

Citra Kota Batam Sebagai Kota Pariwisata Menurut Wisatawan Yang Berkunjung Ke Kota Batam

Grace Honey D.Sianturi¹, Angel Purwanti²

¹Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Putera Batam

²Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Putera Batam
email: pb161110045@upbatam.ac.id, angel.purwanti@puterabatam.ac.id

ABSTRACT

Tourism is not new, currently tourism is an industrial product that is increasingly in demand to be visited. Local governments are responsible for developing and managing all the potentials of their respective regions to be able to attract foreign and local tourists. As a tourism destination, Batam City has a geographic area in one or more administrative areas that have accessibility, tourism facilities, public facilities, tourist attractions to complement the realization of tourism. The research is carried out on the basis of samples, the analysis can use descriptive statistics, descriptive statistics themselves can be used if the research only needs to present sample data and does not want to draw conclusions for the population where the sample is obtained, and testing in this study uses descriptive testing using several tests through assistance software SPSS 23. This type of research is quantitative research that will study that will test the image of the city which consists of cognitive images, unique images and affective images. Sampling using simple random sampling technique.

Keywords: Tourism, City Image

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan kegiatan ekonomi yang menjadi pilar dan fokus pembangunan di beberapa negara, Indonesia sebagai negara yang berkembang, mempunyai banyak tempat wisata, banyak keindahan alam warisan budaya dan sejarah yang dapat memperluas mata pencarian dan memberikan peranan yang besar bagi pemasukan daerah (Patra 2019:60) pembangunan di beberapa negara, Indonesia sebagai negara yang berkembang, mempunyai banyak tempat wisata, banyak keindahan alam warisan budaya dan sejarah yang dapat memperluas mata pencarian dan memberikan peranan yang besar bagi pemasukan daerah yang akan membuat citra kota Batam sebagai kota pariwisata semakin dikenal khalayak luas (Patra 2019:60).

Kota Batam memiliki potensi yang besar terhadap pariwisata, dengan berkembangnya potensi wisata banyak ditandai dengan proyek pembangunan seperti pusat perbelanjaan di berbagai daerah di kota Batam. Selain itu Batam juga memiliki tempat wisata religi yang sering dikunjungi wisatawan yaitu Vihara Duta Meitrea yang merupakan salah satu vihara terbesar di Asia Tenggara (Purwanti 2016:30)

Pariwisata memiliki daya tarik tersendiri, oleh karena itu Pemerintah daerah bertanggung jawab mengembangkan dan mengelola semua potensi daerah untuk dapat menarik wisatawan. Saat ini minat masyarakat sangat besar terhadap perkembangan kegiatan pariwisata atau kebutuhan perjalanan wisata, Aktivitas pariwisata domestik juga berkembang pesat dan banyak terdapat destinasi baru yang

dapat memenuhi kebutuhan masyarakat (Napitulu 2015:59)

Pariwisata merupakan kegiatan ekonomi yang menjadi pilar dan fokus pembangunan di beberapa negara, Indonesia sebagai negara yang berkembang, mempunyai banyak tempat wisata, banyak keindahan alam warisan budaya dan sejarah yang dapat memperluas mata pencarian dan memberikan peranan yang besar bagi pemasukan daerah (Patra 2019:60) Pada peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 63 Tahun 2014 dijelaskan bahwa pengendalian dan pengawasan industri pariwisata yang meliputi pengertian pariwisata, yaitu "pariwisata adalah ragam kegiatan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah pusat, serta pemerintah daerah".

Kepuasan wisatawan bisa dibentuk jika objek wisata Kota Batam baik adanya. Demi terwujudnya wisatawan yang loyal, terlebih dahulu wisatawan harus bisa merasakan kepuasan dan kepuasan tersebut bisa terjadi jika adanya opini yang baik tentang suatu pelayanan atau produk.

