerintah Desa dalam melakukan sosialisasi agar masyarakat disekitar pantai tetap berpartisipasi aktif dalam pengembangan destinasi wisata Pantai Lariti. Selain itu minimnya kontribusi Pemerintah Desa dalam pembinaan masyarakat tentang kesadaran hidup berpariwisata, serta kurangnya motivasi untuk membantu kelancaran pelaksanaan kebijakan pemerintah Kabupaten Bima tentang pengembangan obyek wisata pantai Lariti (Fita, 2020). Padahal sejak 2017, hasil pendapatan dari wisata pantai lariti telah memberikan kontribusi yang besar bagi Pemerintah, Pemerintah Desa, UMKM dan masyarakat sekitar sebagai pengelola dalam pembagian hasil pendapatan wisata. Dimana menurut peraturan Bupati Nomor 34 tahun 2016, Daerah mendapatkan 30%, Desa 5%, Camat 5%, masyarakat sekitar atau Pihak Pengelola sebanyak 60%.

Oleh karena demikian menjadi penting bagi peneliti untuk meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke pantai lariti. Mengingat daya tarik wisata sebagai faktor yang diduga mempengaruhi minat berkunjung wisatawan di kawasan pantai lariti. Penurunan maupun peningkatan jumlah kunjungan wisatawan sangat bergantung pada dukungan atraksi wisata, aksesibilitas, fasilitas, layanan atau jasa pendukung pariwisata serta faktor kemampuan pemasaran (*experiential marketing*) mempengaruhi penilaian pengunjung pada destinasi wisata pantai lariti. Lebih lanjut, peneliti terdahulu menjelaskan bahwa daya tarik wisatawan terhadap destinasi wisata juga banyak dipengaruhi oleh kepercayaan atas informasi yang berkembang dikalangan wisatawan (Agusti, *et. al*, 2020).

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Lokasi penelitian ini berada di Dinas Pariwisata, Kabupaten Bima, lokasi tersebut sangat strategis dalam melihat studi kasus dan permasalahan yang terjadi. Subyek penelitian ini dipilih melalui *purposive sampling*, adapun subyek/informan dalam penelitian ini adalah Kepala Dinas Pariwisata, Komunitas Pesisir, dan Komunitas Ekonomi Kreatif (Ekraf). Teknik pengumpulan data terdiri atas observasi (*observation*), wawancara (*interview*), dan dokumentasi (*documentation*). Setelah data selesai dikumpulkan dengan lengkap dari lapangan, tahap berikutnya yang harus lakukan adalah tahap analisa data. Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisa data model interaktif, teknik terdiri dari dari tiga hal utama, yaitu; reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi (Idrus, 2009).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk yang ditampilkan berpengaruh signifikan terhadap minat wisatawan berkunjung kembali. Artinya, semakin lengkap komponen produk wisata yang disediakan oleh pihak pengelola pada Objek Wisata Pantai Lariti Kecamatan Lambu maka akan mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung kembali. Yang termasuk pada produk wisata pada pantai Lariti Kecamatan Lambu antara lain berbagai atraksi, fasilitas dan pelayanan yang disediakan serta accessibilities (kemudahan pencapaian).

Saat ini pengelola Pantai Lariti Kecamatan Lambu telah menyediakan berbagai atraksi untuk menarik wisatawan berupa wahana permainan air seperti banana boat, donat boat, flying boat, jetski dan snorkeling yang dipandu langsung oleh para pemandu yang berpengalaman. Pengelola juga

mengadakan berbagai even berupa perlombaan-perlombaan dan festival budaya yang diadakan di pantai Lariti Kecamatan Lambu. Untuk kenyamanan wisatawan pihak pengelola juga menyediakan berbagai fasilitas seperti gazebo dan pendopo untuk tempat beristirahat.

