

# **PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN FASILITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI PANTAI BALEKAMBANG KABUPATEN MALANG**

**Eka Rosyidah Aprilia  
Sunarti  
Edriana Pangestuti**  
Fakultas Ilmu Administrasi  
Universitas Brawijaya  
Malang  
Email : eka.rosyidah@ymail.com

## **ABSTRACT**

*This research purposed to identify the influence of Attraction and Service Facilities on Tourist Satisfaction in Balekambang Beach. This research type is an explanatory research with quantitative approach. Data were collected by using questionnaires distributed to the 113 tourists who have visited to Balekambang Beach by simple random sampling technique. Data analysis are used consist of descriptive analysis, classic assumption test, multiple linier regression analysis, F test and t test. The result of this study showed that Attraction and Service Facilities simultaneously have a significant effect on Tourist Satisfaction, Attraction has a significant effect on Tourist Satisfaction, and Service Facilities has a significant effect on Tourist Satisfaction.*

**Keywords: Attraction, Service Facilities, Tourist Satisfaction**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan terhadap kepuasan wisatawan di Pantai Balekambang. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang disebarakan ke sebanyak 113 wisatawan yang pernah berkunjung ke Pantai Balekambang menggunakan teknik *simple random sampling*. Analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, analisis deskriptif, uji F dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan secara bersama - sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan, Daya Tarik Wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Wisatawan, dan Fasilitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan.

**Kata Kunci: Daya Tarik Wisata, Fasilitas Layanan, Kepuasan Wisatawan**

## 1. PENDAHULUAN

Industri pariwisata menghasilkan produk dan jasa yang ditujukan secara khusus untuk memenuhi kebutuhan wisatawan (Zaenuri, 2012). Produk dan jasa pariwisata tidak hanya potensi wisata, tetapi terdapat unsur-unsur lain yang juga menjadi satu kesatuan di dalam produk wisata yaitu aksesibilitas, amenitas, dan *hospitality* (Damanik dan Weber, 2006). Produk wisata yang terdiri dari berbagai unsur pelayanan tersebut menyebabkan sulitnya menentukan standar mutu yang jelas (Suryadana dan Octavia, 2015). Payangan (2014) menyatakan bahwa upaya dalam membuat standar kualitas suatu produk atau jasa disesuaikan dengan standar yang diharapkan wisatawan agar dapat menciptakan kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*).

Kozak dan Rimmington dalam Huh (2002) menjelaskan bahwa kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*) mempengaruhi wisatawan dalam memilih destinasi, mengonsumsi produk dan jasa, serta keputusan berkunjung kembali. Berdasarkan teori *The Expectancy Disconfirmation*, puas atau tidak puasnya wisatawan terhadap produk dan jasa ditentukan oleh proses evaluasi wisatawan dengan membandingkan persepsi hasil suatu produk dengan standar yang diharapkan wisatawan (Payangan, 2014). Menurut Laws dalam Naidoo *et al.*, (2010) bahwa persepsi wisatawan dalam mengonsumsi produk dan jasa selama wisatawan berkunjung ke beberapa destinasi akan dipengaruhi oleh perbedaan fasilitas, daya tarik wisata, dan pelayanan di masing-masing destinasi. Hal tersebut juga didukung oleh pendapat Damanik dan Weber (2006) bahwa dalam menawarkan sebuah produk pariwisata terdapat tiga komponen yang perlu diperhatikan yakni atraksi, aksesibilitas, dan amenitas. Ketiga komponen produk wisata tersebut tersedia di dalam suatu destinasi untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan wisatawan (Yoeti, 2008).

Sebagai produk wisata, Indonesia merupakan salah satu destinasi pariwisata yang memiliki berbagai daya tarik wisata baik alam, budaya, maupun minat khusus. Kekayaan alam Indonesia sebagian besar 70% adalah wilayah lautan dengan perairan seluas 93.000 km dan panjang pantai sekitar 81.000 km atau hampir 25% dari panjang pantai di dunia, maka tak heran apabila Indonesia merupakan negara maritim terbesar di dunia ([www.indonesia.travel](http://www.indonesia.travel)). Berdasarkan kondisi geografis tersebut dapat dipastikan bahwa Indonesia memiliki beragam potensi daya tarik wisata alam khususnya wisata bahari.

