

MOTIVASI DAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN KE KEBUN RAYA BEDUGUL PADA MASA PANDEMI

Ni Luh Kadek Laksmi Wulandani
Politeknik Internasional Bali, Indonesia
Email: laksmi.wulandani@pib.ac.id

Informasi Artikel

Riwayat Artikel :

Submit, 27 September 2022
Revisi, 3 Desember 2022
Diterima, 11 April 2023
Publish, 15 Mei 2023

Kata Kunci :

Motivasi
Keputusan Berkunjung
Pandemi



ABSTRAK

Pada masa pandemi Covid-19 diterapkan kebijakan PPKM di seluruh Indonesia, tidak terkecuali di Bali. Imbas dari kebijakan tersebut adalah berkurangnya kunjungan wisatawan. Menindak hal tersebut, beberapa daya tarik wisata memberikan potongan harga tiket masuk. Namun Kebun Raya Bedugul melakukan hal sebaliknya dengan menaikkan harga tiket masuk. Tiket masuk adalah salah satu indikator yang menentukan motivasi berkunjung wisatawan, ketika harga mengalami kenaikan, motivasi berkunjung cenderung akan turun. Namun setelah mengalami kenaikan harga, jumlah kunjungan Kebun Raya Bedugul menempati posisi pertama jumlah kunjungan terbanyak di Kabupaten Tabanan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi motivasi dan keputusan berkunjung wisatawan serta mencari pengaruhnya. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil yang didapat adalah motivasi pendorong yang memiliki nilai paling tinggi adalah *relaxation* sedangkan untuk motivasi penarik adalah *natural environment and weather attraction*. Hasil selanjutnya adalah adanya pengaruh positif signifikan antara motivasi penarik dan pendorong terhadap keputusan berkunjung sebesar 47,8% sedangkan sebesar 52,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

This is an open access article under the CC BY-SA license



Corresponding Author:

Ni Luh Kadek Laksmi Wulandani
Politeknik Internasional Bali, Indonesia
Email: laksmi.wulandani@pib.ac.id

1. PENDAHULUAN

Dampak dari pandemic Covid-19 terhadap Bali sebagai destinasi pariwisata sangat signifikan serta menciptakan efek domino terparah dalam ekosistem pariwisata di Bali (Nasution dkk, 2020). Sama seperti daerah lainnya di Indonesia, Bali tidak luput dari kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) selama masa pandemic. Kebijakan tersebut membatasi kegiatan-kegiatan yang biasa masyarakat lakukan dari bekerja hingga berwisata. Dampak dari kebijakan tersebut adalah menurunnya frekuensi kegiatan berwisata masyarakat sehingga jumlah wisatawan pun menurun (Nasution dkk, 2020).

Ketika kebijakan PPKM sudah mulai dilonggarkan, beberapa daya tarik wisata, hotel, restoran maupun cafe menerapkan segala cara agar menarik minat kunjungan wisatawan. Salah satu cara

yang banyak diterapkan adalah dengan mengadakan promo potongan harga. Banyak hotel yang menurunkan harga sampai dengan 50%, begitu juga dengan daya tarik wisata. Beberapa daya tarik wisata seperti Monkey Forest Ubud, Bali Zoo, Toya Devasya, The Blooms Garden dan Bali Bird Park memberikan berbagai potongan harga tiket masuk sampai menerapkan 'buy one get one free' (Bali Post, 2021).

Dari banyaknya daya tarik wisata yang menerapkan promosi, Kebun Raya Bedugul mengambil keputusan yang berlawanan yaitu dengan menaikkan harga tiket masuknya. Pada bulan Juni 2021, Kebun Raya Bedugul menaikkan harga tiket sampai dengan 100%. Sebelumnya harga tiket masuk ke Kebun Raya Bedugul sebesar Rp 9.000 untuk wisatawan domestik dan Rp 17.000 untuk wisatawan mancanegara, saat ini harga tiket masuk yang dikenakan adalah Rp 20.000 untuk hari Senin sampai

Jumat dan 30.000 untuk sabtu, minggu, serta hari libur nasional. Selain tiket masuk, tarif parkir di Kebun Raya Bedugul juga mengalami kenaikan. Sebelumnya tarif parkir motor adalah Rp 3.000, sekarang menjadi Rp 5.000, tarif parkir mobil sebelumnya Rp 6.000 dan menjadi Rp 15.000 pada hari biasa Rp 20.000 pada akhir pekan (Kebun Raya Bedugul, 2021).

