

**ANALISIS FAKTOR PENDORONG DAN PENARIK  
WISATAWAN YANG BERKUNJUNG KE CURUG MALELA  
KABUPATEN BANDUNG BARAT**

**SKRIPSI**

*Disusun untuk memenuhi sebagian dari persyaratan untuk memperoleh  
gelar Sarjana Pariwisata  
Program Studi Manajemen Resort dan Leisure*



Oleh:

Risma Ameliana

1501152

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT DAN LEISURE  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

**2019**

**ANALISIS FAKTOR PENDORONG DAN PENARIK  
WISATAWAN YANG BERKUNJUNG KE CURUG MALELA  
KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Oleh:

Risma Ameliana

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar  
Sarjana Pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Risma Ameliana 2019

Universitas Pendidikan Indonesia

Juni 2019

Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Skripsi tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,  
dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

# LEMBAR PENGESAHAN

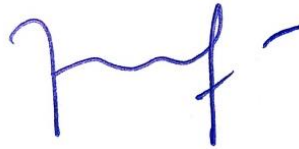
Risma Ameliana

NIM 1501152

## ANALISIS FAKTOR PENDORONG DAN PENARIK WISATAWAN YANG BERKUNJUNG KE CURUG MALELA KABUPATEN BANDUNG BARAT

Disetujui dan disahkan oleh,


Pembimbing I



**Dr. Lili Somantri, S.Pd., M.Si.**

NIP. 19790226 200501 1 008

Pembimbing II,

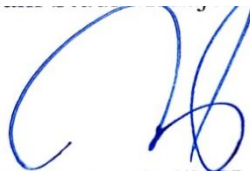


**Fitri Rahmafitria, SP., M.Si.**

NIP. 19741018 200812 2 001

Mengetahui,

Kepala Program Studi Manajemen Resort dan Leisure



**Dr. Ahmad Hudaiby Galih Kusumah, S.ST., MM.**

NIP. 19810522 201012 1 006

## ABSTRAK

### ANALISIS FAKTOR PENDORONG DAN PENARIK WISATAWAN YANG BERKUNJUNG KE CURUG MALELA KABUPATEN BANDUNG BARAT

Oleh

Risma Ameliana

NIM 1501152

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor pendorong dan penarik yang memotivasi wisatawan yang berkunjung ke Curug Malela Kabupaten Bandung Barat dan menganalisis faktor dominan dari faktor tersebut. Dalam penelitian ini penulis ingin menganalisis faktor pendorong dan penarik yang memotivasi wisatawan yang berkunjung ke Curug Malela. Keputusan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata dipengaruhi oleh faktor pendorong dan penarik. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, dengan instrumen penelitian berupa kuesioner. Responden dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Curug Malela. Berdasarkan hasil metode analisis faktor, diketahui bahwa terdapat 5 faktor pendorong dan 5 faktor penarik yang terbentuk. Hasilnya menunjukkan faktor pendorong wisatawan yang berkunjung ke Curug Malela adalah *Escape and Relaxation*, *Novelty and Knowledge*, *Prestige*, *Fulfilling Dream* dan *Adventure and Exploration*. Sementara faktor penariknya adalah *Recreation Facilities*, *Natural Attraction*, *Leisure and Culture Activities*, *Affordable Price* dan *Hunting*. Berdasarkan pada hasil dari *Component Transformation Matrix*, dapat disimpulkan bahwa faktor pendorong yang paling dominan adalah *Adventure and Exploration* dan faktor penarik yang paling dominan adalah *Recreation Facilities*. Diantara kedua faktor, yang paling kuat mempengaruhi wisatawan yang berkunjung ke Curug Malela adalah faktor pendorong. *Adventure and Exploration* adalah faktor dengan nilai korelasi paling tinggi dari 10 faktor yang terbentuk. Setelah teridentifikasinya faktor pendorong dan penarik yang memotivasi wisatawan saat mengunjungi suatu daya tarik wisata, maka kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh wisatawan pun akan diketahui, sehingga akan memudahkan pengelola dalam memfokuskan pengembangan dan pengelolaan suatu daya tarik wisata.

