



Persepsi Pengunjung tentang Daya Tarik Wisata Bukit Tambun

Elwa Fanizar^{1*}, Lise Asnur² 

^{1,2} Program Studi D4 Manajemen Perhotelan, Jurusan Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received August 18, 2021

Revised August 29, 2021

Accepted January 14, 2022

Available online April 25, 2022

Kata Kunci:

Persepsi Pengunjung, Daya Tarik Wisata

Keywords:

Visitor Perception, Tourist Attraction



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2022 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

ABSTRAK

Akses menuju ke daya tarik wisata Bukit Tambun yang masih belum bagus dan aman untuk dilalui, masih kurang terawatnya toilet, tidak adanya tempat makan yang representatif, jarak Bank/ATM *Link* yang jauh dari daya tarik wisata Bukit Tambun, dan sedikitnya atraksi daya tarik wisata Bukit Tambun. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan teknik penyebaran kuesioner dengan skala *likert*. Populasi pada penelitian ini adalah pengunjung yang berkunjung ke daya tarik wisata Bukit Tambun. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* metode *incidental sampling* dengan rumus *Lemeshow* dengan 96 responden. Hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa persepsi pengunjung daya tarik wisata Bukit Tambun menunjukkan persentase cukup baik sebanyak 51,06% dengan rentang skor ≥ 80 - <100 . Berdasarkan indikator atraksi dapat dikategorikan baik dengan persentase 50% yang berada pada rentang skor ≥ 20 - <24 . (2) Berdasarkan aksesibilitas dapat dikategorikan buruk dengan persentase 31,25% yang berada pada rentan skor $\geq 16,05$ - $< 21,35$. Berdasarkan indikator *Amenities* dapat dikategorikan cukup baik dengan persentase 40,63% yang berada pada rentan skor ≥ 32 - <40 . (4) Berdasarkan indikator *ancillary service* dapat dikategorikan cukup baik dengan persentase 39,6% yang berada pada rentan skor $\geq 10,67$ - $<13,33$.

ABSTRACT

Access to the Bukit Tambun tourist attraction which is still not good and safe to pass, the toilets are still poorly maintained, there is no representative eating place, the distance from the bank/ATM link is far from the Bukit Tambun tourist attraction, and at least the hill tourist attraction. Fat. This type of research is descriptive with a quantitative approach, data collection using a questionnaire distribution technique with a Likert scale. The population in this study were visitors who visited the Bukit Tambun Tourist Attraction. The sampling technique used was non-probability sampling, incidental sampling method with the Lemeshow formula, which consisted of 96 respondents. The results of the research that has been done that the perception of visitors to the Bukit Tambun Tourist Attraction shows a fairly good percentage of 51.06% with a score range of 80 - <100 . Based on the Attraction indicator, it can be categorized well with a percentage of 50% which is in the score range of 20 - <24 . (2) Based on accessibility, it can be categorized as bad with a percentage of 31.25% which is in the vulnerable score 16.05 - < 21.35 . Based on the Amenities indicator, it can be categorized as quite good with a percentage of 40.63% which is in the vulnerable score 32 - <40 . (4) Based on the Ancillary service indicator, it can be categorized as quite good with a percentage of 39.6% which is in the vulnerable score 10.67 - <13.33 .

1. PENDAHULUAN

Pariwisata dipandang sebagai salah satu sektor industri yang banyak berdampak terhadap perekonomian Indonesia. Pariwisata adalah perjalanan untuk mencari kenikmatan sesaat yang dapat bersumber dari keindahan alam, ciri khas budaya, makanan dan minuman, hewan langka dan sebagainya (Antara & Yogantari, 2018; Saifuddin & Qomarun, 2020). Indonesia yang kaya akan berbagai potensi alam yang belum tergal di berbagai daerah yang dapat dijadikan daya tarik wisata (Apriyanto, 2019; Kristiawan,

*Corresponding author.

