

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA TUGU YOGYAKARTA
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN
DOMESTIK DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

ARTIKEL ILMIAH

Disiapkan Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata



Disusun Oleh:

Nama : Abella Aisyah Rayta
NIM : 2307713
Program Studi : Pariwisata
Jenjang : S1-Pariwisata

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMOYOGYAKARTA

2024

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA TUGU YOGYAKARTA
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN
DOMESTIK DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

ARTIKEL ILMIAH

ABSTRAK

Tugu Pal Putih adalah landmark yang sangat terkenal di Yogyakarta. Pada umumnya, warga lokal menyebutnya Tugu, sedangkan masyarakat luar Yogyakarta lebih mengenalnya dengan sebutan Tugu Jogja. Tugu Yogyakarta sebagai salah satu benda seni yang berupa monumen di dalamnya terdapat beberapa bentuk, yaitu trap tiga berundak, segi empat, kubus, sudut segi enam, deretan titik-titik, wajikan, air tetes, segi delapan, sudut runcing, panah-panah vertikal, untiran, prisma segi delapan, garis, dan warna. Tujuan penelitian ini Untuk mengetahui pengaruh Daya Tarik Wisata Tugu Yogyakarta Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Domestik Di Daerah Istimewa Yogyakarta. Secara garis besar daya tarik wisata Tugu Yogyakarta yaitu daya tarik visual dan daya tarik sekitar tugu. Tugu Yogyakarta merupakan salah satu bangunan bersejarah ditengah jalan dan menjadi ciri khas yang dimiliki oleh provinsi DIY yang mana dengan adanya tugu ini masyarakat secara umum dapat mengetahui bahwa salah satu pembeda Yogyakarta dengan kota lainnya adalah tugu tersebut. Hampir seluruh responden tertarik dengan destinasi wisata tugu Yogyakarta dengan perolehan persentase sebesar 94% dan hanya 6% responden yang tidak tertarik dengan destinasi wisata tugu Yogyakarta. Hasil penelitian ini yaitu daya tarik wisata Tugu Yogyakarta berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan domestik di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kata Kunci : Tugu Yogyakarta, Daya Tarik Wisata, Minat Kunjungan Wisatawan, Yogyakarta, Wisatawan Domestik.

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA TUGU YOGYAKARTA
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN
DOMESTIK DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

ARTIKEL ILMIAH

ABSTRACT

Tugu Pal Putih is a landmark in Yogyakarta. In general, locals call it Tugu, while people outside Yogyakarta know it better as Tugu Jogja. Tugu Yogyakarta as one of the art objects in the form of monuments in it there are several forms, namely the three-stepped trap, rectangle, cube, angle hexagon, row of dots, wajikan, water drops, octagon, pointy corner, arrows, arrows, arrows, arrows, arrows, arrows, arrows, arrows, and arrows. pointed, vertical arrows, strands, octagonal prisms, lines, and colours. The purpose of this study was to determine the effect of Tourism Attraction. Tugu Yogyakarta on Domestic Tourist Interest in the Special Region of Yogyakarta. Broadly speaking, the The tourist attraction of Tugu Yogyakarta is the visual attraction and the attraction around the monument. Yogyakarta monument is one of the historical buildings in the middle of the road and Yogyakarta monument is one of the historical buildings in the middle of the road and becomes a characteristic owned by the province of Yogyakarta which is with the existence of this monument.. this monument, the general public can know that one of the differentiators of Yogyakarta with other cities is the monument. With other cities is the monument. Almost all respondents are interested in tourist destinations. Yogyakarta monument with a percentage of 94% and only 6% of respondents who are not interested in Yogyakarta monument tourist destinations. The results of this study are. Tugu Yogyakarta tourist attraction has a positive and significant effect on domestic tourist interest in the visiting domestic tourists in the Yogyakarta Special Region.

Keywords: *Tugu Yogakarta, Tourism Attraction, Tourist Visit Interest, yogyakarta, Domestic Tourists.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Undang-undang RI No.10 tahun 2009 tentang kepariwisataan menjelaskan pengertian wisata adalah sebagai kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Indonesia mempunyai banyak sekali keberagaman kekayaan yang mana hal tersebut dapat menjadi aset pariwisata seperti halnya keberagaman suku dan etnis, potensi destinasi pariwisata baik itu pariwisata alam maupun buatan mempunyai peluang yang besar untuk terus dikembangkan (Syamsu, 2018).