Dengan adanya kenaikan harga tiket masuk tersebut ternyata tidak menyebabkan Kebun Raya Bedugul memiliki jumlah kunjungan yang sedikit. Seluruh daya tarik wisata di Tabanan mengalami jumlah penurunan kunjungan dibanding tahun sebelumnya. Namun jumlah kunjungan ke Kebun Raya Bedugul pada tahun 2021 ternyata menduduki peringkat paling atas dengan pesaingnya yang mana pada tahun-tahun sebelumnya Kebun Raya Bedugul hanya berada pada posisi ketiga dalam jumlah kunjungan.

Tiket masuk pada sebuah daya tarik wisata atau destinasi adalah salah satu komponen penting dalam biaya perjalanan. Beberapa penelitian sebelumnya menyatakan bahwa biaya perjalanan memiliki pengaruh negatif terhadap jumlah kunjungan wisatawan pada sebuah destinasi (Masdjaya, 2011). Ketika biaya perjalanan yang diperlukan meningkatkan, maka hal tersebut akan menurunkan keputusan berkunjung wisatawan. Dengan adanya fenomena yang sudah dipaparkan sebelumnya, dapat dilihat adanya kesenjangan antara teori dengan fakta di lapangan.

Menurut Pitana dan Gayatri (2005), dalam melakukan perjalanan wisata ataupun penetapan untuk melakukan kegiatan wisata, seorang wisatawan banyak dipengaruhi oleh berbagai macam hal baik itu secara internal yang mendorong maupun secara eksternal yang menarik. Perjalanan wisata dilakukan oleh seseorang untuk memenuhi kebutuhannya dalam mencari sebuah pengalaman baru yang belum pernah didapatkan sebelumnya. Motif atau faktor-faktor yang mempengaruhi para wisatawan dapat dijadikan acuan untuk para pelaku industri kepariwisataan mulai dari pemerintah, penyedia jasa wisata, pengelola tempat wisata dalam menentukan kebijakan-kebijakan maupun keputusan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan dari wisatawan itu sendiri. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti tentang "Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kebun Raya Bedugul, Tabanan"

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari pengaruh motivasi dan keputusan berkunjung wisatawan ke Kebun Raya Bedugul, Tabanan. itu dalam penelitian ini juga mengungkap gambaran dari motivasi dan keputusan berkunjung wisatawan.

Menurut Pitana dan Gayatri (2005) motivasi perjalanan seseorang dipengaruhi dua faktor, yaitu faktor internal wisatawan itu sendiri (*intrinsic motivation*) dan faktor eksternal (*extrinsic motivation*). Menurut Alghamdi (2007) faktor-faktor pendorong yang memotivasi wisatawan untuk berwisata terdiri dari *escape motives*, *relaxation*,

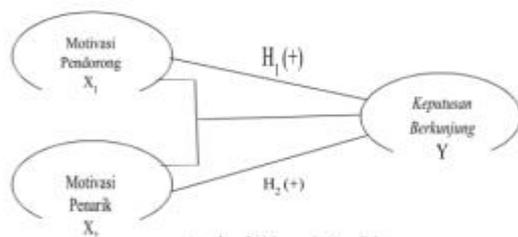
prestige, *family and friend togetherness*, *knowledge*, *sport motivations*, *adventure*, *enjoying natural resources*. Sedangkan faktor penarik adalah harga, budaya, faktor lingkungan dan cuaca, lokasi, ketersediaan hiburan, dan keamanan.

Keputusan berkunjung adalah suatu tahap dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap untuk melakukan pembelian atau pertukaran antara uang dan janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa (Kotler, 2005). Indikator-indikator keputusan pembelian yaitu sebagai berikut: Keinginan untuk menggunakan produk, keinginan untuk membeli produk, memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan melakukan pembelian ulang.

Menurut Suwena (2017) motivasi pendorong adalah faktor yang mendorong seseorang untuk berwisata adalah ingin terlepas (meskipun hanya sejenak) dari kehidupan yang rutin setiap hari. Beberapa penelitian menemukan bahwa semakin tinggi motivasi pendorong yang dirasakan wisatawan, maka semakin tinggi pula keputusan mereka untuk berkunjung. Menurut Pitana dan Gayatri (2005) menjelaskan bahwa motivasi merupakan salah satu faktor penting bagi wisatawan dalam memutuskan untuk memilih tujuan wisata yang akan dikunjungi. Hal tersebut juga didukung oleh temuan Kusumawardhani dan Alviana (2021) yang menyatakan bahwa motivasi pendorong berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Kebun Raya Bogor. Maka dari itu Hipotesis 1 pada penelitian ini adalah: H1: Motivasi pendorong berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Kebun Raya Bedugul.

