

ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG ULANG WISATAWAN DI TAMAN NASIONAL GUNUNG HALIMUN SALAK

Rima Pratiwi Batubara¹, Dinar Adeya Putri²

²Usaha Perjalanan Wisata STP Bogor

Bogor Hotel Institute, Jl. Curug Mekar Jl. Yasmin Raya No.17 Bogor

Email Korespondensi: pratiwi.rima7@gmail.com

ABSTRAK

Taman Nasional Gunung Halimun Salak menjadi sebuah taman nasional yang sebelumnya merupakan sebuah hutan lindung. Kawasan ini menjadi salah satu tempat wisata terbaik yang ada di Bogor. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana daya tarik wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang wisatawan di Taman Nasional Gunung Halimun Salak. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dan teknik pengumpulan data dengan menggunakan angket dengan responden yang diambil dari sampel sebanyak 100 responden yang merupakan wisatawan Taman Nasional Gunung Halimun Salak. Instrumen yang digunakan adalah angket dengan menggunakan skala likert. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa korelasi antara variabel daya tarik wisata (x) dengan variabel minat berkunjung ulang (y) dalam kategori kuat. Daya tarik wisata memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung ulang wisatawan di Taman Nasional Gunung Halimun Salak berdasarkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,935 > 1,98447$). Daya tarik wisata memberikan pengaruh sebesar 44,9%.

Kata Kunci: Daya Tarik Wisata; Minat Berkunjung Ulang; Taman Nasional Gunung Halimun Salak

ABSTRACT

Taman Nasional Gunung Halimun Salak was elevated to a national park which was formerly a protected forest. This area is one of the best tourism in Bogor. This study was conducted to find out how the tourist attraction has been influential in the interest of tourists revisiting in Taman Nasional Gunung Halimun Salak. The study used a quantitative approach, and the data collection techniques by using a poll with respondents were taken from samples of 100 respondents who were tourists of Taman Nasional Gunung Halimun Salak. The instrument used is a poll using a Likert scale. Based on the research results it is known that the correlation between the tourist attraction variable (x) with the interest of tourists revisiting variable (y) in the strong category. Tourist attraction has an influence on the interest of tourists revisiting in Taman Nasional Gunung Halimun Salak by $t_{count} > t_{table}$ ($8.935 > 1.98447$). Tourist attraction has an impact of 44.9%.

Keywords: Tourism Attractions; Tourist Re-visit Interest; Taman Nasional Gunung Halimun Salak

PENDAHULUAN

Sebagai salah satu penyumbang devisa terbesar, pariwisata menjadi sebuah industri yang menguntungkan dan memiliki prospek yang menjanjikan untuk pemenuhan kebutuhan manusia. Padatnya aktivitas dan tingginya tuntutan hidup serta tingkat stress membuat masyarakat mencari berbagai hal yang dapat menyeimbangkan hidup kebutuhan masyarakat akan hiburan dan rekreasi semakin meningkat. Selain untuk melepas ketegangan dan mendapatkan hiburan, manfaat wisata juga dapat dijadikan sebagai sarana pendidikan, baik untuk anak-anak, remaja, maupun orang dewasa. Seseorang dapat memenuhi keinginannya untuk bersantai dan terlepas dari pekerjaan melalui wisata (Batubara, 2019).

Kabupaten Bogor adalah sebuah kabupaten yang berada di provinsi Jawa Barat. Pada Tahun 2018, Kabupaten Bogor dikunjungi oleh 7,6 juta wisatawan. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor mengatakan target kunjungan wisata di Kabupaten Bogor sebanyak 10 juta wisatawan per tahun dalam kurun waktu lima tahun ke depan. Kabupaten Bogor juga pernah menerima penghargaan sebagai salah satu dari 10 kabupaten terbaik nasional dalam ajang *Yokata Wonderful Indonesia Tourism Award 2018* yang diselenggarakan di Jakarta.

Taman Nasional Gunung Halimun Salak merupakan salah satu destinasi wisata yang kerap menerima banyak kunjungan wisatawan. Sebagai kawasan konservasi, Taman Nasional Gunung Halimun Salak memiliki keindahan alam yang asri sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Keasrian dan kealamian kawasan dapat menjadikan media untuk melepas kepenatan dari kehidupan sehari-hari. Taman Nasional Gunung Halimun Salak memiliki daya tarik wisata seperti air terjun, kawah ratu merupakan salah satu kawah yang masih aktif, *camping ground* juga terdapat desa wisata bagi wisatawan yang ingin mempelajari atau mengikuti aktivitas masyarakat setempat.