Batam menawarkan banyak destinasi wisata yang mampu menarik wisatawan mancanegara maupun domestik, Batam dinilai sebagai penyumbang wisatawan peringkat kedua setelah Bali. Dengan wisata bahari yang indah, alam yang masih terjaga serta warisan budaya yang kaya, Batam memang memiliki potensi wisata yang menarik. Para wisatawan dapat berwisata ke Batam melalui enam pintu masuk, yakni lima dari pelabuhan dan satu dari bandara Hang Nadim.

(Supriono 2017:100) Kota Batam termasuk salah satu kota penyumbang wisatawan di Indonesia, yang mempunyai beragam wisata seperti wisata belanja, wisata budaya, wisata bahari, wisata MICE, wisata perkebunan, wisata religi, serta wisata sejarah, kota Batam

dan turut berpartisipasi dalam melakukan pertumbuhan ekonomi lokal dengan industri pariwisata. Adapun obyek pariwisata yang tercatat dalam Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batam yaitu:

Tabel 1 Wisatawan yang datang ke Batam periode Januari-Desember 2019

Bulan	Kunjungan Wisatawan
Januari	128675
Februari	158088
Maret	173947
April	155619
Mei	146075
Juni	176187
Juli	148205
Agustus	184077
September	160293
Oktober	159292
November	167288
Desember	190232

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Batam 2019-Pariwisata

Menurut (Arisandi 2018:109) Kota Batam merupakan kota terbesar di Kepulauan Riau, Kota Batam menjadi salah satu kota dengan populasi terbesar keempat di Sumatera setelah Medan, Palembang dan Lampung.

Sebagai daerah tujuan pariwisata, Kota Batam mempunyai Kawasan geografis yang ada dalam satu ataupun lebih wilayah administrative yang memiliki aksesibilitas, fasilitas pariwisata, fasilitas umum, daya tarik wisata guna melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Batam merupakan kota dengan letak geografis yang sangat baik yang terdiri dari Pulau Batam, Pulau Rempang, Pulau Galang dan pulau-pulau kecil lainnya, Pulau-pulau ini tersambung dengan jembatan Bareleng dan memiliki jarak yang cukup dekat dengan Singapura dan Malaysia, yang membuat citra kota Batam sebagai kota pariwisata dapat dikenal lebih luas.

Citra kota Batam bisa tercipta dengan bantuan adanya penggunaan dan pemilihan media sosial yang meliputi *facebook*, *twitter*, *Instagram*, *Youtube*, *Blog*, *Telegram* yang bisa membentuk citra serta menarik minat wisatawan supaya mau berkunjung. Kota Batam berupaya memberi gambaran kepada masyarakat yaitu pariwisata Kota Batam ialah pariwisata yang mempunyai keindahan budaya dan alam serta pariwisata yang bisa

memberdayakan masyarakatnya. (Sudiarta 2012:8) Sebagai daerah tujuan pariwisata, Kota Batam mempunyai Kawasan geografis yang ada dalam satu ataupun lebih wilayah administrative yang memiliki aksesibilitas, fasilitas pariwisata, fasilitas umum, daya tarik wisata guna melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Kajian Teori

2.1 Citra

Citra merupakan tujuan utama dari suatu organisasi atau perusahaan, dalam hal ini citra bersifat abstrak namun bentuknya dapat dirasakan melalui evaluasi, serta citra merupakan persepsi orang tentang identitas dalam hal ini sebagai persepsi orang lain berdasarkan apa yang mereka ketahui atau yang orang lain pikirkan (Syarifuddin 2018).

Citra dapat berupa dukungan serta partisipasi, efek positif dan tindakan positif lainnya dan dapat juga berupa efek negatif, seperti penolakan, kebencian dan efek negatif lainnya. Setiap orang berhak untuk memaknai citra secara personal maupun memaknai citra dengan melihat instansi.