Kabupaten Malang merupakan salah satu daerah yang memiliki banyak potensi wisata alam bahari. Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang, Arya (2015) menyebutkan bahwa terdapat 144 destinasi wisata di Kabupaten Malang dan sebanyak 20 destinasi adalah wisata alam pantai ([mediaindonesia.com](http://mediaindonesia.com), 2015). Destinasi wisata alam pantai di Kabupaten Malang yang paling banyak dikunjungi hingga akhir tahun 2015 adalah Pantai Balekambang (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang, 2016). Perusahaan Daerah Jasa Yasa selaku pengelola Pantai Balekambang mencatat jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pantai Balekambang dari tahun 2011-2015 terus meningkat.

Kunjungan wisatawan tersebut tentunya tidak terlepas dari adanya daya tarik wisata yang menarik wisatawan untuk mengunjungi Pantai Balekambang. Seperti yang dikemukakan oleh Pitana dan Gayatri (2005) bahwa daya tarik wisata merupakan faktor utama wisatawan berkunjung ke suatu destinasi. Daya tarik wisata alam Pantai Balekambang tidak hanya pantainya yang memiliki dua jenis gelombang, yaitu gelombang besar dan gelombang tenang, tetapi juga iklim yang sejuk serta terdapat tiga pulau yang memiliki jembatan untuk dapat dikunjungi wisatawan ([jasayasa.malangkab.go.id](http://jasayasa.malangkab.go.id)).

Daya tarik wisata Pantai Balekambang tersebut juga didukung dengan tersedianya fasilitas-fasilitas yang sudah cukup lengkap diantaranya penginapan, musholla, pendopo, MCK (Mandi, Cuci, Kakus), parkir, gazebo, kantor, *flying fox*, *cafe*, karaoke, aula berkapasitas 200 orang, *outbound*, listrik, dan sinyal telekomunikasi ([gumebyar.malangkab.go.id](http://gumebyar.malangkab.go.id), [malang-post.com](http://malang-post.com)). Perusahaan Daerah Jasa Yasa sebagai pengelola terus meningkatkan kualitas dan jumlah fasilitas untuk dapat menarik wisatawan berkunjung ke Pantai Balekambang ([malang-post.com](http://malang-post.com), 2014). Hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dengan tetap memperhatikan kenyamanan wisatawan selama berwisata di Pantai Balekambang.

Sementara itu Zaenuri (2012) berpendapat bawa daya tarik wisata yang didukung dengan fasilitas juga dapat meningkatkan minat dan loyalitas wisatawan. Pantai Balekambang direkomendasikan oleh wisatawan yang pernah berkunjung sebagai tujuan wisata di Kabupaten Malang karena memiliki berbagai daya tarik dan fasilitas ([tripadvisor.co.id](http://tripadvisor.co.id)). Rekomendasi merupakan bentuk dari kepuasan wisatawan terhadap suatu daya tarik wisata (Basiya dan Rozak, 2012). Kepuasan adalah rasa senang atau

kecewa seorang dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapannya (Kotler dalam Suryadana dan Octavia, 2015).

Tercapainya kepuasan wisatawan juga menjadi salah satu misi atau tujuan PD Jasa Yasa selaku pengelola Pantai Balekambang. Agar kepuasan wisatawan tersebut dapat tercapai, maka produk dan jasa yang ditawarkan harus sesuai dengan apa yang wisatawan harapkan (Payangan, 2014). Dengan demikian, apabila daya tarik dan atau fasilitas yang ada di Pantai Balekambang dapat memenuhi kebutuhan sesuai dengan standar kualitas yang diharapkan wisatawan maka wisatawan dapat memperoleh kepuasan (*tourist satisfaction*).

