

Domestic Tourist's Length of Stay in Bandung (Lama Tinggal Wisatawan Nusantara di Bandung)

*Horas Djulius*¹, *Ricky Syafutra*²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan

Email : *horasdjulius@unpas.ac.id*¹, *ricky_sft@mail.unpas.ac.id*²

ABSTRACT

The tourists length of stay of is an important indicator characterizing the benefit of tourism in particular city. Therefore it is important to comprehend what factors related to tourist length of stay. In addition to obtaining the characteristics of domestic tourists visiting Bandung, this study also aims to determine the effect of spending, number of visits to attractions, the distance of the city of origin, and perception of security, comfort, congestion, and weather in Bandung Raya, to the tourists length of stay. The study was conducted through a survey of 100 tourists who were visiting the tourist attraction as respondents, which was chosen by cluster random sampling method. Variables that positively and significantly affect the length of stay are expenditure, distance of the city of origin, and perception of security. In the long run, if the tourist segmenting and targeting are not adjusted then it is very difficult for Bandung City to acquire longer length-of stay tourists.

Keywords : tourists length of stay, tourist expenditure, tourism economy

ABSTRAK

Lama tinggal wisatawan merupakan salah satu indikator yang dapat menjelaskan keberhasilan suatu daerah memanfaatkan peluang sektor wisata sebagai sumber perkembangan ekonomi. Karenanya penting bagi stakeholder di daerah untuk mengetahui apa saja yang memengaruhi lama tinggal wisatawan yang datang ke daerahnya. Selain memperoleh karakteristik wisatawan nusantara yang berkunjung ke Bandung, penelitian ini juga bertujuan mengetahui pengaruh pengeluaran, jumlah kunjungan objek wisata, jarak kota asal wisatawan, dan tanggapan mengenai keamanan, kenyamanan, kemacetan, dan cuaca di Bandung Raya terhadap lama tinggal wisatawan. Penelitian dilakukan melalui survey kepada 100 wisatawan yang tengah berkunjung di objek daya tarik wisata sebagai responden, yang dipilih dengan metode cluster random sampling. Variabel yang secara positif dan signifikan memengaruhi lama tinggal adalah pengeluaran, jarak kota asal, dan tanggapan keamanan. Bila segmen dan target pasar wisatawan tidak dirubah maka sangat sulit bagi Kota Bandung untuk mendapatkan wisatawan yang tinggal lebih lama dari 2-3 hari. Diperlukan upaya untuk merubah segmen pasar yang mengarah pada wisatawan nusantara yang berasal dari kota yang cukup jauh atau merubah sebagian segmen pasar pada wisatawan mancanegara.

Kata Kunci : lama tinggal wisatawan, pengeluaran wisatawan, wisatawan nusantara, ekonomi pariwisata

PENDAHULUAN

Peran pariwisata terhadap pembangunan ekonomi daerah maupun ekonomi nasional semakin penting. Melalui perkembangan wisata kita bisa mendapatkan banyak keuntungan yang dicirikan dengan serapan tenaga kerja, perkembangan UKM, tumbuhnya industri kreatif yang salah satu indikatornya adalah lama tinggal

wisatawan. (Aynalem, Birhanu, & Tesefay, 2016; Hidayat & Asmara, 2017). Lama tinggal merupakan waktu yang dihabiskan oleh wisatawan terhitung sejak kedatangan sampai dengan waktu meninggalkan daerah tujuan wisata. Lama tinggal akan berkorelasi dengan banyaknya belanja yang dikeluarkan. Artinya semakin tinggi rata-rata lama tinggal semakin banyak pengeluarannya dan semakin banyak pula pendapatan yang didapat oleh UKM. Indikator ini menjadi penting karena pemerintah daerah mempunyai kepentingan untuk bisa membuat orang yang berkunjung lebih lama untuk tinggal berwisata (Aguiló, Rosselló, & Vila, 2017; Liang Wang, Davis Ka Chio Fong, Rob Law, 2017). Pemerintah daerah dan para pemangku kepentingan dapat memengaruhi lamanya tinggal wisatawan di daerahnya melalui penyediaan infrastruktur, pemberian jasa layanan publik dan sebagainya. Pertanyaannya adalah apa saja yang dapat dilakukan oleh para pemangku kepentingan ini untuk dapat menambah waktu tinggal wisatawan lebih lama.

