

PENGARUH CITRA PARIWISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI : STUDI KASUS DI KABUPATEN PADANG PARIAMAN

Fitri Hayati¹, Levyda², Susy Budiharty³

¹Universitas Sahid, Jakarta., fitri_hayati@yahoo.co.id

²Universitas Sahid., Jakarta, levyda_mm@yahoo.co.id

³Universitas Sahid., Jakarta, susybhudiharty@gmail.com

ABSTRACT:

Padang Pariaman is one of the districts in West Sumatera where Minangkabau International Airport is located. Image is very important for Padang Pariaman as the main gateway of West Sumatera. This research will be discussed about how the effect of image of Padang Pariaman to attract tourist come to West Sumatera through repeat intention. Data collection technique is library research and questionnaire. The population of this research are all of the tourist who came to Padang Pariaman which used proportional sampling. The sampling amount is 100 respondent. Data analysis method is simple linear regression. Result of the research $Y = 2,814 + 0,196X$, it means the regression equation shows positive. Destination image is predicted to affect revisit intention. Therefore it is very important for Padang Pariaman. The purpose of this study is to analyze image of Padang Pariaman and its effect revisit intention. This study was conducted with a qualitative approach. Data obtained by using questionnaires collected at three locations in Padang Pariaman. Destination image measured from facilities and infrastructure, as well as attractions. According to visitors, Padang Pariaman has a good image so as encourage them to revisit.

Keywords: destination image, revisit intention, padang pariaman, west sumatera

PENDAHULUAN

Sumatera Barat adalah Provinsi yang memiliki potensi wisata, mulai dari wisata bahari, wisata alam, wisata sejarah, wisata religi, wisata kuliner dan wisata minat khusus yang memancarkan pesona luar biasa dan menakjubkan. Terdiri dari 19 Kabupaten/kota dengan penduduknya yang ramah, menganut filosofi adat basandi syarak, syarak basandi kitabullah (*adat yang didasarkan/ditopang oleh syariat agama Islam yang syariat tersebut berdasarkan pula pada Al-Quran dan Hadist*), mempunyai keunikan adat dan tradisi serta citra rasa kulinernya.

Provinsi Sumatera Barat kaya akan pariwisatanya salah satunya terdapat di Kabupaten Padang Pariaman, seperti wisata alam, wisata bahari, wisata sejarah, wisata minat khusus dan lain-lain. Kabupaten Padang Pariaman terdapat berbagai jenis wisata.

Pada tahun 2011-2013 memiliki 69 objek wisata diantaranya 19 wisata alam, 2 wisata budaya, 32 wisata sejarah, 9 wisata pantai, dan 7 wisata minat khusus. Berbagai macam objek wisata yang terdapat di Kabupaten Padang Pariaman yang memiliki daya tarik tersendiri mendorong wisatawan untuk datang, baik wisatawan domestik maupun wisatawan asing. Wisatawan tidak hanya menikmati satu objek wisata saja tetapi ada banyak pilihan jenis objek wisata yang bisa dikunjungi oleh wisatawan tergantung dengan keinginan wisatawan, misalnya wisatawan yang hobi dengan wisata yang menantang akan mengunjungi wisata minat khusus yang terdapat di Kabupaten Padang Pariaman namun ada beberapa objek wisata yang aksesnya masih sulit. Tidak hanya

akses saja yang sulit, tetapi petunjuk menuju objek wisata masih kurang juga, seperti petunjuk jalan untuk menuju objek wisata air terjun nyarai.

Wisatawan asing yang berkunjung ke objek wisata di Kabupaten Padang Pariaman selama kurun waktu 2009-2013 selalu mengalami peningkatan dan penurunan. Peningkatan wisatawan asing yang tinggi yaitu terjadi pada tahun 2009 ke 2010 yaitu dari 586 wisatawan meningkat menjadi 5.321 wisatawan. hal tersebut karena Kabupaten Padang Pariaman sudah mulai membenahi Kabupaten tersebut dengan baik setelah adanya gempa yang terjadi pada tahun 2009.

Perkembangan jumlah wisatawan domestik yang datang ke Kabupaten Padang Pariaman juga selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya yaitu 2009-2013 walaupun peningkatan tidak drastis. Meningkatkan wisatawan domestik yang berkunjung kira-kira 100.000 hingga 200.000 setiap tahunnya.

