

STUDI DESKRIPTIF TENTANG HUBUNGAN *ATMOSPHERICS*, *SERVICESCAPE*, DAN *DESTINATION ATTRACTIVENESS* DI TAMAN SAFARI INDONESIA II

Sandra Anggana Mukti

Manajemen Layanan dan Pariwisata / Fakultas Bisnis dan Ekonomika

anggana_sandra@yahoo.com

Abstrak - Dalam bidang pariwisata, Jawa Timur merupakan provinsi dengan objek wisata yang terbanyak di Indonesia. Salah satu industri wisata di Jawa Timur adalah Taman Safari Indonesia II, merupakan konservasi alam satu-satunya di Indonesia, yang memperagakan satwa-satwa langka dari seluruh dunia di dalam suasana yang mendekati habitat alaminya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan *atmospherics*, *servicescape*, dan *destination attractiveness* di Taman Safari Indonesia II, dan mengetahui perbedaan persepsi wisatawan pria dan wanita terhadap Taman Safari Indonesia II. Data yang digunakan bersumber dari data primer. Target populasi adalah wisatawan yang pernah mengunjungi Taman Safari Indonesia II. Karakteristik populasi adalah responden pria atau wanita, minimal pendidikan SMA, pernah mengunjungi dalam enam bulan terakhir dan menggunakan fasilitas toilet, restoran, dan satu atraksi wisata. Penelitian ini menggunakan aras pengukuran interval. Jenis skala pengukuran yang digunakan adalah *numerical scale* dengan tujuh tingkatan pilihan jawaban. Metode pengolahan data yang digunakan adalah uji spearman's dan mann-Whitney u-test. Hasil penelitian di dapatkan hasil bahwa *atmospherics*, *servicescape*, dan *destination attractiveness* Taman Safari Indonesia II memiliki hubungan searah. Selain itu didapatkan hasil penelitian bahwa tidak terdapat perbedaan persepsi antara wisatawan pria dan wanita terhadap *atmospherics*, *servicescape*, dan *destination attractiveness* Taman Safari Indonesia II.

Kata kunci: *Service, Atmospherics, Servicescape, Destination Attractiveness.*

Abstrak - *In the tourism, East Java is the province that has the highest attraction in Indonesia. One of it is Taman Safari Indonesia II, which is a nature conservation in Indonesia that demonstrates rare animals from around the world that is approaching its natural habitat. The purpose of this study was to determine the relationship of atmospherics, servicescape, and destination attractiveness at Taman Safari Indonesia II, and to determine differences in the perception of male and female travelers to Taman Safari Indonesia II. The source of data derived from primary data. The characteristics and target population is male or female tourists who have visited at Taman Safari Indonesia II, and minimum high school education, had visited in the past six months and using toilet, restaurants, and the attractions. This study used a interval's measurement and used the numerical scale that uses seven levels of options. Data processing method is used Spearman's test and Mann-Whitney U-test. The results of research in getting the results that atmospherics, servicescape, and destination attractiveness at Taman Safari Indonesia II has a relationship, and there is no differences between the perception of male and female tourists to atmospherics, servicescape, and destination attractiveness at Taman Safari Indonesia II.*

Keywords: *Service, Atmospherics, Servicescape, Destination Attractiveness.*

PENDAHULUAN

Pada saat ini perkembangan ekonomi Indonesia semakin maju, hal tersebut diikuti dengan meningkatnya pendapatan dan gaya hidup masyarakat yang tinggi. Hal tersebut menciptakan peluang bagi industri pariwisata dimana masyarakat dapat meluangkan waktu dengan keluarga. Dorongan untuk melakukan perjalanan wisata selain faktor personal juga disebabkan oleh faktor lingkungan seperti kondisi lingkungan, kondisi sosial budaya dan kondisi ekonomi (Fandeli, 1999). Sejumlah objek wisata di berbagai daerah saling bersaing agar menjadi objek wisata yang memiliki daya tarik yang unggul dan memberikan kenyamanan terbaik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Peningkatan permintaan kenyamanan dikaitkan dengan iklim bisnis yang semakin kompetitif, kemajuan teknologi dan biaya *opportunity* yang semakin meningkat bersamaan dengan pendapatan (Berry, Seiders, Grewal, 2002). Oleh sebab itu objek wisata harus dikemas lebih menarik untuk kepentingan layanan terhadap pengunjung. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) secara keseluruhan jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia pada tahun 2013 adalah 8.802.129 orang yang sebelumnya pada tahun 2012 adalah 8.044.462. Dimana mengalami kenaikan sebesar 9,42% (<http://bps.go.id>).