Kata Kunci:

Analisis faktor, faktor pendorong dan penarik, faktor dominan

## **ABSTRACT**

### ***PUSH AND PULL FACTORS ANALYSIS THE TOURISTS IN VISITING MALELA WATERFALL IN WEST BANDUNG REGENCY***

*By*

Risma Ameliana

NIM 1501152

*This study is aims to analyze push and pull factors that motivation the tourists to visit Malela Waterfall West Bandung Regency and analyze the dominant factors of these factors. In this study, author wants to analyze the push and pull factors that motivation the tourists to visit Malela Waterfall. A person's decision to travel is influenced by the push and pull factors. The methodology of this study is quantitative descriptive, through questionnaire as a research instruments. The respondents in this study are tourists who visited Malela Waterfall. Based on the results of factor analysis method, shows that there are 5 push factors and 5 pull factors formed. The results show push factors of tourists visiting Malela Waterfall are Escape and Relaxation, Novelty and Knowledge, Prestige, Fulfilling Dream and Adventure and Exploration. While pull factors are Recreation Facilities, Natural Attraction, Leisure and Culture Activities, Affordable Price and Hunting. Based on the results of Component Transformation Matrix, it can be concluded that the most dominant push factors for tourists is Adventure and Exploration and the most dominant pull factors for tourists is Recreation Facilities. Among both factors, the most influence tourists to visit Malela Waterfall is push factor. Adventure and Exploration is the factor with the highest value of the 10 factors formed. By identifying tourists motivation, the needs and the desires of tourists will be known, so it will be easier for manager to focus on the development and management of a tourist attraction.*

*Key Words:*

*Factor analysis, push and pull factors, dominant factors*

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
UCAPAN TERIMAKASIH.....	ii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Struktur Organisasi Skripsi .....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	7
2.1 Pariwisata Sebagai Sistem.....	7
2.2 Faktor Pendorong dalam Pariwisata.....	11
2.3 Faktor Penarik dalam Pariwisata .....	17
2.4 Definisi dan Tipologi Wisatawan.....	23
2.5 Minat dan Keputusan Berkunjung Wisatawan.....	28
2.6 Kerangka Pemikiran .....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Lokasi Penelitian .....	35
3.2 Desain Penelitian .....	36
3.3 Partisipan .....	36
3.4 Populasi dan Sampel .....	36
3.5 Variabel Penelitian .....	38

3.6	Instrumen Penelitian.....	39
3.7	Prosedur Penelitian.....	45
3.8	Analisis Data .....	45
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN .....		50
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	50
4.2	Karakteristik Responden .....	60
4.3	Faktor Pendorong Wisatawan Mengunjungi Curug Malela.....	72
4.4	Faktor Penarik Wisatawan Mengunjungi Curug Malela.....	84
4.5	Pembahasan .....	97
4.6	Faktor Dominan.....	103
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI .....		109
5.1	Simpulan.....	90
5.2	Implikasi.....	110
5.3	Rekomendasi .....	110
DAFTAR PUSTAKA .....		113
LAMPIRAN.....		121
RIWAYAT HIDUP PENULIS .....		156