E-mail addresses: elwa22fanizar@gmail.com (Elwa Fanizar)

2021). Melimpahnya kekayaan alam Indonesia berupa keadaan alam flora dan fauna yang sangat banyak memberikan daya tarik tersendiri bagi wisatawan (Kristiawan, 2021). Daerah yang sangat mempunyai daya tarik wisata yang cukup banyak untuk tujuan daerah wisata adalah Provinsi Sumatera Barat. Hampir semua daerah di Provinsi Sumatera Barat yang memiliki daya tarik wisata alamnya sendiri. Salah satu daerah di Sumatera Barat yang memiliki keindahan alam yang menarik adalah Kabupaten Dharmasraya. Salah satu daya tarik wisata di Kabupaten Dharmasraya adalah Bukit Tambun yang terletak di Nagari Gunung Selasih.

Bukit Tambun merupakan daya tarik wisata alam yang dirintis pada tahun 2017 yang masih tergolong daya tarik wisata baru. Bukit Tambun terletak 3 km² dari luas jalan lintas Sumatera kilometer 2 di Nagari Gunung Selasih, Kecamatan Pulau Punjung, Kabupaten Dharmasraya. Bukit Tambun dikelola oleh kelompok sadar wisata (pokdarwis) setempat dan diawasi oleh Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Dharmasraya. Bukit Tambun bukan hanya sebagai lokasi area perlombaan paralyang namun di sana juga daya tarik wisata adalah segala sesuatu di suatu daerah yang memiliki keunikan dan nilai pada keanekaragaman alam, budaya, dan buatan manusia yang dapat menarik wisatawan. Berdasarkan hasil observasi pada tanggal 24 Februari 2021 dan beberapa ulasan pengunjung sebagai berikut. 1. Pengunjung mengatakan bahwa akses jalan menuju Bukit Tambun banyak yang rusak dan longsor; 2. Kondisi toilet tidak memadai dari toilet yang tidak terurus dan kotor; 3. Jarangnya warung yang buka setiap hari; 4. Jauh nya ATM/BRI Link dari tempat wisata.

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang mempunyai daya tarik, keunikan, dan nilai yang tinggi yang menjadi tujuan pengunjung datang ke suatu daerah tertentu (Baharuddin et al., 2017; Sadana, 2016). Setiap daya tarik wisata mempunyai keunikan dan keunggulan masing-masing yang mampu menarik wisatawan untuk berkunjung (Hadi, 2019; Septiana, 2018). Daya tarik wisata terdiri dari kerangka pengembangan destinasi pariwisata komponen utamanya meliputi daya tarik wisata yaitu *Attraction* (atraksi), *Accessibilities* (aksesibilitas), *Amenities* (amenities), dan *Ancillary service* (fasilitas pendukung) (Hadi, 2019; Handayani et al., 2019). Dalam pengembangan sebuah daya tarik wisata dibutuhkan persepsi pengunjung yang berkunjung sebagai informasi bagi pengelola daya tarik wisata. Persepsi adalah proses psikologis yang dialami oleh setiap orang di dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat pendengaran, penglihatan, penghayatan, perasaan, maupun penciuman (Baiquni et al., 2018; Sadana, 2016). Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini penting dilaksanakan untuk mengetahui penerapan daya tarik wisata komponen 4A di wisata Bukit Tambun yang terlihat masih kurangnya perhatian pengurus terhadap daya tarik wisata di wisata tersebut. Jika kondisinya dibiarkan dalam jangka yang lama, maka pengunjung tidak akan merasakan kenyamanan dan kepuasan dalam berwisata, sehingga pengunjung akan enggan untuk datang lagi ke Bukit Tambun. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi pengunjung daya tarik wisata Bukit Tambun di Kabupaten Dharmasraya. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat meningkatkan kunjungan pengunjung di Bukit Tambun Kabupaten Dharmasraya.