Penelitian sebelumnya telah difokuskan pada bagaimana persepsi wisatawan mengenai *atmospharics* dan pengaruh *servicescape* dengan tingkat kepuasan wisatawan pada pengaturan layanan di mana mereka menghabiskan waktu yang signifikan (Wakefield & Blodgett, 1994; Mayer & Johnson, 2003; Johnson, Mayer, & Champaner, 2004 & Heide & Gronhaug, 2006). Tanggapan positif terhadap keseluruhan persepsi dari *servicescape* akan menghasilkan kepuasan wisatawan terhadap tujuan wisata, yang pada akhirnya menghasilkan pendekatan perilaku. (Wakefield & Blodgett, 1996; Heide & Gronhaug, 2006). Pada pengaturan layanan pariwisata, wisatawan menghabiskan waktu yang lama pada lingkungan fisik dari penyedia layanan. Dengan demikian, persepsi wisatawan dari *servicescape* dan *atmospharics* memainkan peran penting dalam menentukan apakah wisatawan puas dengan tujuan wisata (Wakefield & Blodgett, 1996:45).

Perkembangan pada industri tur dan pariwisata meningkatkan daya saing antara tujuan liburan di seluruh negara. Hal ini menyoroti pentingnya manajemen

destinasi untuk memahami bagaimana wisatawan dalam merasakan *atmospherics*, *servicescape*, dan *destination attractiveness*, yang pada gilirannya akan mempengaruhi kemungkinan untuk merekomendasikan tujuan liburan bagi orang lain. Hal ini penting untuk tujuan pemasar wisata untuk memahami berbagai faktor potensial yang mempengaruhi bagaimana wisatawan mengevaluasi tujuan (Weaver, Weber & McCleary, 2007, 333). Penelitian ini juga berfokus pada perbedaan persepsi antara jenis kelamin pada *atmospherics* dan *servicescape* dalam mempengaruhi kepuasan pada tujuan berliburan. Banyak tujuan liburan dengan target pasar adalah keluarga, oleh karena itu produk mereka harus dirancang sedemikian rupa untuk mengambil persepsi kedua jenis kelamin. Sangat sedikit penelitian yang dilakukan di Afrika Selatan dan internasional pada hubungan antara persepsi wisatawan mengenai *atmospherics*, *servicescape* dan *destination attractiveness*. (Cornelius, Heerden, Botha, Durieux:2009)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis hubungan *atmospherics*, *servicescape* dan *destination attractiveness* di Taman Safari Indonesia II (H1-H3), dan mengetahui apakah terdapat hubungan terhadap persepsi wisatawan pria dan wanita tentang *atmospherics*, *servicescape* dan *destination attractiveness* di Taman Safari Indonesia II (H4-H6).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah riset konklusif, yang tergolong kedalam riset deskriptif. Yaitu riset yang menampilkan hubungan korelasional yang dapat digunakan untuk mengetahui hubungan *servicescape*, *atmospherics* dan *destination attractiveness*. Dimana variable yang diteliti adalah *atmospherics*, *servicescape* dan *destination attractiveness*.

Data yang digunakan bersumber dari data primer. Target populasi adalah wisatawan yang pernah mengunjungi Taman Safari Indonesia II. Karakteristik populasi adalah responden pria atau wanita, minimal pendidikan SMA, pernah mengunjungi dalam enam bulan terakhir dan menggunakan fasilitas toilet, restoran, dan satu atraksi wisata. Penelitian ini menggunakan aras pengukuran interval. Jenis skala pengukuran yang digunakan adalah *numerical scale* dengan tujuh tingkatan pilihan jawaban. Metode pengolahan data yang digunakan adalah uji spearman's dan mann-Whitney u-test.

