

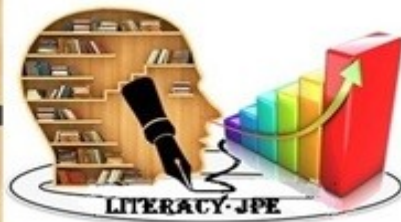
## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT KUNJUNG PADA OBJEK WISATA YANG ADA DIPULAU SARA'A KABUPATEN KEPULAUAN TALAUD**

**Sarci Tehamen, Sri P. Siswanti, Joubert M. Dame  
Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi UNIMA**

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk Pengaruh Kualitas Pelayanan dan dan kepuasan konsumen terhadap minat kunjung pada objek wisata yang ada dipulau Sara'a kabupaten kepulauan Talau. Dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, untuk mengetahui pengaruh Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen. Dengan sampel berjumlah 50. Hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan minat kunjung wisatawan ( $Y$ ). Hal ini ditunjukkan dengan  $t_{hitung}$  sebesar = 4,96. Derajat keabsahannya ( $db = 50 - 2 = 48$ ) pada taraf signifikan 0,05 diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,67. Karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $4,96 > 1,67$ ),  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti ada hubungan yang signifikan dan positif antara kualitas pelayanan terhadap minat kunjung wisatawan. Hasil analisis data menunjukkan bahwa hipotesis kedua yaitu terdapat hubungan antara variable kepuasan konsumen ( $X_2$ ) dengan minat kunjung wisatawan ( $Y$ ). Hal ini ditunjukkan dengan diperoleh diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar = 5,37. Derajat keabsahannya ( $db = 50 - 2 = 48$ ) pada taraf signifikan 0,05 diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,67. Karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $5,37 > 1,67$ ),  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti ada hubungan yang signifikan dan positif antara kepuasan konsumen terhadap minat kunjung wisatawan. Hasil uji simultan (bersama-sama) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kepuasan konsumen ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan dan positif terhadap variable minat kunjung wisatawan ( $Y$ ). Nilai  $F_{hitung}$  yang diperoleh sebesar 114,73 artinya  $F_{hitung} > F_{tabel} = F_{hitung} > F_{tabel} = 114,73 > 3,20$  pada taraf signifikan 0,05 atau 5%. Nilai R square sebesar 0,830 atau 83,0 % yang berarti bahwa hubungan antara variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kepuasan konsumen ( $X_2$ ) dengan minat kunjung wisatawan ( $Y$ ) memiliki hubungan yang kuat. Dalam penelitian ini juga diperoleh persamaan regresi  $Y = 7,24 + 0,58X_1 + 0,39X_2$

***Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan konsumen, Minat Kunjung***

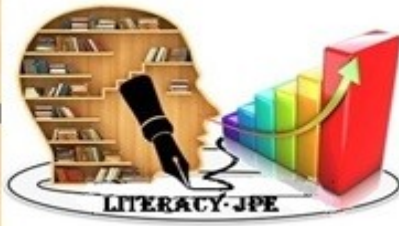


## **LITERACY JOURNAL PENDIDIKAN EKONOMI**

### **ABSTRACT**

This research aims to influence the quality of service and consumer satisfaction on interest in visiting tourist objects on the island of Sara'a, the district of the Talau islands. By using a quantitative research approach, to determine the effect of Service Quality and Consumer Satisfaction. With a sample of 50. The results of data analysis show that there is a relationship between service quality variables (X1) and tourist interest in visiting (Y). This is indicated by  $t_{count} = 4.96$ . The degree of validity ( $db = 50 - 2 = 48$ ) at a significant level of 0.05 obtained a  $t_{table}$  of 1.67. Because the value of  $t_{count}$  is greater than  $t_{table}$  ( $4.96 > 1.67$ ),  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted, which means that there is a significant and positive relationship between service quality and interest in visiting tourists. The results of data analysis indicate that the second hypothesis is that there is a relationship between the variable consumer satisfaction (X2) and the interest of visiting tourists (Y). This is indicated by the obtained  $t_{count} = 5.37$ . The degree of validity ( $db = 50 - 2 = 48$ ) at a significant level of 0.05 obtained a  $t_{table}$  of 1.67. Because the value of  $t_{count}$  is greater than  $t_{table}$  ( $5.37 > 1.67$ ),  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted which means that there is a significant and positive relationship between consumer satisfaction and interest in visiting tourists. The results of the simultaneous test (together) show that service quality (X1) and consumer satisfaction (X2) have a significant and positive effect on the variable of tourist interest in visiting (Y). The  $F_{count}$  value obtained is 114.73 which means  $F_{count} > F_{table} = F_{count} > F_{table} = 114.73 > 3.20$  at a significant level of 0.05 or 5%. The value of R square is 0.830 or 83.0%, which means that the relationship between the service quality variable (X1) and customer satisfaction (X2) and the interest in visiting tourists (Y) has a strong relationship. In this study also obtained the regression equation  $Y = 7.24 + 0.58X_1 + 0.39X_2$

