

PENGARUH EDUCATIONAL TOURISM EXPERIENCE TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI ORCHID FOREST CIKOLE BANDUNG

EFFECT OF EDUCATIONAL TOURISM EXPERIENCE TOWARDS SATISFACTION OF TOURISTS

Aditya Bayu Kurniawan¹ , Dini Salmiyah Fithrah Ali²

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Telkom University¹ ,

Jl. Telekomunikasi Terusan Buah Batu, Bandung Jawa Barat 40257 Email: _

adityabayuk@student.telkomuniversity.ac.id¹ , dinidjohan@telkomuniversity.ac.id²

ABSTRAK

saat ini pariwisata menjadi salah satu pemasok pendapatan negara yang dapat mendorong perekonomian masyarakat. Pariwisata saat ini menjadi salah satu sumber devisa negara, selain itu pariwisata juga memperkuat pertumbuhan ekonomi, pariwisata juga banyak membuka lapangan kerja yang mana ini sangat membantu ekonomi masyarakat, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh educational tourism experience terhadap kepuasan wisatawan di orchid forest cikole bandung. Penelitian ini menggunakan variabel independent yaitu educational tourism experience dengan sub variabel Attractions and event, Resource specialist, Affinity travel planners dan Tour and receptive operator Dengan variabel dependent yaitu Kepuasan Wisatawan dengan sub variable, Kepuasan pelanggan keseluruhan (Overall Customer Satisfaction), Dimensi kepuasan pelanggan, Konfirmasi harapan, Minat pembelian ulang, Ketersediaan untuk merekomendasi dan Ketidakpuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif, Pada penelitian ini peneliti menentukan sampel dengan menggunakan teknik penulis menggunakan teknik sampling purposive dan nonprobability.. Dengan jumlah responden 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis data deskriptif, uji normalitas, analisis korelasi person, koefisien determinasi, analisis regresi linier sederhana dan uji hipotesis. Hasil dari uji hipotesis menggunakan Uji-t mendapatkan hasil bahwa educational tourism experience memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini dibuktikan dengan t hitung (10,183) > t tabel (1,984), Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai educational tourism experience yaitu 82,5% dalam kategori tinggi dan nilai kepuasan wisatawan yaitu 78,2% dalam kategori tinggi. Berdasarkan koefisien determinasi dapat diketahui bahwa educational tourism experience memiliki pengaruh sebesar 51,4 % terhadap kepuasan wisatawan orchid forest cikole bandung

Kata kunci : Educational tourism experience, kepuasan wisatawan, orchid forest

ABSTRACT

currently tourism is one of the suppliers of state income that can boost the people's economy. Tourism is currently a source of foreign exchange for the country, apart from that tourism also strengthens economic growth, tourism also opens up many jobs, which greatly helps the community's economy. This study aims to determine the influence of educational tourism experience on tourist satisfaction in the cikole bandung orchid forest. This study uses independent variables namely educational tourism experience with Attraction and event sub-variables, Resource specialists, Affinity travel planners and Tour and receptive operators With dependent variables namely Tourist Satisfaction with sub-variables, Overall Customer Satisfaction, Dimensions of customer satisfaction, Confirmation of expectations, re-purchase interest, willingness to recommend and customer dissatisfaction. This research was conducted using quantitative methods. In this study the researchers determined the sample using the author's technique using purposive and nonprobability sampling techniques. With 100 respondents. Data analysis techniques used were descriptive data analysis, normality test, person correlation analysis, coefficient of determination, simple linear regression analysis and hypothesis testing. The results of the hypothesis test using the t-test get the results that the educational tourism experience has the influence of tourist satisfaction. This is proven by $t_{hitung} (10.183) > t_{table} (1.984)$. The results showed that the value of educational tourism experience was 82.5% in the high category and the value of tourist satisfaction was 78.2% in the high category. Based on the coefficient of determination it can be that educational tourism experience has an effect of 51.4% on the satisfaction of orchid forest cikole bandung tourists

