

**TOURISM DEVELOPMENT STRATEGY THROUGH
TOURIST EXPERIENCE EVALUATION
(A Study on Suroboyo Carnival Park)**

By :

Warid Ajeng Yulibag

Faculty of Economic and Business Brawijaya University Malang

Advisor :

Sigit Pramono S.E., MSc.

Faculty of Economic and Business Brawijaya University Malang

Abstract

The background of this study is the decreasing level of tourist's revisiting intention, which is a phenomenon in tourism development. The number of tourist or customer is important for tourism service business since the feeling of the tourists will make them revisit if they are satisfied, or not if they are disappointed. This study was categorized into explorative study. According to Malhotra (2004), the objective of explorative study is to discover reasons behind a phenomenon through its problem and chance. The data of this study were collected through interview and observation and analyzed using qualitative analytical method. The result of this study is processed through SWOT analysis, aimed at comparing and determining the strategy with the best chance.

Key words : *Tourist experience, satisfying, strength, weakness, opportunities, threats*

**STRATEGI PENGEMBANGAN OBYEK WISATA MELALUI
EVALUASI PENGALAMAN PENGUNJUNG
(Studi pada Suroboyo Carnival Park)**

Disusun oleh :

Warid Ajeng Yulibag

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang

Dosen Pembimbing :

Sigit Pramono S.E., MSc.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena pengembangan pariwisata untuk menarik minat berkunjung wisatawan yang menurun. Diikuti oleh adanya pengunjung atau konsumen yang menjadi penting untuk perusahaan jasa wisata karena adanya keterlibatan perasaan pengunjung yang nantinya akan menimbulkan pembelian ulang atau kekecewaan. Penelitian ini termasuk kategori penelitian eksploratif, menurut Malhotra (2004) penelitian eksploratif bermaksud ingin menemukan faktor-faktor penyebab sesuatu itu terjadi, sifatnya meraba-raba masalah dan peluangnya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan wawancara dan observasi dan dengan menggunakan metode analisis kualitatif. Hasil dari penelitian ini diolah dengan menggunakan analisis SWOT untuk melakukan perbandingan dan menentukan pilihan strategi.

Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa Suroboyo Carnival berada pada posisi strategi defensif, dimana kelemahan (*Weakness*) yang dimiliki cukup besar dan juga memiliki ancaman (*Threatness*) yang cukup besar, artinya pilihan strategi adalah berbenah diri dengan memanfaatkan kekuatan (*Strengthness*) dan peluang (*Opportunities*) yang dimiliki oleh Suroboyo Carnival tersebut.

Kata kunci: *Pengalaman Pengunjung, Kepuasan, Strengthness, Weakness, Opportunities, Threatness*

1. Pendahuluan

Kepariwisataan merupakan salah satu penyumbang devisa yang dapat diperoleh suatu negara dengan mudah. *World Travel Organization (WTO)* telah memprediksikan tahun 2020 jumlah wisatawan internasional dapat mencapai 1,6 miliar orang. Seperti yang telah disampaikan oleh Menteri Pariwisata kepada *Kompas.com*, bahwa berdasarkan laporan *The World Travel & Tourism Council (WTTC)*, Indonesia merupakan negara yang memiliki tingkat pertumbuhan pariwisata paling bagus diantara negara-negara anggota G20.

Perkembangan pariwisata di era modern ini sangat pesat dan memberikan peluang terhadap pertumbuhan ekonomi nasional maupun regional. Seperti yang dikemukakan oleh Salah Wahab (1989), pariwisata merupakan salah satu dari industri gaya baru yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara penerima wisatawan.

Kota Surabaya yang memiliki berbagai ciri khas seperti budaya, kesenian, makanan khas dapat dikemas menjadi satu kesatuan dalam menciptakan sebuah wisata. Namun terdapat berbagai faktor yang menjadikan wisata di Surabaya kurang diminati oleh wisatawan.

Semakin bertambah banyaknya jumlah wisatawan yang mengunjungi Kota Surabaya dari tahun ke tahun merupakan peluang untuk melakukan pengembangan obyek wisata di kota besar ini, yang juga akan membuat persaingan antar sesama obyek wisata di Surabaya semakin ketat.