Hunian hotel dan penginapan yang terdapat di Kabupaten Padang Pariaman selama 2009-2013 cenderung naik turun. Hunian penginapan wisatawan domestik mengalami penurunan pada tahun 2010 sebesar 500 penginap wisatawan domestik dari tahun sebelumnya, sedangkan untuk tahun 2011-2013 selalu meningkat. Peningkatan yang drastis terjadi pada tahun 2011 ke 2012. Hal tersebut disebabkan karena adanya berbagai jenis penginapan dengan harga yang standard dan keadaan yang sudah mulai aman dari isu gempa. Untuk tingkat hunian wisatawan asing tahun 2009-2011 selalu mengalami peningkatan, sedangkan pada tahun 2012 mengalami penurunan yang drastis yaitu sebesar 182 hunian wisatawan asing dan mengalami peningkatan pada 2013 hanya 12 hunian penginapan wisatawan asing di Kabupaten Padang Pariaman tidak hanya terdapat penginapan dan objek wisata. Tetapi juga terdapat bandara yang sekarang terletak di Kabupaten Padang Pariaman. Bandara Internasional Minangkabau (BIM) merupakan pengganti Bandara Tabing yang sebelumnya berada di Kota Padang. Bandara Tabing dipindahkan karena kapasitas yang tidak lagi memadai dengan jumlah penumpang yang terus meningkat. Dengan adanya Bandara Internasional di Kabupaten Padang Pariaman seharusnya bisa membentuk citra yang baik dan diminati oleh banyak pengunjung karena sebagai gerbang masuk Sumatera Barat. Akan tetapi, akses ke objek wisata Kabupaten Padang Pariaman kurang bagus dan kurangnya petunjuk ke objek wisata.

Citra merupakan hasil dari apa yang telah dilihat dan dialami seseorang sehingga citra dapat diukur melalui sikap dan pendapat seseorang. Untuk membentuk citra yang positif sebagai gerbang masuk Sumatera Barat maka Kabupaten Padang Pariaman harus membenahi Kabupaten Padang Pariaman supaya memiliki citra yang positif dengan cara adanya kerjasama antara pemerintah Kabupaten Padang Pariaman dengan Dinas Pekerja Umum, Dinas Perhubungan, investor, masyarakat sadar wisata, pengusaha swasta, masyarakat setempat serta pihak-pihak lainnya yang dapat membantu Kabupaten Padang Pariaman dalam memperbaiki sarana, prasarana serta membenahi objek wisata pada Kabupaten Padang Pariaman.

TINJAUAN LITERATURE

Pengertian Persepsi

Menurut Robbins (2008:175), persepsi adalah suatu proses yang ditempuh individu-individu untuk mengorganisasikan dan menafsirkan kesan indera mereka agar memberi

makna kepada lingkungan mereka. terkadang apa yang dipersepsikan oleh seseorang tidak sesuai dengan kenyataan secara objektif.

Pengertian Citra

Menurut Wasesa (2006:207), citra adalah sebuah tempat terbentuk melalui proses berpikir seseorang ketika mendapatkan sejumlah informasi tentang data tersebut. Sedangkan menurut Syam (2010:82), citra merupakan kesan mental atau bayangan visual yang ditimbulkan oleh kata, frase atau kalimat, dan merupakan unsur dasar yang khas dalam karya prosa atau puisi.

Menurut Frank dalam Syam (2010:92), citra merupakan hasil pengetahuan dan pengertian tentang suatu fakta yang diolah dan disimpan dalam pemikiran seseorang, sehingga citra dapat diukur melalui sikap dan pendapat seseorang tersebut.

Sarana dan Prasarana

Sarana kepariwisataan merupakan perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung atau tidak langsung dan kelangsungan hidupnya, tergantung dari wisatawan yang akan datang.

Jenis-jenis sarana pokok kepariwisataan adalah:

1. Perusahaan perjalanan (*Travel Agent* atau Biro Perjalanan Wisata).
2. Perusahaan angkutan wisata.
3. Perusahaan akomodasi.
4. Perusahaan makanan dan minuman.
5. Perusahaan daya tarik wisata dan hiburan.
6. Perusahaan cinderamata atau *art shops*.

