

SERVICE QUALITY STRATEGY ON TOURIST VISITING DECISIONS AT JIWA BARUJAYA TEMPLE

STRATEGI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI CANDI JIWA BARUJAYA

Siti Fatimah¹⁾, Solehudin²⁾, Nelly Martini³⁾

Fakultas ekonomi, Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia
siti.fatimah@staff.unsika.ac.id

Abstract

Tourism is a driving in accelerating and developing regional economies.. The purpose of this study was to determine whether the parties involved in realizing the decision to visit tourist through tourism services. This research is quantitative research conducted using descriptive and inferential approaches and data collection techniques are carried out through observation, interviews, and recording literatur to managers and tourists in the tourist attraction of the new soul temple. The results of testing the service quality coefficient and the decision to visit show the value of t count > t table (7.474>1.661), so Ho is rejected, indicating that there is a significant influence between service quality and the decision to visit tourists in the new soul temple thus the hypothesis is answered from the research on the effect of service quality on the decision to visit tourists at thethe new soul temple. Management of tourist objects requires efforts to improve tourism facilities and infrastructure, accessibility, and facilities found in these attraction, so that tourists feel comfortable, considering that tourists are a sources of community income.

Keywords : *service quality;decisions visiting*

Abstrak

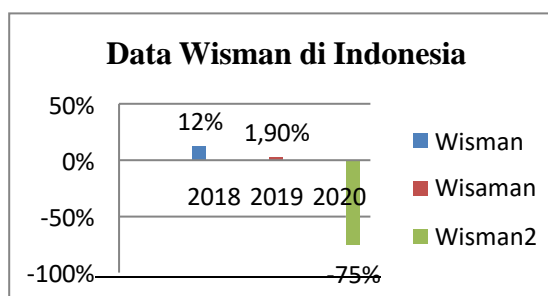
Pariwisata merupakan pendorong dalam dalam mempercepat serta membangun perekonomian daerah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah para pihak terkait dalam mewujudkan keputusan berkunjung wisatawan melalui pelayanan wisata. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan deskriptif dan inferensial serta teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan pencatatan literatur kepada pengelola serta wisatawan di objek wisata candi jiwa barujaya. Hasil pengujian koefisien kualitas pelayanan dan keputusan berkunjung menunjukkan nilai t hitung > t tabel (7.474 > 1,661) maka Ho ditolak menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas

pelayanan dengan keputusan wisatawan dalam mengunjungi Candi Jiwa Barujaya. Dengan demikian terjawab hipotesis dari penelitian pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Candi Jiwa Barujaya. Pengelola objek wisata memerlukan upaya peningkatan sarana dan prasarana wisata, aksesibilitas serta fasilitas yang terdapat pada objek wisata tersebut, agar para wisatawan merasa nyaman, mengingat wisatawan merupakan salah satu sumber pendapatan masyarakat.

Kata Kunci : kualitas pelayanan; keputusan berkunjung

I. PENDAHULUAN

Pariwisata internasional tahun 2020 sampai 2021 mengalami kemunduran, dikarenakan dunia mengalami wabah covid 19, dan pada tahun ini sekarang kita dapat bekerja sama untuk pulih dari pandemi covid-19, sumber: (republika.co.id). Pariwisata Indonesia saat ini mengalami kemunduran selama 1,5 tahun, kemunduran tersebut disebabkan penurunan kunjungan wisatawan mancanegara, hal ini bisa dilihat dari Gambar 1.1.



Sumber : Badan Pusat Statistik, 2021

Dimana dari grafik di atas diketahui bahwa banyaknya turis asing yang melakukan kunjungan terhadap negara Indonesia di tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 12 %, peningkatan tersebut dikarenakan strategi promosi kementerian pariwisata yang terus digencarkan. sumber: (phenemo.com). akan tetapi, pada tahun 2019 mengalami penurunan sebesar 1,9 %, penurunan tersebut disebabkan faktor musiman yang juga terjadi di tahun tahun sebelumnya. Sumber : (ekonomi.bisnis.com). serta pada tahun 2020 turun sebesar -75 % dikarenakan wabah covid-19 yang menyebar ke belahan dunia. Sumber : (Badan Pusat Statistik, 2021)

Perekonomian dunia terpukul, terutama sektor industri jasa khususnya hotel dan pariwisata merupakan pembangunan ekonomi menjadi sektor utama yang merasakan keterpurukan kala covid 19 menyerang, sinergi antara hotel dan pariwisata tidak dapat dipisahkan, akibatnya keduanya mengalami kerugian saat salah satunya merugi. Sumber : (ekbis.sindonews.com).