**Keywords:** *Service Quality, Customer Satisfaction, Visiting Interest*



## **PENDAHULUAN**

Minat kunjung-kunjung wisatawan yang ada di tempat wisata masih kurang ini dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kualitas pelayanan dan kepuasan wisatawan yang datang kurang puas dalam pelayanan di tempat wisata. Untuk itu perlu adanya perhatian dari semua pihak. Minat kunjung-kunjung wisatawan yang ada di tempat wisata masih kurang dapat dilihat dari jumlah pengunjung yang datang di tempat wisata pada hari-hari biasa masih sangat kurang, namun pada hari libur pengunjung mulai bertambah. Untuk itu perlu adanya peningkatan dari tempat wisata agar pengunjung yang datang tidak berkurang. Memberikan pelayanan kepada wisatawan dengan sebaik-baiknya adalah salah satu cara yang dapat dilakukan untuk memberikan kepuasan terhadap wisatawan. Seperti yang dinyatakan oleh (Kotler 2000:50), bahwa ada beberapa yang mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu, nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image atau citra, biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Apabila wisatawan sudah merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh suatu daya tarik wisata, maka wisatawan akan datang kembali dan bahkan memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk berkunjung ke daya tarik wisata yang sama. Dari pernyataan di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul "Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap minat kunjung-kunjung pada objek wisata yang ada di pulau Sara'a Kabupaten Kepulauan Talaud"

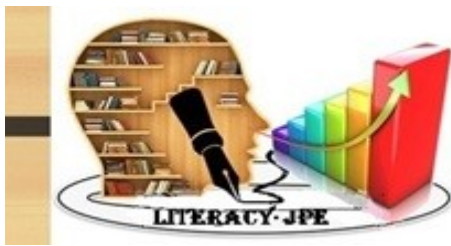
### **Pengertian Kualitas Pelayanan**

Menurut Kotler dan Keller (2009) dalam Anik Nurhanifah (2014:61) kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Sedangkan Tjiptono (2005) dalam Anik Nurhanifah (2014:34) menjelaskan kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

### **Indikator Pelayanan**

Terdapat lima indikator menurut Kotler dan Keller (2009:52) dalam Anik Nurhanifah (2014:61) yang mencirikan kualitas pelayanan yaitu:

- a. Reliabilitas atau keandalan, yakni kemampuan memberikan apa yang telah dijanjikan, secara tepat.
- b. Assurance atau jaminan dan kepastian, mencakup pengetahuan dan sopan santun para pegawai dan kemampuan mereka untuk mengesankan kepercayaan dan keyakinan.
- c. Tangibles atau keberwujudan, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan dan personil.
- d. Empathy, merupakan tingkat kepedulian dan perhatian individual yang diberikan kepada pelanggan.
- e. Responsiveness atau daya tanggap, yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat.



## LITERACY JOURNAL PENDIDIKAN EKONOMI

.Kepuasan konsumen merupakan salah satu unsur utama untuk mempertahankan konsumen yang telah ada, ataupun untuk menarik konsumen baru. Menurut Kotler (2008) kepuasan konsumen adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan

dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kerja produk memenuhi harapan pembeli.