2.2 Citra Kota

Citra kota merupakan sesuatu yang abstrak yang hanya dapat dirasakan dari hasil penilaian buruk atau baik berkat umpan balik positif atau negatif dari masyarakat. Berbicara

citra akan berbicara sesuatu hal yang akan diperoleh dalam bentuk informasi yang menjadi pengetahuan selama kunjungan didestinasikan. (Jayanti 2018:420).

Citra kota yaitu kesan fisik yang memberi ciri khasnya, citra kota memiliki peranan sebagai penghasil identitas sekaligus penambah daya tarik dalam pembangunan perkotaan. Maka dari itu, citra kota yang kuat dan jelas memperkuat identitas dan citra kota tersebut sehingga menjadikan suatu kota menarik.

Menurut (Syarifuddin 2018:4) Citra kota merupakan aspek penting dalam kunjungan para wisatawan, citra kota merupakan kesan seseorang tentang hasil dalam seseorang tersebut melakukan kunjungan ke suatu tempat baik itu kesan positif maupun kesan negatif. Salah satu yang menjadi aspek penting dalam kota adalah citra karena sebagai penentu keputusan wisatawan dalam melakukan kunjungan.

2.4 Elemen Citra Kota

(Syarifuddin 2018:9) mengungkapkan bahwa adanya elemen dalam citra kota, yang terdiri dari 3 elemen yaitu:

1. *Cognitive Image*

Persepsi wisatawan dari informasi yang diperoleh mengenai kualitas pengalaman, atraksi wisata di destinasi, lingkungan infrastruktur, hiburan, dan tradisi budaya.

2. *Unique Image*

Persepsi wisatawan atas kunjungan yang dilakukan dan menjadi pengalaman terhadap lingkungan alam yang dirasakan ketikabekunjung sehingga menjadi daya tarik dikota tersebut.

3. *Affective Image*

Persepsi seorang wisatawan atas kunjungan yang dilakukan, hubungan sosial yang dilakukan dengan masyarakat yang dijumpai dan mempunyai perasaan kontak sosial dan berdampak pada nilai yang dirasakan.

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi pada penelitian ini ialah wisatawan yang berwisata ke Kota Batam, dari data yang didapatkan dari <https://batamkota.bps.go.id/> diketahui dimana wisatawan yang berwisata ke kota Batam tahun 2019 berjumlah 1.947.978 orang.

2. Sampel

Sampel pada penelitian ini berjumlah 124 responden, Diperoleh dengan perhitungan rumus, Dalam pengambilan sampel, peneliti

menggunakan teknik *simple Random sampling*.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Kota Batam

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Kuisisioner ialah suatu teknik pengumpulan informasi dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang tertulis dalam kuisisioner dengan cara mengajukan pertanyaan tertulis kepada narasumber (E.Suwandi 2018) . Teknik pengumpulan informasi akan lebih efektif jika peneliti memahami dengan jelas variabel yang diukur dan memahami orang yang diwawancarai, Pada kuisisioner ini dilakukan pengukuran menggunakan skala likert dengan menanyakan kepada responden.

Menurut (Pranatawijaya dkk. 2019:132) mendefinisikan skala likert sebagai mengukur persepsi dan pendapat responden mengenai peristiwa atau fenomena sosial, Skala likert dapat dipakai guna mewakili pendapat narasumber misalnya sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, serta sangat tidak setuju dengan pernyataan pada kuisisioner maka skornya 1-5. Dengan mengukur skala *likert*, variabel yang akan diukur serta dideskripsikan sebagai dimensi kemudian ditampilkan sub indikator, dan sub variabel tersebut ditampilkan sebagai indikator yang bisa diukur.

3.4 Analisis Data

Penelitian dilaksanakan atas dasar sampel, analisisnya bisa mempergunakan statistik deskriptif, statistik deskriptif sendiri bisa dipergunakan jika penelitian hanya perlu menyajikan data sampel serta tidak berkeinginan menarik kesimpulan untuk populasi dimana sampel tersebut diperoleh.