Dengan daya tariknya tersebut Taman Nasional Gunung Halimun Salak menjadi salah satu tempat wisata favorit di Bogor. Terbukti di halaman *Trip Advisor*, Taman Nasional Gunung Halimun Salak menempati urutan ke-4 dari 41 wisata alam dan taman terbaik di Bogor dengan memperoleh *rating* 4.5/5 dengan 97 ulasan. Namun adanya daya tarik yang bagus tidak menutup kemungkinan terjadinya penurunan pengunjung. Hal ini dikarenakan masih adanya ulasan negatif yang ditujukan wisatawan terhadap Taman Nasional Gunung Halimun Salak. Ulasan tersebut meliputi pembiayaan masuk kawasan yang masih banyak, akses yang sulit dicapai, sampai yang masih banyak terlihat hingga fasilitas dengan kondisi yang buruk. Hal ini kemudian memunculkan pertanyaan untuk menyiasati kawasan agar pengunjung tetap datang dan tetap melakukan kunjungan ulang meski sebelumnya pernah ke kawasan tersebut.

Minat berkunjung ulang atau minat beli kembali didefinisikan sebagai *purchase intention* yaitu keinginan kuat untuk membeli kembali (Fullerton dan Taylor dalam Koda dan Nurlette, 2018). Miller, Glawter, dan Primban dalam Koda dan Nurlette (2018) menyebutkan bahwa *purchase intention* adalah keadaan mental seseorang yang mencerminkan rencana untuk melakukan beberapa tindakan dalam jangka waktu tertentu. Definisi ini diasumsikan sebagai anteseden langsung dari perilaku. Nurlestari (2016) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap niat kunjungan ulang wisatawan. Penelitian ini menduga daya tarik wisata menjadi permasalahan yang menyebabkan kurangnya minat berkunjung ulang wisatawan di Taman Nasional Gunung Halimun Salak. Hal ini kemudian ditetapkan

pengujian mengenai ada tidaknya pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulang wisatawan di Taman Nasional Gunung Halimun Salak.

METODE PENELITIAN

Taman Nasional Gunung Halimun Salak pada tahun 2018 dengan jumlah wisatawan sebanyak 1.600 wisatawan dengan sampel 100 orang. Penelitian bersifat kuantitatif dengan variabel *independent* yaitu daya tarik wisata dan variabel *dependent* adalah minat berkunjung ulang. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi lapangan, penyebaran kuesioner dan penelusuran pustaka. Kuesioner dibuat menggunakan model skala likert dengan 5 angka penilaian nilai paling rendah adalah 1 dan tertinggi adalah 5. Variabel *dependent* menggunakan dimensi rekomendasi, kunjungan ulang dan minat membayar lebih sedangkan dimensi atraksi, aksesibilitas, amenitas dan ansilaris sebagai variabel *independent*.

Data penelitian diolah menggunakan Aplikasi *Statistical Product and Service Solutions (SPSS IBM)* versi 24 dan terhadap data tersebut dilakukan beberapa tes, yaitu uji validitas data, uji reliabilitas data, normalitas, linearitas dan uji lainnya yang relevan. Selanjutnya dilakukan uji hipotesis berupa uji signifikansi simultan (uji statistik F), koefisien determinasi R² dan uji signifikansi parameter individual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kunjungan wisatawan ke Taman Nasional Gunung Halimun Salak dilihat dari berbagai karakteristik (Tabel 1). Karakteristik wisatawan ini memberikan sudut pandang yang berbeda dalam memberikan pendapatnya terkait dengan minat berkunjung ulang. Pada aspek jenis kelamin, wisatawan laki-laki lebih banyak dibandingkan perempuan. Hal ini karena Taman Nasional Gunung Halimun Salak identik dengan wisata *outdoor* dimana untuk menuju ke beberapa daya tarik yang ada membutuhkan tenaga lebih ekstra karena harus berjalan kaki beberapa ratus meter. Usia wisatawan berada pada rentang 18-24 tahun. Usia ini dianggap memiliki tubuh yang bugar sehingga sangat cocok untuk berwisata ke wisata *outdoor*. Rentang usia ini menjadikan dominasi status pernikahan wisatawan adalah belum menikah. Pekerjaan wisatawan didominasi pelajar/mahasiswa dan pegawai swasta sehingga membutuhkan tempat untuk menenangkan setelah beraktivitas dengan kegiatannya. Wisatawan lebih banyak berasal dari Bogor. Letak Taman Nasional Gunung Halimun Salak yang cukup jauh dan akses yang ramai membuat wisatawan luar daerah enggan datang ke kawasan ini.

