

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERKUNJUNG
ULANG (*INTEREST OF-REVISIT*) WISATAWAN PADA WISATA
PANTAI PANGANDARAN**

DRAFT SKRIPSI

untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
pada Program Studi Manajemen

Oleh,

ANDRIANSYAH
NIM. 3402170336



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH**

2022

ABSTRAK

Nama: Andriansyah. NIM. 3402170336. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Ulang (*Interest of-Revisit*) Wisatawan pada Wisata Pantai Pangandaran”. Di bawah bimbingan Dr. Apri Budianto, MM. (Pembimbing I) dan Faizal Haris Eko Prabowo, SE., MM. (Pembimbing II).

Berdasarkan hasil observasi awal diketahui jumlah wisatawan mancanegara terus mengalami penurunan dalam kurun waktu 5 tahun ini, puncaknya di tahun 2020 yaitu hanya 62 wisatawan saja, hal tersebut di karenakan dampak dari adanya pandemi *covid-19*. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besaran pengaruh faktor produk wisata tempat/distribusi, bauran promosi, dan pelayanan terhadap minat berkunjung ulang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan analisis koefisien *korelasi product moment*, uji koefisien determinasi, uji hopotesis menggunakan uji signifikansi (uji t) dan uji F serta uji regresi linier ganda. Hasil penelitian menunjukkan terdapat terdapat pengaruh signifikan faktor produk wisata, tempat/distribusi, bauran promosi, dan pelayanan terhadap minat berkunjung ulang. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor produk wisata, tempat/distribusi, bauran promosi, dan pelayanan merupakan salah faktor yang dapat mempengaruhi minat berkunjung ulang wisatawan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor produk wisata, tempat/distribusi, bauran promosi, dan pelayanan merupakan salah faktor yang dapat mempengaruhi minat berkunjung ulang wisatawan pada Pantai Pangandaran.

Kata Kunci: Minat Berkunjung Ulang, *Interest of-Revisit*, Pantai Pangandaran

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR GRAFIK.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.2.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4.1 Manfaat Teoritis	Error! Bookmark not defined.
1.4.2 Manfaat Praktis	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Kajian Pustaka.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.1 Definisi Ilmu Manajemen...	Error! Bookmark not defined.

2.1.1.2 Tujuan Ilmu Manajemen.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.3 Fungsi-Fungsi Manajemen ..	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.1 Definisi Manajemen Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.2 Konsep Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Produk Wisata	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.1 Pengertian Produk Wisata ..	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.2 Aspek-Aspek Perencanaan dalam Pengembangan Kepariwisataaan	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Tempat / Distribusi.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.5 Bauran Promosi.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.6 Pelayanan	Error! Bookmark not defined.
2.1.7 Minat Berkunjung Ulang.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.8 Penelitian Terdahulu yang Relevan ..	Error! Bookmark not defined.
2.2 Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
2.3 Hipotesis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan	Error! Bookmark not defined.
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Definisi Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.

3.3.1	Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.2	Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.1	Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.5	Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.6.1	Tempat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.2	Waktu Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		Error! Bookmark not defined.
4.1	Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.1	Gambaran Umum Objek Wisata Pantai Pangandaran	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.2	Keadaan Geografis Objek Wisata Pangandaran	Error! Bookmark not defined.
4.1.2	Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
4.1.3	Deskripsi Variabel yang Diteliti.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3.1	Hasil Penelitian tentang Produk Wisata ..	Error! Bookmark not defined.
4.1.3.2	Hasil Penelitian tentang Variabel Tempat / Distribusi	Error! Bookmark not defined.

4.1.3.3 Hasil Penelitian tentang Bauran Promosi (X ₃)	Error!
Bookmark not defined.	
4.1.3.4 Hasil Penelitian tentang Pelayanan...	Error! Bookmark not defined.
defined.	
4.1.3.5 Hasil Penelitian tentang Minat Berkunjung Ulang.....	Error!
Bookmark not defined.	
4.1.4 Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.4.1 Pengaruh Produk Wisata terhadap minat berkunjung ulang Wisata Pantai Pangandaran.	Error! Bookmark not defined.
4.1.4.2 Pengaruh faktor tempat/distribusi terhadap minat berkunjung ulang pada wisata Pantai Pangandaran....	Error!
Bookmark not defined.	
4.1.4.3 Pengaruh faktor bauran promosi terhadap minat berkunjung ulang pada wisata Pantai Pangandaran....	Error! Bookmark not defined.
not defined.	
4.1.4.4 Pengaruh faktor pelayanan terhadap minat berkunjung ulang pada wisata Pantai Pangandaran....	Error! Bookmark not defined.
not defined.	
4.1.4.5 Pengaruh faktor produk wisata tempat/distribusi, bauran promosi, dan pelayanan terhadap minat berkunjung ulang pada wisata Pantai Pangandaran.....	Error! Bookmark not defined.
defined.	
4.2 Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.

