

ANALISIS MOTIVASI DAN PERILAKU PENGUNJUNG DI AGROWISATA BALE TANI JOMBANG

DEWI MARIYANAH
Dosen Akpar Maja³⁵rit
Email : mariyanahdewi@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis motivasi dan perilaku pengunjung di Agrowisata Bale Tani Jombang. Subyek²⁷ri penelitian ini adalah pengunjung Agrowisata Bale Tani dengan batasan usia 5 – 28 tahun. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh dengan menggunakan metode observasi, wawancara, literatur, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terbentuknya motivasi pengunjung yaitu adanya faktor pendorong dan penarik (push and pull motivation). Push motivation menjelaskan bahwa motivasi pengunjung untuk berkunjung yaitu untuk relaxation and educational opportunity. Dan jika dilihat dari pull motivation menjelaskan bahwa motivasi pengunjung untuk berkunjung dikarenakan tourist attraction and natural environment man-made environment. Sedangkan, dari hasil pengamatan perilaku pengunjung di Agrowisata Bale Tani yaitu bermacam-macam diantaranya berenang, edukasi, bermain, foto atau selfie, dan berkumpul bersama teman serta keluarga yakni makan bersama dan karaoke.

Kata kunci : Motivasi, Perilaku Pengunjung, Agrowisata Bale Tani

26

ABSTRACT

This research was conducted to analyze the motivation and behavior of visitors in Bale Tani Agro tourism Jombang. The subjects³⁴this research were Bale Tani Agro tourism visitor with age limit of 5 – 28 years. This research uses qualitative descriptive analysis. Data obtained by using observation methods, interviews, literature and documentation. Result of research indicate that the formation of visitor motivation is existence of push and pull motivation factor. Push motivation explain that the motivation of visitors to visit is for relaxation and educational opportunity. And when viewed from the pull motivation of visitors to visit is caused tourist attraction and natural environment man-made environment. While the result of observations of visitor behavior in Bale Tani Agro tourism is a variety of swimming, education, play, photographs, and gather with friends and family like eat together and song.

Keywords : Motivation, Visitor behavior, Bale Tani Agro tourism.

PEN²⁵HULUAN

Pariwisata Indonesia merupakan sektor ekonomi penting ¹ Indonesia. Pariwisata di Indonesia semakin digalakkan oleh pemerintah sejak tahun 1988. Pada tahun 2009, pariwisata menempati urutan ketiga dalam hal penerimaan devisa setelah komoditi minyak dan gas bumi serta minyak kelapa sawit. Berdasarkan data tahun 2016, jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia sebesar 11.526.963 juta jiwa lebih atau tumbuh sebesar 10,79% dibandingkan tahun sebelumnya.

Pariwisata Indonesia terus mengalami pengembangan yang ¹¹ diharapkan mampu menarik kehadiran wisatawan domestik dan asing yang pada akhirnya akan mendatangkan pemasukan bagi keuangan negara. Contohnya ¹¹ pengeluaran belanja oleh wisatawan diharapkan mampu meningkatkan pendapatan penduduk lokal.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik sebelas provinsi yang paling sering dikunjungi oleh para wisatawan asing adalah Bali, Jakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, Jawa Timur, Jawa Barat, Sumatera Utara, Lampung, Sulawesi Selatan, Sumatera Selatan, Banten, dan Sumatera Barat. Sekitar 59% turis berkunjung ke Indonesia untuk tujuan liburan, sementara 38% untuk tujuan bisnis. ⁹

Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu wilayah yang mempunyai potensi dalam hal pariwisata, baik potensi alam, seni, budaya maupun wahana-wahana menarik yang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan domestik dan asing. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Jawa Timur tahun 2014 sebesar 217.193 orang pengunjung. Kondisi ini mengalami penurunan sebesar 3,49 persen dibandingkan dengan tahun 2013 yang mencapai 225.041 orang pengunjung (sumber: www.jatim.bps.go.id). Kejadian ini adalah yang pertama kali selama 10 tahun terakhir, dimana pada tahun sebelumnya jumlah kunjungan selalu meningkat. Salah satu kejadian yang cukup mempengaruhi penurunan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ini adalah terjadinya musibah letusan Kelud pada akhir Februari 2014. Hal ini perlu diwaspadai oleh pemerintah atau instansi terkait, agar tidak terjadi pada tahun berikutnya.