Semakin lengkap fasilitas yang ditawarkan, maka akan memberikan kenyamanan bagi pengunjung dan juga dapat menambah nilai jualnya. Hal ini tentunya akan berdampak dengan semakin meningkatnya minat wisatawan untuk berkunjung kembali. Sebuah produk atau jasa dikatakan menarik minat pelanggan apabila produk atau jasa tersebut dapat memberikan nilai yang lebih besar dari apa yang diharapkan oleh pelanggan. Produk atau jasa yang baik akan memiliki dampak positif terhadap minat berkunjung kembali. Hal ini mengindikasikan produk yang mampu memberikan kepuasan bagi pengunjung adalah produk yang menunjukkan kualitas yang baik dan sesuai dengan apa yang diinginkan pengunjung. Jika kemampuan (hasil) produk yang dirasakan sesuai dengan harapan, maka akan menciptakan kepuasan bagi pengunjung sehingga pengunjung menjadi tertarik untuk berkunjung kembali. Sebab ketika wisatawan merasa terpuaskan oleh sebuah produk jasa, wisatawan akan mencobanya lagi atau menggunakan kembali dan memberikan rekomendasi produk tersebut kepada orang lain. Pengaruh Harga terhadap Minat Berkunjung Kembali Secara Parsial Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Artinya, harga pada Objek Wisata Pantai Lariti Kecamatan Lambu tidak akan mempengaruhi minat berkunjung kembali. Seberapa besar pun harga yang ditetapkan oleh pihak pengelola, asalkan produk wisata yang ditawarkan sesuai dengan harapan dan manfaat harga tidak menjadi faktor penentu wisatawan dalam melakukan berkunjung kembali ke pantai Lariti Kecamatan Lambu.

Dapat disimpulkan bahwa harga tidak menjadi faktor penimbang bagi wisatawan untuk berkunjung kembali ke pantai Lariti Kecamatan Lambu. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Pengaruh Promosi terhadap Minat Berkunjung Kembali Secara Parsial Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Artinya, Promosi pada Objek Wisata Pantai Lariti Kecamatan Lambu akan mempengaruhi minat berkunjung kembali. Iklan yang menarik mengenai wisata pantai Lariti Kecamatan Lambu diberbagai media sosial atau baliho, juga informasi dari mulut ke mulut mengenai wisata pantai Lariti Kecamatan Lambu akan mempengaruhi minat wisatawan berkunjung. Semakin sering promosi dilakukan oleh pemerintah daerah Pesisir Selatan maka minat berkunjung kembali wisatawan ke objek wisata Lariti Kecamatan Lambu akan semakin meningkat.

Promosi merupakan aktivitas komunikasi yang berasal dari informasi yang tepat dan dapat berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali. Wisatawan akan mengetahui suatu produk barang atau jasa lewat promosi yang dilakukan pihak pengelola produk barang atau jasa sehingga dapat memengaruhi minat berkunjung kembali. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Bachtiar (2016), dengan hasil promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali di Objek Wisata Pantai Kabupaten Gunung Kidul. Promosi yang menarik dan tepat sasaran akan menarik minat wisatawan baru untuk datang berkunjung ke pantai Lariti Kecamatan Lambu.

Kemudian Pengaruh Lokasi terhadap Minat Berkunjung Kembali Secara Parsial Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Artinya, Lokasi pada Objek Wisata Pantai Lariti Kecamatan Lambu akan mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung kembali. Lokasi pantai Lariti membentang antara Kecamatan Lambu dan Sape. Pantai ini berjarak 3 km dari Pelabuhan Sape dan sekitar 50 km atau sekitar 1 jam perjalanan dari kota Bima. Pantai Lariti Kecamatan Lambu ini juga dekat dengan beberapa objek wisata lainnya yang layak untuk dikunjungi seperti Pantai Papa,

Pulau Kelapa, Tanjung Meriam dan Pasir Putih. Kondisi ini sangat menguntungkan bagi pihak pengelola objek wisata Pantai Lariti Kecamatan Lambu. Selain berkunjung ke pantai Lariti Kecamatan Lambu wisatawan juga dapat mengunjungi beberapa objek wisata lainnya yang ada di daerah Pesisir tersebut. Akses transportasi ke lokasi selain dapat menggunakan transportasi pribadi dan mobil carteran juga dapat ditempuh dengan menggunakan transportasi umum dari Pelabuhan Sape yang mengarah langsung ke lokasi wisata. Semakin baik akses jalan untuk menuju lokasi pantai, serta tersedianya transportasi yang layak di Lariti Kecamatan Lambu maka minat wisatawan untuk berkunjung kembali akan semakin meningkat.

Selanjutnya adalah pengaruh orang terhadap minat Berkunjung Kembali Secara Parsial Variabel orang pada Objek Wisata Pantai Lariti Kecamatan Lambu tidak mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan. Variabel orang dalam penelitian ini adalah orang-orang yang bertugas di pantai Lariti Kecamatan Lambu seperti petugas pantai, penjaga tiket, penjaga parkir, pemandu wisata dan para pedagang. Saat ini mereka sudah bekerja sesuai dengan kompetensi dan bidangnya masing-masing. Mereka bersikap sopan, memberikan respon yang baik terhadap permasalahan yang dialami pengunjung, berkomunikasi dengan menggunakan bahasa yang baik dan benar serta mudah dimengerti serta memberikan informasi kepada pengunjung.