Tabel 1. Karakteristik Wisatawan

Karakteristik		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Jenis Kelamin					
Valid	Laki-laki	60	60.0	60.0	60.0
	Perempuan	40	40.0	40.0	100.0
Usia					
Valid	18 - 24 Tahun	53	53.0	53.0	53.0
	25 - 31 Tahun	18	18.0	18.0	71.0
	32 - 38 Tahun	8	8.0	8.0	79.0
	>38 Tahun	21	21.0	21.0	100.0

Status Pernikahan					
Valid	Belum Menikah	66	66.0	66.0	66.0
	Menikah	34	34.0	34.0	100.0
Pendidikan Terakhir					
Valid	SMP/MTs	1	1.0	1.0	1.0
	SMA/SMK	56	56.0	56.0	57.0
	Diploma (D1/D2/D3)	8	8.0	8.0	65.0
	Sarjana (S1/S2/S3)	35	35.0	35.0	100.0
Pekerjaan					
Valid	Pelajar/Mahasiswa	30	30.0	30.0	30.0
	Pegawai Swasta	34	34.0	34.0	64.0
	PNS	4	4.0	4.0	68.0
	Wirausaha	14	14.0	14.0	82.0
	Lainnya	18	18.0	18.0	100.0
Pendapatan /bln					
Valid	<Rp 500.000	31	31.0	31.0	31.0
	Rp 500.000 - Rp 1.000.000	8	8.0	8.0	39.0
	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	12	12.0	12.0	51.0
	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	26	26.0	26.0	77.0
	>Rp 5.000.000	23	23.0	23.0	100.0
Domisili					
Valid	Jakarta	16	16.0	16.0	16.0
	Bogor	65	65.0	65.0	81.0
	Depok	9	9.0	9.0	90.0
	Bekasi	5	5.0	5.0	95.0
	Tangerang	3	3.0	3.0	98.0
	Lainnya	2	2.0	2.0	100.0

Sumber : Data Olah SPSS (2020)

Uji Validitas. Hasil olah data ditemukan bahwa seluruh indikator untuk variabel daya tarik wisata dinyatakan valid, karena nilai rhitung > rtabel sebesar 0,1966. seluruh indikator untuk variabel minat berkunjung ulang dinyatakan valid, karena nilai rhitung > rtabel sebesar 0,1966.

Uji Realibilitas. Tabel x diketahui bahwa *N of Items* menunjukkan banyaknya item yang dianalisis realibilitasnya, yaitu 15 *items* untuk variabel daya tarik wisata (x) dan 12 *items* untuk variabel minat berkunjung ulang (y). Sedangkan nilai *cronbach's alpha* nya masing-masing variabel yaitu 0,625 dan 0,714 yang dapat diartikan bahwa kedua variabel tersebut dinyatakan reliabel.

Tabel 2. Uji Realibilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
Daya Tarik Wisata	.625	15
Minat Berkunjung Ulang	.714	12

Sumber : Data Olah SPSS (2020)

Uji Normalitas. Hasil *kolmogorov-smirnov* menunjukkan nilai Sig. sebesar 0,091 untuk variabel daya tarik wisata dan sebesar 0,073 untuk variabel minat berkunjung ulang yang berarti berada di atas 0,05 (Tabel x). Dengan demikian dapat diartikan bahwa data telah terdistribusi secara normal.

Tabel 3. Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>			
		Daya Tarik Wisata	Minat Berkunjung Ulang
N		100	100
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	52.00	43.01
	<i>Std. Deviation</i>	4.479	3.989
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.082	.085
	<i>Positive</i>	.082	.085
	<i>Negative</i>	-.072	-.047
<i>Test Statistic</i>		.082	.085
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.091 ^c	.073 ^c
<i>a. Test distribution is Normal.</i>			
<i>b. Calculated from data.</i>			
<i>c. Lilliefors Significance Correction.</i>			

Sumber : Data Olah SPSS (2020)

Uji Linearitas. Hasil *deviation from linearity Sig.* yaitu sebesar 0,103 yang artinya lebih besar dari 0,05, maka dari itu dapat diartikan bahwa terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel daya tarik wisata (x) dengan variabel minat berkunjung ulang (y).