Pada tahun 2017, Kementerian Pariwisata memasukkan Bandung dan sekitarnya sebagai salah satu dari 10 destinasi pariwisata utama Indonesia dengan branding baru. Artinya Bandung ditetapkan sebagai salah satu destinasi wisata andalan untuk mengejar target kunjungan wisatawan baik domestik maupun mancanegara (Kemenpar, 2017). Di sisi lain pemerintah Kota Bandung merasa bersyukur dengan penetapan itu karena ditengah keterbatasan yang dimiliki masih dapat mengembangkan pariwisata khususnya yang berbasis fesyen, kuliner dan budaya (Anonymous, 2017). Hingga tahun 2015, rata-rata lama tinggal wisatawan di Kota Bandung mencapai 2,25 hari (Anonymous, 2015), yang masih di bawah angka nasional 6,49 hari (Corporation, 2017).

Salah satu faktor yang diperkirakan memengaruhi lama tinggal wisatawan di suatu daerah adalah pengeluaran (Kazuzuru, 2014; Thrane & Farstad, 2012). Pengeluaran adalah *proxy* yang baik dari pendapatan. Seringkali suatu penelitian sulit untuk langsung mengukur pendapatan karena alasan keengganan orang Indonesia dalam mengungkapkan pendapatannya. Ada alasan yang sangat kuat untuk percaya bahwa terdapat korelasi yang tinggi antara pendapatan dengan pengeluaran. Dengan demikian menanyakan atau mengukur pengeluaran yang dilakukan oleh wisatawan dapat menjadi pendekatan terhadap pengukuran pendapatannya. Semakin tinggi pendapat wisatawan maka ia semakin berpeluang untuk lebih lama tinggal di daerah tujuan wisata. Semakin tinggi pendapatan wisatawan semakin tinggi pula peluangnya untuk melakukan konsumsi. Semakin banyak jasa dan barang yang dikonsumsi wisatawan, semakin lama pula ia berwisata.

Faktor lain yang dapat memengaruhi lama tinggal wisatawan adalah jumlah kunjungannya ke objek daya tarik wisata (Barros & Machado, 2010; Thrane & Farstad, 2012). Jumlah ODTW yang dikunjungi wisatawan sebenarnya terkait dengan jumlah dan variabilitas tempat-tempat yang dapat dikunjungi oleh wisatawan. Dengan kata lain variabel ini mencerminkan jumlah dan variabilitas tempat wisata yang ada di suatu daerah. Seperti yang telah disampaikan di atas, Kota Bandung terkenal dengan wisata berbasis fesyen, kuliner dan budaya. Ketiga andalan tersebut adalah produk dari industri kreatif yang keberadaannya disokong oleh jumlah sekolah tinggi yang ada di Kota Bandung, organisasi masyarakat di bidang budaya, keberadaan komunitas-komunitas dan adanya ruang terbuka tempat bertukarnya ide-ide kreatif (Dj Julius, 2017).

Variabel lain yang dapat menentukan lamanya wisatawan tinggal di destinasi wisata adalah jarak destinasi tersebut dengan kota asal wisatawan (Kwang-Ho Lee, Amanda C Alexander, 2014).

Kebanyakan para peneliti sebelumnya mendapatkan hasil studi empirik yang menyatakan adanya relasi positif antara keduanya. Maksudnya, semakin jauh jarak kota asal wisatawan semakin lama juga kunjungan wisatanya. Hal ini tentu terkait dengan pengorbanan menempuh jarak yang cukup jauh dengan ekspektasi kepuasan yang diperoleh dari aktivitas berwisata.

