

**ANALISIS PENGARUH PERAN LOGISTIK PARIWISATA TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN**

(Studi Kasus: Objek Wisata Air Terjun Jumog, Kabupaten Karanganyar)



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik**

Oleh:

ANIF SETYAWATI

D 600 150 124

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PERAN LOGISTIK PARIWISATA TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG WISATAWAN
(Studi Kasus: Wisata Air Terjun Jumog, Kabupaten Karanganyar)**

PUBLIKASI ILMIAH

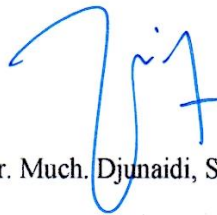
Oleh:

ANIF SETYAWATI

D 600 150 124

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



Ir. Much. Djunaidi, S.T., M.T.

NIK.891

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PERAN LOGISTIK PARIWISATA TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG WISATAWAN**

(Studi Kasus: Wisata Air Terjun Jumog, Kabupaten Karanganyar)

OLEH:

ANIF SETYAWATI

D 600 150 124

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji

Fakultas Teknik

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada hari Rabu, 3 Juli 2019

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji

Ir. Much. Djunaidi, S.T., M.T.

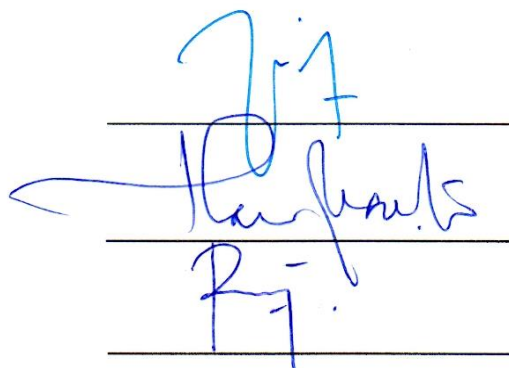
(Ketua Dewan Penguji)

Hari Prasetyo, S.T.,M.T., PhD.

(Anggota I Dewan Penguji)

Ir. Ratnanto Fitriadi, S.T., M.T.

(Anggota II Dewan Penguji)



Dekan,

Ir. Sri Sunarjono, M.T., Ph.D
NIK.682

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 3 Juli 2019

Penulis



ANIF SETYAWAN

D 600 150 124



ANALISIS PENGARUH PERAN LOGISTIK PARIWISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN

(Studi Kasus: Objek Wisata Air Terjun Jumog, Kabupaten Karanganyar)

Abstrak

Destinasi wisata air terjun Jumog adalah satu dari tiga air terjun yang ada di kabupaten Karanganyar. Dari ketiga air terjun, tingkat kunjungan wisatawan di objek wisata air terjun Jumog mengalami kenaikan dan penurunan selama lima tahun terakhir. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh dari faktor produk yang berperan dalam pengambilan keputusan berkunjung di objek wisata air terjun Jumog. Faktor produk wisata yang terdiri dari empat faktor yaitu atraksi, amenitas, aksesibilitas dan *ancillary*. Penelitian ini diperoleh dari data kuesioner kemudian analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil perhitungan Uji t didapatkan dari keempat faktor, hanya faktor atraksi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Faktor amenitas, aksesibilitas dan *ancillary* memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan. Hasil Uji F didapatkan keempat faktor berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan berkunjung wisatawan. *Output Adjusted R Square* sebesar 0.241 artinya 24.1% variabel keputusan berkunjung dapat dijelaskan oleh variabel atraksi, amenitas, aksesibilitas dan *ancillary* dan sisanya dijelaskan oleh faktor diluar faktor penelitian.

Kata Kunci: Regresi Linier Berganda, Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas, *Ancillary*

Abstract

Jumog waterfall tourist destinations are one of three waterfalls in Karanganyar district. Of the three waterfalls, the level of tourist visits in the Jumog waterfall tourist attraction has increased and decreased over the past five years. The purpose of the study was to determine the effect of product factors that play a role in decision making visiting Jumog waterfall attractions. Factors of tourism products consisting of four factors, namely attractions, amenities, accessibility and ancillary. This study was obtained from questionnaire data and then analyzed using multiple linear regression. The results of t-test calculations obtained from the four factors, only the attraction factor has a positive and significant influence on visiting decisions. Amenities, accessibility and ancillary factors have positive but not significant influences. The F test results obtained four influential factors together on visiting decisions. Output Adjusted R Square of 0.241 means that 24.1% of the visiting decision variables can be explained by the variables of attraction, amenities, accessibility and ancillary and the rest explained by factors outside the research factor.