**Pengertian Minat** Untuk mendorong agar konsumen melakukan pembelian terhadap produk perusahaan maka pemasar harus berupaya membangkitkan minat beli yang dalam hal ini dikaitkan sebagai *behavioural intentions*. Menurut Ismail dalam Dhiba dan Ayun (2014:99), minat konsumen (*interest*) dapat didefinisikan sebagai ketertarikan seseorang konsumen terhadap suatu produk/jasa. Menurut Jahja dalam Bachtiar (2016:12), minat ialah suatu dorongan yang mengakibatkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda dan orang. Minat berhubungan dengan aspek kognitif, afektif dan motorik serta merupakan sumber motivasi untuk melakukan apa yang diinginkan.

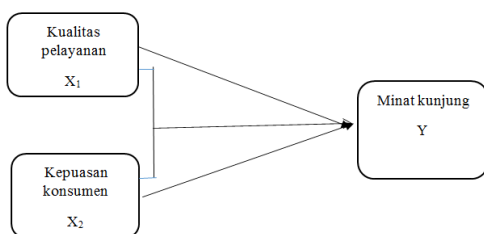
Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjung Pada Objek Wisata Yang Ada Dipulau Sara'a Kabupaten Kepulauan Talaud
2. Untuk mengetahui Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Kunjung Pada Objek Wisata Yang Ada Dipulau Sara'a Kabupaten Kepulauan Talaud
3. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Kunjung Pada Objek Wisata Yang Ada Dipulau Sara'a Kabupaten Kepulauan Talaud

### Kerangka Berpikir

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu, maka kerangka pikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

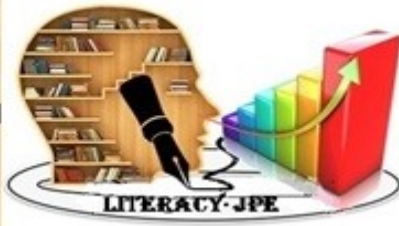
Berdasarkan pemaparan di atas, maka dapat digambarkan model konseptual dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :



Berdasarkan kerangka berpikir di atas, maka dapat digambarkan paradigma penelitian sebagai berikut:

X1 = Kualitas pelayanan  
X2 = Kepuasan konsumen  
Y1 = Minat kunjung

### Hipotesis Penelitian



## **LITERACY JOURNAL PENDIDIKAN EKONOMI**

Menurut Sugiyono hipotesis “ dapat dikatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik”. Berdasarkan rumusan masalah maka dirumuskan sebuah hipotesis yaitu, diduga terdapat Pengaruh kualitas pelayanan Dan Kepuasan konsumen Terhadap minat kunjung. Berdasarkan penelitian yang akan dilakukan, hipotesis yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H<sub>1</sub> : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung

H<sub>2</sub> : Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung

H<sub>3</sub> : Kualitas pelayanan dan Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung.

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode survey pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013:11) pengertian metode survey adalah Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis. Dengan penelitian sebagai berikut:

Pengertian populasi menurut Sugiyono (2010:117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung pulau Sara yang berjumlah 58 pengunjung,

Sampel (Sampel Jenuh/Sensus) Sugiyono (2012:73) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul representative (mewakili). Ukuran sampel merupakan banyaknya sampel yang akan diambil dari suatu populasi. Arikunto (2012:104) jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100 orang, maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya.

Berdasarkan penelitian ini karena jumlah populasinya lebih besar dari 100 orang responden, maka penulis mengambil sebanyak 50 orang responden.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Observasi yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung pada tempat penelitian untuk lebih mengarahkan kepada masalah penelitian yang dimaksud.
- b. Wawancara (Interview) yaitu data penelitian ini diperoleh melalui wawancara langsung dengan guru dan siswa yang ada untuk memperoleh gambaran umum informasi variabel penelitian.
- c. Angket (Kuesioner) yaitu dengan mengajukan pertanyaan secara tertulis kepada siswa, digunakan untuk memperoleh data primer yang berhubungan dengan data variabel penelitian. Adapun daftar pernyataan tersebut adalah 5 yang tersedia. Setiap pilihan jawaban responden diberi skor nilai atau bobot yang disusun secara bertingkat berdasarkan skala Likert Score .