3.5 Uji Validitas

Pengujian validitas dilaksanakan guna memberi jaminan adanya kesamaan antara data yang sudah didapatkan dengan data yang sebenarnya.

3.6 Uji Reliabilitas

(Wibowo,2012: 52) menyebutkan pengujian ini memiliki tujuan guna mengukur serta mengetahui tingkat konsistensi alat ukur.

3.7 Uji Asumsi Klasik

Uji ini bertujuan guna memberi percobaan atau pengujian pendahuluan yang dipakai dalam mendapatkan data, tipe data, serta bentuk data yang akan diolah lebih jauh dari kelompok data awal yang sudah didapatkan, (L.Gloria dkk 2019:148) .

variabel independent. Apabila hasil yang diperoleh mempunyai nilai signifikansi > 0,05, maka model tidak mengalami heteroskedastisitas (R.Ayuwardani 2018:148).

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Pada penelitian kuisioner yang telah disebarakan melalui *Google Forms*, dengan tingkat kebutuhan data sample 124 responden, dan sudah terpenuhi, yang

Pada bagian ini uraian responden akan dijelaskan terlebih dahulu yaitu gambaran umum dari penelitian ini yang mencakup umur,

jenis kelamin dan profesi. Berikut penjelasan lebih lanjut dari uraian responden.

Pada bagian ini uraian responden akan dijelaskan terlebih dahulu yaitu gambaran umum dari penelitian ini yang mencakup umur, jenis kelamin dan profesi. Berikut penjelasan lebih lanjut dari uraian responden.

Tabel 2 Distribusi Variabel Citra Kota

Pernyataan	Skor					N	MEAN
	STS	TS	N	S	SS		
<i>Cognitive Image</i>							
y1	2	5	11	66	40	124	4,10
y2	3	4	6	53	58	124	4,28
y3	0	1	17	71	35	124	4,13
y4	0	2	12	75	35	124	4,15
y5	1	2	16	83	22	124	3,99
<i>Unique Image</i>							
y6	1	3	20	75	25	124	3,97
y7	0	6	17	72	29	124	4,00
<i>Affective Image</i>							
y8	1	6	17	64	36	124	4,03
y9	0	3	12	73	36	124	4,15
Rata-rata							4,09 (Baik)

Sumber : Hasil Penelitian, 2020

Pada tabel 2 item pernyataan variabel citra kota memiliki nilai rata-rata 4,09 jika nilai ini dikonversikan dengan atribut kriteria penilaian

analisis deskriptif maka dengan ini dapat disimpulkan kriteria penilaian pada penelitian ini berada pada kategori baik atau tinggi.

Tabel 3 Identitas Responden Berdasarkan Umur

Range Usia (Tahun)	Jumlah	Persentase
17-25	59	48%
26-35	25	20%
36-45	22	18%
46-50	9	7%
51-55	8	6%
55+	1	1%
	124	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2020

Tabel 3 memperlihatkan dari 124 responden. 59 responden (48%), berusia 17 – 25 tahun, 22 responden (20%) berusia 26 – 35 tahun, 22 responden (18%) berusia 36 – 45

tahun, 9 responden (7%) berusia 46 – 50, 8 responden (6%) berusia 51 – 55 tahun, Dan 1 responden (1%) berusia > 55 tahun.

Tabel 4 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	59	48%
Perempuan	65	52%
	124	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2020

Tabel 4 memperlihatkan dari 124 responden 59 responden (48%) berjenis

kelamin laki-laki dan 65 responden (52%) berjenis kelamin perempuan.

Tabel 5 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Total	Persentase
Karyawan Swasta	25	20%
Mahasiswa	18	15%
Perawat	13	10%
Dosen	19	15%
Dll	49	40%
Total	124	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2020

Tabel 5 memperlihatkan dari 124 responden ada 25 responden (20%) bekerja sebagai karyawan swasta, 18 responden (15%) sebagai mahasiswa, 13 rerponden

(10%) sebagai perawat, 19 responden (15%) sebagai dosen, dan 49 responden (40%) bekerja lain-lain, seperti teknisi, pns, dokter, wiraswasta, bidan, *tourguide* dll.

