

**ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM  
MEMBELI PAKET WISATA DOMESTIK DI MYTOURS  
JAKARTA**

**PROYEK AKHIR**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan  
Program Diploma IV  
Program Studi Manajemen Bisnis Perjalanan  
Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Disusun Oleh:

**BRIGGITA ALICIA**

**201822604**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PERJALANAN  
JURUSAN PERJALANAN  
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG  
2022**

## LEMBAR PENGESAHAN

### ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI PAKET WISATA DOMESTIK DI MYTOURS JAKARTA

NAMA : BRIGGITA ALICIA  
NIM : 201822604  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS PERJALANAN

Pembimbing Utama,

  
**Drs. Djoni Sofyan Iskandar, MM.**

Pembimbing Pendamping,

  
**Drs. Odang Rusmana, M.M.Par**  
NIP. 19630419 199703 1 002

Penguji I,

  
**RR. Adi Hendraningrum, S.Sos., M.M**  
NIP. 19690807 199403 2 001

Penguji II,

  
**Dra. Cucu Kurniati, MM.Par., CHE.**  
NIP. 19660317 199303 2 001

Bandung, 25 Agustus 2022

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama

**Dr. ER. Ummi Kalsum, MM, Par., CHRMP.**  
19730723 199503 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung

**Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc**  
NIP. 19710506 199803 1 001



## HALAMAN MOTTO

"Dunia tidak boleh tahu bahwa kamu sedang babak belur. Dunia hanya boleh tahu bahwa kamu tetap tegak dan tak hancur selepas badai menerjang."

"Pencapaian akan suatu hal tidak dinilai dari waktu, tidak perlu berlari karna hidup ini bukan pelarian, tetapi teruslah berproses dan berjalan karena hidup ini adalah perjalanan."

"Kita hidup hanya satu kali untuk dunia yang sangat luas ini, maka berpetualanglah selagi bisa karena uang bisa dicari namun momen tidak dapat terulang lagi."

*"Spread love everywhere you go. Let no one ever come to you without leaving happier." –Mother Teresa*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Pertama-tama serta yang utama, puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena saya dapat menyelesaikan pendidikan serta Proyek Akhir ini dengan tepat waktu.

### Kepada Orang tua dan Keluarga

Sebagai tanda bakti, hormat, dan bukti terima kasih terhadap segala doa, didikan, serta dukungan yang sudah diberikan di setiap hari dalam kehidupan saya. Semoga Proyek akhir ini menjadi sebuah hasil yang dapat dibanggakan oleh Mami, Popoh, Louis, Tante-Tante, Om-Om, Brown serta semua anggota keluarga saya yang telah mendoakan dan mendukung saya hingga akhirnya saya dapat menyelesaikan perkuliahan dan Proyek Akhir ini dengan baik.

### Kepada Sahabat dan Teman – Teman Terdekat

Terima kasih khususnya kepada Ka Aswan yang selalu senantiasa mendukung, menasehati dan membantu dalam proses perkuliahan hingga penyusunan Proyek Akhir ini selesai. Tidak lupa juga kepada Devi sebagai teman terdekat saya yang selalu ada dan menyemangati, serta Sasa dan Cindy juga yang suka menghibur saya. Kepada Elsa, Phillip dan juga Jilly yang menghibur, bertukar cerita dan saling menyemangati ketika kami sama-sama lelah dengan perkuliahan ini hingga akhirnya kami dapat menyelesaikan study ini dengan baik. Terakhir terima kasih pula kepada MBP 2018 A yang selalu kompak dan saling mengayomi selama masa perkuliahan, *see you on top!* Tanpa kehadiran kalian semua, mungkin saya bukan apa-apa dan tidak akan bisa sekuat sekarang.

## PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : BRIGGITA ALICIA  
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 29 Januari 2000  
NIM : 201822604  
Program Studi : MANAJEMEN BISNIS PERJALANAN  
Jurusan : PERJALANAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul: Analisis Keputusan Konsumen dalam Membeli Paket Wisata Domestik di Mytours Jakarta ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 22 Juni 2022  
Yang membuat pernyataan,