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kunjungan Wisatawan ke Destinasi di KBB Tahun 2014-2018.....	3
Tabel 2.1 Faktor Pendorong Menurut Para Ahli.....	16
Tabel 2.2 Faktor Penarik Menurut Para Ahli .....	21
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	38
Tabel 3.2 Tolak Ukur Skala Likert .....	41
Tabel 3.3 Tabel Uji Validitas Faktor Pendorong .....	42
Tabel 3.4 Tabel Uji Validitas Faktor Penarik .....	42
Tabel 3.5 <i>Case Processing Summary</i> .....	44
Tabel 3.6 <i>Reliability Statistics</i> .....	44
Tabel 4.1 Tabel Indikator Faktor Pendorong Penelitian .....	72
Tabel 4.2 <i>Anti Image Correlation</i> pada Indikator Penelitian.....	74
Tabel 4.3 Nilai <i>Eigenvalues</i> pada Faktor yang Terbentuk.....	76
Tabel 4.4 <i>Loading</i> Faktor Pendorong Baru.....	78
Tabel 4.5 Pedoman Interpretasi Hubungan Korelasi .....	79
Tabel 4.6 Rekapitulasi Tanggapan <i>Escape and Relaxation</i> .....	80
Tabel 4.7 Rekapitulasi Tanggapan <i>Novelty and Knowledge</i> .....	81
Tabel 4.8 Rekapitulasi Tanggapan <i>Prestige</i> .....	82
Tabel 4.9. Rekapitulasi Tanggapan <i>Fulfilling Dream</i> .....	83
Tabel 4.10 Rekapitulasi Tanggapan <i>Adventure and Exploration</i> .....	83
Tabel 4.11 Tabel Indikator Faktor Penarik Penelitian .....	85
Tabel 4.12 <i>Anti-Image Correlation</i> pada Indikator Penelitian.....	87
Tabel 4.13 Nilai <i>Eigenvalues</i> pada Faktor yang Terbentuk.....	88
Tabel 4.14 <i>Loading</i> Faktor Penarik Baru .....	91
Tabel 4.15 Pedoman Interpretasi Hubungan Korelasi .....	92
Tabel 4.16 Rekapitulasi Tanggapan <i>Recreation Facilities</i> .....	93



Tabel 4.17 Rekapitulasi Tanggapan <i>Natural Attraction</i> .....	94
Tabel 4.18 Rekapitulasi Tanggapan <i>Leisure and Culture Activities</i> .....	95
Tabel 4.19 Rekapitulasi Tanggapan <i>Affordable Price</i> .....	95
Tabel 4.20 Rekapitulasi Tanggapan <i>Hunting</i> .....	96
Tabel 6.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Faktor Pendorong .....	144
Tabel 6.2 <i>KMO and Bartlett's Test</i> .....	145
Tabel 6.3 Hasil Uji <i>Communalities</i> .....	145
Tabel 6.4 <i>Total Variance Explained</i> .....	146
Tabel 6.5 <i>Component Matrix</i> .....	147
Tabel 6.6 <i>Rotated Component Matrix</i> .....	148
Tabel 6.7 <i>Component Transformation Matrix</i> .....	149
Tabel 6.8 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Faktor Penarik .....	150
Tabel 6.9 <i>KMO and Bartlett's Test</i> .....	151
Tabel 6.10 Hasil Uji <i>Communalities</i> .....	151
Tabel 6.11 <i>Total Variance Explained</i> .....	152
Tabel 6.12 <i>Component Matrix</i> .....	153
Tabel 6.13 <i>Rotated Component Matrix</i> .....	154
Tabel 6.14 <i>Component Transformation Matrix</i> .....	155

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Model Sistem Pariwisata Menurut Mill & Marrison .....	7
Gambar 2.2 Model Sistem Pariwisata Menurut Leiper.....	9
Gambar 2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berwisata .....	31
Gambar 2.4 Bagan Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 3.1 Peta Lokasi Curug Malela .....	35
Gambar 4.1 Curug Malela.....	50
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Curug Malela.....	51
Gambar 4.3 Penanda Jalan Menuju Curug Malela.....	57
Gambar 4.4 Kondisi Jalan Setapak Menuju Atraksi Curug Malela .....	58
Gambar 4.5 Rambu Wisata di Sekitar Curug Malela.....	58
Gambar 4.6 Warung Makan di Sekitar Curug Malela .....	59
Gambar 4.7 Grafik Profil Wisatawan berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
Gambar 4.8 Grafik Profil Wisatawan berdasarkan Usia.....	61
Gambar 4.9 Grafik Profil Wisatawan berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	62
Gambar 4.10 Grafik Profil Wisatawan berdasarkan Pekerjaan .....	63
Gambar 4.11 Grafik Profil Wisatawan berdasarkan Besar Penghasilan.....	64
Gambar 4.12 Grafik Profil Wisatawan berdasarkan Asal Daerah .....	64
Gambar 4.13 Grafik Pengalaman Wisatawan berdasarkan Frekuensi Kunjungan .....	65
Gambar 4.14 Grafik Pengalaman Wisatawan berdasarkan Pola Kunjungan .....	66
Gambar 4.15 Grafik Pengalaman Wisatawan berdasarkan Moda Transportasi .....	66
Gambar 4.16 Grafik Pengalaman Wisatawan berdasarkan Lama Kunjungan.....	67
Gambar 4.17 Grafik Pengalaman Wisatawan berdasarkan Sumber Informasi terkait Destinasi.....	68
Gambar 4.18 Grafik Pengalaman Wisatawan berdasarkan Alasan Berkunjung.....	68
Gambar 4.19 Grafik Pengalaman Wisatawan berdasarkan Kesan Kunjungan .....	69
Gambar 4.20 Grafik Tipologi Wisatawan berdasarkan Tujuan .....	70