Beberapa indikator lain yang juga dipertimbangkan oleh penelitian ini dalam memengaruhi lama tinggal wisatawan di Kota Bandung adalah keamanan, kenyamanan, kemacetan dan cuaca (Chong, 2016; de Menezes, Moniz, & Vieira, 2008; George, 2003). Pada penelitian sebelumnya dinyatakan bahwa indikator keamanan dan kenyamanan dapat menambah waktu wisatawan di ODTW. Di sisi lain dua indikator lainnya yaitu kemacetan dan cuaca, dapat menambah atau mengurangi lama kunjungan wisatawan di destinasi tujuan wisata.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang memengaruhi lama tinggal wisatawan di Kota Bandung, sesuai dengan variabel-variabel yang secara teoretis memengaruhinya maupun sejalan dengan pengalaman empirik dari penelitian-penelitian terdahulu di berbagai negara. Hasil penelitian ini dapat menghasilkan rekomendasi kepada pemangku kepentingan pariwisata di Kota Bandung untuk mendapatkan masukan supaya pengunjung dapat lebih lama tinggal agar pariwisata berdampak lebih signifikan terhadap perekonomian daerah.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan mensurvey wisatawan yang ada di Kota Bandung dalam kurun waktu April-Mei 2018. Data yang bersumber dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung menyatakan bahwa jumlah kunjungan wisman dan wisnus di Kota Bandung sepanjang 2016 mencapai 5.000.625. Angka inilah yang diasumsikan sebagai ukuran populasi penelitian. Ukuran sampel minimum ditetapkan sebesar 97 responden berdasarkan batasan *margin of error* 10%, *confidence level* 95% seperti yang disarankan oleh *Slovin*. Dengan alasan mempermudah perhitungan maka penelitian ini melakukan survey terhadap 100 orang wisatawan nusantara. Pemilihan responden dilakukan dengan prinsip *proportional cluster random sampling* berdasarkan tipologi daya tarik wisata yang ada di Kota Bandung seperti yang tampak pada tabel 1.

Tabel 1: Tipologi Daya Tarik Wisata Kota Bandung

No	Jenis Daya Tarik
1	Wisata Heritage (Wisata Peninggalan Sejarah)
2	Wisata Belanja dan Kuliner
3	Wisata Pendidikan
4	Rekreasi dan hiburan (alam, budaya, buatan)
5	MICE (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition)

Sumber : RIPPDA Kota Bandung, 2016

Karena tidak ditemukan satu penelitian pun yang valid tentang sebaran jumlah wisatawan di kelima daya tarik wisata tersebut, maka penelitian ini menetapkan 20 responden untuk setiap tipe yang disurvei dengan

memerhatikan variasi hari kerja dan hari libur selama bulan April hingga Mei 2018. Pemilihan responden juga menghindari adanya replikasi responden di lebih dari 1 tempat wisata yang dikunjungi oleh wisatawan. Dengan kata lain, misalnya seorang responden yang telah terpilih ketika berwisata di lokasi peninggalan sejarah tidak akan terpilih menjadi responden lagi ketika berkunjung di tempat yang lain. Hal ini juga berlaku untuk responden di lokasi wisata lainnya.

Instrumen penelitian ini adalah kuesioner yang di dalamnya terdapat pertanyaan terstruktur dalam bentuk pertanyaan terbuka dan pertanyaan tertutup. Pertanyaan tertutup ada yang berskala nominal, ordinal bahkan interval. Ada beberapa pertanyaan yang dibuat menggunakan skala persepsi yang mengukur keamanan dan kenyamanan yang dirasakan responden saat berwisata. Validitas kuesioner dilakukan dengan mengikuti konstruk yang melandasi pengukuran variabel (validitas konstruk) serta mengikuti fakta empirik yang telah terbukti dari penelitian sebelumnya (validitas eksternal empirik). Konstruksi kuesioner penelitian dapat dilihat pada lampiran 1.