  
Briggita Alicia

## **ABSTRAK**

Dalam membeli sebuah produk, seorang konsumen harus melewati proses pengambilan keputusan pembelian produk tersebut. Penelitian ini mempunyai tujuan yaitu mengetahui faktor, alasan, motivasi, dan tujuan para konsumen dalam membeli paket wisata domestik di Mytours Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode statistik deskriptif dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dan studi kepustakaan. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan menggunakan teknik purposive sampling dimana sampel diambil dari jumlah responden dimana responden ini adalah konsumen yang membeli paket wisata domestik di Mytours Jakarta. Objek pada penelitian ini ialah konsumen Mytours Jakarta dan subjek/responden penelitian ini yaitu 100 orang konsumen yang pernah membeli paket wisata domestik di Mytours Jakarta. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari keempat dimensi yang terdiri dari budaya, psikologi, pribadi, dan sosial (Kotler, 2005). dapat disimpulkan bahwa ke-empat dimensi sudah dinilai baik tetapi masih ada beberapa aspek yang perlu ditingkatkan. Rekomendasi yang diberikan kepada Mytours Jakarta adalah bahwa Mytours Jakarta diharapkan bisa mengembangkan paket wisata domestik yang dipasarkannya secara inovatif, meningkatkan pelayanan yang diberikan, serta memasarkan paket wisata domestiknya di berbagai platform online.

**Kata kunci: Keputusan Konsumen, Faktor budaya, psikologi, pribadi, dan sosial, Paket Wisata Domestik**

## **ABSTRACT**

*In buying a product, a consumer must go through the process of making a decision to buy the product. This study has the aim of knowing the factors, reasons, motivations, and goals of consumers in buying domestic tour packages at Mytours Jakarta. The research method used is descriptive statistical method and uses a quantitative approach. Data collection techniques in this study were carried out by distributing questionnaires and literature studies. Sampling in this study was carried out using a purposive sampling technique where the sample was taken from the number of respondents where these respondents were consumers who bought domestic tour packages at Mytours Jakarta. The object of this research is Mytours Jakarta consumers and the subjects/respondents of this research are 100 consumers who have bought domestic tour packages at Mytours Jakarta. The results obtained from this study indicate that of the four dimensions studied, it can be concluded that the four dimensions (cultural, psychological, social, and personal factors) have been assessed as good but there are still some aspects that need to be improved. The recommendation given to Mytours Jakarta is that Mytours Jakarta is expected to be able to develop domestic tour packages that they market innovatively, improve the services provided, and market their domestic tour packages on various online platforms.*

***Keywords: Consumer Decisions, Cultural, psychological, social, and personal factors, Domestic Tour Packages***

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas kasih dan karunia Nya, saya diberikan kesempatan untuk menyelesaikan naskah proyek akhir dengan judul “*Analisis Keputusan Konsumen dalam Membeli Paket Wisata Domestik di Mytours Jakarta*”. Proyek akhir ini disusun sebagai salah satu syarat akademik dalam menyelesaikan studi Diploma IV pada program Manajemen Bisnis Perjalanan, jurusan Perjalanan, Politeknik Pariwisata NHI Bandung. Menyadari tidak sempurnanya penulisan ini tanpa adanya bantuan, maka dari itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan proyek akhir ini :

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc selaku Direktur Politektik Pariwisata NHI Bandung
2. Ibu Dr. ER. Ummi Kalsum, S.Sos., MM.Par., CHRMP selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama Politeknik Pariwisata NHI Bandung
3. Bapak Marsianus Raga, S.ST.Par., M.M.Par, CEE selaku Ketua Jurusan Perjalanan Politeknik Pariwisata NHI Bandung
4. Bapak Wishnu Hartanto, S.H selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Perjalanan Politeknik Pariwisata NHI Bandung
5. Bapak Drs. Djoni Sofyan Iskandar, MM. selaku Pembimbing I atas bimbingan dan masukannya



6. Bapak Drs. Odang Rusmana, M.M.Par selaku Pembimbing II atas bimbingan dan masukannya
7. Bapak/Ibu Dosen pengajar Program Studi Manajemen Bisnis Perjalanan yang telah memberikan bekal ilmu yang sangat bermanfaat
8. Pihak Mytours Jakarta yang membantu proses pengumpulan data
9. Keluarga dan teman yang tidak pernah henti memberi doa dan semangat untuk kelancaran pembuatan proyek akhir ini

Dalam penulisan dan penyusunan Proyek Akhir ini, penulis menyadari ketidak sempurnaan di dalam nya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari seluruh pihak.

Bandung, 12 Juni 2022

Penulis

## **DAFTAR ISI**

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Penelitian .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah.....</b>	<b>5</b>
<b>C. Pembatasan Masalah.....</b>	<b>6</b>
<b>D. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>6</b>
1. Tujuan Formal.....	6
2. Tujuan Operasional.....	6
<b>E. Manfaat Penelitian .....</b>	<b>6</b>
1. Bagi Industri .....	6
2. Bagi Ilmu Pengetahuan.....	7
3. Bagi Peneliti.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
<b>A. Kajian Teori.....</b>	<b>8</b>
1. Pariwisata.....	8
2. Wisata Domestik.....	9
3. Konsumen .....	9
4. Keputusan Konsumen .....	10
5. Proses Keputusan Pembelian .....	12
6. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian.....	18
<b>B. Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>27</b>
<b>C. Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>28</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
<b>A. Pendekatan Penelitian .....</b>	<b>29</b>
<b>B. Obyek Penelitian .....</b>	<b>30</b>
1. Profil Perusahaan .....	30
2. Produk.....	31
3. Visi dan Misi.....	31