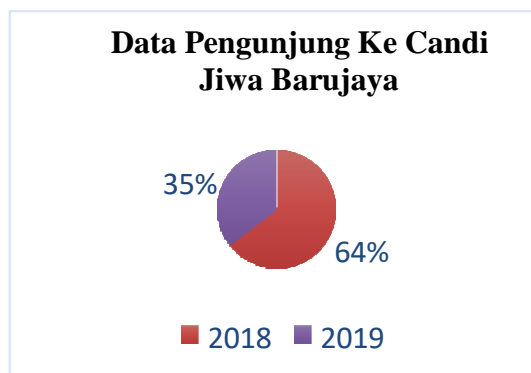
Menurut Buchari Alma, (2018), industri pariwisata ialah kumpulan perusahaan maupun organisasi baik secara langsung maupun tidak langsung

saling berhubungan dalam membangun, dan mengembangkan produk dan jasa yang diinginkan para turis luar maupun dalam pada khususnya, seperti *travel agent*, transportasi, hotel, akomodasi, serta atraksi wisata.

Industri pariwisata termasuk salah satu industri jasa, Jasa menurut Djaslim Saladin, Didin F, dan Anang F, (2019) ialah manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Sedangkan menurut Didin F dan Anang F, (2019), produk jasa adalah manfaat yang ditawarkan atau jasa yang dibeli oleh konsumen baik untuk konsumsi pribadi maupun bersama-sama. Adapun Kualitas pelayanan menurut Gronroos, Didin F, & Anang F, (2019) merupakan persepsi pelanggan yang terdiri dari dua dimensi utama, dimensi pertama kualitas teknis berkaitan dengan kualitas *output* layanan yang dirasakan oleh pelanggan, dan dimensi kedua kualitas fungsional terkait dengan kualitas penyampaian layanan dan output penyedia layanan kepada pelanggan.

perilaku pasca pembelian, dengan mempertimbangkan pandangan orang lain, faktor-faktor yang tidak terduga, serta risiko yang dirasakan mempengaruhi keputusan pembelian. Hal tersebut akan membentuk sikap dalam diri individu kemudian melakukan pembelian.

Menurut undang-undang Republik Indonesia nomor 10 tahun 2009 daya tarik wisata merupakan semua hal yang mempunyai keunikan, keindahan, keanekaragaman, nilai, kekayaan alam, budaya, serta buatan yang menjadi incaran atau objek kunjungan turis. Terutama objek wisata candi jiwa barujaya. Candi Jiwa Barujaya merupakan salah satu lokasi wisata dengan sejarah yang panjang, sehingga banyak turis yang dapat mengunjungi objek wisata ini, seperti terlihat pada Gambar 1.2 dimana



Sumber : Kepala Destinasi Pelayanan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang, 2019

Dari hal tersebut, dapat diketahui bahwa banyaknya pengunjung yang mengunjungi objek wisata Candi Jiwa Barujaya pada tahun 2018 sebesar 64 %, peningkatan tersebut dikarenakan pihak pengelola candi jiwa barujaya melakukan berbagai macam kegiatan belajar bersama, diskusi sejarah, sumber : (kepala destinasi dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten karawang). sedangkan pada tahun 2019 mengalami penurunan sebesar 35 %, dikarenakan jarang pengunjung yang mengunjungi tempat wisata tersebut, sumber : (kepala destinasi dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten karawang).