Menurut Kodhyat (2013:12), yang dimaksud dengan faktor prasarana adalah stasiun kereta api/bis, pelabuhan, bandara, alat transportasi, alat komunikasi dan lain sebagainya. Sedangkan yang dimaksud dengan faktor sarana adalah penginapan atau akomodasi, tempat-tempat bermalam, tempat-tempat makan dan minum seperti restoran atau warung dan lain sebagainya.

Sedangkan prasarana adalah segala sesuatu yang merupakan penunjang utama terselenggaranya suatu proses (usaha, pembangunan, proyek, dan sebagainya) jalan dan angkutan merupakan penting bagi pembangunan suatu daerah sedangkan sarana adalah segala sesuatu yang dipakai sebagai alat untuk mencapai maksud atau tujuan, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).

Wisatawan

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009, wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata, sedangkan wisata adalah 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.

Minat Berkunjung Kembali

Zabkar *et al.* (2010:537) mengkaji hubungan antara kontruksi utama dan kecenderungan perilaku. Berdasarkan modelnya, pelengkap dari tempat tujuan memengaruhi kualitas yang diterima memengaruhi kepuasan, dan pada akhirnya mempengaruhi minat berkunjung kembali.

Kerangka Pemikiran

Berikut ini dikemukakan kerangka pemikiran yang berfungsi sebagai penuntun, sekaligus mencerminkan alur pikir dan merupakan dasar bagi perumusan hipotesis. Hubungan antara citra (X) berpengaruh terhadap *revisit intention* (Y) dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Sumber : Diolah, 2014

METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan analisis linear sederhana.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Persepsi Pengunjung pada Citra

Berikut adalah hasil data kuesioner variabel bebas (X) yaitu berupa citra yang didapat dari pengunjung pada tabel-tabel berikut:

Tabel 3.1 Tanggapan Pengunjung Terhadap Dimensi Sarana

NO	PERNYATAAN	JUMLAH	RATA-RATA
1.	Banyak Biro Perjalanan Wisata/ Travel Agent membantu untuk mendapatkan informasi dan fasilitas wisata.	413	4,13
2.	Tourism Information Center (TIC) memberikan kemudahan dalam memperoleh informasi.	342	3,42
3.	Transportasi umum menuju ke/dari tempat wisata mudah.	337	3,37
4.	banyak penginapan untuk pengunjung.	350	3,50
5.	Mudah mencari makan dan minum	438	4,38

	(restoran).		
6.	Memiliki makanan khas yang menarik perhatian pengunjung.	454	4,54
NO	PERNYATAAN	JUMLAH	RATA-RATA
7.	Ketersediaan tempat hiburan yang nyaman dan aman.	383	3,83
8.	Toko <i>souvenir</i> mudah ditemukan.	378	3,78
	Jumlah	3095	
	Rata-rata		3,87

Sumber : Hasil Olahan Kuesioner (2014)

Jadi, dapat disimpulkan bahwa dimensi sarana Kabupaten Padang Pariaman seperti biro perjalanan wisata/*travel agent*, TIC, Transportasi umum, penginapan, restoran, makanan khas, tempat hiburan dan toko *souvenir* memperoleh jumlah 3095 dengan rata-rata 3,87 yang berarti pengunjung menilai Kabupaten Padang Pariaman memiliki sarana yang baik/bagus. ini berarti bahwa tidak hanya pemerintah saja yang peduli dengan Kabupaten Padang Pariaman tetapi masyarakat serta pihak lain juga membantu dalam memperbaiki sarana Kabupaten Padang Pariaman.

Tabel 3.2 Tanggapan Pengunjung Terhadap Dimensi Prasarana

NO	PERNYATAAN	JUMLAH	RATA-RATA
1.	Akses jalan di Kab. Padang Pariaman baik.	378	3,78
2.	Bandara Internasional Minangkabau (BIM) mudah diakses melalui transportasi darat.	452	4,52
3.	Kemudahan akses terhadap pelayanan kesehatan.	345	3,45
4.	Layanan perbankan di Kab. Padang Pariaman mudah didapat.	345	3,45
5.	Sinyal dan jaringan telekomunikasi yang kuat dan bagus	391	3,91
	Jumlah	1911	
	Rata-rata		3,82

Sumber : Hasil Olahan Kuesioner (2014)

Tabel diatas menunjukkan bahwa Kabupaten Padang Pariaman mempunyai prasarana yang baik.