Keywords: Multiple Linear Regression, Attractions, Amenities, Accessibility, Ancillary

1. PENDAHULUAN

Pariwisata adalah salah satu industri yang secara cepat berkembang didunia menurut Dewan World Travel and Tourism (WTT). Pertumbuhan pariwisata di Indonesia adalah yang tertinggi diantara negara lain yang tergabung dalam G20. Dimana tahun lalu pariwisata Indonesia mampu berkontribusi 8,4% dari pertumbuhan ekonomi nasional. Selain itu industri pariwisata yang menjadi penyumbang terbesar pendapatan negara selain industri kelapa sawit, industri migas dan batu bara. Hasil konferensi WTTC 2018 menyatakan kekuatan pariwisata Indonesia masuk 10 besar dunia yaitu peringkat 9. Pemerintah tak salah jika menjadikan sektor pariwisata menjadi sektor unggulan dan didukung oleh keindahan alam yang dimiliki Indonesia.

Kabupaten Karanganyar menjadi salah satu daerah di Indonesia dengan pesona alam beragam. Perkembangan industri pariwisata di Kabupaten Karanganyar mampu memberikan kontribusi besar bagi pendapatan daerah. INTANPARI atau Industri, Pertanian dan Pariwisata Kabupaten Karanganyar menjadi identitas untuk menggerakkan roda perekonomian daerah. Salah satu objek wisata yaitu Air Terjun Jumog telah dikelola oleh BUMDes (Badan Usah Milik Desa) Desa Berjo. Badan ini merupakan swadaya dari masyarakat dan sudah berbadan hukum Kondisi Objek Wisata Air Terjun Jumog saat ini sedang berkembang pesat, dibuktikan dengan meningkatnya tingkat kunjungan wisatawan dari tahun ke tahun.

Jumlah wisatawan Air Terjun Jumog sedikit lebih banyak daripada wisatawan Air Terjun Parang Ijo. Keadaan tersebut secara tidak langsung menimbulkan persaingan antara objek wisata air terjun di Kabupaten Karanganyar. Hal ini membuat BUMDes Desa Berjo fokus kepada hal-hal yang diperlukan untuk meningkatkan jumlah wisatawan berkunjung di objek wisata air Terjun Jumog. Poin penting dalam menarik wisatawan berkunjung adalah perilaku wisatawan. Perilaku wisatawan adalah sesuatu yang merujuk pada produk atau daya tarik wisata yang ditawarkan. Dikarenakan hal tersebut, perlu dilakukannya pengukuran terhadap produk wisata agar dapat diketahui faktor utama wisatawan dalam melakukan keputusan berkunjung atau mengunjungi suatu objek wisata. Dengan begitu pihak pengelola atau BUMDes objek wisata Air Terjun Jumog diharapkan dapat melakukan perbaikan maupun pengembangan terhadap produk wisata, sehingga mampu meningkatkan kuantitas dan kualitas produk wisata kepada wisatawan.

1.1 Landasan Teori

Industri pariwisata merupakan kumpulan berbagai perusahaan yang bersama-sama menghasilkan suatu produk atau pelayanan yang ditawarkan untuk kebutuhan wisatawan selama kegiatan pariwisata (Yoeti, 1996). Kebutuhan wisatawan dalam kegiatan pariwisata adalah adanya produk

wisata atau daya tarik wisata. Menurut Cooper (2005) produk wisata terdiri dari empat faktor yaitu atraksi wisata, amenitas, aksesibilitas dan *ancillary service* yang tersedia di objek wisata.