II. KAJIAN LITERATUR

Menurut Karyoto, (2016), manajemen merupakan proses pengelolaan sumber daya untuk mencapai tujuan yang dicapai. Dalam manajemen, adanya kegiatan, visi, misi, tujuan, kebijakan, serta strategi yang digunakan oleh perusahaan, institusi, maupun organisasi dalam perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, serta pengawasan proses pemanfaatan produksi baik barang maupun jasa secara efektif, efisien, serta produktif, Mewujudkan hal tersebut tentu diperlukan manajemen pemasaran dimana pemasaran itu sendiri Menurut Buchari Alma, (2018), manajemen pemasaran merupakan proses peningkatan efisiensi dan efektivitas kegiatan pemasaran dilakukan oleh perusahaan atau perusahaan. Menurut Hermawan kertajaya, (2018) pemasaran merupakan disiplin bisnis strategis, yang memandu suatu proses dalam menciptakan, menyediakan, dan mengubah nilai dari pendiri kepada pemangku kepentingannya melalui pemasaran jasa Dimana menurut Umar, Didin F dan Anang F, (2019), pemasaran jasa merupakan pemasaran tidak berwujud dan tidak substansial ketika konsumen berinteraksi dengan produsen. Dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pengunjung dibutuhkan konsep pemasaran yang biasa disebut bauran pemasaran. Berdasarkan Kotler, Keller, & Priansa, (2017), bauran pemasaran merupakan Seperangkat alat pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran.

Kualitas Pelayanan menurut (Kotler, Didin f & Anang f, 2019) adalah keseluruhan karakteristik produk atau atribut layanan yang mempengaruhi kemampuan produk untuk memenuhi kebutuhan yang ditetapkan atau tersirat. Menurut Parasuraman & Fandy Tjiptono, (2019). Ada 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu :

1. *Reliabilitas* atau keandalan merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan cepat.
2. *Responsiveness* atau daya tanggap merupakan keinginan karyawan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang responsif.
3. *Assurance* atau jaminan merupakan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan kepercayaan yang dimiliki oleh karyawan, perlindungan dari bahaya.
4. *Empathy* atau empati merupakan kemudahan untuk membangun hubungan, komunikasi yang baik, perhatian, pribadi, dan pemahaman akan kebutuhan pelanggan individu
5. *Tangibles* atau bukti fisik merupakan fasilitas fisik, peralatan, staff, dan metode komunikasi. Ke 5 sub variabel di atas sangat penting dalam memahami tentang perilaku konsumen.

Tujuan bisnis jasa Candi Jiwa Barujaya dilakukan melalui penciptaan atau membangun kepuasan pengunjung dimana pengunjung merupakan fokus utama setiap bisnis. dan dibutuhkannya budaya organisasi yang menggabungkan kepuasan pelanggan dengan visi, misi, dan tujuan perusahaan serta menggunakan pemahaman perilaku konsumen saat mendesain setiap keputusan pembelian atau berkunjung dan rencana pemasarannya. Setiap orang pada dasarnya merupakan pelanggan, dimana perusahaan atau organisasi mempelajari cara menjadi konsumen yang bijak, dalam membuat keputusan pembelian yang optimal melalui sub variabel pembelian.

Keputusan Pembelian atau Berkunjung, Menurut Nugroho J Setiadi , (2019) ada 5 rangkaian perilaku konsumen yaitu

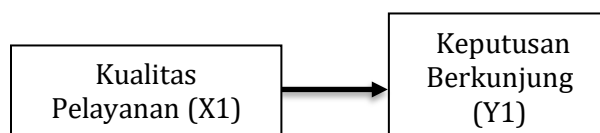
1. Tentukan kebutuhan.
2. Pencarian informasi.
3. Evaluasi alternatif.
4. Keputusan pembelian.
5. Perilaku setelah pembelian.

Ke 5 tahap keputusan pembelian di atas sangat penting dalam menentukan berbagai indikator penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan oleh (Mohd, Farid Tiza, Febri Susanti, 2019) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek penting dalam mempertahankan perkembangan bisnis dan memenangkan persaingan.