Persaingan ini menuntut sebuah obyek wisata untuk semakin kreatif dan kompetitif, selalu berusaha maju dan memperbaiki obyek wisatanya. Selain itu, ditambah dengan semakin pesatnya perubahan lingkungan, diperlukan respon yang tepat dan cepat pula agar obyek wisata tidak kalah dalam persaingan dan agar tetap menarik, serta mampu untuk terus hidup dan berkembang.

Pengembangan pariwisata merupakan suatu kegiatan atau usaha yang dilaksanakan secara terstruktur untuk menarik minat wisatawan

dalam menyediakan fasilitas penunjang daya tarik wisata dan melayani pengunjung, maka di tentukanlah berbagai komponen-komponen pengembangan pariwisata menurut para ahli. Berdasarkan lingkup substansi tersebut, variabel dalam studi ini dibagi atas empat komponen pariwisata yaitu daya tarik, fasilitas, aksesibilitas serta promosi dan informasi yang kemudian disesuaikan dengan kondisi eksisting obyek wisata. (Pendit, 1999)

PT Sinar Mutiara Sinergi memiliki solusi untuk menghadirkan sebuah wisata yang cocok di Kota Surabaya yaitu *Suroboyo Carnival Park* (SCP). PT Sinar Mutiara Sinergi merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri pariwisata yang telah membangun dan mengelola wisata yang ada di Jawa Timur, seperti Jatim Park 1, Batu Secret Zoo, Batu Night Spectacular, dan Wisata Bahari Lamongan.

SCP ini dikemas dengan konsep yang sangat menarik dengan perpaduan taman bermain dilengkapi dengan wahana-wahana, konsep *market*, dan hiburan lainnya. Mengutip dari jawapos.com, hari

pertama dibukanya Surabaya Carnival ini dikunjungi lebih dari 2000 wisatawan mancanegara maupun nusantara. Banyaknya pengunjung diawal berdirinya dan potensi besar pada wahana bermain outdoor,

Surabaya Carnival Park harus terus melakukan perbaikan dan pengembangan guna menjaga eksistensinya sebagai salah satu tujuan wisata di Jawa Timur khususnya Surabaya. Menghadapi situasi pasar dan persaingan yang semakin hari semakin berkembang Surabaya Carnival Park harus dapat menentukan dan menerapkan strategi yang sesuai.

Perubahan kondisi lingkungan dan perubahan keinginan konsumen menjadi faktor penting dalam merumuskan strategi untuk menentukan kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan juga harus berwawasan konsumen untuk dapat unggul dalam persaingan karena konsumen merupakan asset terbesar yang harus dijaga oleh perusahaan. Hal ini tentu sulit dilakukan, karena akan selalu terjadi perubahan pada diri konsumen. Berbagai keinginan dan kebutuhan konsumen harus terus

dapat dipenuhi oleh perusahaan. Perusahaan harus mampu memberikan yang terbaik pada konsumen untuk hasil evaluasi pengalaman pengunjung yang baik, menjaga dan mempertahankan loyalitas konsumen.

Kualitas pelayanan dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi konsumen atas layanan yang nyata mereka terima dengan layanan yang diharapkan/diinginkan.

Mutu suatu produk atau jasa adalah tergantung dari tingkat kepuasan pelanggan di dalam menggunakan produk tersebut. Bila dihubungkan dengan perusahaan wisata, maka bermutu atau tidaknya Perusahaan tersebut, tergantung kepada puas atau tidaknya masyarakat yang menjadi konsumen Perusahaan itu.

Usaha mewujudkan kepuasan pelanggan memang amat sangat tidak mudah. Tetapi usaha untuk senantiasa memperbaiki kepuasan pelanggan dapat dilaksanakan dengan berbagai strategi. Dan perlu untuk diingat, bahwasannya para pelanggan pada hakekatnya adalah tamu yang

harus dihormati. Hal ini lah yang melatarbelakangi dan mendorong peneliti untuk mengangkat permasalahan ini menjadi sebuah judul Tugas Akhir Strategi Pengembangan Obyek Wisata Melalui Evaluasi Pengalaman Pengunjung Pada Surabaya Carnival Park.

