

**PENGARUH *SMART TOURISM CITY* TERHADAP
TOURIST EXPERIENCE DI KOTA BANDUNG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan
Program Strata-1
Program Studi Industri Perjalanan Wisata
Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung



Disusun Oleh:

DEA RAHMA SEPTIANA
201721820

**PROGRAM STUDI INDUSTRI PERJALANAN WISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG
2021**

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI

PENGARUH *SMART TOURISM CITY* TERHADAP
TOURIST EXPERIENCE DI KOTA BANDUNG

NAMA : DEA RAHMA SEPTIANA
NIM : 201721820
PROGRAM STUDI : INDUSTRI PERJALANAN WISATA

Pembimbing I



Faisal, MM.Par, CHE.

NIP. 197307061995031001

Pembimbing II



Dra P Jessica J Josary, M.Sc., CHE.

NIP. 19600429 199003 2 001

Bandung, 01 Juli 2021

Mengetahui,
Kepala Bagian Administrasi Akademik
dan Kemahasiswaan

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc.

NIP. 19710506 199803 1 001

Menyetujui,
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung

Faisal, MM.Par, CHE.

NIP. 197307061995031001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Dea Rahma Septiana
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 12 September 1999
NIM : 201721820
Program Studi : Studi Industri Perjalanan Wisata

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul "**Pengaruh *Smart Tourism City* terhadap *Tourist Experience* di Kota Bandung**" ini merupakan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Skripsi 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 Skripsi 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 Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



Dea Rahma Septiana

NIM. 201721820

ABSTRACT

Bandung city is one of the regions in Indonesia that has implemented a smart city by utilizing ICT, sensors, and data analytics. The development of ICT in the Bandung city is also used in tourism activities. Convergence between the components of smart tourism and smart city is defined as a smart tourism city, in which needed to improve tourist experience through more personalized products/services to meet the unique preferences of each tourist.

This research uses a quantitative correlation method with the population tourists who have visited Bandung City. The number of samples is 250 respondents, with the purposes to determine the influence of smart tourism city which consists of transportation, gastronomy, accommodation, ancillary services, and attraction towards tourist experience. As stated in, this study uses multiple linear regression analysis.

The results in this study indicate that there is a joint influence between the independent variable (X) on the dependent variable (Y) in Bandung City by 45.50%. However, individually, the dimensions transportation, accommodation, and attraction have a significant influence. Menhile of gastronomy and ancillary services have no significant influence towards tourist experience.

Keywords : *Smart Tourism, Smart City, Smart Tourism City, Tourist Experience*

ABSTRAK

Kota Bandung merupakan salah satu daerah di Indonesia yang sudah menerapkan *smart city* dengan memanfaatkan TIK, sensor, dan *data analytic*. Perkembangan TIK di Kota Bandung pun digunakan dalam kegiatan pariwisata. Konvergensi antara komponen *smart tourism* dan *smart city* didefinisikan sebagai *smart tourism city*, yang mana hal tersebut diperlukan untuk meningkatkan *tourist experience* melalui produk/layanan yang lebih personal untuk memenuhi preferensi unik setiap wisatawan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasi dengan populasi yaitu wisatawan yang pernah berwisata ke Kota Bandung serta jumlah sampel sebanyak 250 responden, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *smart tourism city* yang terdiri dari *transportation*, *gastronomy*, *accommodation*, *ancillary services*, dan *attraction* terhadap *tourist experience*. Dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) di Kota Bandung sebesar 45.50%. Namun secara individual dimensi *transportation*, *accommodation* dan *attraction* berpengaruh signifikan. Sedangkan *gastronomy* dan *ancillary services* tidak berpengaruh signifikan terhadap *tourist experience*.

Kata kunci : *Smart Tourism, Smart City, Smart Tourism City, Tourist Experience*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas izin-Nya peneliti dapat menyelesaikan proposal penelitian dengan judul **“PENGARUH *SMART TOURISM CITY* TERHADAP *TOURIST EXPERIENCE* DI KOTA BANDUNG”** dengan lancar dan dapat selesai pada waktunya.