1.1.1 Atraksi (*attraction*)

Objek wisata adalah suatu objek yang dapat menarik kedatangan wisatawan ke daerah wisata. Atraksi adalah segala sesuatu yang ada di dalam suatu objek wisata. Atraksi dibedakan menjadi atraksi wisata alam dan atraksi wisata buatan. Atraksi wisata alam seperti pegunungan, lembah, air terjun, pantai dan lain sebagainya. Atraksi buatan adalah atraksi yang dibuat oleh manusia seperti taman, resor dan atraksi budaya seperti musik tradisional, tari daerah, festival adat, drama sejarah dan dll (Pitana dan Diarta, 2009).

1.1.2 Amenitas (*amenities*)

Amenitas atau fasilitas adalah segala bentuk pelayanan yang ditawarkan kepada wisatawan untuk dinikmati saat wisatawan tinggal di daerah wisata. Fasilitas wisata meliputi akomodasi (*villa*, *hotel*, *apartment*, *hostel* dan *guest house*), restoran, *cafe*, transportasi lokal, alat komunikasi, agen wisata dan pelayanan informasi wisata (Pitana dan Diarta, 2009). Tersedianya fasilitas mendorong wisatawan untuk menikmati atraksi wisata yang ada dalam waktu lama.

1.1.3 Aksesibilitas (*accessibility*)

Aksesibilitas wisata adalah penghubung antara wisatawan dengan objek wisata, tanpa aksesibilitas wisatawan tidak dapat mengunjungi objek wisata. Objek wisata harus memiliki aksesibilitas dimana objek wisata mudah dituju dan dengan mudah ditemukan. Aksesibilitas terdiri dari akses dan kondisi jalan objek wisata, akses informasi dimana fasilitas mudah ditemukan.

Elemen aksesibilitas mempengaruhi kelancaran dan kenyamanan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata seperti infrastruktur jalan, jalur kereta api, bandara, pelabuhan laut dan faktor operasional seperti rute atau jalur, biaya yang dikeluarkan, frekuensi pelayanan, peraturan pemerintah terhadap peraturan transportasi. Akses dan kondisi jalan menuju objek wisata berhubungan dengan prasarana umum.

1.1.4 *Ancillary* (Kelembagaan Kepariwisata)

Kelembagaan atau organisasi kepariwisataan adalah suatu manajemen yang mengatur tentang wisata, perencanaan dan manajemen pemasaran pariwisata. Pariwisata berbasis komunitas merupakan pariwisata yang dikelola komunitas berbentuk wisata lokal, penyedia pelayanan sekitar wisata dan fokus pada mengkomunikasikan budaya yang dimiliki untuk menjadi sebuah tujuan wisata dimana wisata tersebut telah didukung oleh komunitas, LSM dan pemerintah pusat. Dengan

adanya suatu lembaga diharapkan pariwisata dapat terus berkembang dan adanya upaya perencanaan pendampingan oleh komunitas atau masyarakat.

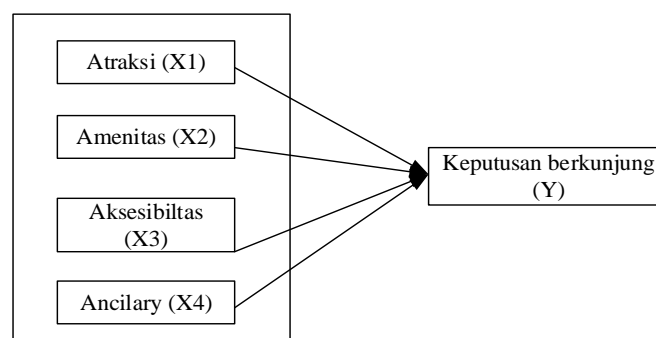
1.1.5 Keputusan Berkunjung

Kegiatan pariwisata membentuk sebuah sistem yang menggambarkan bagaimana pariwisata itu terbentuk dan elemen-elemen apa saja yang berada didalamnya. Sistem pariwisata menunjukkan bagaimana seseorang memanfaatkan pengetahuan pariwisata untuk industri, dimana objek wisata dijadikan suatu produk yang didalamnya memiliki komponen yang saling berhubungan. Sistem pariwisata terdiri dari dua subsistem yaitu permintaan dan penawaran. permintaan wisatawan yaitu terbentuk dari penggunaan jasa yaitu wisatawan. Penawaran terbentuk dari unsur daya tarik wisata dan pelayanan wisata yang dapat mendorong seseorang untuk berwisata. Mengunjungi objek wisata dapat diartikan seperti membeli suatu produk dalam industri manufaktur. Penyaluran produk agar sampai kepada konsumen secara tepat maka perlu sebuah strategi dengan mempertimbangkan perilaku konsumen yang awalnya memiliki rasa ingin tahu menjadi rasa ingin memiliki, sehingga wisatawan akan melakukan keputusan berkunjung kesuatu objek wisata yang ditawarkan (Kotler dan Keller, 2012).