<b>C. Populasi dan Sampling .....</b>	<b>31</b>
1. Populasi.....	31
2. Sampel dan Teknik .....	31
<b>D. Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>32</b>
1. Teknik Kumpul Data .....	32
2. Alat Kumpul Data.....	33
3. Definisi Operasional Variabel .....	34
4. Analisis Data.....	36
5. Jadwal Penelitian .....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>42</b>
<b>A. Hasil Penelitian.....</b>	<b>42</b>
1. Profil Responden.....	42
2. Data temuan faktor budaya terhadap keputusan pembelian.....	47
3. Data temuan faktor sosial terhadap keputusan pembelian .....	48
4. Data temuan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian.....	50
5. Data temuan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian.....	52
<b>B. Pembahasan.....</b>	<b>54</b>
1. Analisis Faktor Budaya dalam Keputusan Pembelian .....	55
2. Analisis Faktor Sosial dalam Keputusan Pembelian.....	57
3. Analisis Faktor Pribadi dalam Keputusan Pembelian.....	59
4. Analisis Faktor Psikologis dalam Keputusan Pembelian.....	62
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>67</b>
<b>A. Simpulan .....</b>	<b>67</b>
<b>B. Rekomendasi .....</b>	<b>68</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>74</b>

## DAFTAR TABEL

TABEL 1 DATA PENJUALAN PAKET WISATA DOMESTIK MYTOURS JAKARTA TAHUN 2021 .....	4
TABEL 2 TAHAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN.....	12
TABEL 3 FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PELAKU PEMBELIAN .....	18
TABEL 4 PENELITIAN TERDAHULU .....	28
TABEL 5 KERANGKA PEMIKIRAN .....	28
TABEL 6 SKALA LIKERT .....	34
TABEL 7 Matrik Operasional Variabel (MOV) .....	36
TABEL 8 HASIL UJI VALIDITAS .....	39
TABEL 9 HASIL UJI RELIABILITAS .....	41
TABEL 10 JADWAL PENELITIAN .....	41
TABEL 11 REKAPITULASI TANGGAPAN RESPONDEN PADA DIMENSI FAKTOR BUDAYA.....	47
TABEL 12 REKAPITULASI TANGGAPAN RESPONDEN PADA DIMENSI FAKTOR SOSIAL.....	48
TABEL 13 REKAPITULASI TANGGAPAN RESPONDEN PADA DIMENSI FAKTOR PRIBADI.....	50
TABEL 14 REKAPITULASI TANGGAPAN RESPONDEN PADA DIMENSI FAKTOR PSIKOLOGIS .....	52
TABEL 15 PENENTUAN NILAI MAKSIMUM DAN NILAI MINIMUM PADA GARIS KONTINUM .....	54
TABEL 16 PERHITUNGAN SKALA RENTANG.....	55
TABEL 17 HASIL PEMBOBOTAN FREKUENSI PENILAIAN MENGENAI FAKTOR BUDAYA DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DOMESTIK OLEH KONSUMEN .....	55
TABEL 18 RENTANG PENILAIAN FAKTOR BUDAYA DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DOMESTIK OLEH KONSUMEN .	577

TABEL 19 HASIL PEMBOBOTAN FREKUENSI PENILAIAN MENGENAI FAKTOR SOSIAL DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DOMESTIK OLEH KONSUMEN .....	57
TABEL 20 RENTANG PENILAIAN FAKTOR SOSIAL DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DOMESTIK OLEH KONSUMEN ...	59
TABEL 21 HASIL PEMBOBOTAN FREKUENSI PENILAIAN MENGENAI FAKTOR PRIBADI DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DOMESTIK OLEH KONSUMEN I.....	59
TABEL 22 RENTANG PENILAIAN FAKTOR PRIBADI DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DOMESTIK OLEH KONSUMEN ...	61
TABEL 23 HASIL PEMBOBOTAN FREKUENSI PENILAIAN MENGENAI FAKTOR PSIKOLOGIS DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DOMESTIK OLEH KONSUMEN .....	62
TABEL 24 RENTANG PENILAIAN FAKTOR PSIKOLOGIS DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA DOMESTIK OLEH KONSUMEN.....	65