Uji Validitas Citra Kota

Tabel 6 Citra Kota

Variabel	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Y_1	0,514	0,176	Valid
Y_2	0,579	0,176	Valid
Y_3	0,553	0,176	Valid
Y_4	0,507	0,176	Valid
Y_5	0,553	0,176	Valid
Y_6	0,63	0,176	Valid
Y_7	0,585	0,176	Valid
Y_8	0,653	0,176	Valid
Y_9	0,62	0,176	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2020

Tabel 6 memperlihatkan nilai korelasi *Pearson Product Moment* atau *r* hitung untuk keseluruhan butir pernyataan variabel Y (Citra Kota) > *r* tabel (0,1764).

Sehingga bisa ditarik kesimpulan keseluruhan item pernyataan pada variabel

kepuasan pelanggan telah valid dikarenakan *r* hitung > *r* table. Keseluruhan item pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan telah valid dikarenakan sudah memenuhi kriteria nilai capaian koefisien korelasi minimal 0,5.

Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan	Kriteria
1	Citra Kota	0,746	Reliabel	Tinggi

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2020

Tabel 7 memperlihatkan nilai *Alpha Cronbach* untuk variabel *digital branding* yaitu 0,632, variabel citra kota yaitu 0,746. Sehingga bisa ditarik kesimpulannya yakni

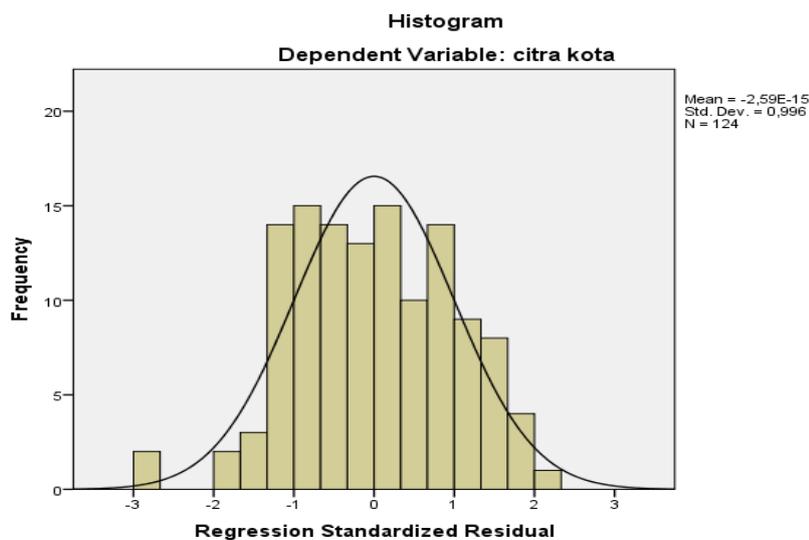
instrument penelitian telah reliabel dikarenakan nilai *Apha Cronbach* setiap variabel > 0,6.

4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Pengujian ini memiliki tujuan guna memahami apakah nilai residu yang diteliti berdistribusi normal atau tidak normal. Pengujian ini bisa dilakukan dengan 2 cara yakni mempergunakan analisis grafik

(Normal *P-P Plot Regression Standardized*) serta *Kolmogorov Smirnov*. Hasil pengujian normalitas bisa diperhatikan pada tabel berikut:



Gambar 1 Uji Normalitas dengan Histogram

Pada dasarnya penelitian pada normalitas bisa diketahui dengan memperhatikan histogram dari residunya (Ghozali, 2013: 163). Apabila grafik histogramnya memperlihatkan pola berdistribusi normal

4.3 Pembahasan

Berbicara citra akan berbicara pula sesuatu hal yang akan diperoleh dalam bentuk informasi yang nantinya akan menjadi pengetahuan selama kunjungan didestinasikan. (Jayanti 2018:420). Menurut (Syarifuddin 2018:4) Citra kota merupakan aspek penting dalam kunjungan para wisatawan, citra kota merupakan kesan seseorang tentang hasil dalam seseorang tersebut melakukan kunjungan ke suatu tempat baik itu kesan positif maupun kesan negatif. Salah satu yang menjadi aspek penting dalam kota adalah citra karena sebagai penentu keputusan wisatawan dalam melakukan kunjungan.