Sedangkan menurut (Lupiyoadi, Mailani Ulfa, Riri Mayliza, 2019) kualitas pelayanan merupakan bentuk layanan yang diberikan kepada pelanggan terbagi menjadi harapan dan kenyataan dari layanan yang diterima oleh pelanggan. Peneliti lainnya (Dedy Ansari Harahap, Dita Amanah, 2019) kualitas pelayanan merupakan skor layanan pelanggan secara keseluruhan. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Kotler, Dessy Irana Dewi Lubis, Rahmat Hidayat, 2019) menjelaskan bahwa keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian aktual konsumen. Diah Ernawati, (2019) keputusan pembelian ialah suatu proses memilih dari beberapa pilihan dan menyelesaikan masalah yang dihadapi konsumen, kemudian konsumen dapat mengevaluasi berbagai pilihan tersebut, serta dapat menentukan sikap selanjutnya yang diadopsi.

Berdasarkan uraian diatas maka konsep kerangka penelitian adalah sebagai berikut.



Gambar 1. Kerangka Penelitian Sumber : Data diolah, 2021

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan bersifat *kuantitatif*, desain penelitiannya dengan prosedur penelitian formal yang berisi tentang definisi berdasarkan filosofi positivisme, yang digunakan dalam memeriksa populasi maupun sampel, menggunakan alat penelitian untuk mengumpulkan data, analisis data statistik yang dirancang untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan dari sasaran yang diteliti serta kebutuhan tentang adanya informasi. Lokasi penelitian berada di Candi Jiwa Barujaya, Kabupaten Karawang, Provinsi Jawa Barat. Populasi dalam penelitian ini adalah 200, Sampel yang diambil dari penelitian ini sebanyak 100 pengunjung, dengan menggunakan teknik *simple random sampling* adalah 100 sampel.

Teknik yang digunakan dalam menganalisis penelitian ini adalah regresi linear sederhana. Sebelum melakukan pengujian melalui analisis regresi, data penelitian perlu diuji dengan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas. Dalam mengumpulkan data penelitian ini, peneliti menggunakan data asli dan data pembantu yang terdiri dari literatur dari berbagai buku serta jurnal, observasi, dan wawancara.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam menganalisis pengaruh ada 2 tahap yang diambil, tahap pertama dengan menggunakan alat uji validitas dan reliabilitas

Tabel 1.1. Hasil Analisis Pengujian *Validitas* dan *Reliabilitas*

Variabel	Ite m	Nilai r - hitung	Kesimpulan ($r > 0,3$)
Kualitas Pelayanan (X1)	X1. 1.	601	Valid
	X1. 2.	457	Valid
	X1. 3.	649	Valid
	X1. 4.	455	Valid
	X1. 5.	560	Valid
	X1. 6.	506	Valid
	X1. 7.	508	Valid
	X1. 8.	528	Valid
	X1. 9.	632	Valid
	X1.10	522	Valid
Y1.	538	Valid	
Y2.	592	Valid	

Keputusan Berkunjung (Y1)	Y3.	617	Valid
	Y4.	644	Valid
	Y5.	461	Valid
	Y6.	573	Valid
	Y7.	539	Valid
	Y8.	403	Valid
	Y9.	434	Valid
	Y10	483	Valid
	.		
	Y11	390	Valid
	.		

Sumber : Data diolah, 2020

Tabel 1.2. Hasil Pengujian Reliabilitas

Kualitas Pelayanan		Kesimpulan (t>0,700)	
Cronbach's Alpha	N of Items		
0.749	11		Reliabel
Pengambilan Keputusan Berkunjung			
Cronbach's Alpha	N of Items		
0.743	12		Reliabel

Sumber : Data diolah, 2020

Tabel 1.3. Hasil Analisis Pengujian Deskriptif Konstruk Penelitian

Kode	Dimensi	Skor Mean
1.1 X	Reliabilitas	757
1.2 X	Daya Tanggap	788
1.3 X	Jaminan	780
1.4 X	Empati	754
1.5 X	Bukti Fisik	726
1.1 Y	Keputusan berkunjung berdasarkan produk	1173
1.2 Y	Keputusan berkunjung berdasarkan merek	1000
1.3 Y	Keputusan berkunjung berdasarkan penyalur	1000
1.4 Y	Keputusan berkunjung berdasarkan jumlah berkunjung	749
1.5 Y	Keputusan berkunjung berdasarkan waktu berkunjung	753