Tak lupa dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih atas semua dukungan baik secara moril atau materil kepada semua pihak yang terlibat, di antaranya:

1. Bapak Faisal, MM.Par, CHE. selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung serta selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Andar Danova L Goeltom, S.Sos., M.Sc. selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
3. Ibu Endang Komesty Sinaga, SS, MM. Par. Selaku ketua jurusan Perjalanan.
4. Bapak Singgih Tri Wibowo, SST.Par., MM.Par. Selaku Ketua Program Studi Industri Perjalanan Wisata.
5. Ibu Rr. Adi Hendraningrum, S.Sos., MM. Selaku Sekretaris Program Studi Industri Perjalanan Wisata.
6. Ibu Dra P Jessica Jocelyn Josary, M.Sc., CHE. Selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dalam penulisan skripsi ini.

7. Papah dan mamah penulis, Dwi Herwin Eddy Yuswanto dan R. Suhartini yang telah memberikan dukungan, doa, cinta, dan kasih sayang kepada peneliti sejak kecil.
8. Dosen dan Staf Program Studi Industri Perjalanan Wisata yang senantiasa membantu penelitian ini.
9. Seluruh rekan Studi Industri Perjalanan Wisata 2017 yang senantiasa saling mendukung dan membantu satu dengan yang lainnya.
10. Seluruh pihak yang telah membantu penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Karena semua yang sempurna hanya milik Tuhan Yang Maha Esa maka penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan dan terdapat banyak kekurangan didalamnya. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka untuk menerima kritik atau saran yang dapat membangun untuk kedepannya.

Besar harapan penulis bahwa laporan ini dapat bermanfaat bagi para pembaca pada umumnya dan bagi para peneliti pada khususnya.

Bandung, 01 Juli 2021

Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	12
A. Latar Belakang Masalah	12
B. Rumusan Masalah	16
C. Tujuan Penelitian	17
D. Pembatasan Masalah	17
E. Manfaat Penelitian	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
A. Kajian Teori	19
1. <i>Smart City</i>	19
2. <i>Smart Tourism</i>	23
3. <i>Smart Tourism City</i>	27
4. <i>Tourist Experience</i>	33
B. Penelitian Terdahulu	37
C. Kerangka Penelitian	39
D. Hipotesis	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
A. Desain Penelitian	41
B. Objek Penelitian	42
C. Populasi dan Sampel	43
1. Populasi	43
2. Sampel	43
D. Metode Pengumpulan Data	45

1. Teknik Pengumpulan Data	45
2. Alat Pengumpulan Data	47
3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	48
E. Matriks dan Definisi Operasional Variabel	55
F. Analisis Data	56
G. Jadwal Penelitian	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	62
A. Hasil Penelitian dan Pembahasan Profil Wisatawan	62
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan <i>Smart Tourism City</i> di Kota Bandung	67
C. Hasil Penelitian dan Pembahasan <i>Tourist Experience</i> di Kota Bandung	82
D. Hasil Penelitian dan Pembahasan Pengaruh <i>Smart Tourism City</i> terhadap <i>Tourist Experience</i> di Kota Bandung.....	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	105
A. Kesimpulan	105
B. Implikasi	106
C. Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN 1 UJI VALIDITAS	115
LAMPIRAN 2 UJI RELIABILITAS	128
LAMPIRAN 3 KUESIONER.....	131
LAMPIRAN 4 FORM BIMBINGAN.....	135
LAMPIRAN 5 SURAT IZIN PENELITIAN.....	136
LAMPIRAN 6 SURAT IZIN PENELITIAN.....	137
LAMPIRAN 7 HASIL TURNITIN	138
BIODATA PENULIS.....	139