Gambar 4.21 Grafik Tipologi Wisatawan berdasarkan Tipe Sosialisasi .....	71
Gambar 4.22 Grafik Tipologi Wisatawan berdasarkan <i>Travel Planning</i> .....	71
Gambar 4.23 <i>Scree Plot</i> .....	77
Gambar 4.24 <i>Scree Plot</i> .....	90
Gambar 4.25 Kaitan Faktor Pendorong dan Penarik .....	106
Gambar 6.1 Foto Saat Pembagian Kuesioner 1 .....	142
Gambar 6.2 Foto Saat Pembagian Kuesioner 2 .....	142
Gambar 6.3 Foto Saat Pembagian Kuesioner 3 .....	142
Gambar 6.4 Foto Saat Pembagian Kuesioner 4 .....	143
Gambar 6.5 Foto Saat Pembagian Kuesioner 5 .....	143
Gambar 6.6 Foto Saat Diskusi dengan Wisatawan .....	143

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Rasyid, H. (1994). *Teknik Penarikan Sampel dan Penyusunan Skala*. Bandung: Universitas Padjajaran.
- Albarq, N. (2014). Measuring The Impacts of Online Word of Mouth on Tourists Attitude and Intentions to Visit Jordan: An Empirical Study. *International Business Research*.
- Alghamdi, A. (2007). Explicit and Implicit Motivation Towards Outbond Tourism. *A Study of Saudi Tourists*.
- Andriani, R., Brahmanto, E., & Purba, B. C. (2019). Value Tari Sigale-Gale dalam Meningkatkan Wisata Budaya di Desa Tomok Kabupaten Samosir. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 2.
- Ariana, N., & Sudiarta, I. N. (2006). Implementasi Marketing Mix pada Masing-masing Tahap Life Cycle Pariwisata Bali. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 6.
- Arida, N. S., & Sunarta, N. (2017). *Pariwisata Berkelanjutan*. Denpasar: Cakra Press.
- Arikunto, S. (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Brata, T. J. (2018, Oktober 28). *JawaPos.com*. Retrieved Mei 22, 2019, from <https://www.jawapos.com/ekonomi/28/10/2018/sektor-wisata-petualangan-tumbuh-paling-cepat-di-indonesia/>
- Cha, S., McCleary, K. W., & Uysal, M. (1995). Travel Motivations of Japanese Overseas Travelers: A Factor-Cluster Segmentation Approach. *Annals of Tourism Research*, 33-39.
- Chang, J. C. (2007). Travel Motivations of Package Tour Travelers. *Original Scientific Paper*, 157-176.
- Clarke, J. (1997). A Framework of Approaches to Sustainable Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 5, 224.
- Cohen, E. (1972). Toward a Sociology of International Tourism. *Social Research*.
- Correia, A. O. (2006). Why People Travel to Exotic Places. *Internatonal Journal of Culture, Tourism and Hospitality*, 45-61.