4.2.1 Pengaruh faktor produk wisata terhadap minat berkunjung ulang pada wisata Pantai Pangandaran.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Pengaruh faktor tempat / distribusi terhadap minat berkunjung ulang pada wisata Pantai Pangandaran.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.3 Pengaruh faktor bauran promosi terhadap minat berkunjung ulang pada wisata Pantai Pangandaran.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.4 Pengaruh faktor pelayanan terhadap minat berkunjung ulang pada wisata Pantai Pangandaran	Error! Bookmark not defined.
4.2.5 Pengaruh faktor produk wisata, tempat/distribusi, bauran promosi, dan pelayanan terhadap minat berkunjung ulang pada wisata Pantai Pangandaran	Error! Bookmark not defined.
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
5.1 Simpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	155

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara di Pantai Pangandaran (2016-2020)	3
Tabel 1.2	Data Kunjungan Wisatawan Domestik dan Mancanegara di Pantai Batu Karas (2016-2020).....	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	33
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	42
Tabel 3.2	Prosentase Kategori Penilaian.....	47
Tabel 3.3	Pedoman untuk menentukan interpretasi koefisien korelasi..	48
Tabel 3.4	Waktu Penelitian	51

Tabel 4.1	Atraksi atau pertunjukan wisata selain wisata alam.....	63
Tabel 4.2	Pertunjukkan wisata yang disajikan dapat menarik minat wisatawan.....	64
Tabel 4.3	Kondisi jalan menuju obyek wisata Pangandaran baik (sudah beraspal baik)	64
Tabel 4.4	Tidak ada hambatan lalu lintas menuju tempat wisata Pangandaran	65
Tabel 4.5	Terdapat rambu–rambu lalu lintas di sepanjang jalan menuju tempat wisata Pangandaran	66
Tabel 4.6	Jumlah loket tiket masuk obyek wisata memadai	67
Tabel 4.7	Tersedia brosur informasi area obyek wisata Pangandaran ...	67
Tabel 4.8	Terdapat mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM) di sekitar obyek wisata Pangandaran	68
Tabel 4.9	Terdapat penginapan di sekitar obyek wisata Pangandaran.....	69
Tabel 4.10	Terdapat restaurant/warung makan di sekitar obyek wisata Pangandaran	70
Tabel 4.11	Rekapitulasi Jawaban Responden tentang Produk Wisata.....	70
Tabel 4.12	Terdapat toilet umum di luar area obyek wisata	72
Tabel 4.13	Jumlah toilet yang ada memadai	73
Tabel 4.14	Terdapat sarana pengisian bahan bakar umum di sekitar obyek wisata.....	73
Tabel 4.15	Listrik yang tersedia stabil	74

Tabel 4.16 Terdapat lebih dari satu pilihan transportasi umum menuju obyek wisata Pangandaran	75
Tabel 4.17 Sarana transportasi umum menuju obyek wisata Pangandaran kondisinya layak untuk digunakan	75
Tabel 4.19 Tidak kesulitan mendapatkan signal handphone.....	75
Tabel 4.18 Tidak kesulitan mendapatkan signal handphone.....	76
Tabel 4.19 Terdapat counter yang menjual kebutuhan untuk telekomunikasi (misalnya terdapat counter pulsa)	77
Tabel 4.20 Petugas keamanan bersiaga dengan baik	78
Tabel 4.21 Pengawasan wisatawan dilakukan oleh orang-orang professional	78
Tabel 4.22 Rekapitulasi Jawaban Responden tentang Tempat / Distribusi	79
Tabel 4.23 Promosi objek wisata menggunakan desain yang menarik sehingga menimbulkan daya Tarik	81
Tabel 4.24 Iklan yang ditampilkan oleh pengelola wisata sangat menarik perhatian	81
Tabel 4.25 Harga produk wisata yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan.....	82
Tabel 4.26 Kualitas objek wisata yang ditawarkan mampu menarik pengunjung.....	83
Tabel 4.27 Tampilan iklan menarik dan mudah diingat dalam memperkenalkan produk wisata.....	83