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR		HALAMAN
1	DIMENSI SMART CITY KOTA BANDUNG	13
2	JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KE KOTA BANDUNG TAHUN 2013-2018	14
3	DIMENSI SMART CITY	21
4	KOMPONEN DAN LAPISAN SMART TOURISM	25
5	KOMPONEN SMART CITY	29
6	KOMPONEN SMART TOURISM.....	30
7	KOMPONEN SMART TOURISM CITY	32
8	KERANGKA PENELITIAN.....	39
9	PROFIL WISATAWAN BERDASARKAN JENIS KELAMIN .	62
10	PROFIL WISATAWAN BERDASARKAN UMUR.....	63
11	PROFIL WISATAWAN BERDASARKAN PENDIDIKAN TERAKHIR	64
12	PROFIL WISATAWAN BERDASARKAN PEKERJAAN.....	65
13	PROFIL WISATAWAN BERDASARKAN DAERAH ASAL	66
14	GRAFIK P-P LOT	91
15	GAMBAR SCATTERPLOT	92

DAFTAR TABEL

TABEL		HALAMAN
1	PENELITIAN TERDAHULU.....	37
2	HASIL UJI VALIDITAS.....	48
3	HASIL UJI RELIABILITAS.....	54
4	MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL.....	55
5	JADWAL PENELITIAN.....	61
6	<i>TRANSPORTATION</i>	67
7	<i>GASTRONOMY</i>	71
8	<i>ACCOMMODATION</i>	73
9	<i>ANCILLARY SERVICES</i>	76
10	DATA RUANG TERBUKA HIJAU KOTA BANDUNG TAHUN 2020.....	77
11	<i>ATTRACTION</i>	79
12	<i>SMART TOURISM CITY</i>	81
13	<i>PHYSICAL, SENSORY EXPERIENCE</i>	83
14	<i>EDUCATION/COGNITIVE AND PERCEPTUAL EXPERIENCE</i>	85
15	<i>CO-CREATION AND ENGAGED EXPERIENCE</i>	87
16	<i>TOURIST EXPERIENCE</i>	89
17	UJI MULTIKOLINERITAS.....	91
18	HASIL UJI KOEFISIEN.....	93
19	HASIL UJI F (SIMULTAN).....	95
20	HASIL UJI T (PARSIAL).....	96
21	KOEFISIEN DETERMINASI.....	100

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN		HALAMAN
1	UJI VALIDITAS.....	115
2	UJI RELIABILITAS	128
3	KUESIONER	131
4	FORM BIMBINGAN	135
5	SURAT IZIN PENELITIAN	136
6	SURAT IZIN PENELITIAN	137
7	HASIL TURNITIN	138
8	BIODATA PENULIS	139

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, N. A. (2016). Pengaruh Tourist Experience Terhadap Kepuasan Wisatawan Dan Dampaknya Pada Revisit Intention. *Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Bandung, D. K. (2020). Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung Tahun 2013-2018.
- Bandung, W. K. (2018). *Tentang Rencana Induk Bandung Kota Cerdas (Masterplan Bandung Smart City) Periode 2018-2023*. Provinsi Jawa Barat: Sekretariat Daerah Kota Bandung.
- Bifulco, F., Tregua, M., Amitrano, C. C., & D'Auria, A. (2016). ICT and sustainability in smart cities management. *International Journal of Public Sector Management*, 132-147. doi:doi.org/10.1108/IJPSM-07-2015-0132
- Binkhorst, E., & Dekker, T. D. (2009). Agenda for Co-Creation Tourism Experience Research. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 311-327. doi:doi.org/10.1080/19368620802594193
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2014). Smart Tourism Destination. *Information and Communication Technologies in Tourism*, 553-564. doi:doi.org/10.1007/978-3-319-03973-2_40
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart Tourism Destination: Enhancing Tourism Experience Through Personalitiation of Services. *Information and Communication Technologies in Tourism*, 377-389. doi:doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9_28
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 609-623. doi:doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005
- CHEN, C. (2020). The Influence of Smart Tourism on Tourist Experience Toward Travel Intention and Satisfaction: Evidence from China. *International Journal of Marketing Studies*, 65-70. doi:10.5539/ijms.v12n3p65
- Cho, Y.-H., & Fesenmaier, D. R. (2000). A Conceptual Framework for Evaluating Effects of a Virtual Tour. *Information and Communication Technologies in Tourism*, 314-323. doi:doi.org/10.1007/978-3-7091-6291-0_28
- Choi, I. Y., Ryu, Y. U., & Kim, J. K. (2019). A recommender system based on personal constraints for smart tourism city. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 440-453. doi:doi.org/10.1080/10941665.2019.1592765