Analisis data terbagi menjadi 2 bagian yakni deskriptif dan verifikatif. Analisis data verifikatif dilakukan dengan model regresi untuk melihat pengaruh dari variabel penjelas terhadap lama tinggal wisatawan di Kota Bandung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rangkuman identitas 100 responden penelitian ini tampak pada tabel 2. Tabel tersebut menginformasikan bahwa responden penelitian sebagian besar berusia 20-30 tahun, sebagian besar berasal dari Jabar, Banten dan DKI dan berpendidikan sarjana dan berada di Kota Bandung selama 2-3 hari. Hasil ini masih konsisten dengan data yang disampaikan oleh PPID Kota Bandung yang menyatakan bahwa rata-rata lama tinggal wisatawan di Kota Bandung mencapai 2,25 hari.

Tabel 2 : Identitas Responden

<i>Lama Tinggal</i>	< 2 hari	39%	<i>Asal Kota</i>	Kota di Jabar	46%
	2-3 hari	48%		DKI	17%
	> 3 hari	13%		Banten	9%
<i>Umur</i>	<20 tahun	11%		Kota di Jatim	8%
	20-30 tahun	79%		Lainnya	20%
	> 30 tahun	10	<i>Pendidikan</i>	SMA	43%
		Sarjana		57%	

Sumber : Hasil olah data survey

Selain dari identitas responde tersebut, tabel 3 memberikan informasi tentang sebaran jawaban responden tentang variabel yang diteliti.

Tabel 3 menginformasikan bahwa sebagian besar responden membelankan uangnya Rp200 ribu-Rp 400 ribu per orang per hari. Dalam kunjungannya selama 2-3 hari ke Bandung, mereka mengunjungi 1-4 objek.

Sebagian besar responden menyatakan bahwa Bandung aman dan nyaman untuk dikunjungi serta cuacanya mendukung aktivitas mereka dalam berwisata.

Tabel 3 : Sebaran Jawaban Variabel Penelitian

<i>Pengeluaran (Rp 000/orang/hari)</i>	<200	12%	<i>Tanggapan Keamanan</i>	Tidak Aman	1%
	200-400	87%		Cukup Aman	25%
	>400	1%		Aman	74%
<i>Jarak Kota Asal (km)</i>	<100	15%	<i>Tanggapan Kenyamanan</i>	Tidak Nyaman	1%
	100-249	56%		Cukup Nyaman	10%
	>250	29%		Nyaman	89%
<i>Jumlah Objek yang dikunjungi</i>	1-4	76%	<i>Tanggapan Kemacetan</i>	Cukup macet	72%
	5-8	23%		Macet	28%
	> 8	1%	<i>Tanggapan cuaca</i>	Kurang mendukung aktivitas	26%
				Mendukung aktivitas	74%

Sumber : Hasil olah data survey

Tabel 4 menggambarkan hasil analisis regresi dari variabel penjelas pengeluaran, jumlah kunjungan, jarak kota asal, tanggapan keamanan, tanggapan kenyamanan, tanggapan kemacetan dan tanggapan cuaca terhadap lama tinggal wisatawan. Hasil estimasi model ini dapat dilihat pada lampiran 2.