Tabel 3.3 Tanggapan Pengunjung Terhadap Dimensi Objek Wisata

NO	PERNYATAAN	JUMLAH	RATA-RATA
1.	Banyak objek wisata alam yang masih asri.	460	4,60
2.	Banyak objek wisata budaya seperti kesenian, tari-tarian dan adat yang masih dilestarikan.	402	4,02
3.	Banyak objek wisata sejarah seperti makam yang menjadi daya tarik pengunjung.	420	4,20
4.	Banyaknya objek wisata pantai yang bervariasi menambah pilihan pengunjung.	420	4,20
5.	Banyaknya objek wisata minat khusus seperti air terjun nyarai, air terjun tapian puti dan lainnya yang menarik bagi pengunjung yang menyukai tantangan	404	4,04
	Jumlah	2106	
	Rata-rata		4,21

Sumber : Hasil Olahan Kuesioner (2014)

Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat maupun pemerintah di Kabupaten Padang Pariaman sangat sadar dengan pariwisata sehingga bisa menjadi salah satu sumber penghasilan bagi Kabupaten Padang Pariaman.

Persepsi Pengunjung pada *Revisit Intention* (Minat Berkunjung Kembali)

Berikut adalah hasil data kuesioner berdasarkan variabel terikat (Y) yaitu berupa *revisit intention* (minat berkunjung kembali) yang didapat dari pengunjung pada tabel-tabel berikut:

Tabel 4.4 Tanggapan Pengunjung Terhadap Variabel *Revisit Intention* (Minat Berkunjung Kembali)

NO	PERNYATAAN	Jumlah	Rata-Rata
1.	Saya akan mengunjungi semua tempat-tempat yang menarik.	428	4,28
2.	Saya suka mengunjungi tempat-tempat yang ada untuk waktu yang lebih	394	3,94

	lama.		
3.	Saya akan merekomendasikan ke teman-teman dan keluarga.	423	4,23
4.	Saya akan kembali untuk berkunjung kembali.	427	4,27
	Jumlah	1672	
	Rata-rata		4,18

Sumber : Hasil Olahan Kuesioner (2014)

Tabel di atas menunjukkan bahwa *revisit intention* (minat berkunjung kembali) ke Kabupaten Padang Pariaman bagus. Ini berarti banyak sekali objek-objek wisata yang menarik perhatian pengunjung yang datang ke Kabupaten Padang Pariaman.

Analisa Pengaruh Citra terhadap Revisit Intention (Minat Berkunjung Kembali)

Dalam menganalisa pengaruh citra terhadap *revisit intention* (minat berkunjung kembali) maka ada beberapa tahap yang akan dilakukan seperti uji validitas, uji reliabilitas dan regresi linear sederhana. Berikut merupakan penjelasan dari tahap-tahap untuk mengukur pengaruh citra terhadap *revisit intention* (minat berkunjung kembali):

Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan pengolahan data mengenai citra dan *revisit intention* (minat berkunjung kembali), hasil pengolahan dapat dilihat pada lampiran 8 maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.5 Hasil Pengolahan Data

	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>
Intercept	2.813584303	1.637516743	1.718202	0.088917727
Citra	0.195534529	0.022864548	8.551865	1.6624E-13

Sumber : Hasil Olahan Kuesioner (2014)

Berdasarkan pengolahan data dengan regresi dalam Microsoft Excel maka diperoleh persamaan regresi linear adalah:

$$Y = 2,814 + 0,196X$$

Dari persamaan regresi tersebut terlihat bahwa pengaruh citra terhadap *revisit intention* (minat berkunjung kembali) adalah searah (positif), yang artinya citra akan memberikan dampak untuk berkunjung kembali. Hal tersebut ditunjukkan pada koefisien regresi atau nilai b dalam persamaan regresi tersebut yang menunjukkan angka positif sebesar 0,196, artinya setiap kenaikan nilai citra sebesar 1 maka *revisit intention* (minat berkunjung kembali) akan bertambah sebesar 3,010. Jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara citra dengan *revisit intention* (minat berkunjung kembali) ke Kabupaten Padang Pariaman sebagai gerbang masuk Sumatera Barat.