Selain motivasi pendorong, motivasi penarik juga ditemukan memiliki pengaruh dengan keputusan berkunjung. Motivasi penarik adalah faktor-faktor yang dimiliki oleh destinasi yang mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Menurut Djunaid dan Mikhael (2021), faktor penarik memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Museum Perjuangan Bandoeng. Selain itu menurut Hasan, Som, dan Ismail (2019) motivasi penarik memiliki pengaruh positif yang kuat terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Kabupaten Terengganu. Maka dari itu hipotesis yang kedua adalah: H2: Motivasi penarik berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Kebun Raya Bedugul.

Motivasi pendorong dan penarik secara bersama-sama mempengaruhi keputusan berkunjung positif dan signifikan. Hal tersebut ditemukan dalam penelitian Pitana dan Gayatri (2005), Djunaid dan Mikhael (2021), Hasan, Som, dan Ismail (2019), maka dari itu hipotesis ketiga adalah: H3: Motivasi pendorong dan penarik secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Kebun Raya Bedugul.



Gambar 1 Model Penelitian
Sumber: Diolah peneliti, 2022

2. METODE PENELITIAN

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan melakukan survey, observasi, dan studi literatur. Dalam penelitian ini digunakan teknik sampling *non probability*, yaitu dengan menggunakan *purposive accidental sampling*. Adapun sampel yang di maksud adalah wisatawan yang dianggap dan dipandang cocok sebagai sumber data atau responden, dengan kriteria sebagai berikut:

- Wisatawan yang berusia diatas 18-40 tahun.
- Wisatawan yang memiliki kemampuan verbal dan nonverbal dengan baik.
- Wisatawan yang pernah mengunjungi Kebun Raya Bedugul periode Juli 2021 sampai sekarang.

Penentuan sampel yang dibutuhkan pada penelitian ini menggunakan rumus slovin yaitu sebesar 100 responden.

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas untuk menentukan kelayakan instrumen penelitian, uji statistic deskriptif untuk melihat gambaran motivasi dan keputusan berkunjung, sedangkan untuk melihat pengaruh digunakan teknik regresi linear berganda.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Motivasi dan Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Kebun Raya Bedugul

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa indikator dari motivasi pendorong wisatawan ke Kebun Raya BEdugul yang paling tinggi adalah *Family and Friend Togetherness* dengan rata-rata nilai sebesar 3.61. Tingginya indikator ini sesuai dengan karakteristik responden yang memang didominasi oleh responden yang berkunjung dengan keluarga dan teman. Kebun Raya Bedugul memang dikenal sebagai destinasi berlibur bersama keluarga terutama untuk masyarakat Bali sendiri. Selama masa pandemi Covid-19, masyarakat diminta untuk membatasi kegiatan keluar rumah, maka dari itu ketika peraturan sudah tidak terlalu ketat, banyak masyarakat yang ingin melepaskan diri dari kepenatan sehari-hari. Untuk indikator yang paling rendah adalah *prestige* dengan nilai rata-rata 2.57. Hal tersebut wajar karena Kebun Raya Bedugul memang destinasi yang tergolong sudah lama dan bukan sebuah destinasi yang unik. Kebun Raya Bedugul juga merupakan salah satu Kebun Raya yang dimiliki oleh Indonesia dari total empat Kebun Raya yang ada.

Pada variabel motivasi penarik indikator yang memiliki nilai paling tinggi adalah indikator *Natural Environment and Weather Attraction* dengan rata-rata nilai 3.6 yang masuk pada kategori sangat baik. Lokasi Kebun Raya Bedugul yang berada di ketinggian 1.250–1.450 mdpl membuat udara dan cuaca sangat sejuk yang berbeda dari wilayah pada umumnya di Pulau Bali. Dengan kesejukan dan luasnya alam terbuka juga membuat wisatawan merasa aman untuk mengunjungi Kebun Raya Bedugul karena ruang terbuka lebih aman untuk dikunjungi saat masa Covid-19. Untuk indikator yang memiliki nilai terendah adalah *price* dengan rata-rata sebesar 2.73 yang masuk ke dalam kategori baik. Berdasarkan masalah yang melatar belakangi penelitian ini dilakukan adalah memang karena adanya kenaikan harga tiket hampir 100% dan menurut sebagian besar pengunjung harga tersebut cukup tinggi.