## LITERACY JOURNAL PENDIDIKAN EKONOMI

	(+)
Keterangan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

### PEMBAHASAN

#### Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) Terhadap Minat Kunjung Wisatawan (Y)

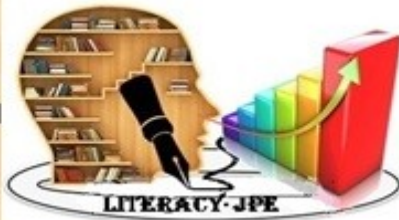
Hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) dan minat kunjung wisatawan (Y). Hal ini ditunjukkan dengan  $t_{hitung}$  sebesar = 4.96. Derajat keabsahannya (db = 50-2 = 48) pada taraf signifikan 0,05 diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,67. Karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  (4.96 > 1,67),  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti ada hubungan yang signifikan dan positif antara kualitas pelayanan terhadap minat kunjung wisatawan

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wayan Widya Suryadharm dan I Ketut Nurcahya (2015) tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Pesona Di Denpasar Timur oleh Wayan Widya Suryadharm dan I Ketut Nurcahya (2015). Hasil penelitian menunjukkan a. Secara simultan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan, yaitu sebesar 0,697. b. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan yaitu bukti fisik = 0,011, kehandalan = 0,030, kehandalan = 0,173, jaminan = 0,188, dan empati = 0,148. Berdasarkan data hasil penelitian di atas, maka terdapat hubungan yang positif antara kualitas pelayanan terhadap minat kunjung wisatawan

#### Kepuasan Konsumen (X<sub>2</sub>) Terhadap Minat Kunjung Wisatawan (Y)

Hasil analisis data menunjukkan bahwa hipotesis kedua yaitu terdapat hubungan antara variabel kepuasan konsumen (X<sub>2</sub>) dengan minat kunjung wisatawan (Y). Hal ini ditunjukkan dengan diperoleh diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar = 5,37. Derajat keabsahannya (db = 50-2 = 48) pada taraf signifikan 0,05 diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,67. Karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  (5,37 > 1,67),  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti ada hubungan yang signifikan dan positif antara kepuasan konsumen terhadap minat kunjung wisatawan.

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Dedy Hariyanto dan Nindria Untarini (2014) tentang Pengaruh Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel JW



Marriot Surabaya oleh Dedy Hariyanto dan Nindria Untarini(2014). Hasil penelitian menunjukkan. Secara simultan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yaitu sebesar 0,570.b. Secara parsial dari 5 variabel bebas ada 4 yang signifikan terhadapkepuasan pelanggan yaitu tangible, reliability,responsiveness, dan assurance sedangkan empathy tidak memiliki pengaruh. Berdasarkan data hasil penelitian diatas,maka terdapat hubungan yang positif antara Kepuasan konsumen terhadap minat kunjung wisatawan

### **Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) Kepuasan Konsumen ( $X_2$ ) Terhadap Minat Kunjung Wisatawan ( $Y$ )**

Hasil uji simultan (bersama-sama ) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kepuasan konsumen ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan dan positif terhadap variable minat kunjung wisatawan ( $Y$ ). Nilai  $F_{hitung}$  yang diperoleh sebesar 114,73 artinya  $F_{hitung} > F_{tabel} = F_{hitung} > F_{tabel} = 114,73 > 3,20$  pada taraf signifikan 0,05 atau 5%. Nilai R square sebesar 0.830atau 83,0 % yang berarti bahwa hubungan antara varaibel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kepuasan konsumen ( $X_2$ ) dengan minat kunjung wisatawan ( $Y$ ) memiliki hubungan yang kuat. Dalam penelitian ini juga diperoleh persamaan regresi  $Y = 7,24 + 0,58X_1 + 0,39X_2$

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Penelitian yang berjudul ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Kunjung Pada Objek Wisata Yang Ada Dipulau Sara’a Kabupaten Kepulauan Talaud.’ Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dapat dibuat kesimpulan dan saran dari penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan ( $X_1$ ) memiliki pengaruh positif atau signifikan terhadap minat kunjung wisatawan ( $Y$ ). Dengan demikian, hipotesis awal diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen ( $X_2$ ) memiliki pengaruh positif atau signifikan terhadap minat kunjung wisatawan ( $Y$ ). Dengan demikian, hipotesis kedua diterima Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kepuasan konsumen ( $X_2$ ) memiliki pengaruh positif atau signifikan secara bersama sama terhadap minat kunjung wisatawan (  $Y$ ). Dengan demikian, hipotesis terakhir diterima.