2. METODE

Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini keseluruhan pengunjung yang berkunjung ke Bukit Tambun, yang jumlahnya tidak diketahui. Pengambilan sampel menggunakan jenis teknik *non probability sampling* metode *accidental sampling* yaitu menentukan pengunjung yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel dan kebetulan yang ditemui itu cocok sebagai sumber data. Untuk menentukan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus Lemeshow yaitu rumus untuk menentukan jumlah sampel yang tidak diketahui jumlah populasinya. Jumlah sampel 96 orang responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran angket atau kuesioner yang tersusun menggunakan skala *likert*. Uji coba instrumen yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan bantuan SPSS 20.00.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan data yang didapatkan dari hasil penelitian kepada 96 responden di Daya Tarik Bukit Tambun berupa kuesioner yang disusun dalam bentuk pernyataan yang telah dilakukan uji validitas dan uji realibilitas. Jumlah pernyataan yang diberikan kepada responden adalah sebanyak 30 pernyataan. Berikut ini hasil dari pengolahan data menggunakan SPSS 20.00 mengenai Persepsi Pengunjung Tentang Daya Tarik Wisata Bukit Tambun Kabupaten Dharmasraya dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Deskripsi Variabel Persepsi Pengunjung tentang Daya Tarik Wisata Bukit Tambun di Kabupaten Dharmasraya

Kategori	Kelas Interval	Frekuensi	%
Sangat Baik	≥120	8	8,33
Baik	≥ 100 - < 120	20	20,83
Cukup Baik	≥ 80 - <100	49	51,06
Buruk	≥ 60 - < 80	17	17,70
Sangat Buruk	< 60	2	2,08
Jumlah		96	100

Berdasarkan [Tabel 1](#) menunjukkan bahwa dari 96 responden untuk variabel persepsi pengunjung tentang daya tarik wisata Bukit tambun dapat dikelompokan sebagai berikut. 8,33% menunjukkan kategori sangat baik, 20,83% menunjukkan ketegori baik, 51,06 % menunjukkan ketegori cukup baik, 17,70% menunjukkan ketegori buruk, dan 2,08% menunjukkan ketegori sangat buruk. Dengan demikian, berdasarkan perhitungan statistik variabel persepsi pengunjung tentang daya tarik wisata Bukit Tambun berada pada klasifikasi skor ≥ 80 - <100 menunjukkan ketegori cukup baik dengan persentase 51,06%. Selanjutnya, persepsi pengunjung tentang daya tarik wisata akan diklasifikasikan per indikator. Pertama indikator atraksi, deskripsi data indikator Atraksi setelah dilakukannya evaluasi hasil penelitian seperti [Tabel 2](#).

Tabel 2. Deskripsi Atraksi

Kategori	Kelas Interval	Frekuensi	%
Sangat Baik	≥ 24	32	33,33
Baik	≥ 20 - <24	48	50
Cukup Baik	≥ 16 - <20	8	8,33
Buruk	≥12 - <16	6	6,25
Sangat Buruk	<12	2	2,08
Jumlah		96	100

Berdasarkan [Tabel 2](#) dapat dijelaskan bahwa dari 96 responden untuk indikator atraksi dapat dikelompokan sebagai berikut: kategori sangat baik menunjukan persentase sebanyak 33,33%, ketegori baik 50%, ketegori cukup baik menunjukan sebanyak 8,33%, ketegori buruk menunjukan sebanyak 6,25% dan ketegori sangat buruk menunjukan 2,08%. Sehingga dari perhitungan statistic tentang indikator atraksi baerada pada klasifikasi skor ≥ 20 - <24 menunjukan ketegori baik dengan presentase 50%. Kedua indikaor aksesibilitas, deskripsi data indikator Aksesibilitas setelah dilakukannya evaluasi hasil penelitian seperti [Tabel 3](#).