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 DIAGRAM RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN.....	42
GAMBAR 2 DIAGRAM RESPONDEN BERDASARKAN UMUR .....	43
GAMBAR 3 DIAGRAM RESPONDEN BERDASARKAN DOMISILI .....	44
GAMBAR 4 DIAGRAM RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN.....	44
GAMBAR 5 DIAGRAM RESPONDEN BERDASARKAN PENDAPATAN.....	45
GAMBAR 6 DIAGRAM RESPONDEN BERDASARKAN INTENSITAS MEMBELI PAKET WISATA DOMESTIK DI MYTOURS JAKARTA .....	46

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL (MOV).....	74
LAMPIRAN 2 BUKTI FREKUENSI BIMBINGAN PROPOSAL.....	75
LAMPIRAN 3 BUKTI FREKUENSI BIMBINGAN TUGAS AKHIR.....	76
LAMPIRAN 4 SURAT LOKASI PENELITIAN.....	77
LAMPIRAN 5 KUESIONER PENELITIAN : KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI PAKET WISATA DOMESTIK DI MYTOURS JAKARTA.....	78
LAMPIRAN 6 HASIL KUESIONER PENELITIAN : KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI PAKET WISATA DOMESTIK DI MYTOURS JAKARTA.....	80
LAMPIRAN 7 BIODATA PENELITI.....	82
LAMPIRAN 8 TURN IT IN ORIGINALY REPORT.....	83

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, S. (2011). *Metologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assiyah, R. (2008). *Potensi dan Pengembangan Wisata Desa Ngablak di Sleman Yogyakarta*.
- Damardjati, R. (2001). *Istilah-istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Engel, J. M. (1994). *Perilaku Konsumen (Vol. 6)*. Binarupa Aksara.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (4 ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanlon, B., & Larget, B. (2011). *Samples and Populations*. Department of Statistics University of Wisconsin, 1-21.
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran (1st and 2nd ed.)*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran (12 ed., Vol. 2)*. New Jersey: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong. (2000). *Prinsip-prinsip Pemasaran (12 ed., Vol. 1)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran (13 ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2012). *Prediksi Tingkat Pengembalian Investasi Berupa Devidend Yield Berdasarkan Analisis Financial Ratio*. *Majalah EKONOMI: Telaah Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis*, 89-98.
- Kusmayadi, & Sugiarto. (2000). *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.



- McCombes, S. (15 Mei 2019). Descriptive Research. Diambil dari Scribbr: <https://www.scribbr.com/methodology/descriptive-research/>
- Nazir, M. (2005). Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mustika, S. (2020, Desember 12). Diambil kembali dari Jumlah Wisatawan Nusantara Menyusut 61 Persen: Tersedia: <https://travel.detik.com/travel-news/d-5292195/jumlah-wisatawan-nusantara-menyusut-61-persen>[24 Februari 2022]
- Organization, W. T. (2012). Annual Report 2011. Retrieved from World Tourism Organization (UNWTO): [http://www2.unwto.org/annual\\_report\\_2011.pdf](http://www2.unwto.org/annual_report_2011.pdf) dan Strategi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Petriella, Y. (26 Februari 2019). Ramai-Ramai Pergi ke Luar Negeri Usai Pilpres. Diambil dari EKONOMI: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190226/12/893367/ramai-ramai-pergike-luar-negeri-usai-pilpres>
- Prahadi, Y. Y. (24 Februari 2015). Bangun Pariwisata, Infrastruktur Harus Mendukung. Diambil dari SWA: <https://swa.co.id/swa/trends/management/bangun-pariwisata-infrastrukturharus-mendukung>
- Purwanto, A., Erwan, & Sulistyastuti, D. R. (2007). Metode Penelitian Kuantitatif Administrasi Publik dan Masalah-masalah Sosial. Yogyakarta: Gaya Media.
- Riduwan. (2004). Metode dan Teknik Menyusun Tesis. Bandung: Alfabeta.
- Robbins, S., & Judge. (2008). Perilaku Organisasi (Vol. 2). Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Keahlian (6 ed., Vol. 1). Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Setiadi, N. J. (2003). Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Kencana.
- Sinaga, S. (2010). Potensi dan Pengembangan Objek Wisata di Kabupaten Tapanuli Tengah. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Statistik, B. P. (29 Oktober 2012). Statistik Jasa Perjalanan Wisata 2011. Diambil dari Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id/publication/2012/10/29/fa0e6a8acfbef126be3d4681/statistik-jasaperjalanan-wisata-2011.html>
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Wahab, S. (Manajemen Kepariwisata). 1992. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Widodo. (2017). Metodologi Penelitian, Populer dan Praktis. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Winardi. (2010). Motivasi, Permotivasi, dan Manajemen (1 ed., Vol. 1). Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Yoeti, O. A. (1996). Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: Angkasa.
- Yoeti, O. A. (2008). Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Jakarta: Pradnya Paramita