Dalam penelitian ini digunakan teknik pengambilan sampel dalam penelitian dengan *non probability sampling* dengan metode pengambilan sampel *convenience sampling*. *Non probability sampling* karena peluang masing-masing elemen populasi untuk dijadikan sampel tidak diketahui, hal ini sehubungan dengan jumlah populasi yang tidak teridentifikasi. Sedangkan yang dimaksud dengan *convenience sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang menggunakan elemen-elemen termudah. Pemilihan elemen ini sepenuhnya tergantung pada penilaian peneliti atau pewawancara, maka peneliti bebas menentukan elemen yang paling mudah. (Anandya dan Suprihadi, 2005).

Sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini sejumlah 200 orang. Menurut Hair, Bush, Ortinau (2003:361) untuk pengujian pasar memungkinkan jumlah responden sebanyak 150 orang hingga 200 orang. Ukuran sampel dari 200 responden dibagi menjadi 100 pria dan 100 wanita, bertujuan agar responden dapat menjadi perwakilan dari kedua jenis kelamin.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hal ini ditunjukkan dengan rata-rata penilaian responden secara keseluruhan terhadap *atmospherics* yang diterapkan oleh Taman Safari Indonesia II yaitu sebesar 4,999 sedangkan jika dilihat dari standar deviasi 1,282. Serta penilaian rata-rata responden secara keseluruhan terhadap *servicescape* yang diterapkan Taman Safari Indonesia II yaitu sebesar 4,930 sedangkan jika dilihat dari standar deviasi 1,392. Kemudian rata-rata penilaian responden secara keseluruhan terhadap *destination attractiveness* yang diterapkan Taman Safari Indonesia II yaitu sebesar 4,959 sedangkan jika dilihat dari standar deviasi 1,339. Dengan demikian maka dapat dikatakan Taman Safari Indonesia II dinilai wisatawan sudah baik.

Tabel 1
Tanggapan Responden Terhadap *Atmospherics*
pada Taman Safari Indonesia II

No	Pernyataan	Mean	SD
<i>Style</i>			
1	Fasilitas yang dimiliki tidak ketinggalan jaman	4.940	1.302
2	Desain fasilitas memiliki nilai seni yang baik	4.920	1.229
3	Penataan taman yang memiliki kesan yang indah	5.085	1.259
4	Kondisi lingkungan habitat hewan terlihat alami	5.210	1.226
5	Pengunjung mendapatkan kesan yang baik setelah berwisata	5.055	1.225
	Rata-rata style	5.042	1.248

Layout			
6	Penataan ruangan mampu menampung seluruh pengunjung	4.930	1.262
7	Penataan ruang pada setiap area terkesan indah	4.915	1.231
8	Tata letak pada ruangan disusun secara rapi	4.885	1.249
	Rata-rata layout	4.910	1.247
Color			
9	Kombinasi warna pada tembok dan lantai pada setiap area terkesan serasi	4.915	1.247
10	Pemilihan warna pada setiap fasilitas memiliki kesan yang cerah	4.940	1.306
11	Pemilihan warna membuat setiap area terlihat indah	5.050	1.359
	Rata-rata color	4.968	1.304
Lighting			
12	Pencahayaan diwahana indoor sesuai	5.040	1.344
13	Pencahayaan diwahana indoor menarik	4.960	1.344
	Rata-rata lighting	5.000	1.344
Furnishing			
14	Perabotan yang digunakan mampu memberikan kenyamanan	4.990	1.360
15	Desain perabotan yang digunakan menarik	4.885	1.269
16	Perabotan yang digunakan memiliki kualitas yang baik	4.870	1.285
	Rata-rata furnishing	4.915	1.305
Impression			
17	Lingkungan area wisata indah	5.200	1.284
18	Lingkungan area wisata nyaman	5.195	1.294
	Rata-rata impression	5.198	1.289
	Rata-Rata Atmospherics	4.999	1.282