Citra kota yaitu kesan fisik yang memberi ciri khasnya, citra kota memiliki peranan sebagai penghasil identitas sekaligus penambah daya tarik dalam pembangunan perkotaan. Maka dari itu, citra kota yang kuat dan jelas memperkuat identitas dan citra kota tersebut sehingga menjadikan suatu kota menarik.

Menurut (Syarifuddin 2018) Citra kota Batam diperoleh melalui 3 elemen, yaitu : *Cognitive Image, Unique Image dan Affective Image*.

Dari 124 responden yang paling banyak berkunjung ke Batam diperoleh 59 responden (48%) berusia 17-25 Tahun, Kebanyakan yang berkunjung ke Batam adalah perempuan (52%) dan pekerjaan berbagai macam. Dari hasil kuisioner diperoleh hasil baik atau tinggi.

Pada item pertanyaan untuk variabel citra kota memiliki nilai rata-rata 4,09 jika nilai ini dikonversikan dengan atribut kriteria penilaian analisis deskriptif maka berada pada kategori baik atau tinggi..

Dapat diperhatikan dari data di atas bahwa 9 indikator atau penjelasan yang terdapat pada variabel citra kota yang paling dominan adalah pernyataan dari "Kota Batam mempunyai jalur akses melalui jalur udara, darat, maupun laut guna mempermudah wisatawan berkunjung" dengan nilai rata-rata 4,28 yang merupakan indikator dari Aksesibilitas. Hal ini menunjukkan bahwa citra kota Batam sebagai kota pariwisata menurut pandangan wisatawan adalah kota yang memiliki jalur akses melalui jalur darat, udara maupun laut yang mempermudah wisatawan berwisata ke kota Batam.

yakni menyerupai lonceng maka model tersebut sudah memenuhi asumsi normalitas. Pada gambar 1 memperlihatkan kurva yang membentuk lonceng sehingga disimpulkan data telah terdistribusi normal.

Menurut (Supriono 2017:102) Aksesibilitas merupakan ukuran kemudahan menjangkau suatu lokasi lain melalui sistem transportasi, tentunya dengan memiliki aksesibilitas yang nyaman dapat memudahkan wisatawan yang berkunjung. Batam merupakan pilihan terbaik bagi wisatawan karena Batam terletak di wilayah administratif 3 negara, diantaranya Indonesia, Singapura dan Malaysia. Batam didukung oleh infrastruktur yang menunjang wisatawan, Dengan jalan raya yang lebih lebar dapat menampung lebih dari 3 minibus, terminal trans Batam, 5 pelabuhan Internasional dan 8 pelabuhan domestik serta 1 Bandara Internasional yang meliputi 17 penerbangan domestik dan 1 penerbangan Internasional yaitu Bandara Internasional Sultan Aziz Shah Malaysia.

Dengan aksesibilitas transportasi diatas yang memungkinkan wisatawan berkunjung ke Batam dibandingkan dengan daerah-daerah lainnya yang berada di Indonesia.

5.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian pada citra kota, dalam hal ini dapat disimpulkan yang dapat disimpulkan adalah sebagai berikut, yaitu, Citra kota berpengaruh terhadap pariwisata kota Batam, yang menjadi indikator pada citra kota adalah *cognitive image, unique image dan affective image*.