Penyelenggara sistem pariwisata pemerintah, swasta dan masyarakat dapat bekerjasama merencanakan, membangun dan mengembangkan pariwisata guna meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung. Keputusan wisatawan untuk berkunjung kesuatu daerah wisata erat hubungannya dengan perilaku wisatawan. Perilaku wisatawan dapat diartikan sebagai konsumen yang membeli suatu produk sesuai kebutuhan.

1.1.6 Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian dapat dilihat pada Gambar 1. dimana faktor produk wisata dibagi menjadi empat faktor yaitu atraksi, amenities, aksesibilitas, dan *ancillary* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung



Gambar 1. Kerangka Penelitian

2. METODE

Metode penelitian tahap pertama adalah penentuan objek penelitian, tujuan dan rumusan masalah. Tahap kedua menentukan variabel penelitian, jumlah sampel dan merancang kuesioner. Tahap ketiga yaitu analisis dan pembahasan data. Objek penelitian adalah wisata air terjun Jumog, Kabupaten Karanganyar.

2.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian terdiri dari variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikat penelitian adalah variabel keputusan berkunjung dan variabel bebasnya adalah variabel atraksi (X1), amenitas (X2), aksesibilitas (X3), *ancillary* (X4). Indikator tiap-tiap variabel dapat dilihat pada Tabel 1.

2.2 Sampel dan Populasi

Populasi adalah seluruh elemen yang menjadi subjek atau objek penelitian. Sampel penelitian merupakan bagian dari populasi yang dipilih menggunakan teknik *sampling* dan dianggap mewakili populasinya. Penentuan besarnya sampel menurut Sincich (2010):

$$N \geq \frac{(Z_{\alpha/2})^2 \times p \times q}{e^2}$$

Dimana:

N= Jumlah sampel

α = Tingkat keyakinan (95%)

$Z_{\alpha/2}$ = Nilai distribusi normal

e = Tingkat *error* (3%)

p = Proporsi kuesioner yang dianggap benar (97.5%)

q = Proporsi kuesioner yang dianggap salah (2.5%)

Sehingga didapatkan jumlah sampel sebanyak 105 dimana responden yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling* dan data didapatkan dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form*.

2.3 Analisis Data

Analisis data penelitian menggunakan analisa deskriptif dan kuantitatif. Analisis regresi berganda dengan *software* IBM SPSS versi 23. Kemudian dilakukan pengujian hipotesis dengan uji t atau uji parsial dari masing-masing faktor dan uji F atau uji simultan dari keempat faktor terhadap variabel keputusan berkunjung (Sugiyono, 2013).

Tabel 1. Indikator Penelitian

No	Variabel	Indikator
1	Atraksi	a. Keaslian atau keistimewaan air terjun,
		b. Keberagaman aktivitas yang ada di objek wisata,
		c. Kemenarikan air terjun/ karakteristik air terjun,
		d. Kebersihan dan keamana di objek wisata
2	Amenitas	a. Kelengkapan fasilitas yang tersedia di objek wisata
		b. Kondisi fasilitas apakah terawat dan sesuai standar
		c. Harga tiket masuk objek wisata
3	Aksesibilitas	a. Akses transportasi menuju objek wisata
		b. Akses lokasi
		c. Akses informasi
		d. Kondidi lalu lintas
4	Ancillary	a. Fasilitas penunjang (fasilitas umum)
5	Keputusan berkunjung	a. Pemilihan produk atau jasa
		b. Pemilihan merk
		c. Pemilihan waktu berkunjung
		d. Jumlah kunjungan
		e. Pemilihan saluran pembelian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Responden

Responden penelitian adalah pengunjung atau yang akan mengunjungi objek wisata air terjun Jumog baik secara individu atau kelompok dengan tujuan untuk memperoleh gambaran harapan responden terhadap pernyataan yang diberikan.