Keywords: Educational tourism experience, tourist satisfaction, orchid forest

1. PENDAHULUAN

Saat ini pariwisata sudah menjadi salah satu industri terbesar dan kuat di dunia, karena pariwisata merupakan salah satu pemasok pendapatan negara yang dapat mendorong perekonomian masyarakat. Pariwisata saat ini menjadi salah satu sumber devisa negara, selain itu pariwisata juga memperkuat pertumbuhan ekonomi, pariwisata juga banyak membuka lapangan kerja yang mana ini sangat membantu ekonomi masyarakat, dan jika tempat

pariwisata dikelola dengan baik ini juga berpotensi mengundang wisatawan asing yang ingin mendatangi lokasi wisata tersebut

Salah satu negara yang memiliki potensi sangat besar adalah Indonesia, Indonesia merupakan negara yang banyak memiliki berbagai macam budaya dan keindahan alam yang sudah banyak di akui oleh warga asing dan juga sudah banyak di datangi oleh banyak warga asing karena banyak aneka ragam wisata yang ada di Indonesia, dan Indonesia telah menerima puluhan penghargaan internasional dalam bidang pariwisata.

Orchid Forest juga merupakan salah satu tempat pariwisata di Indonesia dan taman wisata yang memadukan konsep edu-tourism dan eco-tourism dengan suasana keindahan alam hutan pinus, pesona anggrek spesies dan hybrid, serta dekorasi yang instagramable. Pilot Project ini berupaya menawarkan paket lengkap Nomadic Tourism, Ecotourism, dan destinasi digital menjadi satu. Millennials di masa kini menggemari destinasi yang terlihat indah di kamera, atau yang kini sering disebut instagramable. Inilah yang dipenuhi Destinasi Digital.

Edukasi menjadi salah satu nilai yang diciptakan untuk mendapatkan keunggulan bersaing. Oleh karena itu, orchid forest memanfaatkan edu tourism ini menjadi konsep dalam pariwisatanya, Edu-tourism juga menjadi paradigma pendidikan utama dalam waktu dekat. Menciptakan nilai tambah di masyarakat baik dalam bentuk peningkatan pendidikan dan menciptakan peluang ekonomi baru sebagai hasil dari pengetahuan yang diperoleh pada saat kegiatan wisata.

Bandung merupakan salah satu kota yang memiliki banyak keunikan dan keindahan pada alamnya, oleh karena itu banyak wisatawan dari mulai wisawatan lokal maupun wisatawan dari manca negara yang datang untuk mengunjungi tempat wisata yang berada di Bandung. Dan kota Bandung juga kembali mendapat anugerah sebagai salah satu Kota terbaik di bidang pariwisata.

Bandung juga salah satu kota di Indonesia yang dekat dengan ibu kota Indonesia dan Bandung adalah salah satu kota di Indonesia yang termasuk banyak dikunjungi oleh para wisatawan di Indonesia, Bandung juga kota yang terkenal dengan udaranya yang sejuk karna letaknya berdekatan dengan pegunungan yang lembab, selain udaranya sejuk Bandung juga memiliki banyak tempat wisata dan Bandung juga masuk di urutan 2 dari 10 kota tujuan wisata terpopuler di Indonesia.

Meskipun pada setiap tahunnya mengalami naik turunnya wisatawan di Bandung, *Orchid Forest* selalu membuat promosi – promosi seperti membuat *event – event* besar yang diadakan setiap tahunnya, mengingat Bandung merupakan kota yang memiliki banyak potensi untuk mengembangkan promosi wisata *Orchid Forest* dengan konsep *edu tourism* secara maksimal.