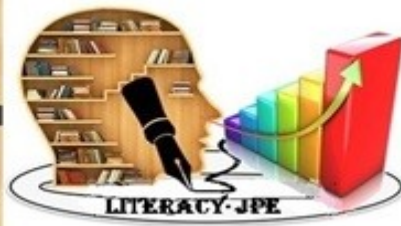
### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

a. Bagi tempat wisata

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa masih terdapat konsumen yang mengeluhkan kualitas pelayanan yang ditetapkan tempat wisata belum sesuai dengan standar kualitas pelayanan. Oleh karena itu, tempat wisata sebaiknya tetap memperhatikan kualitas pelayanan yang ditetapkan. kualitas pelayanan yang baik dan menjadi salah satu hal yang dapat menarik perhatian wisatawan. Tempat wisata harus benar-benar tepat dalam menetapkan kualitas pelayanan dengan diimbangi kualitas makanan dan minuman yang baik. Hal ini dilakukan agar dapat menciptakan kepuasan konsumen.

b. Bagi Peneliti



## LITERACY JOURNAL PENDIDIKAN EKONOMI

untuk peneliti yang akan melakukan penelitian sejenis sebaiknya meneliti pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara lebih mendalam. Selain itu, peneliti selanjutnya sebaiknya juga menambahkan variabel lain yang belum tercantum dalam penelitian ini karena masih terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti lokasi, promosi, dan lain-lain sehingga diperoleh model statistik yang baik.

### DAFTAR PUSTAKA

- Anik Nurhanifah dan Sutopo. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen*. Volume.3.No.4
- Kotler, Philip. 2005. Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Supranto, J. 2004. Analisis Multivariat: Arti dan Interpretasi, Jakarta, PT. Rineka Cipta
- Bachtiar. (2011). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa dalam Memilih Politeknik Sawunggalih. *Aji Purworejo. Dinamika Sosial Ekonomi* Vol 7 No. 1.
- Fandy, Tjiptono. 2004. Manajemen Jasa, Edisi Pertama, Yogyakarta, Andi Offset.
- Bachtiar, M. Latief. 2016. Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Pantai Kabupaten Gunung Kidul. Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Program Studi Manajemen. Universitas Negeri Yogyakarta
- Aprilianti, D. (2017). Penilaian Potensi Objek Wisata Air Terjun Puteri Malu Kampung Jukuh Batu Kecamatan Banjit Kabupaten. Skripsi. Program Studi Pendidikan Geografi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung 2017, 2017.
- Sugiyono. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta. 76
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Administratif. Bandung: Alfabeta. Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Administratif. Bandung: Alfabeta.
- Sudjana, Nana. 2004. Dasar-dasar Proses Belajar Mengajar. Bandung : Sinar Baru Algensido Offset.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Usman, Husaini. 2003. Metodologi Penelitian Sosial. Jakarta: Bumi Aksara
- Guilford, J.P. 1956. Fundamental Statistics in Psychology and Education. 3rd ed. Tokyo: Mc. Graw-Hill Kogakusha Company.Ltd
- Arikunto, S. 2002. Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arikunto, S. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Akon & Riduwan. (2010). Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika, Cetakan 2, Alfabeta.





## **LITERACY JOURNAL PENDIDIKAN EKONOMI**

Ibnu Widiyanto Sopyan. 2015. Antesenden Minat Berkunjung Ulang (Studi Pada Cagar Budaya Bedung Lawang Sewu Semarang). Diponogoro Journal Of Management, Vol 4 No 2.

Dhiba, Ich Diana Sarah dan Ayun Maduwinarti. 2014. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Pengunjung Pada Objek Wisata Museum Kesehatan dr.Adhyatma, MPH Surabaya. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen.

Vol. 1. 2.

Anastasia Wulandari, 2012, Pengembangan Motorik Kasar Melalui Permainan Tradisional Gobak Sodor di TK Pertiwi , Karanganyar.

Kotler, Philip (2000). Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta : Prenhalindo.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2003. Dasar-dasar Pemasaran. Edisi Kesembilan. Jakarta : Indeks.