Tabel 4.6 Summary Output (*Regression Statistics*)

<i>Regression Statistics</i>	
Multiple R	0.653720619
R Square	0.427350647
Adjusted R Square	0.421507286
Standard Error	1.928033291
Observations	100

Sumber : Hasil Olahan Kuesioner (2014)

Dari pengujian tersebut juga dapat diketahui nilai R atau Multiple R = 0.654 dan Koefisien Determinasi (RSquare) sebesar 0.427. Hal ini menunjukkan pengertian bahwa *revisit intention*/minat berkunjung kembali (Y) dipengaruhi 42,7% oleh citra, sedangkan sisanya (100% - 42,7% = 57,3%) dipengaruhi oleh faktor lain. artinya citra mempunyai pengaruh yang cukup terhadap *revisit intention* (minat berkunjung kembali) ke Kabupaten Padang Pariaman sebagai gerbang masuk Sumatera Barat.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dipaparkan pada bab IV, maka dapat dikemukakan kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis persepsi pengunjung pada variabel citra terdiri dari 3 dimensi yaitu sarana, prasarana dan objek wisata. Pada dimensi sarana penilaian pengunjung bagus. Dimensi sarana ini terdiri dari 8 pernyataan yaitu banyaknya biro perjalanan wisata/travel agent membantu untuk mendapatkan informasi dan fasilitas wisata, *Tourism Information Center* (TIC) memberikan kemudahan dalam memperoleh informasi, transportasi umum menuju ke/dari tempat wisata mudah, banyak penginapan untuk pengunjung, mudah mencari makan dan minum (restoran), memiliki makanan khas yang menarik perhatian pengunjung, ketersediaan tempat hiburan yang nyaman dan aman dan toko *souvenir* mudah ditemukan. Tetapi dilihat pada pernyataan transportasi umum menuju ke/dari tempat wisata mudah mendapatkan penilaian cukup bagus dan penilaian terendah pada dimensi sarana. Dimensi prasarana penilaian pengunjung juga sudah bagus. Dimensi prasarana terdiri dari 5 pernyataan yaitu akses jalan di Kabupaten Padang Pariaman, Bandara Internasional Minangkabau (BIM) mudah diakses melalui transportasi darat, kemudahan akses terhadap pelayanan kesehatan, layanan perbankan di Kabupaten Padang Pariaman mudah didapat serta sinyal dan jaringan telekomunikasi yang kuat dan bagus. Tetapi jika dilihat pada beberapa pernyataan, pernyataan yang mendapat penilaian yang rendah yaitu kemudahan akses terhadap pelayanan kesehatan dan layanan perbankan di Kabupaten Padang Pariaman mudah di dapat. Sedangkan dimensi objek wisata secara keseluruhan pengunjung menilai sangat bagus. Dimensi objek wisata ini terdiri dari 5 pernyataan yaitu banyak objek wisata alam yang masih asri, banyak objek wisata budaya seperti kesenian, tari-tarian dan adat yang masih dilestarikan, banyak objek wisata sejarah seperti makam yang menjadi daya tarik pengunjung dan banyaknya objek wisata minat khusus seperti air terjun nyarai, air terjun tapian puti dan lainnya yang menarik bagi pengunjung yang menyukai tantangan. Dari keseluruhan dimensi objek wisata yang

- memperoleh penilaian terendah yaitu banyaknya objek wisata budaya seperti kesenian, tari-tarian dan adat yang masih dilestarikan.
2. Berdasarkan hasil analisis persepsi pengunjung pada variabel *revisit intention* (minat berkunjung kembali) yang terdiri dari 4 pernyataan memperoleh penilaian yang bagus, seperti saya akan mengunjungi semua tempat-tempat yang menarik, saya suka mengunjungi tempat-tempat yang ada untuk waktu yang lebih lama, saya akan merekomendasikan ke teman-teman dan keluarga serta saya akan kembali untuk berkunjung kembali. Dari semua pernyataan tersebut, pernyataan tentang saya akan mengunjungi tempat-tempat yang ada untuk waktu yang lebih lama memperoleh penilaian yang rendah.
 3. Berdasarkan hasil regresi linear p value lebih kecil dari 0,025 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya “citra memiliki pengaruh terhadap *revisit intention* (minat berkunjung kembali)”. Jika dilihat dari nilai Koefisien Determinasi (RSquare) hal ini menunjukkan citra mempunyai pengaruh yang cukup kuat terhadap *revisit intention* (minat berkunjung kembali) yaitu sebesar 42,7% dan sisanya 57,3% dipengaruhi oleh faktor lain. Faktor-faktor tersebut diantaranya seperti masyarakat sekitar, harga, keramahan, kebersihan dan lain-lain.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran yang dapat berguna bagi Pemerintah Kabupaten Padang Pariaman untuk memperbaiki citra Kabupaten Padang Pariaman adalah:

1. Pemerintah
 - a. Pemerintah Kabupaten Padang Pariaman harus menambah fasilitas seperti transportasi umum, karena masih sedikit transportasi umum sehingga pengunjung yang tidak mempunyai kendaraan pribadi sulit untuk datang ke objek-objek wisata yang ada. Pemerintah dalam hal ini Dinas Perhubungan menambah pembangunan jalan kelas 3 dengan kriteria:
 - ✓ Jalan arteri, kolektor, local, dan lingkungan yang dapat dilalui kendaraan bermotor termasuk muatan dengan ukuran lebar tidak melebihi 2.10 meter, ukuran panjang tidak melebihi 9.0 meter, ukuran paling tinggi 3,50 meter, dan ukuran muatan sumbu terberat yang diizinkan 8 (delapan) ton.
 - ✓ LHR relative kecil.
 - ✓ Jalan dengan jalur tunggal namun ada juga yang dua jalur.
 - ✓ Merupakan jalur penghubung.
 - ✓ Jenis perkerasan aspal beton/penetrasi macadam/burda/burtu.
 - b. Pemerintah Kabupaten Padang Pariaman seharusnya membuat tempat pertunjukkan kesenian dan kebudayaan supaya wisatawan yang datang untuk melihat pertunjukkan tersebut tidak sulit untuk menemukannya.
 - c. Kabupaten Padang Pariaman memiliki banyak objek wisata yang bagus untuk memasarkannya perlu adanya kerjasama dengan pihak-pihak lain seperti Dinas Pekerjaan Umum, pengusaha swasta, masyarakat sadar wisata, masyarakat setempat, investor maupun pedagang-pedagang, supaya objek-objek wisata yang ada menjadi objek-objek wisata unggulan dan diminati pengunjung yang datang ke Kabupaten Padang Pariaman.
 - d. Pemerintah Kabupaten Padang Pariaman lebih giat lagi dalam mempromosikan objek-objek wisata yang merupakan salah satu solusi. Promosi juga bias

dilakukan melalui sarana internet seperti membuat website pariwisata Kabupaten Padang Pariaman yang selalu memberikan informasi pariwisata yang terbaru serta tampilan website yang menarik dengan adanya gambar objek wisata beserta penjelasannya yang membuat pengunjung menarik untuk datang ke Kabupaten ini. Selain itu jga dibutuhkan kerjasama dengan cara menggandeng Pemda yang memiliki objek wisata untuk melakukan promosi bersama.

- e. Pada umumnya masih minimnya fasilitas seperti toilet dan musholla di Kabupaten Padang Pariaman. Untuk itu sebaiknya pemerintah juga memperhatikan fasilitas tersebut. Supaya wisatawan yang datang ke objek wisata tersebut jika ingin sholat dan ke toilet tidak harus pergi ke luar area objek wisata.
2. Swasta/investor
 - a. Karena masih kurangnya layanan perbankan di sekitar objek wisata Kabupaten Padang Pariaman, sehingga pengunjung susah untuk memperolehnya. Untuk itu, pihak perbankan menambah layanan perbankan seperti mesin ATM di sekitar objek-objek wisata unggulan di Kabupaten ini, supaya pengunjung tidak sulit untuk mencari ATM di sekitar area wisata.
 - b. Biro Perjalanan Wisata / *Travel Agent* membantu Pemerintah Kabupaten Padang Pariaman untuk mempromosikan objek-objek wisata yang ada di Kabupaten Padang Pariaman dengan cara Biro Perjalanan Wisata/ *Travel Agent* membuat paket wisata ke objek-objek wisata yang ada di Kabupaten ini.
 3. Masyarakat
 - a. Kabupaten Padang Pariaman terkenal dengan budayanya, baik dalam segi kesenian, tari-tarian bahkan adatnya. Untuk itu pemerintah harus bekerjasama dengan masyarakat sekitar supaya objek wisata budaya tetap dilestarikan dari generasi ke generasi dan pemerintah mengajak masyarakat terutama yang muda untuk tetap mempelajari kebudayaan, dengan mendirikan sanggar-sanggar tari dan adanya pelajaran khusus atau adanya bimbingan orang tua di Kabupaten Padang Pariaman tentang adat Kabupaten Padang Pariaman tersebut.
 - b. Pemerintah harus bekerjasama dengan masyarakat sekitar untuk memajukan objek wisata yang ada di Kabupaten Padang Pariaman dengan cara membuka pikiran mereka bahwa dengan adanya pariwisata maka menambah penghasilan mereka dan juga membuka peluang pekerjaan dengan cara bergabung dalam mengelola objek wisata yang ada di Kabupaten Padang Pariaman.
 - c. Selain pemerintah yang mempromosikan objek wisata melalui internet, masyarakat sadar wisata yang ikut berperan aktif dalam mengembangkan objek wisata di Kabupaten Padang Pariaman juga mempromosikan melalui mulut ke mulut dan media sosial seperti twitter, facebook, blog dan media social lainnya seperti yang telah dilakukan oleh pengelola sadar wisata air terjun Nyarai. Sehingga objek wisata tersebut tidak hanya diketahui oleh wisatawan domestik, tetapi juga dapat diketahui oleh wisatawan asing sehingga banyaknya wisatawan yang datang ke objek wisata tersebut.