Berdasarkan hal-hal yang telah diungkap sebelumnya maka masih menjadi pertanyaan mengenai apakah *educational tourism experience* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di *Orchid Forest Cikole*. Maka dari itu peneliti perlu melakukan suatu penelitian mengenai ‘Pengaruh *Educational Tourism Experience* Terhadap Kepuasan Wisatawan di *Orchid Forest Cikole Bandung*, Survey dilakukan pada wisatawan grup yang mengikuti paket wisata edukasi di *Orchid Forest Cikole Bandung*.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pariwisata

Pengertian pariwisata menurut Salah Wahab dalam Della (2018:10) Pariwisata merupakan perpindahan sementara organisasi dari bermacam-macam tempat tinggal, iman dan agama, dan yang mempunyai pola hidup yang berbeda, beragam harapan, banyak jenis kesukaan dan hal-hal yang tidak disukai, serta motivasi-motivasi yang tidak dapat dibuat standarnya karena kesemuanya ini adalah ungkapan pikiran dan endapan perasaan serta tingkah laku yang berubah dalam jangka panjang menurut tempat dan waktu.

2.2 Edu Tourism

Menurut Ritchie dalam made (2003), kegiatan wisata yang berbasis alam (*nature based tourism*) disebut juga dengan ekowisata (*ecotourism*). Perkembangan globalisasi telah mempengaruhi pola perjalanan wisatawan, yang juga mempengaruhi pola pendidikan dan jenis wisata pendidikannya. Perkembangan perilaku wisatawan dari tahun 1986-2000, diilustrasikan oleh K ripendorf (1987) dari bentuk yang bersifat pasif dan liberal, menjadi aktif ketika mereka melakukan kegiatan wisata.

2.3 Kepuasan wisatawan

Pengukuran kepuasan konsumen sangatlah penting untuk dilakukan karena memberikan informasi bermanfaat bagi perusahaan, pemegang saham, investor, pemerintah,

dan konsumen. Menurut Tjiptono (2011, hlm. 453) ada enam konsep inti mengenai obyek pengukuran. Berikut ini adalah enam indikator kepuasan konsumen menurut Tjiptono :

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan (Overall Customer Satisfaction). Pelanggan langsung ditanya seberapa puas dengan produk atau jasa. Kepuasan diukur berdasarkan produk atau jasa perusahaan bersangkutan dan membandingkan dengan tingkat kepuasan keseluruhan terhadap produk
2. Dimensi kepuasan pelanggan. Mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan dan meminta pelanggan menilai produk atau jasa berdasarkan item spesifik, seperti kecepatan layanan, fasilitas layanan, atau keramahan staff.
3. Konfirmasi harapan. Kepuasan tidak diukur langsung. Namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidakesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk pada sejumlah atribut atau dimensi penting.
4. Minat pembelian ulang. Kepuasan pelanggan diukur berdasarkan perilaku dengan jalan menanyakan pelanggan apakah akan berbelanja atau akan menggunakan jasa perusahaan lagi.
5. Kesiediaan untuk merekomendasi. Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama atau bukan hanya terjadi satu kali pembelian (seperti pembelian mobil, rumah, asuransi jiwa, tur keliling) apakah pelanggan bersedia untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarga apabila ia puas dengan produknya.
6. Ketidakpuasan pelanggan. Ketidakpuasan pelanggan meliputi komplek, retur, biaya garansi, product recall, feedback negatif, dan konsumen yang beralih ke pesaing.

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan hubungan kausalitas yang bersifat sebab akibat dimana terdapat variabel X Educational Tourism Experience yang mempengaruhi variabel Y Kepuasan Wisatawan yang dipengaruhi. Menurut Riduwan (2009:12) hubungan sebab akibat (kausal) adalah hubungan yang bersifat mempengaruhi antara dua variabel atau lebih.