3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk melihat apakah ada kesamaan antara data yang dikumpulkan dengan data sebenarnya pada objek penelitian. Kriteria uji validitas adalah jika nilai r hitung $> r$ tabel (uji *two tailed* dan signifikansi 0.05), maka instrumen kuesioner dinyatakan valid. Uji reliabilitas digunakan untuk menguji tingkat ketepatan dan keakuratan dan konsistensi instrumen kuesioner apabila penelitian diulang. Kriteria uji reliabilitas adalah dimana nilai *Alpha Cronbach's* pada

output reliability statistics > 0.60, maka disimpulkan bahwa item atau instrumen kuesioner reliabel (Martono, 2014).

3.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi pada penelitian adalah uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji normalitas. Hasil dari uji asumsi klasik penelitian:

3.3.1 Uji heteroskedastisitas diperoleh grafik *scatterplot* tidak membentuk pola tertentu dan data menyebar secara acak, sehingga data penelitian tidak bersifat heteroskedastisitas.

3.3.2 Uji multikolinearitas penelitian didapat nilai *tolerance* dari masing-masing variabel bebas atraksi, amenitas, aksesibilitas dan *ancillary* > 0.1 dan nilai VIF < 10, sehingga data penelitian tidak terjadi multikolinearitas antar variabel faktor.

3.3.3 Uji autokorelasi pada penelitian didapatkan nilai *Durbin-Watson* sebesar 2.029 dimana berada didaerah du dan (4-du) sehingga tidak terjadi autokorelasi pada data penelitian.

3.3.4 Uji normalitas penelitian dimana grafik *P-Plot* titik-titik membentuk garis diagonal atau mendekati garis diagonal maka dapat dikatakan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

3.4 Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda untuk menganalisa bagaimna hubunga serta pengaruh antara variabel independen (2 atau lebih) terhadap variabel dependen/terikat. Tabel 2. merupakan *output software* SPSS versi 23 hasil regresi berganda penelitian.

Tabel 2. Hasil Regresi Berganda

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,914	4,887		2,847	,005
	Atraksi	,388	,175	,257	2,222	,029
	Amenitas	,045	,069	,091	,655	,514
	Aksesibilitas	,135	,116	,130	1,168	,246
	Ancillary	,286	,230	,151	1,245	,216

Output Coefficient data pengamatan didapatkan rumus persamaan:

$$Y = 13.914 + 0.388X1 + 0.045X2 + 0.135X3 + 0.286X4$$

Dari hasil *output* persamaan dapat dijelaskan:

- Didapatkan konstanta yaitu sebesar 13.914 dimana jika nilai dari variabel atraksi, amenitas, aksesibilitas dan *ancillary* adalah nol, maka nilai variabel keputusan berkunjung di Air Terjun Jumog sebesar 13.914.

- b. Koefisien variabel atraksi (X1) adalah 0.388, sehingga dapat dikatakan jika variabel atraksi mengalami peningkatan dan diasumsikan nilai variabel amenitas, aksesibilitas dan *ancillary* konstan, maka keputusan berkunjung pada objek wisata Air Terjun Jumog akan mengalami peningkatan sebesar 0.388.
- c. Koefisien variabel amenitas (X2) adalah 0.045, sehingga dapat dikatakan jika variabel amenitas mengalami peningkatan dan diasumsikan nilai variabel atraksi, aksesibilitas dan *ancillary* konstan, maka keputusan berkunjung pada objek wisata Air Terjun Jumog akan mengalami peningkatan sebesar 0.045.
- d. Koefisien variabel aksesibilitas (X3) adalah 0.135, sehingga dapat dikatakan jika variabel aksesibilitas mengalami peningkatan dan diasumsikan nilai variabel atraksi, amenitas dan *ancillary* konstan, maka keputusan berkunjung pada objek wisata Air Terjun Jumog akan mengalami peningkatan sebesar 0.135.
- e. Koefisien variabel *ancillary* (X4) adalah 0.286, sehingga dapat dikatakan jika variabel *ancillary* mengalami peningkatan dan diasumsikan nilai variabel atraksi, amenitas dan aksesibilitas konstan, maka keputusan berkunjung pada objek wisata Air Terjun Jumog akan mengalami peningkatan sebesar 0.286.