Sumber : data kuesioner, diolah

Tabel 2.
Tanggapan Responden Terhadap *Servicescape*
di Taman Safari Indonesia II

No	Pernyataan	Mean	SD
1.	Mudah untuk menemukan toilet	4.955	1.450
2.	Lokasi restoran strategis	4.910	1.401
3.	Lokasi tempat wisata mudah untuk ditemukan.	5.160	1.405
4	Lokasi toilet nyaman	4.870	1.457
5	Jumlah fasilitas toilet mencukupi	4.815	1.463
6	Penataan ruangan teratur	4.825	1.361
7	Restoran di TS2 selalu menjaga kebersihan	4.770	1.351
8	Desain arsitekturnya menarik	5.010	1.364
9	Dekorasi setiap area satwa sesuai dengan habitatnya	5.040	1.378
10	Pemilihan pola warna pada setiap lokasi menarik	4.945	1.285
	Rata-rata <i>Servicescape</i>	4.930	1.392

Sumber : data kuesioner, diolah

Tabel 3
Tanggapan Responden Terhadap *Destination*
***Attractiveness* pada Taman Safari Indonesia II**

DESTINATION ATTRACTIVENESS			
No	Pernyataan	Mean	SD
1.	Kealamian lingkungan masih terjaga	5.210	1.306
2.	Kesan mengenai lingkungan secara keseluruhan nyaman bagi pengunjung	5.015	1.391
3.	Karyawan menunjukkan sikap yang baik kepada pengunjung	5.045	1.297
4	Kebersihan lingkungan selalu terjaga	5.035	1.346
5	Memiliki standart kualitas yang sesuai	4.990	1.307

6	Harga tiket sesuai dengan atraksi yang didapatkan	4.830	1.382
7	Atraksi yang bersentuhan langsung dengan hewan selalu diperhatikan kebersihannya	4.965	1.309
8	Layanan akomodasi bis safari yang disediakan sesuai	4.765	1.341
9	Kualitas makanan di restouran sesuai	4.780	1.371
Rata-rata Destination Attractiveness		4.959	1.339

Sumber : data kuesioner, diolah

Uji Hubungan (H1-H3)

Bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kekuatan hubungan antara *servicescape*, *atmospharics*, dan *destination attractiveness* (H1-H3) yang digunakan untuk memberikan gambaran terhadap variasi nilai-nilai data penelitian. Pengujian tersebut dibantu dengan menggunakan program *SPSS for Windows 18.0*. Setelah data diuji dengan uji normalitas, terbukti pada variabel *atmospharics* merupakan distribusi normal, sedangkan pada variable *servicescape* dan *destination attractiveness* merupakan bukan distribusi normal. Oleh sebab itu pengujian menggunakan uji Spearman’s, yang diukur pada level 5%. Hasil perhitungan tersebut dapat diringkas pada Tabel 17.

Tabel 4
Uji Korelasi Hubungan *Atmospharics*, *Servicescape*, dan *Destination Attractiveness* Dengan Spearman’s Rank

			Total Atmospharics	Total Servicescape	Total Destination Attractiveness
Spearman’s rho	Total Atmospharics	Correlation coefficient	1.000	0.565**	0.407**
		Sig. (2-tailed)	.	0.000	0.000
		N	200	200	200
	Total Servicescape	Correlation coefficient	0.565**	1.000	0.645**
		Sig. (2-tailed)	0.000	.	0.000
		N	200	200	200
	Total Destination Attractiveness	Correlation coefficient	0.407**	0.645**	1.000
		Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	.
		N	200	200	200

Sumber : data kuesioner, diolah dengan *SPSS 18.00 for Windows*

Ket : ** korelasi significant pada level 0.01 (2-tailed).

* korelasi significant pada level 0.05 (2-tailed).