2. Tinjauan Pustaka

Strategi

Menurut *Webster's New World Dictionary* (dalam Jusuf Udaya, 2013), strategi adalah sebuah keterampilan dalam mengelola atau merencanakan suatu stratagem atau cara yang cerdas untuk mencapai suatu tujuan. Sejalan dengan definisi tersebut, Pearce dan Robinson (2008:6) mengemukakan, strategi adalah rencana berskala besar dengan orientasi masa depan guna berinteraksi dengan lingkungan persaingan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Pariwisata

Pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari tempat tinggal

semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau libur serta tujuan-tujuan lainnya (Zalukhu dan Meyers, 2009).

Perilaku Konsumen

Loudon dan Dellabitta dalam Mangkunegara (1998), perilaku konsumen adalah sebagai proses pengambilan keputusan dan aktifitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam mengevaluasi, memperoleh, mempergunakan barang dan jasa.

Kepuasan Konsumen

Kotler dan Keller (2007), kepuasan pelanggan atau pengunjung adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.

Kepuasan pelanggan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan dengan kinerja (perceived performance). Kepuasan pelanggan merupakan alat evaluasi strategi secara tidak langsung dimana

alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Kerangka Berpikir

Bidang analisis meliputi objek dan daya tarik wisata, dan analisis pengelolaan dan pengembangan.

Pada analisis objek dan daya tarik wisata akan digali informasi mengenai sector perhubungan (jarak dan waktu, alat transportasi), sarana dan prasarana pariwisata (sarana pokok pariwisata, prasarana baik kebutuhan umum dan Pariwisata, sektor akomodasi, sifat ramah tamah), sektor daya tarik wisata (rasa ingin tahu masyarakat) melalui observasi dan wawancara.

Pada analisis pengelolaan akan digali informasi mengenai siapa saja yang terkait untuk mengelola Daya Tarik Surabaya Carnival Park, upaya-upaya pengelolaan yang telah dijalankan (program dan kegiatan, politik pemerintah dan keadaan pengelolaan), pemasaran spesifik

untuk menjangkau dan menarik pengunjung seluruh dunia (publisitas dan promosi, harga – harga barang, keterlibatan lembaga promosi wisata, keterlibatan sektor tour dan travel) melalui wawancara dan observasi.

Analisis pengembangan akan digali informasi mengenai rencana pembangan apa yang telah dilakukan, bagaimana proses penyusunannya, kebijakan dan keputusan apa yang telah diambil perusahaan melalui wawancara mendalam dan observasi.

3. Metode Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan maka Dalam penelitian ini akan digunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif yang bersifat eksploratif dengan metode wawancara.

Lokasi Penelitian

1. Penelitian tentang Strategi Pengembangan Obyek Wisata melalui evaluasi Pengalaman Pengunjung dilaksanakan di dalam area bermain Surabaya Carnival Park pada tanggal 25 - 29 Maret 2017 dengan metode wawancara

secara berulang pada narasumber dalam waktu dan kondisi yang berbeda-beda dengan pertanyaan yang sama, untuk menguji validitas jawaban. Pemilihan waktu penelitian sesuai dengan arahan pihak manajemen dimana akan ramai pengunjung setiap weekend dan tanggal merah bertepatan dengan nyepi 28 Maret 2017.

Jenis & Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Teknik mengumpulkan informasi pada penelitian ini melalui para informan yang memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti untuk memperoleh data primer. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui pengumpulan informasi yang berasal dari jurnal ilmiah, penelitian terdahulu dan artikel yang diakses melalui *internet* serta membaca beberapa literatur yang relevan dengan topik penelitian.

Metode Pengumpulan Data

metode pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara antara

peneliti dan informan, wawancara untuk penelitian ini dilakukan secara personal dengan Pimpinan Perusahaan/ Manajer dalam frekuensi yang berulang-ulang. Wawancara dilakukan dengan tatap muka secara langsung.