Tabel 4 : Faktor yang Memengaruhi Lama Tinggal Wisatawan

Variabel	Koefisien	Sig
Pengeluaran	0.79	Signifikan
Jumlah Kunjungan Objek Wisata	0.09	Tidak Signifikan
Jarak Kota Asal	(0.06)	Signifikan
Tanggapan Keamanan	0.06	Signifikan
Tanggapan Kenyamanan	(0.07)	Tidak Signifikan
Tanggapan Kemacetan	(0.04)	Tidak Signifikan
Tanggapan Cuaca	0.01	Tidak Signifikan

Sumber : Hasil olah data survey

Faktor pertama yang memengaruhi lama tinggal wisatawan adalah pengeluaran, sebagai *proxy* dari pendapatan. Hasil ini sejalan dengan beberapa penelitian yang terdahulu bahwa pendapatan wisatawan masih menjadi penentu utama lamanya tinggal di suatu tempat wisata (Kazuzuru, 2014; Thrane & Farstad, 2012). Jumlah objek yang dikunjungi memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap lama tinggal wisatawan. Hal ini dapat dimaknai tidak selalu semakin banyak objek wisata yang dikunjungi maka akan meningkatkan lama kunjungan (Barros & Machado, 2010). Banyaknya objek wisata yang dikunjungi dapat pula dimaknai seberapa banyak objek wisata di suatu daerah. Di Kota Bandung objek wisata yang dapat dikunjungi sangat banyak sehingga agak sulit untuk mencari ruang kosong bagi hadirnya objek baru. Dengan demikian maka angka ini

dapat dimaknai dengan penambahan ojek wisata di Kota Bandung tidak akan meningkatkan lama tinggal wisman secara signifikan. Jarak kota asal memiliki pengaruh yang signifikan dalam memengaruhi lama tinggal wisatawan (Kwang-Ho Lee, Amanda C Alexander, 2014). Yang agak mengejutkan adalah penelitian terhadap 100 responden menyatakan bahwa semakin dekat jarak kota asal semakin lama wisatawan berada di Kota Bandung. Bila hasil ini disandingkan dengan statistik yang lain maka maknanya memang agak berbeda dengan penelitian sebelumnya. Kebanyakan wisnus yang datang ke Kota Bandung adalah mereka yang berasal dari kota-kota di Jawa Barat, Banten dan DKI dengan jarak sekitar 200-300 km. Artinya semakin dekat jarak kotanya semakin wisatawan ingin menambah waktu wisatnya di Kota Bandung karena kebanyakan dari mereka berlibur dalam waktu yang singkat atau di sekitar week end saja dan bukan pada masa liburan panjang. Walaupun, waktu liburan terpanjang yang mereka miliki hanya berkisar 2-3 hari saja. Hal ini berbeda dengan penelitian lain yang menyatakan semakin jauh jarak kota asal, semakin lama wisatawan ingin tinggal di tempat mereka berwisata karena ada kaitannya dengan waktu tempuh atau biaya transportasi yang telah dikeluarkan untuk mencapai tempat berwisata. Selain ketiga variabel ini lama tinggal responden juga dikaitkan dengan empat variabel yang bersifat tanggapan atau persepsi responden. Keempat variabel tersebut adalah keamanan, kenyamanan, kemacetan dan cuaca. Tiga variabel yakni kenyamanan, kemacetan dan cuaca memiliki pengaruh yang tidak signifikan. Artinya wisnus yang datang ke Bandung tidak terlalu mempertimbangkan kondisi macet yang dialami selama di Kota Bandung, ketidaknyamanan yang mungkin timbul darinya, dan juga faktor cuaca, dalam menentukan berapa lama mereka akan tinggal di Kota Bandung. Hal ini berbeda dengan temuan penelitian sebelumnya yang kebanyakan menyimpulkan bahwa faktor-faktor tersebut masuk menjadi pertimbangan wisatawan (Chong, 2016; de Menezes et al., 2008; George, 2003). Hanya 1 variabel persepsi yang memengaruhi lama tinggal mereka yakni keamanan. Karena pengukurannya adalah persepsi maka bukan hanya angka kejahatan di Kota Bandung yang harus ditekan tetapi juga persepsi dan citra sebagai kota yang aman harus tetap dijaga.