Tabel 3. Deskripsi Aksesibilitas

Kategori	Kelas Interval	Frekuensi	%
Sangat Baik	≥31,95	9	9,38
Baik	≥ 26,65- < 31,95	22	22,92
Cukup Baik	≥ 21,35 - <26,65	27	28,12
Buruk	≥ 16,05 - < 21,35	30	31,25
Sangat Buruk	< 16,05	8	8,33
Jumlah		96	100

Berdasarkan [Tabel 3](#) dapat dijelaskan bahwa dari 96 responden untuk indikator aksesibilitas dapat dikelompokkan menjadi kategori sangat baik menunjukan persentase sebanyak 9,38%, kategori baik menunjukan persentase sebanyak 22,92%, kategori cukup baik menunjukkan sebanyak 28,12%, ketegori buruk menunjukkan presentase 31,25, dan kategori sangat buruk menunjukkan 8,33%. Dari perhitungan statistic tentang indikator aksesibilitas berada pada klasifikasi skor ≥ 16,05 - <21,35 menunjukkan kategori buruk dengan persentase 31,25%. Ketiga indikator amenities, deskripsi data indikator amenites setelah dilakukannya evaluasi hasil penelitian seperti [Tabel 4](#).

Tabel 4. Deskripsi Indikator Amenities

Kategori	Kelas Interval	Frekuensi	%
Sangat Baik	≥ 48	9	9,38
Baik	$\geq 40 - < 48$	14	14,58
Cukup Baik	$\geq 32 - < 40$	39	40,63
Buruk	$\geq 24 - < 32$	26	27,08
Sangat Buruk	< 24	8	8,33
Jumlah		96	100

Berdasarkan Tabel 4 dapat dijelaskan bahwa dari 96 responden untuk indikator amenities dapat dikelompokkan menjadi kategori sangat baik menunjukkan persentase sebanyak 9,3%, kategori baik menunjukkan persentase sebanyak 14,58%, kategori cukup baik menunjukkan sebanyak 40,63%, kategori buruk menunjukkan sebanyak 27,08 dan kategori sangat buruk menunjukkan 8,33%. Dengan demikian, dari perhitungan statistic tentang indikator amenities berada pada klasifikasi skor $\geq 32 - < 40$ menunjukkan kategori cukup dengan persentase 40,63%. Keempat indikator *ancillary service*, deskripsi data indikator *ancillary service* setelah dilakukannya evaluasi hasil penelitian seperti Tabel 5.

Tabel 5. Deskripsi Indikator Ancillary Service

Kategori	Kelas Interval	Frekuensi	%
Sangat Baik	$\geq 15,99$	12	12,5
Baik	$\geq 13,33 - < 15,99$	11	11,45
Cukup Baik	$\geq 10,67 - < 13,33$	38	39,6
Buruk	$\geq 8,01 - < 10,67$	23	23,95
Sangat Buruk	$< 8,01$	12	12,5
Jumlah		96	100

Berdasarkan Tabel 5 dapat dijelaskan bahwa dari 96 responden untuk indikator *ancillary service* dapat dikelompokkan menjadi kategori sangat baik menunjukkan persentase sebanyak 12,5%, kategori baik menunjukkan persentase sebanyak 11,45 %, kategori cukup baik menunjukkan persentase sebanyak 39,6%, kategori buruk menunjukkan persentase sebanyak 23,95%, dan kategori sangat buruk menunjukkan 12,5%. Dari perhitungan statistic tentang indikator *ancillary service* berada pada klasifikasi skor $\geq 10,67 - < 13,33$ menunjukkan kategori cukup baik dengan persentase 39,6%.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat dijelaskan bahwa persepsi pengunjung tentang daya tarik wisata Bukit Tambun di Kabupaten Dharmasraya sebagai berikut. Hasil analisa data di atas mengenai persepsi pengunjung tentang daya tarik wisata Bukit Tambun dapat dijelaskan bahwa hasil dari penyebaran kuesioner dengan 30 pertanyaan yang dibagikan 96 responden dapat dikategorikan cukup baik dengan persentase 51,06% berada pada rentang skor $\geq 80 - < 100$. Berdasarkan hasil data diatas dapat kita lihat bahwa daya tarik wisata Bukit Tambun di kabupaten Dharmasraya sudah cukup baik atau sudah cukup memenuhi harapan wisatawan. Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi lokasi tujuan kunjungan wisatawan (Hermawan, 2017; Rifan, 2018; Sadana, 2016).