Hampir semua daerah yang ada di Jawa Timur mempunyai potensi wisata yang beragam, seperti halnya di kabupaten Jombang. Kabupaten Jombang adalah sebuah kabupaten yang terletak di bagian tengah Propinsi Jawa Timur. Luas wilayahnya 1.159,50 km². Kabupaten Jombang memiliki posisi yang sangat strategis, karena berada di persimpangan jalur lintas utara, dan selatan Pulau Jawa (Surabaya – Madiun – Solo – Yogyakarta , jalur Surabaya – Tulungagung, serta jalur Malang – Tuban). Jombang dikenal dengan sebutan Kota Santri, karena banyaknya sekolah pendidikan Islam (pondok pesantren) di wilayahnya. Jombang juga dikenal dengan mottonya yaitu “Jombang Beriman (Bersih, Indah dan Nyaman)”. Dalam kegiatan pariwisata, Kabupaten Jombang merupakan wilayah yang mempunyai daya

RUMUSAN MASALAH

- 1) Bagaimana terbentuknya motivasi kunjungan wisatawan di Agrowisata Bale Tani Jombang?
- 2) Bagaimana perilaku pengunjung di Agrowisata Bale Tani Jombang?

TUJUAN PENELITIAN

- 1) Untuk mengetahui bagaimana terbentuknya Motivasi kunjungan wisatawan di Agrowisata Bale Tani Jombang.
- 2) Untuk mengetahui bagaimana Perilaku Pengunjung di Agrowisata Bale Tani Jombang.

KAJIAN PUSTAKA

Motivasi Wisatawan

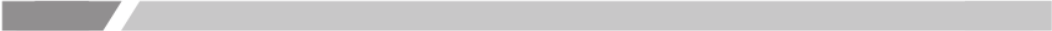
Menurut Robert Kreitner (2014), Motivasi adalah proses-proses psikologis yang menyebabkan stimulasi, arahan dan kegigihan terhadap sebuah kegiatan yang dilakukan secara sukarela yang di arahkan pada suatu tujuan.

Seseorang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan ke suatu tempat didasari dengan motif/motivasi (motive) yang timbul akibat adanya dorongan (drive) dalam upaya pemenuhan kebutuhan (need). Sama halnya dengan pendapat dari Stanto (1998) dalam Sudaryanti (2015) yang menyatakan bahwa “A motive is stimulated need which a goal-oriented individual seeks to satisfy” (Suatu motif adalah kebutuhan yang di stimulasi yang dicari oleh individu yang berorientasi pada tujuan untuk mencapai rasa puas).

Menurut Pitana dan Gayatri (2005), motivasi adalah hal yang mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan “trigger” dalam proses perjalanan wisata, walaupun motivasi seringkali tidak disadari secara penuh oleh wisatawan itu sendiri.

Motivasi wisatawan dalam melakukan kunjungan wisata tidak terbentuk begitu saja. Ada faktor-faktor yang mempengaruhinya yaitu, faktor pendorong dan faktor penarik motivasi wisatawan. Menurut Ryan (1991) dalam Pitana dan Gayatri (2005), faktor pendorong bagi seseorang dalam melakukan wisata adalah sebagai berikut :