KESIMPULAN

Lama kunjungan wisatawan nusantara yang menjadi responden penelitian ini adalah 2-3 hari, yang berusia cukup muda dengan pendidikan sarjana yang berasal dari kota-kota di Jawa Barat, Banten dan DKI. Jarak dari kota asal hanya 200-300 km yang dapat ditempuh dalam setengah hari perjalanan menggunakan jalur darat. Kebanyakan mereka berwisata dalam waktu yang cukup singkat yakni di sekitar *weekend* dan bukan dalam periode liburan yang panjang. Mereka menganggap bahwa Bandung masih nyaman dan cuacanya mendukung aktivitas wisata. Kemacetan menjadi masalah yang mereka rasakan walaupun tidak cukup kuat untuk menyebabkan berkurangnya waktu kunjungan wisata. Jumlah objek wisata juga tidak menjadi pertimbangan untuk menambah atau membatasi waktu kunjungan. Pendapat, persepsi keamanan dan jarak kota asal adalah faktor-faktor yang dipertimbangkan wisatawan untuk tinggal lebih lama di Bandung.

Kesimpulan penelitian dapat bermakna bila kota Bandung ingin tetap memilih segmen wisatawan seperti yang ada saat ini maka persepsi keamanan menjadi penting dengan positioning yang menyesuaikan dengan wisatawan yang berpendapatan tinggi dan berasal dari kota-kota yang bisa ditempuh hanya dalam waktu 4-6 jam saja. Masalahnya adalah pasar ini sudah jenuh karena wisatawannya hanya akan berkunjung dalam waktu yang tidak lebih dari 3 hari saja. Untuk menambah waktu tinggal wisatawan lebih dari itu maka harus ada upaya untuk merubah segmen dan target pasar wisatawan baik kepada wisatawan potensial yang kota asalnya jauh dari Kota Bandung maupun kepada wisatawan mancanegara.

DAFTAR PUSTAKA

- Aguiló, E., Rosselló, J., & Vila, M. (2017). Length of stay and daily tourist expenditure: A joint analysis. *Tourism Management Perspectives*, 21, 10–17. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.10.008>
- Anonymous. (2015). REKAPITULASI DATA KUNJUNGAN WISATAWAN. YANG DATANG KE KOTA BANDUNG TAHUN 2010 – 2015. Retrieved October 7, 2018, from https://ppid.bandung.go.id/?media_dl=14563
- Anonymous. (2017). Stunning Bandung terpilih sebagai 10 Destination Branding untuk Brand Wonderful Indonesia. Retrieved October 7, 2018, from <https://portal.bandung.go.id/posts/2017/06/15/rbv2/stunning-bandung-terpilih-sebagai-10-destination-branding-untuk-brand-wonderful-indonesia>
- Aynalem, S., Birhanu, K., & Tesefay, S. (2016). Employment Opportunities and Challenges in Tourism and Hospitality Sectors. *Journal of Tourism & Hospitality*, 05(06). <https://doi.org/10.4172/2167-0269.1000257>
- Barros, C. P., & Machado, L. P. (2010). The length of stay in tourism. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 692–706. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.12.005>
- Chong, D. (2016). The Impact of Traffic Congestions on Tourist Behavior : Case study of Chiang Mai , Thailand. *APacCHRIE Conference 2016*, (2009).
- Corporation, K. (2017). World Tourism Organization Database, 2017. Retrieved October 7, 2018, from <https://knoema.com/WTODB2017/world-tourism-organization-database-2017?tsId=1139590>
- de Menezes, A. G., Moniz, A., & Vieira, J. C. (2008). The determinants of length of stay of tourists in the Azores. *Tourism Economics*, 14(1), 205–222. <https://doi.org/10.5367/000000008783554866>
- Dj Julius, H. (2017). How to transform creative ideas into creative products: Learning from the success of batik fractal. *International Journal of Business and Globalisation*, 19(2), 183–190. <https://doi.org/10.1504/IJBG.2017.085925>
- George, R. (2003). Tourist's perceptions of safety and security while visiting Cape Town. *Tourism Management*, 24(5), 575–585. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00003-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00003-7)
- Hidayat, A., & Asmara, A. (2017). Creative industry in supporting economy growth in Indonesia : Perspective of regional innovation system Creative industry in supporting economy growth in Indonesia : Perspective of regional innovation system. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science PAPER* (pp. 1–10). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/70/1/012031>
- Kazuzuru, B. (2014). Determinants of Tourist Length of Stay in Tanzania, 5(9).
- Kemenpar. (2017). Siaran Pers Launching 10 Destinasi dengan Branding Baru dan Pameran A New Chapter of WI. Retrieved October 7, 2018, from <http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=16&id=3612>