3.5 Pengujian Hipotesis

Hasil *output* uji t Tabel 2. dapat dijelaskan bahwa faktor atraksi memiliki pengaruh ke arah positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung dilihat dari nilai t hitung 2.222 dan lebih besar dari nilai tabel 1.983. Ketiga faktor yaitu amenitas, aksesibilitas dan *ancillary* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung dimana nilai t hitung kurang dari nilai tabel 1.983. Uji F didapatkan nilai F hitung sebesar 9.253, nilai F tabel 2.461 sehingga nilai F hitung > F tabel dan nilai signifikansi <0.05 maka dari keempat variabel bebas (atraksi, amenitas, aksesibilitas dan *ancillary*) berpengaruh bersama-sama terhadap keputusan berkunjung di objek wisata air terjun Jumog.

3.6 Koefisien Determinasi

Hasil *output Model Summary* didapatkan *R Square* sebesar 0.270 berarti bahwa faktor atraksi, amenitas, aksesibilitas dan *ancillary* mempengaruhi secara langsung variabel keputusan berkunjung sebesar 27% dan sisa (100%-27%) dipengaruhi oleh faktor/ variabel lain diluar penelitian. Nilai *Adjusted R²* sebesar 0.241 dimana memiliki arti kemampuan variabel atraksi, amenitas, aksesibilitas dan *ancillary* untuk menjelaskan variabel keputusan berkunjung di objek wisata air terjun Jumog sebesar 24.1 %.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari analisis penelitian adalah:

Dari persamaan regresi linier berganda dapat diketahui keempat variabel bebas X1, X2, X3 dan X4 berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Namun hanya variabel X1 (atraksi) yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan, variabel yang lain berpengaruh positif tetapi tidak signifikan.

Pada Uji F dari keempat variabel bebas atraksi (X1), amenitas (X2), aksesibilitas (X3) dan *ancillary* (X4) berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Air Terjun Jumog. Hal ini karena atraksi wisata dapat membantu wisatawan dalam melakukan keputusan berkunjung, wisatawan akan mengunjungi suatu objek wisata jika objek wisata sesuai dengan kebutuhan. Pembangunan infrastruktur dapat membantu wisatawan untuk mengakses tempat wisata dan fasilitas yang dibuat untuk menunjang kebutuhan wisatawan selama kegiatan wisata, tetapi dengan tidak mengeksploitasi alam disekitar air terjun secara tidak bijak dan bahkan sampai menghilangkan ciri khas dari air terjun Jumog.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan, maka diajukan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Saran bagi penelitian yang akan datang, sampel yang digunakan lebih banyak sehingga hasil penelitian lebih akurat dan melakukan penelitian dengan menambahkan variabel atau faktor yang berhubungan dengan keputusan berkunjung wisatawan selain faktor produk wisata.
- b. Saran bagi pengelola objek wisata BUMDes Desa Berjo Kabupaten Karanganyar selaku perusahaan yang menghasilkan produk wisata Air Terjun Jumog. Pernyataan “Saya ingin berkunjung kembali ke objek wisata Air Terjun Jumog” memiliki nilai pernyataan tertinggi, untuk itu pengelola harus mempertahankan kekhasan dari objek air terjun Jumog. Pihak pengelola dapat menambahkan kegiatan wisata lain dengan memanfaatkan alam sekitar agar wisatawan tidak bosan selama berada di objek wisata dan dapat melakukan kegiatan lain selain menikmati keindahan dari air terjun Jumog. Pengelola dapat menambahkan kegiatan wisata seperti *outbond* dan tubing.

DAFTAR PUSTAKA

- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., dan Wanhill, S. 2005. *Tourism; Principle and Practive*. Prentice Hall.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Martono, N. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Pitana, I. G., dan Diarta, I. S. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Sincich, M. B. 2011. *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Yoeti, O. A. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.