1. Escape yaitu ingin melepaskan diri dari lingkungan yang dirasakan menjemukan, atau kejenuhan dari pekerjaan sehari-hari.
2. Relaxation yaitu keinginan untuk rekuperasi atau penyegaran, yang juga berhubungan dengan motivasi untuk escape di atas.
3. Play yaitu ingin menikmati kegembiraan melalui berbagai permainan yang merupakan permunculan kembali dari sifat kekanak-kanakan, dan melepaskan diri sejenak dari berbagai urusan yang serius
4. Strengthening family bonds yaitu ingin mempererat hubungan kekerabatan khususnya dalam konteks VFR (Visiting Friends and Relation). Keakraban hubungan kekerabatan ini juga terjadi diantara anggota keluarga yang melakukan perjalanan bersama-sama, karena kebersamaan sangat sulit diperoleh dalam suasana kerja sehari-hari di negara industry.
5. Prestige yaitu untuk menunjukkan gengsi dengan mengunjungi destinasi yang menunjukkan kelas dan gaya hidup, yang merupakan dorongan untuk meningkatkan status atau derajat sosial.
6. Social interaction yaitu untuk dapat melakukan interaksi sosial dengan teman sejawat atau dengan masyarakat lokal yang dikunjungi.
7. Romance yaitu keinginan untuk bertemu dengan orang-orang yang bisa memberikan suasana romantic.

- 
8. Educational opportunity yaitu keinginan untuk melihat sesuatu yang baru dan mempelajari orang lain dan/atau daerah lain, atau mengenai kebudayaan etnis lain. Ini merupakan pendorong yang dominan di dalam pariwisata.
 9. Self-fulfillment yaitu keinginan untuk menemukan diri sendiri (self-discovery), karena diri sendiri biasanya bisa ditemukan pada saat kita menemukan daerah atau orang yang baru.
 10. Wish-fulfillment yaitu keinginan untuk merealisasikan mimpi-mimpi yang lama di cita-citakan sampai mengorbankan diri dengan cara berhemat agar bisa melakukan perjalanan. Hal ini juga sangat jelas dalam perjalanan wisata religious sebagai bagian dari keinginan atau dorongan yang kuat dari dalam diri.

Menurut Jackson (1989) dalam Pitana dan Gayatri (2005), faktor penarik motivasi wisatawan adalah sebagai berikut :

1. Location climate yaitu kondisi iklim lokasi yang akan dituju. Biasanya wisatawan yang berdomisili di daerah beriklim sedang akan melakukan perjalanan wisata ke daerah beriklim tropis atau panas begitu juga sebaliknya.
2. National promotion yaitu bagaimana promosi yang dilakukan suatu negara dalam mempromosikan wisata-wisata unik yang ada di negaranya.
3. Retail advertising yaitu iklan yang menawarkan penjualan paket wisata yang dilakukan secara eceran.
4. Wholesale marketing yaitu penawaran paket wisata yang dilakukan oleh penyedia jasa wisata dan tidak dapat diubah lagi tujuan atau lokasi yang dituju.
5. Special events yaitu adanya even-even tertentu yang dilaksanakan di suatu negara atau kawasan wisata.
6. Incentive schemes yaitu skema insentif yang diberikan oleh perusahaan.
7. Visiting friends yaitu mengunjungi suatu daerah dengan tujuan untuk mengunjungi teman.
8. Visiting relatives yaitu mengunjungi suatu daerah dengan tujuan mengunjungi keluarga.
9. Tourist attractions yaitu atraksi-atraksi wisata yang dimiliki oleh suatu kawasan wisata.
10. Culture yaitu budaya dan peradaban yang dimiliki suatu negara atau kawasan.
11. Natural environment man-made environment yaitu keadaan lingkungan baik yang alami maupun buatan manusia.

Suwantoro (2004) Sudaryanti dkk (2015) menyebutkan bahwa, motivasi yang mendorong wisatawan untuk mengadakan perjalanan wisata adalah sebagai berikut:

1. Dorongan kebutuhan untuk berlibur dan berekreasi
2. Dorongan kebutuhan pendidikan dan penelitian
3. Dorongan kebutuhan keagamaan
4. Dorongan kebutuhan kesehatan
5. Dorongan atas minat terhadap kebudayaan dan kesenian
6. Dorongan kepentingan keamanan
7. Dorongan kepentingan hubungan keluarga
8. Dorongan kepentingan politik