Lingkup penelitian ini dibatasi di lingkup obyek wisata Pantai Balekambang. Berdasarkan penjelasan tersebut penulis meneliti dua komponen produk pariwisata yaitu daya tarik wisata dan fasilitas layanan dimana kedua komponen tersebut merupakan komponen yang dinikmati wisatawan ketika berada di dalam destinasi untuk melakukan kegiatan wisata. Adapun destinasi Pantai Balekambang merupakan salah satu tujuan wisata pantai yang paling banyak dikunjungi dan memiliki berbagai daya tarik wisata yang mampu membuat wisatawan tertarik untuk mengunjungi Pantai Balekambang dimana hal tersebut dapat dilihat dari terus meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pantai Balekambang. Hal tersebut juga didukung oleh pihak pengelola dengan terus meningkatkan dan menambah fasilitas layanan di Pantai Balekambang.

## 2. KAJIAN PUSTAKA

### Daya Tarik Wisata

Pengertian Daya Tarik Wisata menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 adalah “segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.”

Daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki daya tarik untuk dilihat dan dinikmati yang layak dijual ke pasar wisata (Zaenuri, 2012). Daya tarik wisata dapat berupa objek wisata dan atraksi wisata. Objek wisata merupakan daya tarik wisata yang bersifat statis dan *tangible* (Zaenuri, 2012) serta tanpa perlu ada persiapan terlebih dahulu untuk menikmatinya (Yoeti, 1985). Atraksi wisata merupakan daya tarik wisata yang dapat dilihat lewat pertunjukan dan membutuhkan persiapan bahkan memerlukan pengorbanan untuk menikmatinya (Zaenuri, 2012).

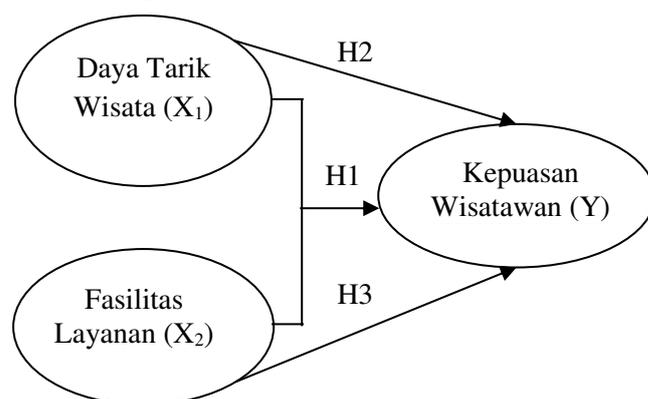
### Fasilitas Layanan

Medlik dalam Zaenuri (2012) menjelaskan bahwa Fasilitas merupakan salah satu faktor wisatawan dalam mengunjungi suatu daya tarik wisata. Sependapat dengan Medlik, Zaenuri (2012) mengatakan bahwa wisatawan akan datang dan berkunjung kembali apabila tersedianya fasilitas-fasilitas yang dapat memenuhi segala kebutuhannya selama menikmati daya tarik wisata tersebut. Dengan adanya fasilitas-fasilitas tersebut juga diharapkan dapat membuat wisatawan merasa lebih nyaman dan tinggal lebih lama serta memberikan kesan yang baik terhadap daya tarik wisata yang dikunjunginya (Zaenuri, 2012). Untuk mendukung hal tersebut maka dalam menyediakan fasilitas juga perlu adanya pelayanan yang dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada wisatawan (Yoeti, 2008). Bentuk fasilitas layanan di dalam suatu destinasi antara lain akomodasi, transportasi di destinasi, restoran, fasilitas olahraga dan aktivitas, fasilitas lainnya, dan *retail outlets* (Yoeti, 2008).

### Kepuasan Wisatawan

Zikmund, McLeod dan Gilbert dalam Suryadana dan Octavia (2015) mendefinisikan kepuasan adalah “evaluasi setelah pembelian dari hasil perbandingan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja sesungguhnya”. Engel dalam Payangan (2014) mengartikan kepuasan adalah “perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap hasil suatu produk dan harapan-harapannya”. Selanjutnya Suryadana dan Octavia (2015) menjelaskan bahwa apabila hasil produk lebih rendah dari harapan maka wisatawan merasa tidak puas, apabila hasil produk sesuai harapan maka wisatawan merasakan puas, dan apabila hasil produk melebihi harapan maka wisatawan akan merasa sangat puas.