Pada variabel keputusan berkunjung, Indikator yang memiliki nilai paling tinggi adalah ‘Memberikan Rekomendasi Pada Orang Lain’ dan ‘Melakukan Pembelian Ulang’. Masing-masing indikator memiliki nilai rata-rata yang sama yaitu 3.33. Hal tersebut menggambarkan meskipun adanya kenaikan harga tiket masuk, responden tetap menikmati bahkan ingin kembali lagi ke Kebun Raya Bedugul. Sebagian besar responden juga bersedia untuk merekomendasikan Kebun Raya Bedugul kepada keluarga, teman, dan media sosialnya.

Pengaruh Motivasi Pendorong dan Motivasi Penarik Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Kebun Raya Bedugul

Sebelum melakukan analisis regresi linear berganda, dilakukan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu, hasil yang didapatkan adalah seluruh variabel valid dan reliabel dikarenakan sudah memenuhi syarat yaitu $R \text{ Hitung} > R \text{ tabel}$ dan koefisien Conbrach’s Alpha lebih dari 0.60. Selanjutnya adalah melakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedasitas. Hasil ketiga uji tersebut menyatakan bahwa penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas, terbebas dari adanya gejala multikolinieritas, dan tidak mengalami gejala heteroskedasitas, sehingga model regresi yang digunakan dianggap layak digunakan untuk mengetahui pengaruh keputusan berkunjung wisatawan.

Selanjutnya untuk mencari pengaruh antar variabel digunakan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil tersebut adalah: $\text{Keputusan Berkunjung} = 5,098 + 0,318 (\text{Motivasi Pendorong}) + 0,277 (\text{Motivasi Penarik})$ Berikut penjelasannya:

Tabel 1. Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
Constant	5.098	1.934		2.635	.010

X1	.318	.097	.326	3.281	.001
X2	.277	.064	.428	4.301	.000

Sumber: Data Diolah, 2022

Nilai konstanta $a = 5,098$ memiliki nilai positif. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa jika semua variabel independen yang meliputi motivasi pendorong (X1) dan motivasi penarik (X2) bernilai 0% atau tidak mengalami perubahan, maka nilai keputusan berkunjung adalah 5.09%.

Nilai koefisien regresi untuk variabel motivasi pendorong (X1) memiliki nilai positif sebesar 0,318. Hal ini menunjukkan jika kepuasan kerja mengalami kenaikan 1% maka nilai keputusan berkunjung akan naik sebesar 0,318% dengan asumsi variabel independen yang lain konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.

Nilai koefisien regresi untuk variabel motivasi pendorong (X2) memiliki nilai positif sebesar 0,277. Hal ini menunjukkan jika motivasi penarik mengalami kenaikan 1% maka nilai keputusan berkunjung akan naik sebesar 0,277% dengan asumsi variabel independen yang lain konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.

Berdasarkan hasil uji t dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien regresi variabel kepuasan kerja (t hitung) adalah sebesar 3,281 dengan t tabel sebesar 1,660. Sementara itu, untuk signifikansi variabel motivasi pendorong terhadap variabel terikat yaitu keputusan berkunjung sebesar 0,000 atau lebih kecil dari nilai alpha 0,05. Kesimpulannya nilai t hitung > t tabel dan signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya variabel motivasi pendorong berpengaruh signifikan secara positif terhadap keputusan berkunjung. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi motivasi pendorong yang dirasakan oleh wisatawan berbanding lurus dengan keputusan berkunjung wisatawan. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis pertama diterima karena hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi pendorong berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung.

Sama halnya dengan variabel motivasi penarik yang memiliki nilai koefisien regresi (t hitung) sebesar 4,301 dengan t tabel sebesar 1,660. Dengan nilai signifikansi variabel motivasi penarik terhadap variabel terikat yaitu sebesar 0,001 atau lebih kecil dari nilai alpha 0,05. Kesimpulannya adalah nilai t hitung > t tabel dan signifikansi $0,001 < 0,05$ maka variabel motivasi penarik dinyatakan berpengaruh signifikan secara positif terhadap keputusan berkunjung. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat motivasi penarik yang dirasakan wisatawan maka akan semakin tinggi tingkat keputusan berkunjung. Oleh karena itu maka hipotesis kedua diterima karena motivasi penarik berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung.

Berdasarkan uji F yang telah dilakukan, tabel di atas menunjukkan bahwa nilai probabilitas signifikansi lebih kecil daripada 0,05 yaitu sebesar 0,00 dan untuk F hitung sebesar 44,470 yang mana lebih besar dari F tabel yang hanya sebesar 3,09. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi pendorong dan motivasi penarik berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat yaitu keputusan berkunjung. Oleh karena itu, hipotesis ketiga dapat diterima karena sesuai dengan hasil uji.