Menurut McIntosh dan Murphy dalam Suherlan (2014) menyebutkan bahwa motivasi dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok besar yaitu:

- a. Physical or Physiological motivation (motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis)
Motivasi ini antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olahraga, bersantai, dan sebagainya.
- b. Cultural motivation (motivasi budaya)
Yaitu keinginan untuk mengetahui, budaya, adat, tradisi, dan kesenian daerah lain. Termasuk juga ketertarikan akan berbagai obyek tinggalan budaya (bangunan bersejarah).
- c. Social motivation atau interpersonal motivation (motivasi yang bersifat sosial)
Yaitu seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, mendatangkan hal yang dianggap mendatangkan gengsi (nilai prestise), melakukan ziarah, pelarian dari situasi-situasi yang membosankan dan sebagainya.

Fantasy motivation (motivasi karena fantasi)

Yaitu adanya fantasi bahwa di daerah lain seseorang akan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan, dan ego enhancement yang memberikan kepuasan psikologis. Disebut juga sebagai status and prestige motivation.

Sedangkan Abraham Maslow (1943) mengemukakan bahwa pada dasarnya semua manusia memiliki kebutuhan pokok. Ia menunjukkannya dalam 5 tingkatan yang berbentuk piramid, orang memulai dorongan dari tingkatan terbawah. Lima tingkat kebutuhan itu dikenal dengan sebutan Hirarki Kebutuhan Maslow :

1. Kebutuhan Fisiologis (physiological needs) kebutuhan yang berhubungan dengan makanan, minuman, air, udara, pakaian, tempat tinggal, dan kebutuhan untuk bertahan hidup.
2. Kebutuhan Keamanan (safety needs) kebutuhan yang menyangkut rasa amandari kekerasan baik fisik maupun psikis.
3. Kebutuhan Sosial (social needs) berhubungan dengan kebutuhan untuk di cintai dan mencintai.
4. Kebutuhan Penghargaan (esteem needs) yaitu kebutuhan akan keinginan untuk memiliki reputasi, kepercayaan dan dihargai orang lain.
5. Kebutuhan Aktualisasi (self-actualization) adalah kebutuhan atau keinginan seseorang untuk memenuhi ambisi pribadinya.

Perilaku Pengunjung

Perilaku adalah segala perbuatan atau tindakan yang dilakukan oleh makhluk hidup. Menurut Notoatmodjo (2003), perilaku manusia adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik yang diamati langsung, maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar.

Perilaku wisatawan terdiri atas perilaku pada saat mengumpulkan informasi dan pengambilan keputusan tentang produk wisata dalam pembelian, konsumsi, evaluasi, kinerja perilaku saat pengolahan produk wisata, termasuk perilaku pra pembelian, perilaku pembelian, dan perilaku pasca pembelian (Purwanto dan Wang Ling : 2016).

Menurut Morrison (2007), perilaku wisatawan merupakan proses dan kegiatan yang terlibat ketika orang mencari, memilih, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang produk dan jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Sedangkan menurut Loudon dan Della Bitta dalam Buchari Alma (2008) mengatakan bahwa “Tourist behaviour may be defined as the decision process and physical activity individuals engage in when evaluating, acquiring, using, or disposing of good and services.”

Philip Kotler dan Keller (2009) berpendapat bahwa “Tourist behavior is study of how individuals, groups, and organizations select, buy, use, and dispose of goods, services, ideas, or experiences to satisfy their needs and wants”.

Agrowisata

Agrowisata merupakan bentuk kegiatan pariwisata yang memanfaatkan usaha agro bisnis sebagai obyek wisata dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman, rekreasi, dan hubungan usaha di bidang pertanian. Wisata agro bukan semata usaha di bidang jasa yang menjual pemenuhan konsumen akan pemandangan alam yang indah dan udara yang segar, namun juga dapat berperan sebagai media promosi produk pertanian menjadi media pendidikan masyarakat, memberikan signal bagi peluang pengembangan diversifikasi produk agrobisnis dan berarti pula dapat menjadi kawasan pertumbuhan wilayah (Puspitasari, 2016).