Sikap mereka yang baik terhadap pengunjung merupakan cerminan dari budaya masyarakat disana yang ramah serta mendukung program pemerintah daerah untuk meningkatkan pendapatan daerah melalui objek wisata pantai Lariti Kecamatan Lambu. Sehingga dengan demikian variabel orang bukanlah menjadi faktor penentu wisatawan untuk berkunjung kembali ke objek wisata Lariti Kecamatan Lambu. Kesimpulannya budaya sosial masyarakat dan petugas pantai Lariti Kecamatan Lambu tidak memberi pengaruh berarti terhadap minat wisatawan untuk berkunjung kembali sehingga variabel orang (people) bukanlah menjadi faktor penentu wisatawan untuk datang kembali.

Sedangkan pengaruh Bukti Fisik terhadap Minat Berkunjung Kembali. Dimana Bukti Fisik yang tersedia pada Objek Wisata Pantai Lariti Kecamatan Lambu Kabupaten Bima, seperti lingkungan yang bersih dan nyaman, tersedianya mushola, toilet dan lahan parkir yang luas mampu mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke objek wisata pantai Lariti Kecamatan Lambu. Sebab Karakteristik intangible pada jasa menyebabkan pelanggan potensial tidak bisa menilai suatu jasa sebelum mengkonsumsinya (Tjiptono, 2005). Oleh sebab itu untuk meningkatkan minat konsumen terhadap suatu produk perlu ditambahkan bukti fisiknya. Semakin baik dan lengkap fasilitas yang disediakan oleh pihak pengelola objek wisata Lariti Kecamatan Lambu maka minat pengunjung untuk kembali pada objek wisata Lariti Kecamatan Lambu akan semakin tinggi.

4. KESIMPULAN

Keberadaan kualitas produk, harga, promosi, lokasi, orang, dan bukti fisik terhadap minat berkunjung kembali berpengaruh secara simultan. produk, harga, promosi, lokasi, orang, dan bukti fisik secara bersama mempunyai pengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali. Bahwa pemasaran merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa jika strategi bauran pemasaran diterapkan dengan baik maka akan memengaruhi minat berkunjung kembali. Sebab minat beli ulang merupakan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian kembali suatu produk atas jasa berdasarkan atas pengalaman dengan mengeluarkan biaya untuk memperoleh barang atau jasa, serta cenderung dilakukan secara berkala. Dengan kata lain, pengalaman yang diperoleh konsumen dari suatu produk atas jasa yang baik akan menimbulkan kesan positif yang menunjukkan bahwa