### Model Hipotesis



**Gambar 1. Model Hipotesis**

Sumber: Rumusan Penulis (2016)

### 3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *probability sampling* dengan cara *simple random sampling*. Metode pengumpulan data yaitu menggunakan kuesioner yang disebar ke sebanyak 113 wisatawan yang pernah berkunjung ke Pantai Balekambang. Instrumen penelitian diuji menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, analisis deskriptif dan untuk menguji hipotesis menggunakan uji F dan uji t.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Gambaran Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pantai Balekambang yang terletak di Kecamatan Bantur Kabupaten Malang atau berjarak sekitar 56 km dari Kota Malang.

#### Hasil Pengujian Hipotesis

1. Nilai  $F_{hitung}$  sebesar 16,832 sementara  $F_{tabel}$  sebesar 3,08. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka hipotesis 1 (H1) yaitu "Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan" diterima.
2. Nilai  $t_{hitung}$  variable Daya Tarik Wisata (X1) sebesar 2,627 sementara  $t_{tabel}$  sebesar 1,98177. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,627 > 1,98177$  maka hipotesis 2 (H2) yaitu "Daya Tarik Wuisata berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan" diterima.
3. Nilai  $t_{hitung}$  variabel Fasilitas Layanan (X2) sebesar 3,237 sementara  $t_{tabel}$  sebesar 1,98177. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,237 > 1,98177$  maka hipotesis 3 (H3) yaitu "Fasilitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan" diterima.

#### Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Variabel Terikat	Variabel Bebas	Unstandardized Coefficient	T	Sig
Kepuasan	X1	0,074	2,627	0,010
	X2	0,113	3,237	0,002

Konstanta Unstandardized Coef. :	4,264
R	: 0,484
R square (R <sup>2</sup> )	: 0,234
Adjusted R Square	: 0,220
F hitung	: 16,832
Probabilitas F hitung	: 0,000

Keterangan:

X1 : Daya Tarik Wisata

X2 : Fasilitas Layanan

Berdasarkan Tabel 1 tersebut dapat diperoleh persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$Y = 4,264 + 0,074X1 + 0,113X2$$

Interpretasi dari persamaan tersebut adalah:

1. Nilai konstanta a sebesar 4,264 menunjukkan bahwa jika Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan mendekati atau sama dengan 0, maka Kepuasan akan memiliki nilai sebesar 4,264. Hal tersebut dapat diartikan bahwa wisatawan masih merasa puas meskipun tidak terdapat daya tarik wisata dan fasilitas layanan.
2. Nilai koefisien  $b_1$  sebesar 0,074 menunjukkan jika setiap kenaikan 1 satuan nilai Daya Tarik Wisata sedangkan nilai Fasilitas Layanan tetap, maka nilai Kepuasan akan meningkat sebesar 0,074.
3. Nilai koefisien  $b_2$  sebesar 0,113 menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan nilai Fasilitas Layanan sedangkan nilai Daya Tarik Wisata tetap, maka nilai Kepuasan akan meningkat sebesar 0,113.

#### Pembahasan

##### a. Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa Daya Tarik Wisata memberikan pengaruh signifikan sebesar 7,4% terhadap kepuasan wisatawan. Hasil tersebut mendukung teori yang dikemukakan oleh Zaenuri (2012) yang menyatakan bahwa daya tarik wisata merupakan sesuatu yang unik dan menjadi pilihan wisatawan sehingga dapat memberikan kepuasan dengan apa yang diinginkan wisatawan. Kepuasan itu sendiri pada dasarnya dapat dilihat dari perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara harapan terhadap hasil suatu produk (Engel dalam Payangan, 2014). Salah satu produk wisata adalah daya tarik wisata yang dapat berupa obyek maupun atraksi wisata (Zaenuri, 2012).

Daya tarik wisata Pantai Balekambang yang paling menarik berdasarkan hasil tanggapan responden adalah pada keunikan/kelangkaan yaitu keberadaan pura di pulau karang. Seperti yang telah diketahui bahwa keberadaan pura di pulau

karang Pantai Balekambang tersebut menjadikan Pantai Balekambang terkenal sebagai “Tanah Lotnya” Jawa Timur. Sedangkan hal yang perlu di perhatikan dalam daya tarik wisata di Pantai Balekambang adalah kondisi lingkungan terutama kebersihan pantai. Muljadi dan Warman (2014) menjelaskan bahwa pantai sebagai daya tarik wisata sangat tergantung dari kualitas lingkungan. Banyaknya dedaunan dan ranting yang berserakan di pasir pantai diakui oleh responden masih dapat dimaklumi. Namun yang sangat disayangkan adalah masih banyaknya sampah yang terkumpul di beberapa titik. Hal tersebut dikarenakan kurangnya penyediaan tempat sampah di tempat-tempat titik kumpul wisatawan serta penempatan tempat sampah yang tersedia tidak berada pada lokasi strategis.