- Crompton, J. L. (1979). Motivation for Pleasure Vacation. *Annals of Tourism Research*, 6, 408-424.
- Crompton, J., & McKay, S. (1997). Motives of Visitors Attending Festival Events. *Annals of Tourism Research*, 24, 425-439.
- Dann, G. (1977). Anomie, Ego-Enhancement and Tourism. *Annals of Tourism Research*, 4, 184.
- Dann, G. (1981). Tourist Motivation: An Appraisal. *Annals of Tourism Research*.
- Deni, T. (2017, Januari 1). *IlmuSosial*. Retrieved Juni 24, 2019, from dictio: <http://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-teori-determinasi-diri-atau-self-determination-theory/4690>
- Dianty, O. (2015). Faktor Pendorong dan Faktor Penarik Wisatawan Surabaya Melakukan Perjalanan Wisata ke Penang, Malaysia. *Program Manajemen Kepariwisata Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi*.
- Fandeli, C. (1995). *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata*. Yogyakarta: Liberty.
- Fandeli, C., & Nurdin, M. (2005). Pengembangan Ekowisata Berbasis Konservasi di Taman Nasional. *Fakultas Kehutanan Universitas Gadjah Mada, Pusat Studi Pariwisata Universitas Gadjah Mada dan Kantor Kementerian Lingkungan Hidup*.
- Firdaus, F. (2016). Analisis Kualitas Fasilitas Wisata Berdasarkan Persepsi Pengelola dan Pengunjung di Wana Wisata Curug Malela. 6.
- Freud, S. (1990). *The Interpretation of Dream*. USA: Sohonetwork Co.
- Goossens, C. (2000). Tourism Information and Pleasure Motivating. *Annals of Tourism Research*, 27, 301-321.
- Gunarwati, U. (2016, September 1). *Things You Don't Know About Tourism*. Retrieved Mei 22, 2019, from Blogspot: <http://secrettourism.blogspot.com/2016/09/kebutuhan-dan-keinginan-wisatawan.html?m=1>
- Gunn, C. A. (2002). *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases 4th Edition*. New York: Routledge.
- Hall, C. (2000). *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*. England: Prentice Hall.

- Hatch, E., & Faradhy, H. (1982). *Research Design and Statistics for Applied Linguistics*. Rowley: Newbury House Publishers.
- Hendry. (2013). *Reliabilitas Instrumen*. Retrieved April 16, 2019, from teorionline.net: <http://teorionline.net/realibilitas-instrumen/>
- Hermansyah, D., & Waluya, B. (2012). Analisis Faktor Pendorong Motivasi Wisatawan Nusantara Terhadap Keputusan Berkunjung ke Kebun Raya Bogor. *Manajemen Pemasaran Pariwisata FPIPS UPI*.
- Hidayat, A. (2017, Desember). *Hitung Rumus Slovin Sample*. Retrieved April 12, 2019, from statistikian.com: <https://www.statistikian.com/2017/12/hitung-rumus-slovin-sampel.html>
- Hu, Y., & Ritchie, J. (1993). Measuring Destination Attractiveness: A Contextual Approach. *Journal of Travel Research*, 32, 25-34.
- Humas Batam. (2009, September 28). *HumasBatam*. Retrieved Mei 23, 2019, from <https://humas.batam.go.id/kesan-pertama-dalam-kunjungan-wisatawan-menjadi-kunci-sukses-kunjungan-berikutnya/>
- Ibo, A. (2017, Maret 14). *Liputan 6*. Retrieved Mei 23, 2019, from m.iputan6.com: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/2884313/riset-anak-milenial-lebih-suka-wisata-alam-ketimbang-wisata-kota>
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2010). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Jackson, I. (1989). *An Introduction to Tourism*. Melbourne: Hospitality Press.
- Jalilvand, M. R., & Samiei, N. (2012). The Effect of Word of Mouth on Inbound Tourist Decision for Traveling to Islamic Destinations (The Case of Ishafan as a Tourist Destination in Iran). *Journal of Islamic Marketing*.
- Jamrozy, U., & Uysal, M. (1994). Travel Motivations of Overseas German Visitors. *Journal International Consumer Marketing*, 6, 135-160.
- Kassean, H. (2013). Exploring Tourist Push and Pull Motivations to Visit Mauritius as a Tourist Destination. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 2.
- Kesumawardhana, G. (2006). Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kopeng. 2.