Metode Analisis Data

Tahapan-tahapan analisis data yang diungkapkan oleh Poerwandari (2001) sebagai berikut:

1. Organisasi Data

Pengaturan data secara rapi dan sistematis, mulai dari rekaman wawancara, dokumentasi umum, dan pencatatan data yang diperoleh saat dilakukannya wawancara

2. Coding

coding yang dilakukan yaitu dengan cara memberi kode yang berbeda pada tiap permasalahan lalu akan dihubungkan kode-kode tersebut sesuai dengan hasil wawancara dan analisis, yang menghasilkan data yang lengkap. Analisis yang digunakan menggunakan SWOT

3. Pengujian terhadap dugaan

Dugaan dipertajam dengan melakukan wawancara secara berulang dengan metode, waktu, dan

tempat yang berbeda, untuk memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar valid dan tidak mengalami triangulasi.

4. Strategi analisis

Proses analisis dapat melibatkan konsep-konsep yang muncul dari jawaban-jawaban atau kata-kata responden

5. Tahap interpretasi

Interpretasi adalah upaya untuk memahami data secara lebih ekstensif sekaligus mendalam

Prosedur Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode wawancara yang mengacu pada fenomena yang ada. Hal-hal yang dilakukan peneliti dalam melakukan penelitian mengenai Strategi Pengembangan Obyek Wisata Melalui Evaluasi Pengalaman Pengunjung pada Surabaya Carnival Park ini adalah sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan Penelitian, meliputi identifikasi isu isu, pencarian teori dan penelitian terdahulu yang terkait, dan konsultasi dengan dosen mengenai temuan, dilanjutkan dengan penentuan jadwal dilakukannya penelitian

2. Tahap Penelitian, dilakukan dengan wawancara mendalam, dan observasi langsung pada lokasi penelitian di waktu-waktu tertentu.

3. Tahap Analisis Penelitian, dalam tahap ini dilakukannya pencocokan hasil wawancara dibandingkan dengan keadaan selama observasi dan dikaitkan dengan temuan dari perusahaan yang nantinya akan menghasilkan data kemudian dilakukan analisis SWOT.

4. Penulisan Laporan Penelitian, dilakukan sesuai arahan pembimbing mengenai kelengkapan, susunan, hingga keabsahan data dan didukung dengan transkrip lengkap juga surat pernyataan dari objek penelitian.

4. Hasil Penelitian

Didapat dari beberapa penelitian terdahulu, penelitian ini menghasilkan sepuluh unsur penting yang dapat membangun dan mengembangkan strategi melalui evaluasi pengalaman pengunjung.

1. Informasi dasar pengunjung

Menurut Smith (1989) karakteristik pengunjung seperti informasi dasar seperti nama pengunjung, pekerjaan dan darimana mengetahui SCP dapat

memberikan pengaruh yang tidak langsung terhadap pengembangan pariwisata. Dari unsur ini didapatkan hasil dari pemasaran yang telah dilakukan SCP.

2. Tujuan Berkunjung

Pariwisata ialah aktivitas perjalanan atau berpergian dalam daerah maupun luar daerah dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau libur serta tujuan-tujuan lainnya (Zalukhu dan Meyers, 2009). Diperoleh hasil kesimpulan promosi SCP yang pada tanggal merah atau high season.

3. Letak Lokasi SCP

pernyataan Joel Ian (2016) dimana dikatakan penyedia layanan pariwisata harus melakukan upaya untuk membantu terkait dengan transportasi umum dan infrastruktur seperti jalan raya yang kurang baik.

4. Penataan Layout Permainan SCP

Menurut Foster (1985) ada beberapa faktor yang mempengaruhi perjalanan wisata, salah satunya ialah sumber daya dan karakteristik tujuan yang meliputi jenis atraksi, akomodasi, ketersediaan dan kualitas fasilitas

pelayanan, kondisi lingkungan dan sebagainya.

5. Kondisi Sarana Prasarana

Menurut Foster (1985) ada beberapa faktor yang mempengaruhi perjalanan wisata, salah satunya ialah Pengetahuan untuk melakukan perjalanan (travel awareness) yang meliputi informasi tentang daerah tujuan wisata serta ketersediaan fasilitas dan pelayanannya.

6. Kondisi Wahana pada SCP

Jing Bill (2009) menjabarkan bahwa fisik nyata yang diperoleh wisatawan dianggap komponen penting dari suatu produk wisata yang ditawarkan.