Hasil dari tabel 4, mengindikasikan bahwa terdapat hubungan signifikan antara persepsi wisatawan mengenai *destination attractiveness* dan persepsi wisatawan mengenai *servicescape* karena nilai signifikansi 0,000 dan koefisien korelasi 0,645. Sehingga pada hipotesis 1 H0 ditolak, dan H1 diterima. Dapat dinyatakan bahwa hubungan variabel tersebut kuat, karena nilai koefisien korelasi

>0,5 - 0,75%. Selain itu juga mengindikasikan bahwa terdapat hubungan signifikan antara persepsi wisatawan mengenai *atmospherics* dan persepsi wisatawan mengenai *servicescape* karena nilai signifikansi 0,000 dan koefisien korelasi 0,565. Sehingga pada hipotesis 1 H0 ditolak, dan H1 diterima. Dapat dinyatakan bahwa hubungan variabel tersebut kuat, karena nilai koefisien korelasi >0,5-0,75. Dan yang terakhir tabel 4 juga mengindikasikan bahwa terdapat hubungan signifikan antara persepsi wisatawan mengenai *atmospherics* dan *destination attractiveness* karena nilai signifikansi 0,000 dan koefisien korelasi 0,407. Sehingga pada hipotesis 1 H0 ditolak, dan H1 diterima. Dapat dinyatakan bahwa hubungan variabel tersebut cukup kuat, karena nilai koefisien korelasi >0,25 - 0,5.

Uji Beda H4-H6

Bertujuan untuk mengetahui perbedaan mean dan standart deviasi dari responden laki-laki dan perempuan yang pernah mengunjungi Taman Safari Indonesia II mengenai *atmospherics*, *servicescape*, dan *destination attractiveness*. Dengan menggunakan program *SPSS for Windows 18.0*. Setelah data diuji dengan uji normalitas, terbukti pada variabel *atmospherics* merupakan distribusi normal, sedangkan pada variable *servicescape* dan *destination attractiveness* merupakan bukan distribusi normal. Oleh sebab itu pengujian menggunakan uji Mann-whitney U-test, yang diukur pada level 5%. Hasil perhitungan tersebut dapat diringkas pada tabel 18.

Tabel 5
Uji Mann Whitney U-test Untuk Mengukur H4 – H6

Hyp	Variabel	Gender	N	Mean	SD	Hasil Mann-Whitney U-Test
H4	Atmospherics	Pria	100	4.9233	0.91773	Test statistic : 4515.000 2-tailed asymp.Sig : 0.236 Conclusion: tidak berbeda signifikan H4(null) diterima
		Wanita	100	5.0750	0.80389	
H5	Servicescape	Pria	100	4.9860	1.13627	Test statistic : 4893.500 2-tailed asymp.Sig : 0.795 Conclusion: tidak berbeda signifikan H5(null) diterima
		Wanita	100	4.9190	0.90907	
H6	Destination Attractiveness	Pria	100	4.9244	1.07493	Test statistic : 4857.000 2-tailed asymp.Sig : 0.727 Conclusion: tidak berbeda signifikan H6(null) diterima
		Wanita	100	4.9944	1.02365	

Sumber : data kuesioner, diolah dengan *SPSS 18.00 for Windows*

Hasil dari tabel 5, pada hipotesis 4 mengindikasikan mengenai perbedaan persepsi *atmospharics* antara wisatawan pria dan wanita, didapat nilai signifikan sebesar 0,236. Dapat dinyatakan bahwa hubungan variabel tersebut tidak berbeda secara signifikan. Sehingga H0 diterima dan H1 ditolak. Kemudian mengenai perbedaan persepsi *servicescape* antara wisatawan pria dan wanita, didapat nilai signifikan sebesar 0,795. Dapat dinyatakan bahwa hubungan variabel tersebut tidak berbeda secara signifikan. Sehingga H0 diterima dan H1 ditolak. Pada hipotesis 6 juga terdapat indikasi mengenai perbedaan persepsi *destination attractiveness* antara wisatawan pria dan wanita, didapat nilai signifikan sebesar 0,727. Dapat dinyatakan bahwa hubungan variabel tersebut tidak berbeda secara signifikan. Sehingga H0 diterima dan H1 ditolak.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *atmospharics*, *servicescape*, dan *destination attractiveness* pada Taman Safari Indonesia II. Dan tidak terdapat perbedaan persepsi antara wisatawan pria dan wanita mengenai *atmospharics*, *servicescape*, dan *destination attractiveness* pada Taman Safari Indonesia II. Secara teoritis, menciptakan *atmospharics* dengan cara meningkatkan *servicescape* dan mempengaruhi *destination attractiveness*. Dengan kata lain, membentuk *atmospharics* perlu *servicescape* dengan menciptakan lingkungan fisik yang berkualitas sebagai prioritas utama. Taman Safari Indonesia II mampu menciptakan *destination attractiveness* dengan menciptakan lingkungan dan suasana yang nyaman. *Destination attractiveness* pada Taman Safari Indonesia II sangat penting karena pelanggan yang puas dengan suasana dan lingkungan fisiknya akan melakukan kunjungan ulang pada Taman Safari Indonesia II.