- Kim, K. J. (2006). Travel Decision of Students at a US University: Segmenting the International Market. *Journal of Vacation Marketing*, 12, 345-357.
- Kim, S. L. (2003). The Influence of Push and Pull Factors at Korean National Parks. *Tourism Management*, 169-180.
- Klenosky, D. B. (2002). The Pull of Tourism Destinations: A Means-End Investigation. *Journal of Travel Research*, 385-395.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, I. (2015, September 9). *Berlibur Sudah Menjadi Kebutuhan Primer*. Retrieved Mei 7, 2019, from neraca.co.id: <http://www.neraca.co.id/article/58831/berlibur-sudah-menjadi-kebutuhan-primer>
- Lee, T. C. (1992). Measuring Novelty Seeking in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 19, 732-751.
- Leiper, N. (1979). The Framework of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 404.
- Leiper, N. (1989). Tourism and Tourism Systems. *Department of Management Systems*.
- Manik, G., Suwena, I. K., & Suardana, I. W. (2016). Faktor Pendorong dan Penarik Wisatawan Backpacker Mancanegara Berwisata ke Bali. *Jurnal IPTA*.
- Ma'ruf, H. (2006). *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism Economic. Physical and Social Impacts*. Newyork: Longman.
- Maulidiya, D. R., & Sunarti. (2018). Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Ekowisata Mangrove Wonorejo Surabaya. *Fakultas Ilmu Administrasi: Universitas Brawijaya*, 55, 197.
- McCool, S., & Moisey, R. N. (2008). Tourism, Recreation, and Sustainability: Linking Culture and The Environment 2nd Edition. *CAB International*.
- Mill, R., & Marrison, A. (1985). *The Tourism System*.
- Mountiho, L. (1987). Consumer Behavior in Tourism. *European Journal of Marketing*, 21, 5-40.

- Mulyono, B. H., Nugraheni, R., Kamal, M., & Yoestini. (2007). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Perumahan Puri Mediterania Semarang). *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 91.
- Ngalim, P. (2007). *Psikologi Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nursalam. (2003). *Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan*. Jakarta: Salemba Medika.
- Pandiangan, E. (2018, April 16). *Ketemu Teman Baru Saat Traveling Memang Asyik, tapi Wajib Hati-hati dengan 5 Hal Ini*. Retrieved Mei 22, 2019, from journal.sociolla.com: <http://journal.sociolla.com/lifestyle/aturan-bertemu-teman-baru-saat-traveling/>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2000). *Consumer Behaviour: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Pike, S. (2008). *Destination Marketing: An Integral Marketing Communication Approach*. Amsterdam: Butterworth Heinemann.
- Pitana, I. G., & Diarta, I. S. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI.
- Pitana, I. G., & Gayatri, P. G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI.
- Plog, S. (1972). Why Destination Rise and Fall in Popularity. *Travel Research Association*.
- Priatmoko, S. (2017). Pengaruh Atraksi, Media Sosial, dan Infrastruktur Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Desa Wisata Pentingsari Yogyakarta. *Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 8, 77-78.
- Rahmafitria, F., & Marwa, S. (2018). A Factor Analysis of Visitors' Motivation in Visiting the Geology Museum of Bandung. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*.
- Rengganis, W. (2018, Juli 24). *Alampriangan*. Retrieved Agustus 12, 2019, from <https://alampriangan.com/curug-malela-bandung-barat/>
- Riley, R. W. (2000). 'the State of Qualitative Tourism Research. *Annals of Tourism Research*, 27, 164-187.
- Riley, R. W., & Van Doren, C. S. (1991). Movies as Tourism Promotion: A "Pull" Factor in a "Push" Location. *Tourism Management*, 270.