#### **b. Pengaruh Fasilitas Layanan terhadap Kepuasan Wisatawan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa Fasilitas Layanan berpengaruh signifikan sebesar 11,3% terhadap kepuasan wisatawan. Hasil tersebut mendukung teori Yoeti (1985) yang menyatakan bahwa fasilitas yang terdapat dalam suatu destinasi harus dapat menciptakan kepuasan wisatawan. Selanjutnya Muljadi dan Warman (2014) juga menyatakan bahwa fasilitas layanan tersebut harus memberikan pelayanan secara langsung maupun tidak langsung kepada wisatawan agar perjalanan wisata yang dilakukan oleh wisatawan dapat memberikan kepuasan sesuai yang diharapkan wisatawan. Fasilitas layanan yang paling baik berdasarkan hasil tanggapan responden yaitu pada indikator *Retail Outlets* adalah Keberagaman produk souvenir yang dijual di toko souvenir Pantai Balekambang. Hal tersebut dikarenakan Pantai Balekambang memiliki begitu banyak ragam produk souvenir yang dijual mulai dari pakaian, kerajinan laut, hingga buah lokal yang tumbuh di beberapa daerah sekitar Pantai Balekambang. Toko Souvenir merupakan salah satu fasilitas *Retail Outlet* di suatu destinasi yang dapat memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk datang dan membantu wisatawan memenuhi kebutuhannya selama berada di tempat wisata (Yoeti, 2008). Terpenuhinya kebutuhan tersebut dapat memberikan rasa puas kepada wisatawan karena harapannya dapat terpenuhi (Suryadana dan Octavia, 2015). Sedangkan hal yang perlu diperhatikan pada fasilitas layanan adalah fasilitas olahraga dan aktivitas dimana ketersediaan fasilitas di Pantai Balekambang tersebut masih minim, demikian pula dengan keamanannya.

#### **Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,234 menunjukkan bahwa 23,4% variabel Kepuasan (Y) akan dipengaruhi oleh variabel Daya Tarik Wisata ( $X_1$ ) dan Fasilitas Layanan ( $X_2$ ), sementara sisanya sebesar 76,6 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas di dalam penelitian ini.

### **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **Kesimpulan**

1. Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan. Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan berpengaruh signifikan sebesar 23,4% terhadap Kepuasan Wisatawan. Sedangkan 76,6% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.
2. Daya Tarik Wisata berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan. Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap kepuasan secara signifikan sebesar 7,4%.
3. Fasilitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan. Pengaruh Fasilitas Layanan terhadap kepuasan secara signifikan sebesar 11,3%.

#### **Saran**

1. PD Jasa Yasa selaku pengelola Pantai Balekambang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan wisatawan dengan melakukan perbaikan kualitas baik daya tarik wisata maupun fasilitas layanan di Pantai Balekambang. Peningkatan kualitas daya tarik wisata dapat dilakukan dengan memperhatikan kondisi lingkungan agar tetap bersih dari vandalisme pada obyek wisata serta sampah di lingkungan daya tarik dengan menyediakan lebih banyak tempat sampah di lokasi yang strategis, perbaikan penataan zona area aktivitas pengunjung dengan fasilitas, menyediakan peta wisata dan kalender *event* yang diinformasikan secara kontinyu dan selalu diperbarui baik melalui media cetak maupun online serta mengemas dan menampilkan atraksi wisata atau *event* yang berbeda setiap minggu khususnya pada saat *weekend* dan *high season*. Peningkatan fasilitas layanan dapat dilakukan dengan menambah dan memperbaiki fasilitas olahraga dan aktivitas, meningkatkan keamanan, serta terus melakukan inovasi produk yang dijual.