Tabel 4. Tabel ANOVA

<i>ANOVA Table</i>							
			<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
Minat Berkunjung Ulang * Daya Tarik Wisata	<i>Between Groups</i>	<i>(Combined)</i>	948.833	21	45.183	5.628	.000
		<i>Linearity</i>	707.062	1	707.062	88.078	.000
		<i>Deviation from Linearity</i>	241.771	20	12.089	1.506	.103
	<i>Within Groups</i>		626.157	78	8.028		
	<i>Total</i>		1574.990	99			

Sumber : Data Olah SPSS (2020)

Uji Regresi Linear Sederhana. Pada tabel X didapatkan persamaannya adalah $Y = 11,983 + 0,597X$. Dengan demikian dilihat dari nilai konstanta (α) yaitu 11,983 menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap minat berkunjung ulang sebesar 11,983. Sedangkan nilai koefisien regresi variabel daya tarik wisata yaitu 0,597 mengandung arti bahwa setiap penambahan 1 (satu) poin daya tarik wisata, maka hal itu akan meningkatkan minat berkunjung ulang sebesar 0,597.

Tabel 5. Uji Regresi Linear

<i>Coefficients^a</i>						
<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>T</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	<i>(Constant)</i>	11.983	3.485		3.438	.001
	Daya Tarik Wisata	.597	.067	.670	8.935	.000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Ulang

Sumber : Data Olah SPSS (2020)

Uji Korelasi. Pada tabel X didapatkan nilai *pearson correlation* sebesar 0,670. Maka dari itu dapat diartikan bahwa hubungan antara variable daya tarik wisata (x) dengan variabel minat berkunjung ulang (y) memiliki korelasi yang kuat.

Tabel 6. Tabel Korelasi

<i>Correlations</i>			
		Daya Tarik Wisata	Minat Berkunjung Ulang
Daya Tarik Wisata	<i>Pearson Correlation</i>	1	.670**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>		.000
	<i>N</i>	100	100
Minat Berkunjung Ulang	<i>Pearson Correlation</i>	.670**	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	
	<i>N</i>	100	100

****.** *Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*

Sumber : Data Olah SPSS (2020)

Uji Koefisien Determinasi. Pada tabel x didapatkan nilai R^2 yaitu sebesar 0,449. Daya tarik wisata mempengaruhi minat berkunjung ulang sebesar 44,9% sisanya yaitu sebesar 55,1% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

Tabel 7. Koefisien Determinasi

<i>Model Summary</i>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.670 ^a	.449	.443	2.976

a. Predictors: (Constant), Daya Tarik Wisata

Sumber : Data Olah SPSS (2020)

Uji T. Uji t dilakukan dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} . T_{hitung} didapatkan dari hasil perhitungan program SPSS versi 24, sedangkan t_{tabel} dilihat dari distribusi tabel t dengan rumus $df = n - k - 1$ yang dimana $n =$ jumlah data sedangkan $k =$ jumlah variabel *independent*, maka $df = 100 - 1 - 1 = 98$ dengan nilai probabilitas (Sig.) sebesar 0,05 (5%) maka didapatkan t_{tabel} yaitu sebesar 1,98447. Berdasarkan pada hasil uji regresi linear sederhana maka dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar $8,935 > t_{tabel}$

sebesar 1,98447 dengan Sig. $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat diartikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulang.

Pengujian prasyarat analisis dihasilkan bahwa seluruh indikator pada variabel daya tarik wisata (x) maupun variabel minat berkunjung ulang (y) nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, artinya seluruh indikator dinyatakan valid. Sedangkan nilai *cronbach's alpha* pada variabel daya tarik wisata (x) maupun variabel minat berkunjung ulang (y) lebih besar dari 0,60 yang artinya seluruh indikatornya reliabel. Sehingga seluruh indikator pada kuesioner memenuhi syarat untuk digunakan dalam penelitian ini. Hasil uji *kolmogorov-smirnov* dan linearitas, didapatkan nilai Sig. pada kedua uji tersebut pada kedua variabel lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa data telah terdistribusi secara normal dan daya tarik wisata memiliki hubungan yang linear secara signifikan terhadap minat berkunjung ulang wisatawan di Taman Nasional Gunung Halimun Salak.