Peneliti juga menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk menganalisis data. Menurut Sugiyono (2018:15) metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode kuantitatif ini sudah lama digunakan para peneliti sehingga sudah menjadi tradisi

sebagai metode untuk dilakukan penelitian. Metode ini juga disebut metode positivistik karena berlandaskan kepada filsafat positivisme yang mempunyai tujuan menemukan penjelasan mengenai hukum sebab akibat sehingga dapat diprediksi dan mengontrol peristiwa. Pada penelitian ini menggunakan tingkat kekeliruann sebesar 10% dan mendapatkan sampel sejumlah 100 responden.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden dan Analisis Deskriptif

No	Variabel	Persentase	Kategori
1	Educational Tourism Experience	82,50%	Tinggi
2	Kepuasan Wisatawan	78,20%	Tinggi

Berdasarkan hasil penelitian, hasil analisis deskriptif variabel X (Educational Tourism Experience) mendapatkan persentase 82,50% yang berarti variabel tersebut masuk dalam kategori tinggi pada garis kontinum. Untuk variabel Y (Kepuasan Wisatawan) persentase yang diperoleh adalah sebesar 78,20% yang berarti variabel tersebut masuk dalam kategori tinggi pada garis kontinum.

4.2 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Jika data tidak mengikuti pola sebaran distrbusi normal, maka akan diperoleh taksiran yang bias. Untuk menguji normalitas, dilakukan melalui tes Kolmogorov-Smirnov dengan bantuan software SPSS 23 for windows diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000

	Std. Deviation	4.86577787
Most Extreme Differences	Absolute	.093
	Positive	.093
	Negative	-.066
Test Statistic		.093
Asymp. Sig. (2-tailed)		.034 ^c

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Uji SPSS 23 for windows

Berdasarkan tabel 4.16 dapat disimpulkan bahwa signifikansi yang diperoleh menunjukkan nilai 0,34. Artinya signifikansi yang diperoleh $0,34 > 0,05$ maka data tersebut merupakan data yang berdistribusi normal

4.3 Analisis Korelasi

Untuk mengetahui hubungan antara Educational Tourism Experience dengan Kepuasan Wisatawan, digunakan analisis korelasi pearson. Berikut ini adalah hasil pengolahan dari software SPSS 23 for windows untuk koefisiensi korelasi mengenai hubungan antara Educational Tourism Experience dengan Kepuasan Wisatawan pada penelitian ini

Tabel 4. 2 Analisis Korelasi Pearson

		Correlations	
		EduTouris m	Kepuasan
EduTouris m	Pearson Correlation	1	.717**

	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Kepuasan	Pearson		
	Correlation	.717**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Uji SPSS 23 for windows

Berdasarkan tabel 4.17 di atas diperoleh nilai pearson correlation sebesar 0,717 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Artinya terdapat hubungan yang sangat kuat antara event festival gandrung sewu dengan keputusan berkunjung wisatawan keKabupaten Banyuwang

4.4 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui dalam bentuk persentase tentang seberapa jauh pengaruh variabel independen/X (Educational Torism Experience) terhadap variabel dependen/Y (Kepuasan Wisatawan)

Tabel 4. 3 Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.717 ^a	.514	.509	4.891

a. Predictors: (Constant), EduTourism

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Hasil Uji SPSS 23 for windows

Berdasarkan tabel 4.18 dapat diketahui nilai R Square sebesar 0,514, maka besarnya pengaruh Event terhadap Keputusan Berkunjung pada penelitian ini, ditunjukkan oleh koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut:

$$RD = R^2 \times 100\%$$

$$= 0,514 \times 100\%$$

$$= 51,4 \%$$

Koefisien determinasi dari hasil perhitungan didapat sebesar 51,4%. Hal ini menunjukkan bahwa event memberikan pengaruh sebesar 51,4% terhadap keputusan berkunjung pada penelitian ini, sisanya 48,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.5 Regresi Linier Sederhana

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel educational tourism experience terhadap kepuasan wisatawan, maka peneliti menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil dari analisis regresi linier sederhana dalam penelitian ini diolah dengan menggunakan bantuan software SPSS versi 23.0 dan diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4. 4 Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.560	3.612		2.924	.004
	edutourism	1.104	.108	.717	10.183	.000

a. Dependent Variable: kepuasan

Sumber: Hasil Uji SPSS 23 for windows

Berdasarkan hasil pengolahan analisis regresi linier sederhana pada tabel 4.16 diatas, dapat dirumuskan model persamaan regresi sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 10.560 + (1,104)X$$

$$Y = 10.560 + 1,104X$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan menjadi :