Agrowisata atau wisata pertanian adalah rangkaian aktivitas perjalanan wisata yang memanfaatkan lokasi atau sektor pertanian mulai awal produksi hingga diperoleh produk pertanian dalam berbagai system dan skala dengan tujuan memperluas pengetahuan, pemahaman, pengalaman, dan rekreasi di bidang pertanian (Nurisjah, 2001 dalam Budiarti dkk, 2013).

Pengembangan aktivitas agrowisata secara tidak langsung akan meningkatkan manfaat positif petani serta masyarakat akan arti pentingnya sumber daya lahan pertanian. Pengembangan kegiatan agrowisata dapat melestarikan sumber daya, melestarikan kearifan dan teknologi lokal, dan meningkatkan pendapatan petani atau masyarakat sekitar agrowisata.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan disesuaikan dengan jenis data penelitian yang digunakan penulis yaitu penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka. Dalam hal ini mencakup proses perencanaan dan pelaksanaan penelitian pada analisis motivasi dan perilaku pengunjung di Agrowisata Bale Tani Jombang , dimana penulis mengumpulkan data sebanyak mungkin dan kemudian menganalisisnya.

Cara Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan juga pencatatan sistematis atas unsur-unsur ataupun kejadian-kejadian yang muncul dalam suatu tempat atau gejala-gejala yang muncul dalam suatu objek penelitian.

b. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden dengan menggunakan alat yang dinamakan interview guide / panduan wawancara. Kegiatan wawancara dalam penelitian ini dilakukan secara personal dan terstruktur dengan menggunakan daftar pertanyaan yang sudah disiapkan oleh peneliti.

Cara Pengolahan Data

Data yang diperoleh dikelompokkan sesuai dengan variabel kemudian di analisis dengan menggunakan teori-teori yang ada.

Cara Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu data yang diperoleh disusun sedemikian rupa kemudian dianalisis berdasarkan teori-teori yang relevan dengan permasalahan untuk mengambil kesimpulan dan saran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik observasi dan wawancara. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang sifatnya memberi gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat variabel yang diselidiki (Nazir, 1999). Sedangkan, deskriptif kualitatif merupakan metode penulisan penelitian yang digunakan pada kondisi obyek yang alamiah.

Terbentuknya Motivasi Kunjungan Wisatawan Di Agrowisata Bale Tani Jombang

Dari hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti pada beberapa pengunjung yang menjadi subyek penelitian, didapatkan bahwa pengunjung yang berkunjung ke agrowisata bale tani mempunyai motivasi sebagai berikut:

- a. Faktor pendorong motivasi (push motivation) pengunjung untuk berkunjung yaitu untuk relaxation dan educational opportunity.
 1. Relaxation, dimana terbentuknya motivasi pengunjung berasal dari dorongan alamiah dalam dirinya untuk merelaksasikan diri serta hiburan di sela waktu sibuk kerja mereka. Hal ini dijelaskan oleh pengunjung yang berusia rata-rata 22 – 28 tahun.
 2. Educational opportunity, selain untuk bersenang-senang, pengunjung agowisata bale tani menjelaskan bahwa obyek wisata tersebut dapat digunakan sebagai tempat edukasi dalam bidang pertanian yang sangat bermanfaat. Kegiatan edukasi ini biasanya dilakukan oleh rombongan anak sekolah TK, Sekolah Dasar, maupun SMP yang berusia rata-rata 5 – 15 tahun. Tujuan utama mereka biasanya untuk outbond dan mengenal pembelajaran pertanian yang disediakan oleh pihak Bale Tani.
- b. Faktor penarik (pull motivation) pengunjung untuk berkunjung yaitu dikarenakan tourist attraction dan natural environment man-made environment.