- Dameri, R. P. (2013). Searching for Smart City definition: a comprehensive proposal. *International Journal of Computers & Technology*, 2544–2551. doi:doi.org/10.24297/ijct.v11i5.1142
- Dameri, R. P. (2017). Smart City Definition, Goals and Performance. Smart City Implementation. *Smart City Implementation*, 1–22. doi:doi.org/10.1007/978-3-319-45766-6_1
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitati*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- detikNews*. (2017, Juli 14). Retrieved from news.detik.com: <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-3560522/begini-cara-menggunakan-mesin-parkir-elektronik-di-bandung>
- detikNews*. (2021, April 05). Retrieved from news.detik.com: <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-5520482/bandung-ke-28-smart-city-dunia-tapi-wifi-taman-enggak-aktif>
- Devega., E. (2017, November 28). *Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia*. Retrieved from Kominfo: https://kominfo.go.id/content/detail/11656/langkah-menuju-100-smart-city/0/sorotan_media
- Dinas Perhubungan Kota Bandung*. (n.d.). Retrieved from atcs-dishub.bandung.go.id: http://atcs-dishub.bandung.go.id/Tentang_ATCS
- Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman*. (2020). Retrieved from data.bandung.go.id: http://data.bandung.go.id/beta/index.php/portal/detail_dataset/ruang-terbuka-hijau-di-kota-bandung
- Duan, W., Nasiri, R., & Karamizadeh, S. (2019). Smart City Concepts and Dimensions. *International Conference on Information Technology: IoT and Smart City*, 488–492. doi:doi.org/10.1145/3377170.3377189
- El-Hotel Royale*. (n.d.). Retrieved from www.bandung.el-hotels.com: www.bandung.el-hotels.com
- Gretzel, U., Koo, C., Sigala, M., & Xiang, Z. (2015). Special issue on smart tourism: convergence of information technologies, experiences, and theories. *Electronic Markets*, 175-177. doi:doi.org/10.1007/s12525-015-0194-x
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart Tourism: Foundations and Developments. *Electronic Markets*, 179-188. doi:doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8