1. Nilai Konstanta (a) yang tertera pada tabel 4.16 adalah 10.560. Sedangkan nilai beta yang tertera dalam tabel 4.9 tersebut menunjukkan besarnya pengaruh antara Educational tourism

experience terhadap kepuasan wisatawan di orchid forest cikole bandung, Pada penelitian ini, nilai Beta yang diperoleh adalah sebesar 0,717

2. Koefisien regresi untuk variabel bebas (X) bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Educational tourism experience berpengaruh secara positif terhadap kepuasan wisatawan di orchid forest cikole bandung. Jadi dapat disimpulkan bahwa jika Educational tourism experience memiliki peningkatan sebesar 10.650, maka kepuasan wisatawan akan mengalami peningkatan sebesar 1,104.

4.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang akan di uji didalam penelitian ini adalah ada atau tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara educational tourism experience (variabel X/independent) dengan kepuasan wisatawan (variabel Y/dependen). Untuk menguji hipotesis, menggunakan rumus uji f dan uji t.

Adapun hipotesis yang akan diuji secara statistik dirumuskan sebagai berikut :

$$H_0 : r_{yx} = 0$$

$$H_1 : r_{yx} \neq 0$$

Hipotesis dalam bentuk kalimat :

H_0 = Tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara educational tourism experience dengan kepuasan wisatawan orchid forest cikole

H_1 = Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara educational tourism experience dengan kepuasan wisatawan orchid forest cikole

1. Uji T

Dengan diketahui $df = n - k - 1 = 100 - 2 = 98$, maka diperoleh nilai t tabel sebesar $\pm 1,984$. Berdasarkan kriteria uji berikut: 1. Terima H_0 jika $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ 2. Tolak H_0 jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$

Tabel 4. 5 Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.560	3.612		2.924	.004
	edutourism	1.104	.108	.717	10.183	.000

a. Dependent Variable: kepuasan

Sumber: Hasil Uji SPSS 23 for windows

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 10,183. Karena nilai t hitung ($10,183 > t$ tabel (1,984)), maka H_0 ditolak. Artinya, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Educational tourism experience dengan kepuasan wisatawan di orchid forest cikole.

2. Uji F

Untuk menguji hipotesis simultan ini digunakan statistik uji F yang diperoleh melalui tabel anova seperti yang disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 6 Anova

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2480.096	1	2480.096	103.694	.000 ^b
	Residual	2343.904	98	23.917		
	Total	4824.000	99			

a. Dependent Variable: kepuasan

b. Predictors: (Constant), edutourism

Sumber: Hasil Uji SPSS 23 for windows

Berdasarkan tabel 4.19 di atas dapat dilihat bahwa nilai f hitung sebesar 103.694. Nilai ini yang akan di uji statistic dibandingkan dengan nilai f tabel dimana f tabel sebesar 3,94. Karena f hitung $103.694 >$ dari f tabel 3,94 maka diputuskan untuk menolak H_0 dan menerima H_1 . Artinya dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara educational tourism experience dengan kepuasan wisatawan di orchid forest cikole lembang.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Setelah peneliti melakukan penelitian diperoleh kesimpulan mengenai pengaruh educational tourism experience terhadap kepuasan wisatawan yaitu, Variabel educational(X) berpengaruh terhadap variabel kepuasan wisatawan (Y) karena t hitung $>$ dari pada t tabel dan nilai Sig yang dihasilkan sebesar 0,000 pada tabel koefisien lebih kecil dari pada nilai probabilitas sebesar 0,05. Artinya, H_0 ditolak dan H_1 diterima yaitu terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara educational tourism experience terhadap kepuasan wisatawan di orchid forest cikole lembang

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian tentang Pengaruh educational tourism experience terhadap kepuasan wisatawan di orchid forest cikole lembang, penulis akan mencoba memberi masukan yang diharapkan dapat membuat penelitian selanjutnya menjadi lebih baik lagi. Berikut saran dari penulis:

5.2.1 Saran Akademis

Saran Akademis yaitu, diharapkan pada penelitian selanjutnya jika ingin meneliti hal yang serupa untuk menggunakan metode penelitian yang berbeda seperti penelitian kualitatif atau metode penelitian yang digunakan perlu penelitian lebih lanjut dan diharapkan agar menambah responden dalam jumlah yang lebih besar agar data yang diperoleh menjadi lebih akurat. Perlu juga menambahkan teori-teori dan perlunya pengembangan teori yang belum digunakan dalam penelitian ini.

5.2.2 Saran Praktis

Dengan adanya pengaruh positif yang signifikan dari educational tourism experience terhadap kepuasan wisatawan, diharapkan pihak dari orchid forest cikole dapat mempertahankan kinerja dan menjaga agar dapat terus membuat edukasi yang memberikan pengalaman yang berkesan terhadap wisatawan yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Data

- Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller (2006) "Marketing Management" Twelfth Edition, Pearson Kotler, Philip. '2001. *Manajemen Pemasaran di indonesia Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Prisgunanto I. (2014). *Komunikasi Pemasaran Era Digital*. Jakarta : CV. Prisani Cendekia
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal / Skripsi

- Adi Hasdian. 2015. *Pengaruh Educational Tourism Experience Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Kampung Batu Malakasari*
- Adhi Sulaiman. 2019. *The Educational Tourism (Edutourism) Development Through Community Empowerment Based on Local Wisdom and Food Security*
- Andri Silalahi. 2019. *The Influence of Authenticity on Tourist Satisfaction in Lake Toba Indonesia: A Measurement of Tourists' Satisfaction in Lake Toba Tourism Moderated by Involvement, Destination Image, and Perceived Value.*
- Ari Putra. 2019. *Analysis of Strategic Planning of Educational Tourism Based on Local Wisdom in Indonesia*
- Aulia M.Tan. 2016. *Respon Konsumen Pada Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dinas Pariwisata Ekonomi Kreatif, Pemuda Dan Olahraga Di Kawasan Wisata Mandeh Kabupaten Pesisir Selatan*
- Alfonso Siano Dan Maria Palazzo. 2015. *Tetra Pak Italy's Ingredient Branding : An Exploratory Case Of Strategic Communication*
- Della Khadijiah Chrishma Anugerah. 2018. *Strategi Komunikasi Pemasaran Anjungan Taman Mini Indonesia Indah Sebagai Media Promosi Pariwisata Indonesia*
- Danielle Eiseman. 2018. *Marketing Sustainable Tourism: Principles And Practice*

- Devi Kristina. 2019. Pengembangan Nomadic Tourism Oleh Kementerian Pariwisata Indonesia
- Eko Apriellyyosa Efendi. 2018. Pengembangan Media Edu-Tourism Berbasis Video Untuk Kawasan Desa Wisata Pesisir
- Ellsye Maria. 2016. Strategi Komunikasi Pemasaran Bisnis Online Berbasis E-commerce
- Erwan Sudiwijaya. 2019. Pengelolaan Komunikasi Pemasaran Digital Kulina Setelah Rebranding Pada September 2017 – Januari 2018
- Frida Nur Rizki 2017. Strategi Komunikasi Pemasaran Media Sosial Pada Akun Instagram, @MATOA_ID Dalam Meningkatkan Brand Awareness
- Hayutri Bimaaji Padmanaba 2019. Peran Media Sosial Group Whasapp Pada Komunikasi Guru Dan Orang Tua Siswa Di Sekolah Dasar Birrul Walidain Muhammadiyah Sragen
- Indah Sari Wulanningsih. 2017. Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Provinsi Riau Dalam Meningkatkan Wisata Melalui Ajang Bujang
- Indhika Satria.2018. Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Pada UPTD Graha Teknologi Sriwijaya Di Kota Palembang
- Indra Ariesta. 2019. Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Facebook Terhadap Minat beli Produk Kartu Halo PT. Telkomsel west
- Katja Schneider dan Marlen Gabriele Arnold. 2019. Strategic Sustainability Marketing and Social Responsibility in the Textile Industry: Opportunities and Challenges in Africa
- M Ruhimat. 2017. *Eligibility of Traditional Village as the Object of Educational Tourism*
- Ni Made Eka Mahadewi. 2018. Nomadic Tourism, Wisata Pendidikan, Digitalisasi Dan Wisata Event Dalam Pengembangan Destinasi
- Ni Made Eka Mahadewi. 2017. Edutourism, Teknologi, Dan Hiburan Dalam Pengembangan Homestay Yang Berbasis Masyarakat Lokal Dan Berkelanjutan
- Putu Gangga Asteya. 2017. Strategi Komunikasi Pemasaran Desa Penglipuran Bali Sebagai Upaya Branding Dalam Peningkatan Bisnis Pariwisata