Kepuasan tersebut akan menyebabkan pelanggan menjadi setia dan loyal untuk mengunjungi Taman Safari Indonesia II kembali, menceritakan kelebihan-kelebihan dan merekomendasikan kepada orang-orang terdekat. Keadaan ini tentu sangat bermanfaat bagi manajemen Taman Safari Indonesia II karena dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan mendatangkan lebih banyak wisatawan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan keseluruhan pembahasan diatas, dapat disampaikan beberapa rekomendasi sebagai saran untuk Taman Safari Indonesia II yaitu:

1. Pada penelitian ini, telah dibuktinya bahwa tingkat penilaian lingkungan fisik berhubungan dengan seberapa baik atmosfer pada tempat wisata dan juga seberapa baik penilaian wisatawan mengenai daya tarik Taman Safari Indonesia II. Pihak manajemen Taman Safari Indonesia II hendaklah selalu menjaga lingkungan fisik dan lingkungan alam yang dimilikinya. Untuk menjaga lingkungan fisik ialah dengan cara mengagendakan pembersihan patung dan relief bangunan secara berkala, melakukan pengecekan fasilitas, bangunan dan infrastruktur secara berkala, kemudian langsung diadakan perbaikan atau renovasi apabila terlihat adanya kerusakan. Untuk lingkungan alam dengan cara menjaga ekosistem yang ada di area konservasi dan taman hiburan, melakukan pengecekan kualitas air dan udara secara berkala, mengelola sampah atau limbah dengan baik dan selalu menjaga kebersihan lingkungan. Perlunya meningkatkan kualitas dari fasilitas yang ada agar dapat terus bersaing dengan taman hiburan lainnya dimasa yang akan datang. Dan Taman Safari Indonesia II dapat meningkatkan daya tarik wisata dan wisatawan melakukan kunjungan ulang serta merekomendasikan kepada orang terdekat.
2. Manajemen Taman Safari Indonesia II sebaiknya lebih meningkatkan lagi layanan akomodasi bis safari yang disediakan karena mendapatkan nilai yang paling rendah dibanding indikator lainnya. Taman Safari Indonesia II telah menyediakan bis safari yang digunakan bagi wisatawan yang tidak membawa mobil ataupun bis pariwisata. Namun kendalanya wisatawan tidak dapat melihat lebih dekat, seharusnya Taman Safari Indonesia II memodifikasi bis tersebut agar lebih nyaman dan wisatawan dapat lebih jelas melihat satwa yang hidup di konservasi. Seperti menyediakan teropong, membuat jendela bis dapat terbuka, memodifikasi atap bis dengan kaca panorama agar terlihat langit dan pepohonannya, dan yang terpenting adalah selalu menjaga kebersihan bis tersebut agar nyaman digunakan.
3. Diharapkan skripsi ini dapat menjadi rekomendasi atau acuan bagi peneliti lain yang ingin meneliti objek atau topik yang sama, sehingga dapat memberikan sedikit gambaran bagi orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman. (2012) Sistem Pengelolaan Pariwisata Taman Mayure dan Musium Negeri NTB.