- Kwang-Ho Lee, Amanda C Alexander, D.-Y. K. (2014). A study of geographical distance groups on length of visitors' stay at local food festival destinations. *Journal of Vacation Marketing*, 20(2), 125–136. <https://doi.org/10.1177/1356766713502484>
- Liang Wang, Davis Ka Chio Fong, Rob Law, B. F. (2017). Length of Stay: Its Determinants and Outcomes. *Journal of Travel Research*, 57(4), 472–482.
- Thrane, C., & Farstad, E. (2012). Tourists' length of stay: The case of international summer visitors to Norway. *Tourism Economics*, 18(5), 1069–1082. <https://doi.org/10.5367/te.2012.0158>

Lampiran 1:
Kuesioner Penelitian

1.	Umur (tahun)	
2.	Gender	a. Laki-laki b. Perempuan
3.	Asal Kota	
4.	Pendidikan terakhir <i>(berikan tanda silang(x) pada jawaban yang sesuai)</i>	a. Tidak tamat SD b. SD/ sederajat
		c. SMP/ sederajat d. SMA/ sederajat
		e. Akademi/ Diploma g. (S1, S2, S3) <i>Lingkari salah satu</i>
5.	Dalam 3 tahun terakhir sudah berapa kali anda mengunjungi Kota Bandung dan sekitarnya?	a. 1-2 kali
		b. 3-4 kali
		c. 5-6 kali
		d. 7-8 kali
		e. 9 / lebih dari 10 kali, sebutkan.....kali
6.	Berapa jumlah rekan wisata anda saat berkunjung ke kota Bandung?	a. Seorang diri
		b. 1 orang
		c. 2 orang
		d. > 2 orang, sebutkan.....orang
7.	Perjalanan yang dilakukan	Dilakukan Mandiri (Tanpa agen perjalanan wisata).....kali (atau sekitar%)
		Dilakukan kelompok (menggunakan agen perjalanan wisata).....kali (atau sekitar%)
8.	Berwisata ke Bandung	Bersamaan dengan tujuan lain (tugas kantor atau bisnis)kali (atau sekitar.....%)
		Khusus datang untuk berwisata.....kali (atau sekitar.....%)
9.	Menggunakan kendaraan	Menggunakan kendaraan umum (bis, kereta, pesawat).....kali (atau sekitar.....%)
		Menggunakan kendaraan pribadi.....kali (atau sekitar.....%)
10.	Pada setiap kunjungan yang dilakukan, rata-rata berapa hari anda menghabiskan waktu di Kota Bandung dan sekitarnya?hari,.....jam