- Ross, G. (1998). *Psikologi Pariwisata*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Ryan, C. (1998). Application of Leisure Motivation Scale to Tourism. *Annals of Tourism Research*, 27, 169-184.
- Salusu. (1996). *Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit*. Jakarta: PT Gramedia.
- Sanjaya, W. (2013). *Penelitian Pendidikan, Jenis, Metode dan Prosedur*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sari, C. W. (2017, November 9). *Pikiran Rakyat*. Retrieved Maret 22, 2019, from <https://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/2017/11/09/curug-malela-mulai-dilirik-wisatwan-mancanegara-413404>
- Sari, D. (2018). *Analisis Faktor Motivasi Wisatawan Muda dalam Mengunjungi Destinasi Wisata Minat Khusus*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Savariny, V., & Wibisono, A. (2013, November 14). *Travelled Photography*. Retrieved Mei 23, 2019, from Fotografi: <http://fotografi.upi.edu/home/6-keahlian-khusus-travelled-photography>
- Schiffman, & Kanuk, L. (2000). *Consumer Behaviour: International Edition*. Prentice Hall.
- Seyidov, J., & Adomaitiene, R. (2016). Factors Influencing Local Tourists' Decision-Making on Choosing a Destination: A Case of Azerbaijan. *Ekonomika*, 112-127.
- Siswanto, H., & Anggoro, S. (2012). Strategi Optimasi Wisata Massal di Kawasan Konservasi Taman Wisata Alam Grojogan Sewu. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 10(2).
- Smith, K. (1990). Tourism and Climate Change. *Land Use Policy*, 7, 176-180.
- Smith, V. (1977). *Host and Guests: The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Soekadijo, R. G. (1997). *Anatomi Pariwisata Memahami Pariwisata Sebagai Sistem Linkage*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Somantri, L., Fadhillah, G., & Jupri. (2018). Evaluasi Rute Transportasi Angkutan Kota dengan Menggunakan Sistem Informasi Geografis. *Jurnal Pendidikan Geografi*, 165.

- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarni, Zulkarnain, & Sugiyanta, I. G. (2012). Faktor-Faktor Pendorong dan Penarik Wisatawan Berkunjung ke Objek Wisata Gunung Dempo Kota Pagar Alam. *Jurnal Penelitian Geografi*.
- Suswanto, G. (1997). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI.
- Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (1999). *Consumer Behaviour in Tourism, Second Edition*. New York: Routledge.
- Syarif, N. (2015). *Cara Menyusun Instrumen dalam Penelitian*. Retrieved April 16, 2019, from Blogspot.com: <http://kliklebah.blogspot.com/2015/12/cara-menyusun-instrumen-dalam-penelitian.html>
- Tambunan, N. (2009). Posisi Transportasi dalam Pariwisata. *Majalah Ilmiah Panorama dan Nusantara*, 40.
- Triani, E. (2018). Analisis Faktor-faktor Motivasi yang Mendorong Wisatawan Nusantara Untuk Berkunjung ke Keraton Ratu Boko.
- Trista, N. L. (2012). Pengaruh Citra merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza di Kota Semarang. *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro*.
- Umar, H. (2001). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Uysal, M., & Jurowski, C. (1994). Testing the Push and Pull Factors. *Annals of Tourism Research*, 844-846.
- Vandenbos. (2008). *Study of Self Determination in General*. American: Publics Onways.
- Venkatesh, U. (2006). Leisure: Meaning and Impact on Leisure Travel Behavior. *Journal of Services Research*, 87-108.

- Wahyudi, I. (2015, Mei 3). *Pengembangan Sarana dan Prasarana Daya Tarik Wisata*. Retrieved Juni 24, 2019, from Inspire Consulting: <http://cvinspireconsulting.com/pengembangan-sarana-dan-prasarana-daya-tarik-wisata/>
- Weaver, D. B. (2006). *Sustainable Tourism: Theory and Practice*. Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Wibisono. (2003). *Riset Bisnis Panduan Bagi Praktisi & Akademisi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wibisono, J. (2013, November 9). *Jeffrey Wibisono*. Retrieved Mei 22, 2019, from <http://jeffreyywibisono.com/motivasi-berwisata-dan-faktor-penariknya/>
- Widadio, N. A. (2014, April 25). *Kompas.com*. Retrieved Mei 22, 2019, from <https://amp.kompas.com/travel/read/2014/04/25/1555231/Inilah.Kecenderungan.Kaum.Muda.Saat.Berwisata>
- Widagdyo, K. G. (2017). Pemasaran, Daya Tarik Ekowisata dan Minat Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7, 263.
- Wijaya. (2010). *Analisis Kebijakan Perbankan Nasional*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- WTO. (1995). Collection of Tourism Expenditure Statistics. *Journal World Tourism Organization*, 1, 10.
- Yoeti, O. A. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Yuan, S., & McDonald, C. (1990). Motivational Determinates of International Pleasure Time. *Journal Travel Research*, 42-44.
- Zeng, G. (2015). *Tourism and Hospitality Development Between China and EU*. Guangzhou: Springer.