- Putri Ayu Hari. 2017. Komunikasi Pemasaran Dalam Melakukan Promosi Pariwisata Melalui Nanang Galuh Di Kalimantan Selatan
- Paul Turner. 2017. Implementing Integrated Marketing Communication (IMC) Through Major Event Ambassadors
- Putri Ovanny. 2019. Efektivitas Komunikasi Pemasaran pada Media Sosial Instagram Duniawi Fantasi dengan Metode Customer Response Indeks
- Qonitim Khuluqinazhiim. 2018. Strategi Pemasaran Pariwisata Desa Wisata Banyuroto Kabupaten Magelang
- Rahmat Priyanto. 2018. Perancangan Model Wisata Edukasi di Objek Wisata Kampung Tulip
- Ritchie, Brent. W. 2003. Aspect Of Tourism : Managing Educational Tourism. UK : Channel View Publications.
- Sri Winarni Samsir. 2016. Unpacking edutourism of the Melaka World Heritage City from domestic tourists' experiences
- Tiara Indra Ayudini 2019. Pengaruh Pesan Video Pada Youtube Channel Bayu Skak Terhadap Respon Khalayak
- Wendy Ritz, Marco Wolf dan Shaun McQuitty. 2019. Digital Marketing Adoption And Success For Small Businesses

Website

<https://tiyaminazz.wordpress.com/2013/06/10/manfaat-pariwisata/>, diakses pada Kamis 3 Oktober 2019 pukul 19.11 WIB

<https://nationalgeographic.grid.id/read/13936310/membanggakan-inilah-prestasi-pariwisata-indonesia-di-kancah-dunia?page=all> di akses Kamis, 3 Oktober 2019 pukul 19.55 WIB

<https://www.wisatabdg.com/>

<https://travelingyuk.com/nomadic-tourism> di akses pada Jumat, 4 Oktober 2019, 18:37 WIB

<https://www.ngopibareng.id/timeline/seperti-ini-konsep-nomadic-tourism-orchid-forest-cikole-276735> di akses pada Jumat, 4 Oktober 2019, 19:32 WIB

<https://m.merdeka.com/bandung/pariwisata/kota-bandung-raih-dua-penghargaan-pariwisata-tingkat-nasional-dari-kemenpar--180722n.html> di akses Jumat, 4 Oktober 2019, 21:11 WIB

<https://tekno.kompas.com/read/2018/10/09/17320017/10-kota-tujuan-wisata-terpopuler-di-indonesia-menurut-google> di akses pada Jumat, 4 Oktober 2019, 21:50 WIB

<https://jabar.bps.go.id/> di akses pada Jumat, 4 Oktober 2019, 21:50 WIB

<http://www.disparbud.jabarprov.go.id/> di akses pada rabu,

<https://travel.tempo.co/read/1275637/wishnutama-sebut-pariwisata-berkualitas-apa-maksudnya/full&view=ok>, kamis 15 januari 2020 pukul 04.07 WIB

bandungkota.bps.go.id/

Universitas
Telkom