11.	Objek wisata apa saja yang membuat anda tertarik dengan Kota Bandung dan Sekitarnya? (Pilihan dapat dipilih lebih dari satu jawaban)	a. Alam	b. Buatan
		c. Budaya	d. Sejarah
		e. Kuliner	f. Kota
		g. Belanja	h. Religi
12.	Darimana anda mengetahui objek wisata yang ada di Kota Bandung dan sekitarnya?	a. Media sosial	
		b. Media cetak	
		c. Orang yang anda kenal	
		d. Brosur	
		e. Iklan	
13.	Mengacu pada pertanyaan nomor 6 , dalam setiap kunjungan ke Kota Bandung dan sekitarnya, berapa rata-rata objek wisata yang anda kunjungi?	a. 1-4 Objek wisata	
		b. 5-8 objek wisata	
		c. >8 objek wisata, sebutkan.....kali	
14.	Bagaimana menurut anda tentang objek wisata di Kota Bandung dan sekitarnya?	a. Sangat buruk	
		b. Buruk	
		c. Cukup	
		d. Baik	
		e. Sangat baik	
15.	Apa yang menjadi alasan anda untuk menunjungi banyak objek wisata di Kota Bandung dan sekitarnya?		
16.	Berapa total pengeluaran anda saat berkunjung ke Kota Bandung dan sekitarnya? (Pada saat berlibur tanpa agen perjalanan wisata)	Rp.....	Transportasi Rp.....
			Hotel/penginapan Rp.....
			Makan dan minum Rp.....
			Objek wisata Rp.....
			Souvenir dan oleh-oleh Rp.....
17.	Berapa total pengeluaran anda saat berkunjung ke Kota Bandung dan sekitarnya? (Pada saat berlibur menggunakan agen perjalanan wisata)	Rp.....	Transportasi Rp.....
			Hotel/penginapan Rp.....
			Makan dan minum Rp.....
			Objek wisata Rp.....
			Souvenir dan oleh-oleh Rp.....

18.	Faktor keamanan mempengaruhi lama tinggal saya di Kota Bandung.	a. Sangat tidak setuju b. Tidak setuju
		c. Cukup setuju d. Setuju
		e. Sangat setuju
19.	Faktor kenyamanan mempengaruhi lama tinggal saya di Kota Bandung.	a. Sangat tidak setuju b. Tidak setuju
		c. Cukup setuju d. Setuju
		e. Sangat setuju
20.	Faktor kemacetan mempengaruhi lama tinggal saya di Kota Bandung.	a. Sangat tidak setuju b. Tidak setuju
		c. Cukup setuju d. Setuju
		e. Sangat setuju
21.	Faktor cuaca mempengaruhi lama tinggal saya di Kota Bandung.	a. Sangat tidak setuju b. Tidak setuju
		c. Cukup setuju d. Setuju
		e. Sangat setuju
22.	Jarak kota asal saya ke Kota Bandung menjadi pertimbangan untuk datang berwisata.	a. Sangat tidak setuju b. Tidak setuju
		c. Cukup setuju d. Setuju
		e. Sangat setuju

Lampiran 2:
Hasil Regresi Model Penelitian

Dependent Variable: LOG(RRLT)

Method: Least Squares

Date: 07/06/18 Time: 16:48

Sample (adjusted): 1 93

Included observations: 93 after adjustments

LOG(RRLT)=C(1)+C(2)*LOG(TPOK)+C(3)*LOG(JKOW)+C(4)*LOG(JKA)
+C(5)*TKEA+C(6)*TKEN+C(7)*TKEM+C(8)*TCU

	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C(1)	-9.428767	0.834715	-11.29580	0.0000
C(2)	0.791379	0.072829	10.86621	0.0000
C(3)	0.091810	0.058778	1.561963	0.1220
C(4)	-0.055869	0.032372	-1.725832	0.0880
C(5)	0.059759	0.032653	1.830142	0.0707
C(6)	-0.070841	0.036142	-1.960089	0.0533
C(7)	-0.043453	0.027072	-1.605114	0.1122
C(8)	0.010198	0.021067	0.484063	0.6296
R-squared	0.682112	Mean dependent var		0.634207
Adjusted R-squared	0.655933	S.D. dependent var		0.387848
S.E. of regression	0.227501	Akaike info criterion		-0.041230
Sum squared resid	4.399316	Schwarz criterion		0.176628
Log likelihood	9.917216	Hannan-Quinn criter.		0.046734
F-statistic	26.05571	Durbin-Watson stat		1.891302
Prob(F-statistic)	0.000000			