Hal ini membuat Indonesia memiliki berbagai destinasi wisata yang memiliki daya tarik sendiri-sendiri. Maka dari itu perkembangan industri pariwisata yang ada di Indonesia mengalami pertumbuhan yang naik sangat signifikan. Dengan adanya hal ini pariwisata di Indonesia juga dipandang sebagai penghasil devisa utama dalam suatu Negara. Pandangan ini bisa diukur melalui jumlah tingkat wisatawan mancanegara yang hendak melakukan wisata ke dalam negeri.

Pariwisata merupakan salah satu sector yang memiliki peran penting dalam ekonomi suatu negara, termasuk Indonesia. Industri pariwisata menghasilkan produk dan jasa yang ditujukan secara khusus untuk memenuhi kebutuhan wisatawan (Rosyidah *et al.*, 2021). Pariwisata adalah sektor ekonomi yang tidak menghasilkan barang fisik, melainkan berfokus pada promosi dan pemasaran daya tarik wisata yang sudah ada diberbagai wilayah, sambil menyediakan layanan terbaik sebagai fasilitas pendukung untuk berbagai kelompok masyarakat. Industri ini menggabungkan elemen- elemen dari sejumlah sektor lain, termasuk perdagangan, makanan, transportasi, serta layanan perhotelan sebagai sarana akomodasi (Nurlestari, 2024). Selain itu sektor pariwisata ini memberikan sumbangan bagi devisa negara yang sangat

besar, pada tahun 2017 saja tercatat US\$ 15 milyar lebih devisa yang disumbangkan pariwisata bagi negara (Haryanto, 2019).

Kedatangan para wisatawan ke tujuan wisata umumnya dipicu oleh adanya faktor daya tarik dari lokasi wisata tersebut (Wardani et al., 2017). Dengan mempunyai daya tarik wisata, ini bisa memicu ketertarikan wisatawan yang akan berkunjung ke destinasi wisata tersebut. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, daya tarik wisata 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 (Wardani et al., 2017).

Saat ini berwisata telah menjadi suatu kebutuhan yang esensial bagi masyarakat, bukan hanya dianggap sebagai hal yang sifatnya opsional atau tambahan (Asmanda, 2019). Salah satu wilayah atau daerah di Indonesia yang tidak sedikit potensi wisata ialah Daerah Istimewa Yogyakarta (atau yang biasa dikenal dengan DIY/ Jogja). Provinsi DIY ini memiliki banyak sekali destinasi wisata yang menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan (Rif'an et al., 2023). Dimulai dari daya tarik wisata alamnya, wisata minat khusus, kuliner, belanja, seni dan budaya, dan lain-lain. Jika melihat destinasi wisata serta daya tarik wisata yang menjadi keunggulannya yang ada Daerah Istimewa Yogyakarta ini, terdapat potensi yang sangat besar sekali untuk menarik para wisatawan asing maupun lokal untuk berkunjung ke Daerah Istimewa Yogyakarta. Salah satu destinasi yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta yang termasuk menjadi destinasi super *priority* adalah Tugu Yogyakarta, dengan adanya destinasi ini dapat menarik wisatawan dengan daya tariknya yang unggul.

Tugu Pal Putih adalah *landmark* yang sangat terkenal di Yogyakarta. Pada umumnya, warga lokal menyebutnya Tugu, sedangkan masyarakat luar Yogyakarta lebih mengenalnya dengan sebutan Tugu Jogja. Menurut catatan dari kratonjogja.id, tugu ini diresmikan pada tahun 1889 oleh Sri Sultan Hamengku Buwono VII sebagai pengganti Tugu Golong Gilig yang rusak

akibat gempa. Tugu Pal Putih memiliki peran penting sebagai bagian dari poros wilayah Yogyakarta yang membentang dari Gunung Merapi, melewati Tugu Golong Gilig, Keraton Yogyakarta, Panggung Krapyak, hingga ke Laut Selatan. Dengan bentuk dan warnanya yang putih, orang Belanda menyebutnya sebagai white paal atau tiang putih. Itulah sebabnya sampai sekarang tugu ini dikenal dengan nama Tugu Pal Putih (Sadana, 2021).