Tabel 4.28 Promosi wisata menggunakan dengan kata-kata yang mudah dimengerti.....	84
Tabel 4.29 Promosi yang dilakukan memberikan kejelasan informasi mengenai lokasi, harga dan fasilitas penunjang wisata.....	85
Tabel 4.30 Media promosi produk yang digunakan terpercaya dan mudah untuk diakses	86
Tabel 4.31 Informasi dari penjelasan yang diberikan menarik, jelas, dan sesuai dengan kenyataan sehingga menarik calon wisatawan	86
Tabel 4.32 Promosi objek wisata menggunakan foto yang sama dengan aslinya.....	87
Tabel 4.33 Rekapitulasi Jawaban Responden tentang Bauran Promosi...	88
Tabel 4.34 Pengelola wisata Pangandaran menerapkan sistem 5S (Senyun, Sapa, Salam, Sopan, Santun) dilokasi wisata	89
Tabel 4.35 Perhatian pengelola wisata Pangandaran dalam menanggapi permintaan dan keluhan dari wisatawan	90
Tabel 4.36 Respon cepat pengelola wisata Pangandaran akan kebutuhan wisatawan.....	91
Tabel 4.37 Kemampuan petugas untuk memberikan perhatian kepada wisatawan.....	91
Tabel 4.38 Kemampuan petugas wisata untuk menjadi orang yang ramah dan menyenangkan dimata wisatawan	92
Tabel 4.39 Terdapat pusat informasi bagi wisatawan di pos kedatangan lokasi wisata.....	93

Tabel 4.40 Terdapat pusat informasi bagi wisatawan di pos kedatangan lokasi wisata	93
Tabel 4.41 Kemampuan petugas wisata untuk memberikan layanan dengan tepat waktu.....	94
Tabel 4.42 Komunikasi yang mudah dengan petugas wisata.....	95
Tabel 4.43 Petugas wisata memiliki kemampuan dalam berkomunikasi dengan menggunakan bahasa yang baik dan sopan kepada wisatawan.....	95
Tabel 4.44 Rekapitulasi Jawaban Responden tentang Pelayanan	96
Tabel 4.45 Petugas memiliki kemampuan dapat menyelesaikan masalah wisatawan dengan memuaskan	98
Tabel 4.46 Petugas wisata memiliki kemampuan dapat memberikan pelayanan dengan memuaskan sejak pertama kali	98
Tabel 4.47 Objek wisata Pangandaran memiliki keunikan tersendiri	99
Tabel 4.48 Objek wisata Pangandaran dalam kondisi baik dan layak dikunjungi.....	100
Tabel 4.49 Objek wisata Pangandaran nyaman untuk dikunjungi	100
Tabel 4.50 Wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Pangandaran memiliki keinginan mencari suasana baru	101
Tabel 4.51 Wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Pangandaran untuk menikmati pemandangan dan mencari petualangan	102

Tabel 4.52 Wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Pangandaran untuk menghabiskan waktu dengan keluarga, pasangan, teman	102
Tabel 4.53 Petugas wisata dapat dipercaya dalam melakukan pelayanan	103
Tabel 4.54 Petugas wisata telah memahami kebutuhan wisatawan saat dilokasi wisata	104
Tabel 4.55 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Minat Berkunjung Ulang	104
Tabel 4.56 Analisis Produk Wisata terhadap minat berkunjung ulang Wisata Pantai Pangandaran	106
Tabel 4.57 Analisis Tempat/distribusi terhadap minat berkunjung ulang Wisata Pantai Pangandaran	111
Tabel 4.58 Analisis Bauran promosi terhadap minat berkunjung ulang Wisata Pantai Pangandaran	116
Tabel 4.59 Analisis Faktor pelayanan terhadap minat berkunjung ulang Wisata Pantai Pangandaran	122
Tabel 4.60 Rekapitulasi Variabel	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Pradigma Penelitian Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Ulang (<i>Interest of-Revisit</i>)	37
Gambar 4.1	Peta Objek Wisata Pantai Pangandaran.....	54

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1	Usia Responden.....	58
Grafik 4.2	Jenis Kelamin Responden	59
Grafik 4.3	Pendidikan Responden.....	60
Grafik 4.4	Pekerjaan Responden	61

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aryanto, Rudy dan Muhammad Ari Adriansyah. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Proses Keputusan pembelian J&C Cookies*.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Aviolitasona, Gheraldin Bella. 2017. *Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Umbul Sewu Pengging*. Boyolali. Skripsi.
- Badan Pendidikan dan Pelatihan Keuangan Kementerian Keuangan, 2015. *Pengelolaan Keuangan desa: Sistem dan prosedur pertanggungjawaban keuangan*.
- Bappeda Kab. Pangandaran. 2020. *Rancangan Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kabupaten Pangandaran Tahun 2020-2025*.
- Basiya, R., dan Rozak, H. A. 2012. Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan Dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah, *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata* Vol. XI No. 2, Oktober, Hlm. 1-12
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Ombak.
- Budiyanto, Gunawan. 2014. *Manajemen Sumberdaya Lahan*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian, Publikasi dan Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah.
- Christie Mill, Robert. 2010. *Tourism The Internasional Bussines*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Damayanti, Mailiza (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjung ulang pada obyek Wisata Pemandian Air Panas Guci di Kabupaten Tegal. *Diponegoro Journal of Management*. Volume 4, Nomor 4, Tahun 2015.
- Diyatma, Aris Jatmika. 2017. Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro. *eProceeding of Management: Vol.4, No.1 April 2017, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Telkom*.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran. Edisi 4*: Yogyakarta: Andi.
- Febriana, E., K., dkk. 2017. “Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk Dan Lokasi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Warung Makan Bu Sur)”. *Jurnal Of Management*. Vol3, No.3, Hal.1-7.
- Handoko, T. Hani. 2014. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPF.