Sumber : Data diolah, 2021

Tabel 1.4. Hasil Pengujian Normalitas

Uji Asumsi Klasik	Hasil Uji	Kesimpulan
Uji Normalitas	Sig. 0.200 > 0.05	Residual normal

Sumber : Data diolah, 2021

Tabel 1.5. Hasil Analisis Data

Variabel	Koefisien Regresi	Beta	T Hitung	Sig	Ket
Konstanta(b0)	19.645		6.056	0.000	Signifikan
Kualitas Pelayanan	0.630	0.603	7.474	0.000	Signifikan

(x)

R square = 0.363 R = 0.603 F tabel = 3.939 T tabel = 1.661

F hitung = 55.858 Sig. F = 0.000

N = 100

Sumber : Data diolah, 2021

Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian alat ukur validitas, pada tabel 1.1 dan 1.2.. menunjukkan bahwa nilai r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel (0.3), jadi bisa di ambil kesimpulan bahwa indikator di atas dinyatakan valid, sedangkan reliabilitas *Cronbach's Alpha* kualitas pelayanan dan keputusan berkunjung lebih dari > 0.700 artinya reliable.

Uji Deskriptif Konstruk Penelitian

Dari hasil penelitian di atas, diketahui bahwa skor mean untuk dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan adalah 757 masuk ke dalam kategori baik. Sedangkan daya tanggap 788 masuk kategori baik, Jaminan adalah 780 masuk ke kategori baik, Empati sebesar 754 masuk ke kategori baik, dan Bukti fisik sebesar 726 masuk kategori cukup baik. Sedangkan untuk keputusan berkunjung yang terdiri dari produk adalah 1137 masuk ke kategori baik, begitu pula dengan keputusan berkunjung berdasarkan merek 1000 masuk ke kategori sangat baik, berdasarkan penyalur adalah 1000 masuk kategori sangat baik, berdasarkan jumlah berkunjung adalah 749 masuk ke dalam kategori cukup baik, serta berdasarkan waktu berkunjung adalah 753 masuk kategori cukup baik.

Uji Normalitas

Dari hasil perhitungan tersebut, diketahui bahwa uji hasil 0.200 > dari 0.05 yang artinya data berdistribusi secara normal dengan signifikansi.

Uji Hasil Analisis Data

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka persamaan regresi sederhana adalah $Y = 19.645$

+ $0.630 X$, persamaan model matematis di atas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 0,630 terhadap keputusan berkunjung, artinya peningkatan satu satuan variabel kualitas pelayanan, maka besar keputusan berkunjung adalah 19.645. Sementara R square adalah

0.363 artinya 36,3 % , cukup besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan dalam mengunjungi candi jiwa barujaya masuk kategori cukup, serta untuk melihat signifikansi koefisien determinasi dengan nilai f hitung 55.858 > dari f tabel dengan nilai 3.939 artinya koefisien determinasi signifikan secara statistik, selain itu nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan berkunjung. Sedangkan nilai T hitung kualitas 7.474 > 1.661 yang menunjukkan adanya pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan dan keputusan berkunjung.

Tabel F dengan nilai signifikan jauh lebih kecil dari level signifikansi kesalahan alfa 5 % (0.05), oleh karena itu digunakan kombinasi produk dalam keputusan kunjungan wisatawan dengan taraf kepercayaan 95 %.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Candi JiwaBarujaya.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan wisatawan di candi jiwa barujaya dapat dibuktikan melalui penelitian dengan nilai uji t sebesar 7.474 dengan signifikan sebesar 0.000. dengan nilai yang lebih tinggi tingkat signifikansi $\alpha = > 0.05$, maka menerima H_1 hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan koefisien regresi positif sebesar 0.630, yang bermakna jika kualitas pelayanan semakin lebih baik, dengan variabel lain yang tak berubah, maka tingkat keputusan berkunjung wisatawan yang dipengaruhi kualitas pelayanan akan meningkat sebesar 0.630 atau 63 % di objek wisata Candi Jiwa BaruJaya. Dari hasil tersebut bahwa pengaruh kualitas pelayanan memiliki nilai koefisien yang lebih besar terhadap keputusan wisatawan.