- d. Masyarakat sadar wisata membuat Asosiasi Masyarakat Sadar Wisata yang ada di seluruh Kabupaten Padang Pariaman sehingga objek-objek wisata yang ada dikelola dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Bigne, J. E, Sanchez, I. & Andreu, L. 2009. The Role of Variety Seeking in Short and Long Run Revisit Intentions in Holiday Destinations. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 3(2), 103-115, diakses 10 November 2014.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Chen, C. F, & Tsai, D. C. 2007. How Destination Image and Evaluative Factors Affect Behavioral Intentions. *Tourism Management*, 28(4), 1122. (<http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2006.07.007>), diakses 10 November 2014.
- Cronin, J. J., Brady, M. K., & Hult, G. T. M. 2000. Assessing the Effects of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environments. *Journal of Retailing*, 76(2), 193-218. ([http://dx.doi.org/10.1016/S0022-4359\(00\)00028-2](http://dx.doi.org/10.1016/S0022-4359(00)00028-2)), diakses 10 November 2014.
- Ismayanti. 2010. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Jang, S., & Feng, R. 2007. Temporal Destination Revisit Intention: The Effects of Novelty Seeking and Satisfaction. *Tourism Management*, 28(2), 580-590. (<http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2006.04.024>), diakses 10 November 2014.
- Kodhyat, H. 2013. *Sejarah Kepariwisata & Perkembangan Di Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.
- Kountur, Ronny. 2004. *Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: PPM.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Marpaung, Happy. 2002. *Pengetahuan Kepariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Muljadi, A.J. 2009. *Kepariwisata Perjalanan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Robbins, Stephen P. 2008. *Perilaku Organisasi*. Edisi Kesepuluh: Penerbit PP Indeks Kelompok Gramedia.
- Soemirat, Soleh & Ardianto, Elvinaro. 2003. *Dasar-dasar Public Relation*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2014. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Syam, Nina W. 2010. *Komunikasi Pariwisata Di Indonesia*. Bandung: News Publishing.
- Um, S, Chon, K, & Ro, Y. H. 2006. Antecedents of Revisit Intention. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 1141-1158. (<http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2006.06.003>), diakses 10 November 2014.
- Undang-Undang Republik Indonesia 2009. *Undang-Undang No.10 Tentang Kepariwisata*. Dinas Pemuda, Olahraga, Budaya dan Pariwisata: Jakarta.

- Wasesa, Silih Agung. 2006. *Strategi Public Relations*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Zabkar, V., Brenc, M. M., & Dmitrovic, T. 2010. Modelling Perceived Quality, Visitor Satisfaction and Behavioural Intentions at the Destination Level. *Tourism Management*, 31(4), 537-546. (<http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2009.06.005>), diakses 10 November 2014.

BIODATA

Fitri Hayati, SE adalah lulusan Fakultas Ekonomi Universitas Sahid Jakarta yang mempunyai usaha jasa pariwisata

DR. Levyda, SE, MM adalah dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sahid Jakarta. Pengajar, konsultan dan peneliti.

Susy Bhudiharty, S.Pd, MM adalah dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sahid Jakarta, selain mengajar juga merupakan konsultasi pariwisata di Kementerian Pariwisata Republik Indonesia juga peneliti