7. Pelayanan Karyawan SCP

Sesuai dengan pernyataan Foster (1985) ada beberapa faktor yang mempengaruhi perjalanan wisata, salah satunya ialah Pengetahuan untuk melakukan perjalanan (travel awareness) yang meliputi informasi tentang daerah tujuan wisata serta ketersediaan fasilitas dan pelayanannya.

8. Wahana Kurang Menarik

Jing Bill (2009) telah menyatakan bahwa fisik nyata yang diperoleh wisatawan dianggap komponen

penting dari suatu produk wisata yang ditawarkan.

9. Wahana Paling Menarik

Berdasarkan penjabaran Jing Bill (2009) sebelumnya dinyatakan bahwa fisik nyata yang diperoleh wisatawan dianggap komponen penting dari suatu produk wisata yang ditawarkan.

10. Saran dari Pengunjung

Faktor yang mendorong suatu perjalanan wisata dari daya tarik objek wisata diharapkan membentuk citra atau image. Citra wisata adalah gambaran yang diperoleh wisatawan dari berbagai kesan, pengalaman dan kenangan yang didapat sebelum, ketika dan sesudah mengunjungi objek wisata.

Sehingga pengunjung nantinya akan melakukan kunjungan ulang dan mengurangi penurunan kunjungan yang dialami Suroboyo Carnival.

Hasil Analisis SWOT

Strength (Kekuatan)

1. Memiliki sumber daya manusia yang banyak
2. Memiliki nama atau brand yang cukup besar
3. Permainan yang ditawarkan banyak

4. Menjamin mutu dan kualitas keamanan

5. Termasuk salah satu icon Surabaya

Weakness (Kelemahan)

1. Kurangnya promosi
2. Tidak adanya standarisasi pelayanan
3. Kurangnya konsep dalam penataan permainan
4. Kurang peka terhadap perubahanan bisnis wisata di Surabaya

Opportunities (Peluang)

1. Memiliki potensi yang menarik untuk dikembangkan
2. Peningkatan wisatawan di masa mendatang
3. Dukungan pemerintah
4. Perkembangan informasi dan teknologi

Threat (Ancaman)

1. Pesaing yang mulai masuk ke Surabaya
2. Menurunnya daya beli masyarakat
3. Perubahan gaya hidup masyarakat
4. Banyaknya mall disekitar lokasi wisata

Pilihan Strategi

Strategi	Nilai	Pilihan Strategi
Berkembang	S>O	Pertumbuhan Cepat
	S<O	Pertumbuhan Stabil
Bertahan	W>T	Berbenah diri
	W<T	Gerilya
Diversifikasi	S>T	Konglomerat
	S<T	Konsentrik
Stabil	O>W	Pemeliharaan agresif
	O<W	Pemeliharaan selektif

Rekomendasi Strategi

Pesaing menjadi ancaman utama bagi perusahaan jasa atau wisata bermain seperti Suroboyo Carnival, pesaing yang cukup kuat dengan kelemahan yang masih cukup banyak membuat posisi Suroboyo Carnival membahayakan.

Setelah memiliki evaluasi dari pengalaman pengunjung dan juga hasil analisis SWOT perusahaan, peneliti juga merekomendasikan beberapa strategi atau cara-cara yang dapat dilakukan Suroboyo Carnival

Park untuk tetap eksis dan ramai pengunjung.

1. Promosi, dapat dilakukan dengan tiga cara yaitu fokus kepada wahana permainan, kedua pada event Kota Surabaya, dan juga pada media online.
2. Perbaikan Infrastruktur, dengan melakukan perbaikan pintu masuk dan keluar, dapat juga melakukan penambahan wahana.
3. Peningkatan mutu SDM, dapat dilakukan dengan diadakan pelatihan, dan juga pembuatan standarisasi,

5. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

1. Pengunjung merupakan faktor utama dalam pembahasan dan pengambilan keputusan pada penelitian ini, baik dari saran, keluhan, pesan dan kesan, hingga pengambil keputusan.
2. Hasil dari saran pengunjung ialah penambahan wahana permainan beradrenalin tinggi, perluasan lokasi, pembangunan jalan masuk, hingga hal kecil seperti penambahan toilet dan penurunan harga makanan.