Pengujian hipotesis penelitian dilihat dari nilai *pearson correlation* yang didapat sehingga diartikan bahwa daya tarik wisata memiliki korelasi yang kuat dengan minat berkunjung ulang wisatawan di Taman Nasional Gunung Halimun Salak. Hasil dari nilai R^2 yang didapat, menunjukkan bahwa daya tarik wisata mempengaruhi minat berkunjung ulang wisatawan di Taman Nasional Gunung Halimun Salak sebesar 44,9% sisanya yaitu sebesar 55,1% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai t_{hitung} yang didapat, menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulang wisatawan di Taman Nasional Gunung Halimun Salak. Nilai konstanta (α)nya, pengaruh yang diberikan oleh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulang wisatawan di Taman Nasional Gunung Halimun Salak adalah pengaruh yang positif, dengan setiap penambahan 1 poin daya tarik wisata, maka hal itu akan meningkatkan minat berkunjung ulang wisatawan di Taman Nasional Gunung Halimun Salak sebesar 0,597.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Nurlestari (2016) di Taman Safari Indonesia Cisarua, yang menyimpulkan bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap niat kunjungan ulang wisatawan di Taman Safari Indonesia Cisarua. Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Aulia (2019) di Obyek Makam Gus Dur Tebuireng Kabupaten Jombang, yang menyimpulkan bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Obyek Makam Gus Dur Tebuireng Kabupaten Jombang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Variabel daya tarik wisata (x) dan minat berkunjung ulang wisatawan (y) memiliki nilai *mean* yang lebih besar dari standar deviasi, yang menyatakan bahwa penyimpangan data tergolong rendah. Uji regresi linear sederhana didapatkan persamaan $Y = 11,983 + 0,597X$. Dengan demikian menunjukkan bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh yang positif terhadap minat berkunjung ulang wisatawan di Taman Nasional Gunung Halimun Salak sebesar 11,983. Sedangkan dilihat dari nilai koefisien regresi variabelnya menunjukkan bahwa setiap penambahan 1 (satu) poin daya tarik wisata, maka hal itu akan meningkatkan minat berkunjung ulang wisatawan di Taman Nasional Gunung Halimun Salak sebesar 0,597.

Hasil uji korelasi, nilai *pearson correlation* nya adalah 0,670 menunjukkan bahwa hubungan daya tarik wisata dengan minat berkunjung ulang wisatawan di Taman Nasional Gunung Halimun Salak memiliki korelasi yang kuat. Hasil uji koefisien determinasi, nilai R^2 nya adalah 0,449 menunjukkan bahwa daya tarik wisata mempengaruhi minat berkunjung ulang wisatawan di Taman Nasional Gunung Halimun Salak sebesar 44,9% dan sisanya yaitu sebesar 55,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan dilihat dari hasil uji t, nilai t_{hitung} sebesar 8,935 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,98447 yang artinya daya tarik wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang wisatawan di Taman Nasional Gunung Halimun Salak, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka daya tarik wisata bersignifikansi terhadap minat berkunjung ulang wisatawan di Taman Nasional Gunung Halimun Salak. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode lain seperti metode kualitatif serta memfokuskan penelitian pada strategi pengembangan daya tarik wisata untuk meningkatkan minat berkunjung ulang wisatawan di Taman Nasional Gunung Halimun Salak.

DAFTAR PUSTAKA

- Batubara, R. P. (2020). Strategi Pengembangan Oukup sebagai Ekowisata Kesehatan Kabupaten Karo. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 25(2), 121-132.
- Nurlestari, A.F., 2016. Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang Wisatawan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor. *Jurnal Pariwisata*, 1-9.
- TripAdvisor. 2020. *10 Taman & Objek Wisata Alam Terbaik Di Bogor* [Online]. Tersedia di https://www.tripadvisor.co.id/Attractions-g297706-Activities-c57-Bogor_West_Java_Java.html [Diakses pada tanggal 9 Maret 2021].
- Koda, MC., Nurlette NKS. 2018. Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan (Studi di Monumen Monjali Yogyakarta). *Arsip Penelitian Mahasiswa*. Yogyakarta: STP AMPTA Yogyakarta.
- Ramadhayanti, A. (2019). *Aplikasi SPSS Untuk Penelitian Dan Riset Pasar*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.