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Mode Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error	Keterangan
1	.692	.478	.468	.2614	Hubungan yang kuat

Sumber: Data Diolah, 2022

Selanjutnya mengukur seberapa besar kontribusi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien korelasi (R) sebesar 0,692, ini artinya ada hubungan yang kuat antara variabel independen yaitu motivasi pendorong dan motivasi penarik dengan variabel dependen keputusan berkunjung karena mendekati angka 1 (satu). Koefisien determinasi (R²) sebesar 0,478, ini artinya bahwa kontribusi variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebesar 47,8%, sedangkan sebesar 52,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran motivasi dan keputusan berkunjung wisatawan ke Kebun Raya Bedugul serta menganalisis besaran pengaruhnya. Berdasarkan paparan pada pembahasan, berikut adalah kesimpulan dari penelitian ini:

- 1) Motivasi wisatawan dibagi menjadi dua yaitu motivasi pendorong dan penarik. Motivasi pendorong tertinggi wisatawan yang mengunjungi Kebun Raya Bedugul selama masa pandemi Covid-19 adalah untuk merelaksasikan badan, pikiran, dan mental atau indikator *relaxation* dengan nilai 3.58. Untuk motivasi penarik, mayoritas responden berkunjung dikarenakan iklim dan cuaca yang sejuk atau masuk kepada indikator *Natural Environment and Weather Attraction* dengan nilai rata-rata 3.63. Indikator keputusan berkunjung wisatawan yang memiliki nilai rata-rata tertinggi adalah merekomendasikan produk dan melakukan pembelian ulang dengan nilai rata-rata 3.33.
- 2) Dari hasil penelitian ini diketahui adanya pengaruh positif motivasi pendorong terhadap keputusan berkunjung yang dibuktikan dengan nilai uji regresi sebesar 0,318. Untuk hasil dari uji t pada variabel motivasi pendorong terhadap keputusan

berkunjung sebesar 3,821. Hal ini menunjukkan pengaruh positif signifikan yang berarti bahwa semakin tinggi motivasi pendorong yang dirasakan oleh wisatawan maka keputusan berkunjung juga akan tinggi. Selain itu motivasi penarik juga berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan dengan nilai uji regresi sebesar 0.277. Sedangkan untuk hasil uji t pada variabel motivasi penarik sebesar 4.301. Hal ini juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan.

- 3) Hasil uji menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari motivasi pendorong dan motivasi penarik berpengaruh positif secara simultan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Hal ini dibuktikan dengan uji F yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa nilai probabilitas signifikansi lebih kecil daripada 0,05 yaitu sebesar 0,00 dan untuk F hitung sebesar 44,470 yang mana lebih besar dari F tabel yang hanya sebesar 3,09. Hasil uji statistik F menunjukkan bahwa F hitung lebih besar dari F tabel yang artinya model yang digunakan sudah bagus. Begitu pula dengan hasil koefisien determinasi (R²) sebesar 0,478. Hal ini berarti bahwa kontribusi variabel independen secara simultan yaitu motivasi pendorong dan penarik mempengaruhi variabel dependen sebesar 47,8%. Sedangkan sebesar 52,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model yang tidak diteliti oleh penulis.

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, dapat disampaikan beberapa rekomendasi berkaitan dengan perilaku wisatawan khususnya motivasi dan keputusan berkunjung wisatawan.

5. REFERENSI

- Alghamdi, A. (2007). *Explicit and Implicit Motivation Towards Outbound Tourism. A Study of Saudi Tourists*.
- Djunaidi, I S. dan Mikhael. (2021). *Pengaruh Motivasi Pendorong Dan Motivasi Penarik Terhadap Keputusan Berkunjung Di Museum Perjuangan Bogor*. Journal of Tourism National University (Turn Journal) Volume 1. No 1. (September 2021)
- Hasan, T M. Som, A M. dan Ismail, F. (2018). *The Influence of Travel Motivation on Satisfaction and Intention to Visit Terengganu*. International Journal of Engineering & Technology, 7 (4.34) (2018) 377-380
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Masdjaya. (2011). *Valuasi Ekonomi Pantai Alam Indah Kota Tegal dengan Travel Cost dan Contingent Valuation Method Tahun 2011*. Tesis. Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM, Yogyakarta.
- Nasution, Dito A D, et al., (2020). *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia*.

Jurnal Benefita 5(2) Juli 2020 (212-224)
LLDIKTI Wilayah X.

- Pitana, I G. dan Gayatri, P G. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi. 195 hal.