3. Dari sudut pandang pengunjung yang sebelumnya telah dibahas Suroboyo Carnival Park juga memiliki strategi pengembangan kedua dengan memilih strategi bertahan. Dimana hasil dari pernyataan pengunjung bahwa kelemahan (W) lebih besar dibandingkan ancaman (T), artinya Suroboyo Carnival harus segera berbenah diri sesuai dengan hasil dari wawancara dengan pengunjung.
4. Dari analisis yang sudah dilakukan, Suroboyo Carnival harus memilih dan menggunakan strategi agresif atau berkembang, dimana mencakup kondisi perusahaan dengan dibandingkan dengan pengalaman pengunjung sehingga didapatkan kekuatan dan peluang berada pada posisi yang baik (Strategi SO) juga perlunya perhatian dan perbaikan (Strategi WT).
5. Perbandingan dari kondisi perusahaan dan pengalaman pengunjung memberikan banyak rekomendasi strategi dengan cara promosi, perbaikan infrastruktur, dan peningkatan mutu SDM.

Saran

Saran yang diberikan peneliti pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai salah satu anggota Jatim Park Group, PT. Sinar Mutiara Sinergi lebih tanggap atau peka terhadap cepatnya perubahan yang ada pada kota besar seperti Surabaya
2. Suroboyo Carnival lebih memaksimalkan promosi yang dapat dilakukan, hubungan kerjasama yang belum maksimal lebih di tingkatkan dengan perusahaan sekitar lokasi
3. Memanfaatkan media online maupun offline secara efektif dan berkelanjutan untuk pembangunan pengetahuan pengunjung dan calon pengunjung.

4. Mengoptimalkan peluang yang dimiliki, seperti nama sebagai icon Surabaya

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia Maslukhi, 2012, *Strategi Pengembangan Pariwisata Kota Batu*, skripsi, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, Malang.
- Arikunto, Suharsimi., 1992, *Prosedur Penelitian*, Rineka Cipta: Jakarta.
- Ayu P, Dyah., 2016, *Strategi Pengembangan Gallery Suroboyo sebagai Wahana Edukasi di Suroboyo Carnival Park*, Yogyakarta: Skripsi Universitas Gajah Mada
- Badan Pusat Statistik, 2014, *Banyaknya Wisatawan Mancanegara*, (Online), <https://jatim.bps.go.id/index.php/Subjek/view/16#subjekViewTab3> (Diakses pada 2 Maret 2017)
- Badan Pusat Statistik, 2014, *Banyaknya Wisatawan Nusantara*, (Online), <https://jatim.bps.go.id/index.php/Subjek/view/16#subjekViewTab3> (Diakses pada 2 Maret 2017)
- Bill Xu, Jing., 2009, *Perceptions of Tourism Products*, School of

- Hotel and Tourism Management, The Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong
- Bungin, Burhan, 2003, *Analisis Penelitian Kualitatif: Pemahaman Filosofis Dan Metodologis Ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Daft, Richard L., 2003, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Erlangga.
- Daft, Richard L, 2010, *Era Baru Manajemen*, Edisi 9, Buku 2, Jakarta: Salemba Empat.
- David, Fred R, 2011, *Manajemen Strategis*, Jakarta: Salemba Empat
- Deny, Septian, 2017, *Jumlah wisatawan dunia diprediksi capai 1,8 juta milyar pada 2030*, (Online), <http://bisnis.liputan6.com/read/2932632/jumlah-wisatawan-dunia-diprediksi-capai-18-juta-miliar-pada-2030>, (diakses pada 26 April 2017)
- Dwi F, Luvita., 2013, *Penerapan Analisis SWOT dalam Strategi Pengembangan Museum Brawijaya sebagai Aset Sejarah Kota Malang*, Malang: Skripsi Universitas Brawijaya
- Furchan, Arif., 1992, *Pengantar Metode Kualitatif*, Surabaya: Usaha Nasional
- Gaspersz, Vincent, 1997, *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hariadi, Bambang., 2003, *Strategi Manajemen*. Jakarta: Bayumedia Publisher
- Hunger, David K., Wheelen, Thomas L., 2004, *Manajemen Strategis*, Yogyakarta: Penerbit Andi
- Ian Deichmann, J., 2016, *International tourism in Ghana: A survey analysis of traveller motivations and perceptions*, Global Studies Department, Bentley University, USA.
- Jawa Pos, 2014, *Surabaya Night Carnival Market ditutup*, (Online), <http://www2.jawapos.com/baca/artikel/5233/surabaya-carnival-night-market-ditutup>, (diakses pada 15 April 2017)
- Jusuf Udaya, Lucky Yunia, dan Devi Angrahini, 2013, *Manajemen Strategis*, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Johan W, Arif., 2015, *Pengaruh Elemen Lingkungan Jasa terhadap Evaluasi Pengalaman Jasa Pengunjung Suroboyo Carnival Night Market dengan*