Tugu Yogyakarta sebagai salah satu benda seni yang berupa monumen di dalamnya terdapat beberapa bentuk, yaitu trap tiga berundak, segi empat, kubus, sudut segi enam, deretan titik-titik, wajikan, air tetes, segi delapan, sudut runcing, panah-panah vertikal, untiran, prisma segi delapan, garis, dan warna. Warna Tugu Yogyakarta adalah putih dengan berwarna coklat dan emas pada puncak. Pada prasasti berwarna coklat gelap dan huruf Jawa menggunakan warna emas seperti pada bentuk untiran yang berada di puncak tugu tersebut.

Bentuk-bentuk yang telah dipaparkan tersebut, mulai titik, garis, hingga prisma, merupakan unsur pembentuk visual sebuah benda seni yang merupakan hasil karya tangan manusia. Unsur-unsur tersebut dapat dikatakan sebagai unsur pembentuk seni, yaitu bangun yang terbentuk dari bidang-bidang geometri."Ada empat macam gaya seni: gaya ketepatan objektif (*the style of objective accuracy*), gaya susunan formal (*the style of formal order*), gaya emosi (*the style of emotion*) dan gaya fantasi (*the style of fantasy*". Dilihat dari bentuknya, tugu memiliki kecenderungan bentuk yang masif dan formal.

Dalam perkembangan suatu kota tidak akan pernah terlepas dari suatu identitas atau ciri khas yang dimiliki, ciri khas suatu perkotaan dapat membantu membedakan dari satu kota dengan kota lainnya, dengan begitu suatu wisatawan dapat menikmati suatu perbedaan yang terdapat di satu kota dengan kota lain (Ashari, 2022). Tugu Yogyakarta ini terletak dipusat kota Yogyakarta tepatnya berada di Jalan Jendral Sudirman, Gowongan, Kecamatan Jetis, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Tugu Yogyakarta merupakan salah satu bangunan bersejarah ditengah jalan dan menjadi ciri khas yang dimiliki oleh provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang mana dengan adanya Tugu ini masyarakat secara umum dapat mengetahui bahwa salah satu pembeda Yogyakarta dengan kota lainnya adalah tugu tersebut, oleh karena itu tak jarang bagi wisatawan domestik yang datang dari kota-kota lain tertarik untuk mengabadikan dirinya dengan cara berfoto riya saat berkunjung ke Yogyakarta. Ditambah lagi dengan berkembangnya situasi kehidupan dan popularitas media sosial, Tugu Pal Putih semakin diminati banyak orang sebagai tempat untuk berfoto dan membagikannya di platform sosial media, untuk menunjukkan bahwa mereka sedang atau pernah berada di lokasi tugu tersebut.

Selain itu tak jarang bagi pedagang–pedagang lokal yang memanfaatkan daya tarik Tugu Yogyakarta ini sebagai lahan mencari keuntungan yaitu dengan membuat kerajinan tangan atau miniatur Tugu Yogyakarta, membuat kaos dengan gambar Tugu Yogyakarta, gantungan kunci Tugu Yogyakarta dan masih banyak lainnya. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa Tugu Yogyakarta merupakan salah satu destinasi wisata yang terus menarik wisatawan domestik untuk berkunjung.

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis jelaskan di atas maka, penulis mengambil penelitian ini untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata Tugu Yogyakarta terhadap minat berkunjung wisatawan domestik di daerah Istimewa Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan penulis diatas, maka penulis merumuskan pokok permasalahan dalam penelitian ini. “Apakah Daya Tarik Wisata Tugu Yogyakarta Berpengaruh Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Domestik di Daerah Istimewa Yogyakarta?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang bisa didapat dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Daya Tarik Wisata Tugu Yogyakarta Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Domestik Di Daerah Istimewa Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang bisa didapat dari penelitian ini, sebagai berikut:

1.4.1 Bagi Penulis

Sebagai perantara untuk memberikan pengetahuan baru sehingga penulis dapat mempraktikkan yang telah diperoleh dan dipelajari melalui Bangku kuliah secara langsung dan mengadopsinya untuk penulis artikel ilmiah ini.