konsumen mendapatkan apa yang konsumen butuhkan dan inginkan, sehingga konsumen akan melakukan pembelian ulang. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin baik penerapan strategi marketing mix pada objek wisata pantai Lariti Kecamatan Lambu antara lain produk wisata, harga, promosi, lokasi, orang, dan bukti fisik maka minat wisatawan untuk berkunjung kembali akan semakin meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arjana, I. G. B. (2021). *Geografi Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif-Rajawali Pers*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Damanik, J., & Teguh, F. (2012). *Manajemen Destinasi Pariwisata: Sebuah Pengantar Ringkas*. Yogyakarta: Keipel Press,
- Elka, T. P. (2020). *Pengembangan Destinasi Wisata Dan Hotel Resort Di Pantai Air Manis Kota Padang”(Pendekatan Waterfront Design)* (Doctoral dissertation, Universitas Bung Hatta).
- Engriani, Y. (2016). *Meningkatkan Kunjungan Wisata Dengan Sosialisasi Sapta Pesona Wisata Di Daerah Tujuan Wisata*. *Jurnal Praktik Bisnis*, 4(2).
- Fandeli, C. (1995). *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Yogyakarta
- Fita, F. (2020). *Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Destinasi Wisata Pantai Lariti Di Kabupaten Bima* (Doctoral dissertation, Universitas Mataram).
- Furqan, A., Wijayanti, W. P., & Subagiyo, A. (2022). *Persepsi Wisatawan Terhadap Penawaran Objek Wisata Pantai Lariti Kabupaten Bima*. *Planning for Urban Region and Environment Journal (PURE)*, 10(1), 105-112.
- Gamal, S. 2004. *dasar-dasar pariwisata*. penerbit andi yogyakarta
- Hadi, W. (2019). *Menggali potensi kampung wisata di kota Yogyakarta sebagai daya tarik wisatawan*. *Journal of Tourism and Economic*, 2(2)
- Khotimah, K., Wilopo, W., & Dan Hakim, L. (2017). *Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Budaya (Studi Kasus Pada Kawasan Situs Trowulan Sebagai Pariwisata Budaya Unggulan Di Kabupaten Mojokerto)*.
- Kirom, N. R., Sudarmiatin, S., & Putra, I. W. J. A. (2016). *Faktor-Faktor Penentu Daya Tarik Wisata Budaya Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan*. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Pengembangan*, 1(3), 536-546.
- Kurniawan, Wawan, 2015, *“Dampak Sosial Ekonomi Pembangunan Pariwisata Umbul Sidomukti Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang”*, *Skripsi Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang*.
- Marsono, Prihantara, F., Irawan, P., & Sari, Y. K. (2018). *Dampak pariwisata religi kawasan Masjid Sunan Kudus terhadap ekonomi, lingkungan, dan sosial-budaya*. UGM PRESS.
- Nuraehan, N., Cikusin, Y., & Abidin, A. Z. (2020). *Pengembangan Desa Wisata Pantai (Studi Pada Pantai Lariti Desa Soro Kecamatan Lambu Kabupaten Bima)*. *Respon Publik*, 14(4), 70-77.
- Prayogo, R., & Febrianita, R. (2018). *Literature Review: Pengembangan Strategi Pemasaran Pariwisata Dalam Meningkatkan Niat Berkunjung Wisatawan Di Indonesia*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JABis)*, 16(2), 1-7.
- Pitana, I., & Gayatri, P. (2005). *Sosiologi Pariwisata: Kajian Sosiologis Terhadap Struktur, Sistem, dan Dampak-Dampak*. Yogyakarta : Andi,
- Priyanto, P. (2016). *Pengembangan Potensi Desa Wisata Berbasis Budaya Tinjauan Terhadap Desa Wisata Di Jawa Tengah*. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 4(1).

- Rif'an, A. A. (2018). *Daya Tarik Wisata Pantai Wediombo Sebagai Alternatif Wisata Bahari Di Daerah Istimewa Yogyakarta*. *Jurnal Geografi*, 10(1), 63-73.
- Prameswari, I., & Fatimah, S. (2020). *Amenitas Kawasan Wisata Pantai Air Manis Tahun 2011-2018*. *Jurnal Kronologi*, 2(4), 235-246.
- Ramadani, R. (2021). *Analisis Tourism Experience Di Destinasi Wisata Pantai Air Manis* (Doctoral Dissertation, Universitas Negeri Padang).
- Rindani, Liantika (2016) *Kepuasan Wisatawan Tentang Daya Tarik Wisata Pantai Air Manis Padang*. Padang: Skripsi Jurusan Pariwisata UNP.
- Sinaga, M. (2012). *Daya Tarik Investasi Sektor Pariwisata Dan Manfaatnya Terhadap Masyarakat Kabupaten Belitang* (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Sihite*, 2013. *Tourism Industry (Kepariwisataaan)*. terbitan: Nala Cipta Litera.
- Soebagyo. Ahmad. 2010 . *Marketing Bisnis*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Sya'ban, M. (2020). *Pariwisata Dan Pengangguran (Inovasi Dan Kreativitas Masyarakat Dusun Pandanan Dalam Meningkatkan Sumber Ekonomi masyarakat melalui pengembangan pariwisata)* (Doctoral dissertation, UIN Mataram).
- Saputra, N., Yuliana, Y., & Ferdian, F. (2021). Pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung di objek wisata Pantai Air Manis Padang. *Journal of Home Economics and Tourism*, 15(2).
- Sholekhatu Ridlo, 2015. "Analisis Kunjungan Objek Wisata Museum Sangiran Kabupaten. Sragen", Skripsi Pada Universitas Diponegoro Semarang, Semarang
- Utama, I. G. B. R., & SE, M. (2015). *Pengantar Industri Pariwisata*. Deepublish.
- Zaenuri, M. (2012). *Perencanaan Strategis Kepariwisataaan Daerah Konsep Dan Aplikasi*. Yogyakarta: e-Gov Publishing.
- Yoeti, Oka A, 2008. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Pradnya. Paramita: Jakarta.