Kota Batam ialah kota yang mempunyai citra sebagai kota pariwisata yang sedang giat mengatur asset-aset wisata yang dimilikinya. Sebagai daerah tujuan pariwisata, Kota Batam mempunyai Kawasan geografis yang ada dalam satu ataupun lebih wilayah administrative yang memiliki aksesibilitas.

Pada variabel citra kota yang paling dominan adalah pernyataan dari "Kota Batam mempunyai jalur akses melalui jalur udara, darat, maupun laut guna mempermudah wisatawan berkunjung". Yang berarti hal ini menunjukkan bahwa citra kota Batam sebagai kota pariwisata menurut pandangan wisatawan adalah kota yang memiliki jalur akses dari jalur laut, udara maupun darat jika berwisata ke kota Batam.

DAFTAR PUSTAKA

Arisandi, dkk. 2018. "Pengaruh Penggunaan Social Media Terhadap Brand

- Awareness Pada Objek Wisata Di Kota Batam." *JmD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara* 1(2):109–16. doi: 10.26533/jmd.v1i2.263.
- E.Suwandi, Dkk. 2018. "Analisis Tingkat Kepuasan Menggunakan Skala Likert pada Layanan Speedy yang Bermigrasi ke Indihome." *Jurnal Teknik Elektro* 11.
- Jayanti, Theresia Budi. 2018. "Citra Kota Sebagai Strategi Pengembangan Pariwisata Kota Juwana." *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni* 2(1):420. doi: 10.24912/jmishumsen.v2i1.2062.
- L.Gloria dkk. 2019. "Pembelian Produk Maxx Coffee Di Hotel Aryaduta Manado Analysis of Segmenting , Targeting , and Positioning To Buying Decision of Maxx Coffee ' S Products in Aryaduta Hotel Manado." *Econimics and Business* 7(4):3129–38.
- Napitulu, Novena Ulita. 2015. "Strategi Pemasaran Pariwisata Budaya Mentawai Melalui Produk Kesenian Muturuk." *Jurnal Desain dan Seni* 2(1):59–66.
- Patra, Dkk. 2019. "Prospek Pengembangan Pariwisata Danau Matano Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Pad) Kabupaten Luwu Timur." *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 7(2):60–69. doi: 10.35906/je001.v7i2.324.
- Pranatawijaya, Viktor Handrianus, Widiatry Widiatry, Ressa Priskila, dan Putu Bagus Adidyana Anugrah Putra. 2019. "Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online." *Jurnal Sains dan Informatika* 5(2):128. doi: 10.34128/jsi.v5i2.185.
- Purwanti, Angel. 2016. "Penataan Objek Wisata Sebagai Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam Kegiatan Visit Batam 2010." *Jurnal Komunikasi* 10(1):29. doi: 10.21107/ilkom.v10i1.1834.
- R.Ayuwardani. 2018. "Pengaruh Informasi Keuangan Dan Non Keuangan Terhadap Underpricing Harga Saham Pada Perusahaan Yang Melakukan Initial Public Offering (Studi Empiris Perusahaan Go Public yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015)." *Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen* 7(1). doi: 10.21831/nominal.v7i1.19781.
- Sudiarta, I. Nyoman. 2012. "Membangun Citra (Destinasi) Pariwisata Seberapa Pentingkah?" *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata* 7(1):60–75.
- Supriono, Supriono. 2017. "Analisis Deskripsi Potensi Pariwisata Kota Batam Dalam Rangka Menjaring Wisatawan Mancanegara." *Jurnal Pariwisata Terapan* 1(2):97. doi: 10.22146/jpt.30150.
- Syarifuddin, Didin. 2018. "Nilai Citra Kota Dari Sudut Pandang Wisatawan (Studi Tentang Citra Kota Bandung Dampaknya Terhadap Kunjungan Ulang)." *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation* 1(2). doi: 10.17509/jithor.v1i2.13761.
- Wibowo, Agung Edy. 2012. *Aplikasi Praktis Spss Dalam Penelitian*. diedit oleh A. Djojo. Yogyakarta.