Bps Provinsi Jawa Timur. (2012) Berita Resmi Statistik, Perkembangan Pariwisata Jawa Timur September 2012.

Cornelius H, Heerden, Yolandi Botha, dan Elmien Durieux. (2009) *The relationship between atmospherics, servicescape and destination attractiveness of a holiday destination.*

Eryani Analis. Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Wisatawan Untuk Berkunjung Ke Objek Wisata Istana Siak Sri Indrapura Kabupaten Siak Provinsi Riau.

Harahap Hafnansyah. (2006) Analisis Prioritas Strategi Bauran Pemasaran Pada PT. Taman Safari Indonesia II Indonesia II Indonesia II Indonesia, Cisarua, Bogor.

Intan Yolanda. (2011) Manajemen Pengembangan Wisata Kuliner di Gladag Lengen Bogan.

Kotler, Philip, and Keller, Kevin Lane. (2001). *Marketing Management ed-14Eth*, Prentice Hall International Inc., One Lake Street, Upper Saddle River, New Jersey.

Ping Dong, Noel Yee-Man Siu. (2013) *Servicescape elements, customer predispositions and service experience: The case of theme park visitors.*

Satya Avedo. (2014) Pengaruh *Service Convenience* terhadap *Customer Satisfaction* Kantor Pos Simpang Jalan Taman Apsari No 1, Surabaya.

Tien-Ming Cheng, Homer C. Wu and Lo-Min Huang. (2013) *The influence of place attachment on the relationship between destination attractiveness and environmentally responsible behavior for island tourism in Penghu, Taiwan.*

Yangzhou Hu and J.R. Brent Ritchie. (1993) Measuring Destination Attractiveness: A Contextual Approach.

http://www.bps.go.id/hasil_publicasi/tpk_2013/files/search/searchtext.xml

diunduh 2 Juli 2014

<http://www.balipost.co.id/balipostcetak/2002/10/15/n1.htm> diunduh 7 Sept 2014

- <http://bakorwilmalang.jatimprov.go.id/index.php/data> diunduh 8 Sept 2014
- <http://bogor.antaranews.com/print/96/tiga-taman-safari-raih-penghargaan-toilet-terbersih> diunduh 8 Sept 2014
- http://disbudpar.jatimprov.go.id/index.php/berita/detail_news diunduh 1 Juli 2014
- http://endah-parwis-fisip.web.unair.ac.id/artikel_detail-75641-Artikel-WISATA%20MINAT%20KHUSUS.html diunduh 2 September 2014
- <http://www.indonesia.travel/id/discover-indonesia/region-detail/34/jawa-timur> diunduh 1 Juli 2014
- http://id.wikipedia.org/wiki/Taman_bermain diunduh 1 Juli 2014
- http://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Pasuruan diunduh tanggal 1 Juli 2014
- http://id.wikipedia.org/wiki/Taman_Safari_Indonesia diunduh tanggal 1 Juni 2014
- http://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Pasuruan diunduh pada 1 juni 2014
- <http://id.wikipedia.org/wiki/Indonesia> diunduh 2 Juli 2014
- <http://kumpulan.info/wisata/tempat-wisata/333-taman-safari-indonesia-cisarua.html> diunduh 2 juni 2014
- <http://www.marianisitanggung.weebly.com> diunduh 28 September 2014
- <http://pasuruan.tamansafari.com> diunduh 2 Juli 2014
- <http://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/12/12/06/melz03-taman-safari-indonesia-prigen-raih-penghargaan-konservasi> diunduh 2 Juli 2014
- <http://www.republika.co.id/berita/nasional/jabodetabek-nasional/14/01/28/n03ldh-taman-safari-tampilkan-kuda-bagi-angpau-saat-imlek> diunduh 8 Sept 2014
- <http://tamansafariindonesia.com> diunduh 2 Juli 2014
- http://www.tipadvisor.co.id/attractions-g297711-Activities-Pasuruan_East_Java_Java.html diunduh 21 juni 2014
- <http://www.wikipedia.org/wiki/atmospherics> diunduh 28 September 2014