1. Tourist attraction, dimana faktor penarik pengunjung dikarenakan adanya atraksi wisata yang disajikan oleh Agrowisata Bale Tani. Atraksi wisata yang disuguhkan yaitu sarana edukasi pertanian, beberapa kolam renang, relaksasi, dan banyak spot foto yang sangat menarik.
2. Natural environment man-made environment, selain memberikan pemandangan yang alami akan indahnya persawahan, Agrowisata Bale Tani juga menyajikan variasi tersendiri berupa inovasi dan kreatifitas pengelola untuk menjadikannya jauh lebih diminati pengunjung.

SIMPULAN

1. Pengunjung Agrowisata Bale Tani mempunyai motivasi yang berbeda-beda. Motivasi merupakan dorongan dalam diri seseorang untuk melakukan suatu hal. Motivasi dalam melakukan kunjungan ke Agrowisata Bale Tani dipengaruhi oleh push motivation dan pull motivation. Motivasi pengunjung dalam melakukan kunjungan di Agrowisata Bale Tani yaitu dengan tujuan relaxation dan educational opportunity. Selain itu, juga dikarenakan tourist attraction dan natural environment man-made environment.
2. Setiap pengunjung mempunyai tingkah laku yang masing-masing tidak sama dalam menikmati suatu obyek wisata. Perilaku pengunjung merupakan segala sesuatu yang dilihat, didengar, dirasakan, dan dilakukan oleh pengunjung. Perilaku pengunjung dapat diketahui dengan cara melakukan pengamatan di setiap kegiatan yang dilakukan oleh pengunjung. Perilaku pengunjung di Agrowisata Bale Tani antara lain; berenang, edukasi dan outbond, bermain di game area, foto-foto atau selfie, dan berkumpul bersama teman serta keluarga.

SARAN

1. Bagi pihak manajemen, diharapkan terus melakukan pembenahan dan pembangunan. Manajemen diharapkan dapat lebih menonjolkan keunggulan produk pertanian yang ada di desa obyek wisata tersebut. Dan diharapkan lebih memperluas lagi lahan praktik pertaniannya yang digunakan untuk edukasi mengenai tanaman. Serta diharapkan pihak pengelola mampu mewujudkan keinginan pengunjung yaitu salah satunya menambah wisata air untuk dewasa.
2. Bagi tenaga kerja, diharapkan mampu menerapkan 3S (Senyum, Sapa, dan Salam) kepada para pengunjung yang hadir karena bekerja di obyek wisata pelayanan jasa yang baik sangat dibutuhkan untuk menarik minat dan kepuasan pengunjung.
3. Bagi wisatawan, diharapkan wisatawan yang berkunjung mampu bekerjasama dalam hal kebersihan dan ketertiban lingkungan. Pengunjung berhak untuk menikmati semua wahana yang disediakan tetapi tidak berhak untuk merusak baik tanaman maupun bagian dari properti wisata.
4. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan mampu lebih mengulas secara mendalam baik dari segi internal maupun eksternal. Serta mampu memberikan informasi yang lebih banyak lagi dan dapat membenahi kekurangan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya

DAFTAR RUJUKAN

- Buchari Alma. 2008. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- ⁸ Budiarti dkk. 2013. Pengembangan Agrowisata Berbasis Masyarakat Pada Usahatani Terpadu Guna Meningkatkan Kesejahteraan Petani Dan Keberlanjutan Sistem Pertanian. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia (JIPI)*, Desember 2013. Vol 18 (3) : 200 – 207.
- ⁹ Morissan, 2007. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Ramdina Prakarsa.
- ¹⁹ Nofyanti, Afni Nur. 2016. *Tipologi Pengunjung Di Kawasan Wisata Hapanasan Kabupaten Rokan Hulu*. *Jom Fisip*: Vol 3 No. 2 Oktober 2016
- ¹⁰ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1. Jakarta.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 2. Jakarta.
- Pitana, G.I. dan Gayatri, G.P. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- ¹⁸ Purwanto, Supriadi dan Wang Ling. 2016. *Analisis Perilaku Wisatawan Tiongkok D Luar Negeri Sebuah Studi Literatur*. *Bina Ekonomi*. Vol 20 nomor 1 tahun 2016.
- Puspitasari, Ajeng. 2016. *Partisipasi Masyarakat Kebun Kopi Rakyat Dalam Pengembangan Agrowisata Di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember*. Di akses pada 25 Mei 2018.
- ⁵ Sahara dkk. 2016. *Analisis Motivasi Berkunjung Wisatawan Dan Tingkat Pengetahuan Wisatawan Tentang Produk Industri Kreatif Sektor Kerajinan (Studi Pada Wisatawan Domestik Di Kota Batu Jawa Timur)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol.35 No.2 Juni 2016.
- Smith, Stephen L.S. 1998. *Tourist Analysis: A Handbook*, Harlow. England: Longman Group.
- ¹⁴ Sopyan. 2015. *Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pengunjung Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening*. Diakses pada 19 Mei 2018.
- ¹⁵ Sudaryanti dkk. 2015. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Wisatawan Dalam Melakukan Wisata Heritage Di Kawasan Braga Kota Bandung*. *Jurnal Manajemen Resort & Leisure*. Vol.12 No.1, April 2015.
- ¹⁶ Suherlan, Ade. 2014. *Analisis Karakteristik, Perilaku, Dan Motivasi Perjalanan Wisatawan Asal Sulawesi Utara Ke Jakarta*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*: Vol. 4, No.3, Desember 2014.
- Yoeti, A. Oka. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Undang-Undang No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan
- www.jatim.bps.go.id

KULINER SEBAGAI IKON PROMOSI DESTINASI WISATA INDONESIA

ORIGINALITY REPORT

21%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	mulpix.com Internet	45 words — 1%
2	atika-atikaayu.blogspot.com Internet	40 words — 1%
3	azwarman-anwar.blogspot.com Internet	37 words — 1%
4	journal.unpar.ac.id Internet	35 words — 1%
5	jurnal.unissula.ac.id Internet	34 words — 1%
6	www.scribd.com Internet	34 words — 1%
7	repository.uin-suska.ac.id Internet	30 words — 1%
8	scholar.unand.ac.id Internet	29 words — 1%
9	id.scribd.com Internet	28 words — 1%
10	repository.unair.ac.id Internet	26 words — 1%

eprints.walisongo.ac.id

11	Internet	25 words — 1%
12	ejournal.undiksha.ac.id Internet	24 words — 1%
13	arsibook.blogspot.com Internet	23 words — 1%
14	www.ijirmf.com Internet	22 words — 1%
15	journal.stkom.ac.id Internet	21 words — 1%
16	journal.uinjkt.ac.id Internet	16 words — 1%
17	repository.upy.ac.id Internet	15 words — < 1%
18	www.neliti.com Internet	13 words — < 1%
19	ipi.portalgaruda.org Internet	10 words — < 1%
20	repository.radenintan.ac.id Internet	10 words — < 1%
21	es.scribd.com Internet	10 words — < 1%
22	eprints.unm.ac.id Internet	10 words — < 1%
23	Julia Retnowulan. "Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada PT Dagsap Endure Eatore Jakarta Selatan", Cakrawala - Jurnal Humaniora, 2019 Crossref	10 words — < 1%

24	lib.unnes.ac.id Internet	10 words — < 1%
25	digilib.uinsgd.ac.id Internet	10 words — < 1%
26	jurnal.ensiklopediaku.org Internet	10 words — < 1%
27	didikkalila.blogspot.com Internet	10 words — < 1%
28	anapangesti.blogspot.com Internet	9 words — < 1%
29	jurnalimprovement.wordpress.com Internet	9 words — < 1%
30	etd.unsyiah.ac.id Internet	9 words — < 1%
31	mafiadoc.com Internet	8 words — < 1%
32	pasca.unhas.ac.id Internet	8 words — < 1%
33	zsainpratiwi.blogspot.com Internet	8 words — < 1%
34	worldwidescience.org Internet	8 words — < 1%
35	issuu.com Internet	8 words — < 1%

EXCLUDE
BIBLIOGRAPHY

ON