Persepsi pengunjung tentang daya tarik wisata Bukit Tambun yang ditinjau dari indikator *Attraction, Accessibilities, Amenities dan Ancillary service*. Pertama, persepsi pengunjung tentang daya tarik wisata Bukit Tambun di Kabupaten Dharmasraya yang ditinjau dari indikator atraksi yang menunjukkan kategorikan baik dengan interpretasi 50% yang berada pada rentang skor $\geq 20 - < 24$. Ini berarti bahwa persepsi pengunjung sudah memberikan pandangan yang baik sesuai dengan harapan pengunjung yang berkunjung. Atraksi adalah produk utama dari suatu destinasi yang dapat menarik minat wisatawan yang berkunjung. Kedua, persepsi pengunjung tentang daya tarik wisata Bukit Tambun di Kabupaten Dharmasraya yang ditinjau dari indikator aksesibilitas dikategorikan buruk dengan persentase 31,25% yang berada pada rentang skor $\geq 16,05 - < 21,35$. Ini berarti bahwa persepsi pengunjung tentang aksesibilitas di daya tarik wisata Bukit Tambun buruk, sehingga belum memenuhi harapan pengunjung yang berkunjung. Aksesibilitas mencakup semua fasilitas yang memudahkan wisatawan untuk mencapai suatu tujuan dan tujuan wisata terkait (Baharuddin et al., 2017; Kartika & Fajri, 2017; Wiradiputra & Brahmanto, 2016). Dengan adanya aksesibilitas yang baik dan memadai pada sebuah daya tarik wisata dapat memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk menjangkau daya tarik wisata tersebut (Kristiawan,

2021; Kusmalinda et al., 2019). Aksesibilitas merupakan hal penting bagi pengunjung selama perjalanan menuju tempat wisata, sehingga aksesibilitas di daya tarik wisata Bukit Tambun perlu lebih diperhatikan oleh pihak pengelola daya tarik wisata agar pengunjung merasa aman dan nyaman jika aksesibilitas dirawat dan diperbaiki.

Ketiga, persepsi pengunjung tentang daya tarik wisata Bukit Tambun di Kabupaten Dharmasraya yang ditinjau dari indikator *amenities* dapat dikategorikan cukup baik dengan persentase 40,63% yang berada pada rentang skor ≥ 32 - <40 . *Amenity* adalah fasilitas dasar yang dapat digunakan dalam suatu destinasi wisata dan bertujuan untuk memberikan kenyamanan kepada wisatawan. Teori tersebut menunjukkan bahwa fasilitas merupakan salah satu hal penting bagi wisatawan berkunjung untuk memberikan rasa nyaman pada saat berada di daerah wisata tersebut. Keempat, persepsi pengunjung tentang daya tarik wisata Bukit Tambun yang ditinjau dari indikator *Ancillary Service* menunjukkan kategori cukup baik dengan persentase penilaian responden 39,6% yang berada pada rentang skor $\geq 10,67$ - $<13,33$. Ini berarti bahwa persepsi pengunjung sudah memberikan pandangan yang cukup baik sesuai dengan harapan pengunjung yang berkunjung. *Ancillary* (pelayanan tambahan) adalah pelayanan pendukung yang harus disediakan oleh pemda dari suatu daerah tujuan wisata baik untuk wisatawan maupun untuk pelaku pariwisata (Antara & Yogantari, 2018; Rif'an, 2018). Keberadaan lembaga pariwisata (penunjang) yang mengelola segala fasilitas serta mengembangkan daya tarik wisata dapat memberikan rasa aman (terlindungi) bagi wisatawan yang berkunjung. Selain itu, kenyamanan suatu daya tarik wisata juga bergantung pada kebijakan dan manajemen lembaga setempat.