1.4.2 Bagi Pemerintah

Sebagai data untuk evaluasi pemerintah kabupaten/kota manapun agar meningkatkan dan dapat mengembangkan pariwisata di Indonesia serta memberikan solusi untuk dapat meningkatkan kunjungan wisatawan domestik di Tugu Yogyakarta.

1.4.3 Bagi Pengelola Wisata

Hasil penelitian dapat memberikan wawasan kepada pihak pengelola Tugu Yogyakarta untuk meningkatkan jenis atraksi, fasilitas, dan layanan serta memperbaiki aksesibilitas objek wisata.

1.4.4 Bagi Masyarakat

Sebagai perantara untuk meningkatkan perekonomian masyarakat setempat dan mempunyai lapangan pekerjaan yang baru. Selain itu juga masyarakat akan mendapat banyak dampak positif yang di dapat dengan adanya Tugu Yogyakarta.

1.5 Sistematika Tulisan

Sistematika Penulisan dalam artikel ilmiah ini, disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, Rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, Manfaat penelitian dan sistematia penulisan artikel ilmiah ini.

BAB II KAJIAN LITERATUR DAN KAJIAN TEORI

Bab ini berisi tentang referensi literature penelitian terdahulu dan teori-teori yang mendukung pembahasan penelitian ini serta menguatkan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI DAN DATA

Bab ini menjelaskan tentang waktu dan tempat penelitian, variable penelitian, metode pengumpulan data, dan prosedur analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil dari analisis dan pengelolaan data menggunakan uji-uji yang telah dipersiapkan serta pembahasan mengenai jawaban dari rumusan masalah yang ada.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini terdapat hasil akhir yang berisi simpulan dan saran yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian pada penelitian yang dilakukan di Tugu Yogyakarta terdapat beberapa kesimpulan yaitu:

1. Daya tarik Tugu Yogyakarta berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan domestik di Daerah Isitimewa Yogyakarta, hal ini sesuai dengan hasil pengujian yang telah dilakukan dengan diperoleh nilai signifikansi yang lebih kecil dari standar yang telah ditetapkan.
2. Karakteristik responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden dengan jenis kelamin laki-laki dengan persentase 61% dengan rentang usia 17–22 tahun dengan persentase 46%.
3. Tugu Yogyakarta sebelumnya memiliki nama lain yang kurang dikenal banyak wisatawan domestik dan nama tersebut yaitu Tugu Pal Putih.

5.2 Saran

Penulis memiliki beberapa saran antara lain yaitu:

1. Saran Bagi Pemerintah Setempat

Bagi pemerintah setempat sebaiknya untuk membuat acara-acara di sekitar Tugu dengan sebaik-baiknya karena terkadang ketika suatu acara di laksanakan di Tugu Yogyakarta seringkali malah membuat sebagian masyarakat Yogyakarta terkena imbasnya, seperti halnya jalan yang ditutup sehingga masyarakat yang bekerja di sekitaran tugu akan terhambat mobilitasnya.

2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Penulis menyarankan untuk peneliti selanjutnya yang meneliti tentang Tugu Yogyakarta untuk menggunakan variabel-variabel lain selain daya tarik wisata terhadap minat berkunjung wisatawan, hal ini

dikarenakan melalui penelitian ini sudah terbukti bahwa masih banyak variabel lain yang mempengaruhi terhadap minat berkunjung wisatawan domestik di Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajeng, A. F. (2024). Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Sebagai *The City of Sport Tourism* di Kabupaten Bogor. *Eligible: Journal of Social Sciences*, 3(1), 297-307.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Pilar*, 14(1), 15-31.
- Anggela, M. M., Karini, N. M. O., & Wijaya, N. M. S. (2017). Persepsi dan motivasi wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata Jembong di kabupaten Buleleng. *Jurnal Ipta P-Issn*, 5(2), 2017.
- Ashari, D. R. (2022). *Kesan Pertama Citra Kawasan Berdasarkan Peta Mental Wisatawan*. 174.
- Bahri, S. (2021). *Pengaruh Kenyamanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Masyarakat Berkunjung Di Wisata Religi Di Desa Rantau Binuang Sakti Kabupaten Rokan Hulu* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Batubara, R. P., & Putri, D. A. (2022). Analisis pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulang wisatawan di taman nasional gunung halimun salak. *Jurnal Industri Pariwisata*, 4(2), 94-101.
- Dewi, N. P. A. L. (2022). Pengaruh media sosial terhadap minat berkunjung wisatawan ke daya tarik wisata sukawana *sunrise: The effect of social media on the interest of tourists visiting the attraction of sunrise variety tourism*. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 1(2), 276-285.
- Febriana, R., Kurniasih, A., Setiyaningsih, E., & Maharani, O. P. (2022). Eksplorasi etnomatematika pada tugu Jogja. *Pedagogy: Jurnal Pendidikan Matematika*, 7(1), 39-48.
- Handayani, S., Wahyudin, N., & Khairiyansyah, K. (2019). Fasilitas, Aksesibilitas dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20(2), 123–133. <https://doi.org/10.30596/jimb.v20i2.3228>
- Haryanto, E. (2019). Analisis Motivasi Pendorong Wisatawan Mancanegara Berkunjung Ke Yogyakarta. *Jurnal Kepariwisata*, 13(1), 15–30.