- Variabel Moderasi Customer Predispositions*, Surabaya: Skripsi Universitas Airlangga
- Kotler dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1*, PT. Indeks, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajat., 2006, *Strategi*, Jakarta: Erlangga
- Malhotra, N. K., 2004, *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan*, Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia
- Moleong, Lexy J, 2011, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: ROSDA
- Patton, M. Q., 1990, *Qualitative Evaluation And Research Methods*, Newbury Park: Sage Publication
- Pearce II. John A., Robinson Richard B. Jr., 2008, *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat
- Pendit, Nyoman., 1999, *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*, Jakarta: PT. Pradnya Paramita
- Pramita, Nilam S., 2013, *Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Perusahaan Lq-45 Sebelum Dan Sesudah Berlakunya Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008*, Malang: Skripsi Universitas Brawijaya
- Purnomo, Abdi, 2016, Untuk Kalahkan Bali, Destinasi Wisata Jawa Timur Perlu Ini, dari <https://m.tempo.co/read/news/2016/01/08/058734296/untuk-kalahkan-bali-destinasi-wisata-jawa-timur-perlu-ini>, diakses tanggal 2 Maret 2017
- Republik Indonesia, 2009, Undang Undang no 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan, Sekretariat Negara, Jakarta
- Ratnasari. Ririn Tri dan Aksa, Mastuti H, 2011, *Teori dan Kasus : Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Robbins, Stephen P. dan Coulter, Mary., 2010, *Manajemen* (edisi kesepuluh). Jakarta: Erlangga.
- Salah Wahab., 1989, *Manajemen Kepariwisataaan*, Pradnya Paramitha, Jakarta
- Simamora, Hanna T M., 2016, *Strategi Pengembangan Pariwisata melalui Ekowisata pada Daya Tarik Wisata Bowele, Malang Selatan*, Malang: Skripsi Universitas Brawijaya.
- Smith, Valene. 1989, *The Anthropology of Tourism*, University of Pennsylvania Press.
- Soekadijo, R.G, 1997, *Anatomi Pariwisata*, Jakarta : Gramedia Pustaka Umum.

- Spillane, James J, 1987, *Ekonomi Pariwisata, Sejarah, Dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius
- Strauss, Anselm. Corbin, Juliet., 2013, *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Suwantoro, Gamal, 1997, *Dasar-dasar Pariwisata*, Yogyakarta: Andi.
- Theresiana, Billy., 2016, *Strategi Pemasaran Suroboyo Carnival Park sebagai Objek Wisata Malam di Surabaya*, Yogyakarta: Skripsi Universitas Gajah Mada
- Thompson, A. A., Strickland A. J., 1998. *Strategic Management Concepts And Cases*. US: Irwin/Mc Graw Hill
- Tjiptono, Fandy, 2005, *Manajemen Jasa*, Andy Offset, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy, 2006, *Pemasaran Jasa*, Bayu Media Publishing, Malang
- Walls, Andrew R., Okumus F., 2011, *An epistemological view of consumer experiences*, Departement of Hospitality and Tourism Management, San Francisco State University, United States
- Widadio, Nicky Aulia, 2014, *Menparekraf: Perkembangan Pariwisata Indonesia Paling Bagus*, dari <http://travel.kompas.com/read/2014/04/02/0949478/Menparekraf.Perkembangan.Pariwisata.Indonesia.Paling.Bagus>, diakses tanggal 2 Maret 2017
- Yoeti, O.A, 1996, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Bandung: Angkasa.