4. KESIMPULAN

Persepsi pengunjung tentang daya tarik wisata Bukit Tambun di Kabupaten Dharmasraya dapat dikategorikan cukup baik. Indikator atraksi dominan menunjukkan kategori baik. Indikator aksesibilitas dominan menunjukkan kategori buruk. Indikator *amenities* dominan menunjukkan kategori cukup baik. Indikator *ancillary service* dominan menunjukkan kategori cukup baik.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Antara, M., & Yogantari, M. V. (2018). Keragaman Budaya Indonesia Sumber Inovasi Industri Kreatif. *Senada*, 1, 292-301.
- Apriyanto, A. (2019). Pengaruh Perceived Quality Website terhadap Minat Berkunjung ke Taman Wisata Matahari. *Jurnal Industri Pariwisata*, 1(2), 148-169. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v1i2.24>.
- Baharuddin, A., Kasmita, M., & Salam, R. (2017). Analisis Kepuasan Wisatawan terhadap Daya Tarik Wisata Malioboro Kota Yogyakarta. *Jurnal Ad'ministrare*, 3(2), 107. <https://doi.org/10.26858/ja.v3i2.2571>.
- Baiquni, M., Harmayani, E., & Widyaningsih, Y. A. (2018). Potensi Makanan Tradisional Kue Kolombeng sebagai Daya Tarik Wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Home Economics Journal*, 2(2), 40-47. <https://doi.org/10.21831/hej.v2i2.23291>.
- Hadi, W. (2019). Menggali Potensi Kampung Wisata di Kota Yogyakarta sebagai Daya Tarik Wisatawan. *Journal of Tourism and Economic*, 2(2), 129-139. <https://doi.org/10.36594/jtec.v2i2.39>.
- Handayani, S., Wahyudin, N., & Khairiyansyah, K. (2019). Fasilitas, Aksesibilitas dan Daya Tarik Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20(2), 123-133. <https://doi.org/10.30596%2Fjimb.v20i2.3228>.
- Hermawan, H. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, dan Sarana Wisata terhadap Kepuasan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Wisatawan: Studi Community Based Tourism di Gunung Api Purba Nglanggeran. *Media Wisata*, 15(1). <https://doi.org/10.36276/mws.v15i1.57>.
- Kartika, T., & Fajri, K. (2017). Pengembangan Wisata Heritage sebagai Daya Tarik Kota Cimahi. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 14(2), 35-46. <https://doi.org/10.17509/jurel.v14i2.9102>.
- Kristiawan, A. P. (2021). Pengembangan Wisata Berbasis Cagar Budaya di Kompleks Percandian Penataran Kabupaten Blitar. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 3(2), 67-76. <https://doi.org/10.37253/altasia.v2i2.4964>.
- Kusmalinda, K., Shazwani, A. C., & Medtry, M. (2019). Pengoptimalan Jalur Pejalan Kaki dari Stasiun Ampera ke Kawasan Wisata Ampera di Kota Palembang. *Jurnal Iptek*, 3(2), 220-231. <https://45.76.189.231/index.php/jii/article/view/152>.
- Rif'an, A. A. (2018). Daya Tarik Wisata Pantai Wediombo sebagai Alternatif Wisata Bahari di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Geografi*, 10(1), 63-73. <https://doi.org/10.24114/jg.v10i1.7955>.
- Sadana, A. S. (2016). Peran Citra Visual terhadap Daya Tarik Kawasan Wisata Malioboro. *Temu Ilmiah IPLBI*, 2, 1-6.

- Saifuddin, M. N., & Qomarun, Q. (2020). Pengaruh Kondisi Jalur Pedestrian dan Street Furniture di Jalan Malioboro terhadap Kenyamanan Ruang Publik. *Sinektika: Jurnal Arsitektur*, 16(1), 6–11. <https://doi.org/10.23917/sinektika.v16i1.10466>.
- Septiana, A. D. (2018). Pesona Malioboro sebagai Daya Tarik Wisata Andalan di Yogyakarta. *Domestic Case Study*, 1–8. <https://doi.org/10.31219/osf.io/nct43>.
- Wiradiputra, F. A., & Brahmanto, E. (2016). Analisis Persepsi Wisatawan Mengenai Penurunan Kualitas Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung. *Jurnal Pariwisata*, 3(2), 129–137. <https://doi.org/10.31294/par.v3i2.1561>.