- Herawati, N. (2018). Strategi Pengelolaan Air Terjun Jejeg Sebagai Destinasi Wisata Baru di Yogyakarta (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo (STIPRAM) Yogyakarta)
- Jasmalinda, O. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha di Kabupaten Padang Pariaman.
- Kusuma, K. D. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Ud. Suro Menggolo Di Pisangan Lama 1* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Levy, P. S., & Lemeshow, S. (2013). *Sampling of populations: methods and applications*. John Wiley & Sons.
- Liya Asmanda.(2019). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat.
- Morin, L. L. D. (2014). Problematika Tugu Yogyakarta dari Aspek Fungsi dan Makna. Dwi-Quantum.
- Ngajow, M. T., Tawas, H. N., & Djemly, W. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Citra Objek Wisata Terhadap Minat Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Kasih Kanonang, Dengan Pandemi Covid 19 Sebagai Variabel Moderator. *Jurnal ISSN*, 9(2), 92–100. www.corona.help.com,
- Nifita, A. T., & Arisondha, E. (2018). Pengaruh media sosial terhadap minat berkunjung wisatawan di taman geopark Kabupaten Merangin. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 7(2), 169-180.
- Widodo, P. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Cobaan Putri Kota Batu, Malang. *Jurnal Tesla :Perhotelan - Destinasi Wisata-Perjalanan Wisata*, 2.
- Rif'an, A. A., Ferdiansyah, M. R., Ramadhani, A. W., Agatha, D. S., Bryliandita, F. A., & Dinar, M. F. (2023). Identifikasi Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Cemasewu di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 17(1), 37–46.
- Rosyidah, U., Hanifah, L., & Suaibah, L. (2021). Strategi Pengembangan Pantai Sembilan Pulau Gili Genting Sumenep Sebagai Icon Pariwisata Halal Di Madura. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 10(2), 155-160.

- Rosyidah,E.,Sunarti,A.,&Pangestuti,E.(2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Balekambang Kabupaten Malang. In *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Sadana, A. S. (2021). *Kawasan Tugu Sebagai Penanda Tempat Wilayah Permukiman Kota Yogyakarta*. https://perpus.univpancasila.ac.id/index.php?p=show_detail&id=126965
- Sugianto, S., & Marpaung, H. (2020). Pengaruh Word Of Mouth (Wom), Daya Tarik Wisata, Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Pada Pemandian Air Panas Sumber Padi Kabupaten Batu Bara. *Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains (MES)*, 2(1), 101-116.
- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Susanto, B., & Astutik, P. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Obyek Wisata Edukasi Manyung. *Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi*, 1(1), 36-46.
- Syamsu, M. N. (2018). Studi Kelayakan Air Terjun Nggembor Sebagai Destinasi Wisata Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Jatimulyo, Kecamatan Girimulyo, Kabupaten Kulonprogo, Yogyakarta. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 12(03), 71–84.
- Wardani,N.R.,Dahlan,U.A.,&Fitriani,D.(2017). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi Pada Wisatawan Kebun Binatang Gembira loka Zoo Yogyakarta). In *Jurnal Fokus* (Vol. 7, Issue 2).
- Widagdyo, K. G. (2017). Pemasaran, daya tarik ekowisata, dan minat berkunjung wisatawan. *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7(2), 261-276.