2. Saran untuk Akademis  
Dikarenakan keterbatasan penulis dalam melakukan penelitian ini, maka saran yang dapat penulis berikan untuk penelitian selanjutnya adalah dapat meneliti faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan khususnya di Pantai Balekambang atau dapat meneliti dengan topik yang sama dengan kajian yang lebih mendalam lagi mengenai daya tarik wisata, fasilitas layanan, dan kepuasan wisatawan baik di lokasi yang sama maupun di lokasi lain yang berbeda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Basiya, R dan Hasan Abdul Rozak. 2012. Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah. *Dinamika Kepariwisata* Volume XI No. 2, diakses pada tanggal 21 Februari 2016 dari <http://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/pdk/1/article/view/1715/629>
- BKPM. 2016. "Potensi Wisata Alam di Kabupaten Malang", diakses pada tanggal 23 Februari 2016 dari <http://regionalinvestment.bkpm.go.id/newsipid/commodityarea.php?ia=3507&ic=1139>
- Damanik, Janianton dan Helmut F. Weber. 2006. *Perencanaan Ekowisata: dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Huh, Jin. 2002. "Tourist Satisfaction with Cultural/Heritage Sites: The Virginia Historic Triangle. Faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State University", diakses pada tanggal 27 Februari 2016 dari <https://theses.lib.vt.edu/theses/available/etd-05142002-171010/unrestricted/Thesis.pdf>
- Kementrian Pariwisata. "Keunikan Indonesia", diakses pada tanggal 19 Februari 2016 dari <http://www.indonesia.travel/info/detail/14/keunikan-indonesia>
- Malang Pos. 2014. "Balekambang Tambah Fasilitas Penginapan", diakses pada tanggal 24 Februari 2016 dari [http://malang-post.com/metro-rama/84333-balekambang-tambah-fasilitas-penginapan?de\\_vice=desktop](http://malang-post.com/metro-rama/84333-balekambang-tambah-fasilitas-penginapan?de_vice=desktop)
- \_\_\_\_\_. "Pantai Balekambang", diakses pada tanggal 24 Februari 2016 dari [www.malang-post.com](http://www.malang-post.com)
- Muljadi, A. J. dan Warman Andri. 2014. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Naidoo, P et al. 2010. *Tourist Satisfaction with Mauritius as a Holiday Destination*. Global Journal of Business Research Volume 4 No. 2. University of Technology Mauritius. Diakses pada tanggal 29 Februari 2016 dari <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/ibf/gjbrs/gjbr-v4n2-2010/GJBR-V4N2-2010-10.pdf>
- Payangan, Otto R. 2014. *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Bandung: IPB Press.
- PD Jasa Yasa. "Pantai Balekambang", diakses pada tanggal 24 Februari 2016 dari <http://jasayasa.malangkab.go.id/konten-30.html>
- Pitana, I Gde dan Putu G. Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Suryadana, M. Liga dan Vanny Octavia. 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta
- Suryo, Bagus. 2015. "Pembangunan Wisata", diakses pada Tanggal 23 Februari 2016 dari <http://www.mediaindonesia.com/index.php/news/read/9193/pembangunan-wisata/2015-11-25#>
- Tripadvisor. "Review Balekambang Beach Malang", diakses pada tanggal 26 Februari 2016 dari [https://www.tripadvisor.co.id/Attraction\\_Review-g297710-d4809821-Reviews-Balekambang\\_BeachMalang\\_East\\_Java\\_Java.html](https://www.tripadvisor.co.id/Attraction_Review-g297710-d4809821-Reviews-Balekambang_BeachMalang_East_Java_Java.html)
- Undang – Undang Nomor 10 Tahun 2009. "Undang-Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata", diakses pada tanggal 20 Februari 2016 dari <http://www.peraturan.go.id/uu/nomor-10-tahun-2009.html>
- Yoeti, Oka A. 2008. *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, dan Aplikasi*. Jakarta: Kompas.
- Yoeti, Oka A. 1985. *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Angkasa
- Zaenuri, Muchamad. 2012. *Perencanaan Strategis Kepariwisata Daerah: Konsep dan Aplikasi*. Jogjakarta: e-Gov Publishing.