V. PENUTUP

t hitung > t tabel ($7.474 > 1,661$) maka H_0 ditolak yang menandakan efektif secara signifikan antara kualitas pelayanan dengan keputusan berkunjung, yang berarti kualitas pelayanan akan mempengaruhi keputusan pengunjung Candi Jiwa BaruJaya. Meskipun hasil penelitian menunjukkan hasil yang positif, namun hasil dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa kebijakan, strategi, teknis dalam memasarkan harus lebih diperhatikan serta diawasi. Serta dalam menentukan *Segmenting*, dan *Targetting*, serta membangun *Positioning* tentang apa yang diberikan oleh penyedia jasa kepada wisatawan melalui pengelolaan

Candi Jiwa Jiwa Barujaya dengan memberikan layanan sesuai janji, membangun hubungan antara wisatawan, masyarakat, dan pengelola wisata agar membangun keharmonisan dan mengembangkan perekonomian masyarakat sekitar.

VI. REFERENCE

- Dessy Irana Dewi Lubis, Rahmat Hidayat, (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. Medan : Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma.
- Didin Fachrudin, M. Anang Firmansyah., 2019. Pemasaran Jasa, DEEPUBLISH, Yogyakarta. Fandy Tjiptono, Ph.D, 2019, Pemasaran Jasa. ANDI: Yogyakarta.
- Diah Ernawati, (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk HI Jack Sandals Bandung. Banjarmasin : Universitas Lambung Mangkurat.
- Data Kunjungan Wisatawan. 2019. *Laporan Kunjungan Wisatawan Candi Jiwa Barujaya*.
- H. Buchari Alma, 2018, Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa, ALFABETA, Bandung.
- Iman Heryanto, Totok Triwibowo, 2018, Path Analysis menggunakan SPSS dan Excel, INFORMATIKA, Bandung.
- Karawang: Kepala Destinasi - -Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat.
- Loyalitas Pelanggan PDAM Kota Padang. Padang : Sekolah Tinggi Ekonomi “KBP”.
- Miftahul Ulum, (2020). Jumlah Kunjungan Wisatawan pada 2019 prediksi 16 juta orang. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200102/12/1186286/jumlah-kunjungan-wisatawan-pada-2019-diprediksi-16-juta-orang> (diakses pada tanggal 07 Mei 2021)
- Mohd farid Tiza, Febri Susanti, (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Studi Kasus Pada Perusahaan JNE Cabang Padang. Padang : Sekolah Tinggi Ekonomi “KBP”.
- Mailani Ulfa, Riri Mayliza, (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap
- Rizqi y. (2018). Kunjungan Wisatawan Ke Indonesia Terus Meningkat, Ini Penyebabnya. <https://phinemo.com/kunjungan-wisatawan-ke-indonesia-terus-meningkat/> (diakses pada tanggal 3 februari 2021).
- Sugeng Aji Soedarto, Handoyo. (2019). Kemenpar Optimis Pariwisata Indonesia Akan Catatan Pertumbuhan Di Semester II - 2019. <https://nasional.kontan.co.id/news/kemenpar-optimis-pariwisata-indonesia-akan-catatan-pertumbuhan-di-semester-ii-2019> (diakses pada tanggal 3 februari 2021).

Sugiyono, 2018, Metode Penelitian Kuantitatif, ALFABETA, Bandung.

Titi Kanti Lestari, Elfiza. (2021). Perkembangan Pariwisata dan Transportasi Nasional Desember 2020.

<https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/02/01/1796/jumlah-kunjungan-wisman-ke-indonesia-bulan-desember-2020-mencapai-164-09-ribu-kunjungan-.html> (diakses pada tanggal 3 february 2021).

Wahyono, (2020). 6 sektor bisnis paling terpukul karena pandemi covid-19. <https://ekbis.sindonews.com/read/65570/34/6-sektor-bisnis-paling-terpukul-karena-pandemi-covid-19-1591794372> (diakses pada tanggal 07 Mei 2021)