- Hasan, Ali. 2015. *Tourism Marketing*. Center for Academic Publishing Service. Yogyakarta: BPFE.
- Hasibuan, Malayu S.P, 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Revisi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Irwan Susanto 2016. Perencanaan Pembangunan Pariwisata di Daerah (Studi Pelaksanaan Program pada Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Pekalongan). *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik (JIAP) JIAP Vol. 2, No. 3, pp 1-9, 2016*.
- Jusmawati (2018). Analisis perbandingan faktor-faktor yang mempengaruhi minat berkunjung ulang (*interest of revisist*) wisatawan pada wisata Pantai Marina (*Marina Beach*) dan Pantai Tanjung Bira (*Bira Beach*). *Jurnal EMBA Vol.7 No.3 Juli 2018*.
- Karyono A, Hari. 2014. *Kepariwisataaan*. Jakarta: PT.Grasindo
- Kotler dan Keller. 2014. *Buku Prinsip Prinsip Pemasaran By Philip Kotler Gary. Armstrong Edisi 12 Jilid I&2. Edisi Ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Lucas, D. B., & Britt, S. H., 2012. *Measuring Advertising Effectiveness* McGrawHill, New York.
- Meyers, Koen. 2009. *Pengertian Pariwisata*. Jakarta: Unesco Office.
- Mill, Christie Robert. 2010. *Tourism The Internasional Bussines*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Nurhayati, dan Wahyu, W. M. 2012. Analisis Faktor-Faktor yang Memprngaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat Terhadap Produk Handphone. *Value Added: Vol 8, No 2*. Universitas Muhammadiyah Semarang
- Nugroho, A., R & Angela Irena. 2017. *The Impact of Marketing Mix, Consumer's Characteristics, and Psychological Faktors to Consumer's Purchase Intention on Brand "W" in Surabaya*. *iBuss Management Volume 5, Nomor 1, (2017)*.
- Peraturan Pemerintah No.18 Tahun 1994 tentang Pengusaha Pariwisata Alam di Zona pemanfaatan Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam.
- Peraturan pemerintah nomor 50 tahun 2011 tentang rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional
- Pradnyana, I Gusti Ngurah Bagus, dkk. (2015). Faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan di Taman Hutan Raya Ngurah Rai. *AGRIMETA: Jurnal Pertanian Berbasis Keseimbangan Ekosistem. Volume 2, Nomor 4, Tahun 2015*.
- Prajogo, M. J. 2017. *Pengantar Pariwisata Indonesia*. Jakarta: Direktorat Jendral Pariwisata.
- Rahayu dan Budiyanto. 2014. *Manajemen Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ratminto dan Atik Septi Winarsih. 2012. *Manajemen Pelayanan: Pengembangan Modul Konseptual, Penerapan Citizen Charter dan Standar Pelayanan Minimal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Safroni. 2012. *Manajemen dan Reformasi Pelayanan Publik dalam Konteks Birokrasi Indonesia (Teori, Kebijakan, dan Implementasi)*, Yogyakarta: Aditya Media Publishing.
- Soekadijo, R.G. 2013. *Anatomi Pariwisata Memahami Pariwisata Sebagai Systemic Linkage*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiarto. 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sulistyan, R., B., K., Ariyono, Y & Muchamad Taufiq (2016). Identifikasi faktor-faktor kritis dalam minat berkunjung kembali ke Wisata Religi. Unej E-proceeding. Prosiding Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis III (SNMB3).
- Susanto, Ahmad. (2016). *Manajemen Peningkatan Kinerja*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Suwantoro, Gamal. 2014. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2013. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Terry, George dan Leslie W. Rue. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen*. Cetakan kesebelas. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia.
- Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 dan di dukung oleh Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1999 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah untuk mendapatkan sebagian besar devisa tersebut untuk kegiatan pembangunan dan pelestarian kawasan wisata menjadi lebih terbuka.
- Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1999 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah
- Wardani, F., Hayura (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjungan wisatawan religi di Kabupaten Demak (studi pada Masjid Agung Demak). Skripsi. Program Studi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Yoeti, Oka A. 2012. *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, dan Implementasi*. Jakarta: Kompas.
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. (2013). *Pemasaran Layanan: Mengintegrasikan Fokus Pelanggan di Seluruh Perusahaan*. Cetakan ke-6. Jakarta: Gramedia.