- Gretzel, U., Zhong, L., & Koo, C. (2016). Application of Smart Tourism to Cities. *International Journal of Tourism Cities*. doi:doi.org/10.1108/IJTC-04-2016-0007
- Guo, J., Ma, J., Li, X., Zhang, J., & Zhang, T. (2017). An Attribute-Based Trust Negotiation Protocol For D2d Communication In Smart City Balancing Trust And Privacy. *Journal Of Information Science And Engineering* 33, 1007-1023. doi:doi.org/10.6688/JISE.2017.33.4.10
- Hartono, J. (2018). *PEDOMAN SURVEI KUESIONER. Mengembangkan Kuesioner, Mengatasi Bias dan Meningkatkan Respon*. YOGYAKARTA: BPFE.
- Humas Kota Bandung*. (2018, Februari 14). Retrieved from Humas.Bandung.go.id: <https://humas.bandung.go.id/berita/bandung-cashless-payment-cara-transaksi-aman-dan-n>
- Humas Kota Bandung*. (2018, Februari 24). Retrieved from Humas.bandung.go.id: <https://humas.bandung.go.id/layanan/atcs-kota-bandung-tingkatkan-kedisiplinan-berkenda>
- Humas Kota Bandung*. (2019, Maret 14). Retrieved from Humas.Bandung.go.id: <https://humas.bandung.go.id/layanan/lagi-tujuh-daerah-jadikan-kota-bandung-rujukan-sma>
- Humas Kota Bandung*. (2019, April 23). Retrieved from Humas.bandung.go.id: <https://humas.bandung.go.id/layanan/taman-kota-untuk-kualitas-hidup-lebih-baik>
- Hunter, W. C., Chung, N., Gretzel, U., & Koo, C. (2015.). Constructivist Research in Smart Tourism. *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 105-120. doi:doi.org/10.14329/apjis.2015.25.1.105
- Indonesia, P. (2009). *Undang-Undang (UU) Kepariwisata No.10. Tahun 2009 (pasal 1 ayat 1)*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- KBBI. (n.d.). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Retrieved from [Online]: <https://kbbi.web.id/pengalaman>
- klikhijau.com*. (2019, Maret 08). Retrieved from klikhijau.com: <https://klikhijau.com/read/benarkah-industri-hotel-di-indonesia-telah-ramah-lingkungan/>
- Kuncoro, M. (2007). *Metode kuantitatif. Teori dan aplikasi untuk bisnis dan ekonomi. Edisi ketiga*. Yogyakarta: Unit penerbit dan percetakan (UPP) STIM YKPN.
- Larsen, S. (2007). Aspects of a Psychology of the Tourist Experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7-18. doi:doi.org/10.1080/15022250701226014

- Lee, H., Lee, J., Chung, N., & Koo, C. (2018). Tourists' happiness: are there smart tourism technology effects? *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 486–501. doi:doi.org/10.1080/10941665.2018.1468344
- Lee, P., Hunter, W. C., & Chung, N. (2020). Smart Tourism City: Developments and Transformations. *Sustainability*, 3958. doi:doi.org/10.3390/su12103958
- Liberato, P., Alen, E., & Liberato, D. (2018). Smart Tourism Destination Triggers Consumer Experience: the Case of Porto. *European Journal of Management and Business Economics*, 2444-8494. doi:doi.org/10.1108/EJMBE-11-2017-0051
- Marsal-Llacuna, M.-L., JoanColomer-Llinàs, & Meléndez-Frigola, J. (2015). Lessons in urban monitoring taken from sustainable and livable cities to better address the Smart Cities initiative. *Technological Forecasting and Social Change*, 611-622. doi:doi.org/10.1016/j.techfore.2014.01.012
- Marsono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif. Langkah-langkah menyusun skripsi, tesis atau disertasi menggunakan teknik analisis (path analysis) dilengkapi contoh pengaplikasiannya*. Bogor: IN Media.
- Masyhuri, & Zainuddin. (2011). *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dan Aplikatif (Edisi Revisi)*. Bandung: Refika Aditama.
- Misbahuddin, & Hasan, I. (2014). *Analisis data penelitian dengan statisti*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2015). Smart Technologies for Personalized Experiences: A Case Study in the Hospitality Domain. *Electronic Markets*, 243-254. doi:doi.org/10.1007/s12525-015-0182-1
- Padma Hotel Bandung*. (n.d.). Retrieved from www.padmahotelbandung.com: www.padmahotelbandung.com
- PikiranRakyatcom*. (2019, November 29). Retrieved from pikiran-rakyat.com: <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01323754/bandung-lirik-wisata-gastronomi>
- PikiranRakyatcom*. (2020, Juni 14). Retrieved from Pikiran-rakyat.com: <https://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/pr-01401776/rilis-aplikasi-bemo-cara-pemkot-bandung-permudah-masyarakat-pantau-transportasi-publik>
- Pires, G. D., Stanton, J., & Rita, P. (2006). The internet, consumer empowerment and marketing strategies. *European Journal of Marketing*, 936-949. doi:doi.org/10.1108/03090560610680943

- Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). Co-creation experiences: The next practice in value creation. *Journal of Interactive Marketing*, 5-14. doi:doi.org/10.1002/dir.20015
- Priyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatma Publishing.
- Quinlan Cutler, S., & Carmichael, B. A. (2010). *The dimensions of the tourist experience*. In M. Morgan, P. Lugosi & B. Ritchie (Eds) *The Tourism and Leisure Experience: Consumer and Managerial Perspectives*. Bristol: Channel View Publications. doi:doi.org/10.21832/9781845411503-004
- Rahmadani, S. (2015). Pengaruh Kecanggihan Teknologi Informasi, Partisipasi Manajemen Dan Pengetahuan Manajer Akuntansi Terhadap Kualitas Informasi Akuntansi (Studi Pada Badan Usaha Milik Negara Industri Strategis Di Bandung). *Fakultas Ekonomi Unpas*, 25.
- Riduwan, & Akdon. (2010). *Rumus dan Data dalam Analisis Data Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Riyadi, S. (2015, Januari 30). *Pengertian Angket Menurut Para Ahli*. Retrieved from Google Plus: <https://plus.google.com/108778983038189772221/posts/aL7uEdCPD7L>
- Samih, H. (2019). Smart cities and internet of things. *Journal of Information Technology Case and Application Research*, 3-12. doi:doi.org/10.1080/15228053.2019.1587572
- Sari, L. P., Noor, A., & Rahayu, A. U. (2020). TOURIST EXPERIENCE DARI SMART TOURISM DESTINATION, STUDI KASUS DI KOTA BANDUNG, JAWA BARAT, INDONESIA. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*. doi:doi.org/10.17509/jithor.v3i2.25157
- Sarwono, J. (2013). *Statistik Multivariat Aplikasi untuk riset skripsi*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET (Penerbit ANDI).
- Saung Angklung Udjo*. (n.d.). Retrieved from <https://angklungudjo.com/> : <https://angklungudjo.com/>
- Selstad, L. (2007). The Social Anthropology of the Tourist Experience. Exploring the “Middle Role”. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 19-33. doi:doi.org/10.1080/15022250701256771
- Shafiee, S., Ghatari, A. R., Hasanzadeh, A., & Jahanyan, S. (2019). Developing a model for sustainable smart tourism destinations: A systematic review. *Tourism Management Perspectives*, 287–300. doi:doi.org/10.1016/j.tmp.2019.06.002

- Sikora-Fernandez, D., & Stawasz, D. (2016). The Concept of Smart City in the Theory and Practice of Urban Development Management. *Romanian Journal of Regional Science*.
- Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Stamboulis, Y., & Skayannis, P. (2003). Innovation strategies and technology for experience-based tourism. *Tourism Management*, 35-43. doi:doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00047-X
- Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Trans Studio Mall*. (n.d.). Retrieved from <https://www.transstudiobandung.com/>: <https://www.transstudiobandung.com/>
- Tu, Q., & Liu, A. (2014). Framework of Smart Tourism Research and Related Progress in China. *International Conference on Management and Engineering*, 140-146.
- Tussyadiah, I. P., & Fesenmaier, D. R. (2009). Mediating Tourist Experiences: Access to Places via Shared Videos. *Annals of Tourism Research*, 24-40. doi:doi.org/10.1016/j.annals.2008.10.001
- Um, T., & Chung, N. (2019). Does Smart Tourism Technology Matter? Lessons from Three Smart Tourism Cities in South Korea. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 396-414. doi:doi.org/10.1080/10941665.2019.1595691
- Utami, D. D., Sinaga, E. K., Desiria, M. K., Febriani, N., & Prayitno, R. A. (2020). Potential of Smart Tourism Destination in Bandung City. *The Mattingley Publishing Co., Inc*, 7668-7675.
- Widiasworo, E. (2019). *Menyusun penelitian kuantitatif untuk skripsi dan tesis*. Yogyakarta: Araska.
- Xiang, Z., & Fesenmaier, D. R. (2017). Big Data Analytics, Tourism Design and Smart Tourism. *Analytics in Smart Tourism Design*, 299-307. doi:doi.org/10.1007/978-3-319-44263-1_17