

SURVEI TINGKAT KEPUASAN WISATAWAN ARUNG JERAM RAPIDPLUS

Oleh

Sintong Purba¹, Puji Ratno²

¹Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Medan

²Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Medan

Email: sintongpurba@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan wisatawan Arung Jeram Rapidplus. Penelitian dilaksanakan di Arung Jeram Rapidplus Desa Belintang, Kecamatan Namo Tating, Kabupaten Langkat. Penelitian selama enam bulan. Populasi penelitian adalah pengunjung Rapidplus. Sampel penelitian ini adalah pengunjung rapidplus dengan teknik pengambilan sampel secara *incidental sampling*. Penelitian ini menggunakan desain deskriptif dengan menggunakan uji statistik deskriptif yaitu uji frekuensi. Berdasarkan hasil penelitian ternyata wisatawan sangat puas sebanyak 9 orang (90%) dengan arung jeram rapidplus. Penelitian ini menyimpulkan tingkat kepuasan wisatawan arung jeram Rapidplus sangat puas terhadap pelayanannya.

Kata Kunci: Survei, Kepuasan, Arung Jeram

A. PENDAHULUAN

Menurut Undang-undang (UU) Sistem Keolahragaan Nasional (SKN) No. 3 Tahun 2005 BAB VI Pasal 17, ruang lingkup olahraga terbagi menjadi tiga bentuk kegiatan, diantaranya : 1). Olahraga pendidikan. 2). Olahraga rekreasi. 3). Olahraga prestasi. Rekreasi merupakan salah satu dari motivasi yang merupakan kesenangan atau hiburan yang dilakukan seseorang dalam waktu luang atau waktu senggang untuk memelihara kesegaran jasmani dan rohani.

Melakukan rekreasi disuatu tempat dapat memberikan kenikmatan langsung bagi seseorang dan berpartisipasi dengan kegiatan yang disukai, dimana kegiatan ini bersifat pribadi atau kelompok dan hal ini berguna untuk menghilangkan rasa jenuh dari berbagai kesibukan dan rutinitas sehari-harinya. Saat ini perkembangan olahraga rekreasi berkembang dengan pesat, salah satunya olahraga arung jeram yang saat ini banyak digemari masyarakat.

Arung jeram merupakan salah satu olahraga yang bersifat rekreasi, namun disamping sebagai olahraga rekreasi arung jeram merupakan olahraga yang menantang dan menuntut keberanian, walaupun demikian masih banyak peminat yang bermain arung jeram. Dalam perjalanan operasional diperlukan banyak masukan untuk memajukan dan mengembangkan olahraga arung jeram ini sebagai olahraga rekreasi dan wisata agar semakin diminati wisatawan.

Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam olahraga arung jeram ini adalah kondisi sumber daya alam (SDA), sumber daya manusia (SDM), sarana dan prasarana yang ada ditempat tersebut. Sumber Daya Alam meliputi keadaan sungai, kondisi sungai, letak geografis. Sumber Daya Manusia meliputi kemampuan pemandu arung jeram, dan keramahatamannya terhadap pengunjung. Sarana dan prasarana meliputi peralatan pada saat pengarungan, transportasi lokal menuju *starting point*, arena parkir, tempat makan dan lain-lain. Hal-hal ini perlu diperhatikan bertujuan untuk meningkatkan kepuasan wisatawan untuk berkunjung ke tempat lokasi arung jeram tersebut.

Kepuasan wisatawan secara umum adalah hasil yang dirasakan oleh seseorang yang menerima pelayanan dari sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya. Pelanggan merasa puas kalau harapan mereka terpenuhi, dan merasa amat gembira kalau harapan mereka terlampaui. Pelanggan yang puas cenderung tetap loyal lebih lama.

Kepuasan wisatawan berkaitan dengan erat dengan mutu, mutu mempunyai dampak langsung pada prestasi produk dan dengan demikian mempengaruhi kepuasan wisatawan. Kepuasan wisatawan tergantung pada anggapan kinerja produk dalam menyerahkan nilai relatif terhadap harapan wisatawan, bila produk jauh lebih rendah ketimbang harapan wisatawan, wisatawan tidak puas. Bila prestasi sesuai dengan harapan, wisatawan merasa puas. Bila prestasi melebihi harapan, wisatawan merasa amat gembira. Wisatawan yang merasa puas akan membeli ulang dan mereka memberi tahu orang lain mengenai pengalaman baik dengan produk itu. Kuncinya adalah memenuhi harapan wisatawan dengan prestasi perusahaan.

Perusahaan yang cerdas mempunyai tujuan membuat gembira pelanggan dengan hanya menjanjikan apa yang dapat mereka serahkan, kemudian menyerahkan lebih banyak dari yang mereka janjikan. Kepuasan wisatawan hanya dapat tercapai dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumennya. Pelayanan yang baik sering dinilai oleh konsumen secara langsung dari karyawan sebagai orang yang melayani atau disebut juga sebagai produsen jasa, karena itu diperlukan usaha untuk meningkatkan kualitas sistem pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Jadi kualitas pelayanan merupakan hal yang

.....
penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar dapat tercapai kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhannya.

Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan pada gilirannya kepuasan tersebut dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas konsumen. Dengan tercapainya kualitas layanan yang sempurna akan mendorong terciptanya kepuasan konsumen karena kualitas layanan merupakan sarana untuk mewujudkan kepuasan konsumen.

Kualitas layanan dapat diwujudkan dengan memberikan layanan kepada konsumen dengan sebaik mungkin sesuai dengan apa yang menjadi harapan konsumen. Ketidakpuasan pada salah satu atau lebih dari dimensi layanan tersebut tentunya akan memberikan kontribusi terhadap tingkat layanan secara keseluruhan, sehingga upaya untuk meningkatkan kualitas layanan untuk masing-masing dimensi layanan harus tetap menjadi perhatian.

Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang olahraga dan rekreasi wisata arung jeram di Sumatera Utara yang saat ini sudah dikenal, baik oleh wisatawan lokal maupun mancanegara adalah PT. Jeram Tirta Sumatera yang lebih dikenal dengan Rapidplus. Saat ini Rapidplus merupakan salah satu biro perjalanan ternama dengan produk wisata outdoornya dan juga terdaftar sebagai anggota *Association of the Indonesian Tours & Travel Agencies (ASITA)*.

Berdasarkan survei awal peneliti selama dua bulan dari bulan Februari sampai bulan Maret 2015, tempat ini selalu ramai dikunjungi para wisatawan pada hari-hari biasa, namun yang paling ramai dikunjungi adalah pada hari libur dengan rata-rata kunjungan 570 orang per bulan. Berdasarkan permasalahan diatas peneliti memfokuskan penelitian ini pada survei tingkat kepuasan wisatawan Arung Jeram Rapidplus. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan wisatawan Arung Jeram Rapidplus.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Arung Jeram Rapidplus Desa Belinteng, Kecamatan Namo Tating, Kabupaten Langkat. Penelitian ini dilaksanakan selama enam bulan. Populasi pada penelitian ini adalah Pengunjung Rapidplus. Sampel penelitian ini adalah pengunjung rapidplus dengan teknik pengambilan sampel secara *insidental sampling*.

Penelitian ini menggunakan desain deskriptif. Pengumpulan data dengan menggunakan angket. Data dianalisa secara deskriptif dengan menggunakan uji frekuensi.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Sistem Keluhan dan Saran Kepuasan Wisatawan Arung Jeram Rapidplus

Sistem Keluhan dan Saran	Selalu		Sering		Jarang Sekali		Tidak Pernah		Jumlah	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Penyampaian Saran	3	30	7	70	0	0	0	0	10	100
Penyampaian Pendapat	5	50	5	50	0	0	0	0	10	100
Penyampaian Keluhan	7	70	3	30	0	0	0	0	10	100

Berdasarkan data di atas diketahui bahwa dalam sistem keluhan dan saran para wisatawan sering penyampaian pesan sebanyak 7 orang (70%), dalam penyampaian pendapat wisatawan selalu menyampaikan pendapat sebanyak 5 orang (50%) dan ada yang sering sebanyak 5 orang (50%), dalam penyampaian keluhan para wisatawan selalu menyampaikannya sebanyak 7 orang (70%).

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Survei Kepuasan Wisatawan Arung Jeram Rapidplus

Survei Kepuasan	Selalu		Sering		Jarang Sekali		Tidak Pernah		Jumlah	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Melalui Pos	0	0	0	0	0	0	10	100	10	100
Melalui Telepon	0	0	10	100	0	0	0	0	10	100
Melalui Wawancara	0	0	7	70	3	30	0	0	10	100

Berdasarkan data di atas para wisatawan tidak pernah menerima survei kepuasan melalui pos sebanyak 10 orang (100%), survei kepuasan sering dilakukan oleh pihak arung jeram rapidplus melalui telepon sebanyak 10 orang (100%) dan survei melalui wawancara sering dilakukan oleh pihak arung jeram sebanyak 7 Orang (70%).

Tabel 3. Distribusi Frekuensi *Ghost Shopping* Kepuasan Wisatawan Arung Jeram Rapidplus

<i>Ghost Shopping</i>	Baik sekali		Cukup baik		Kurang baik		Sangat tidak baik		Jumlah	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Kekuatan Produk	9	90	1	10	0	0	0	0	10	100
Kelemahan Produk	5	50	5	50	0	0	0	0	10	100

Berdasarkan data diatas pendapat wisatawan tentang kekuatan produk arung jeram rapidplus baik sekali sebanyak 9 orang (90%) dan kelemahan produk baik sekali sebanyak 5 orang (50%) dan cukup baik sebanyak 5 orang (5%).

Tabel 4. Distribusi Frekuensi *Sales-related methods* Kepuasan Wisatawan Arung Jeram Rapidplus

<i>Sales-related methods</i>	Baik sekali		Cukup baik		Kurang baik		Sangat tidak baik		Jumlah	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Pertumbuhan Penjualan	3	30	7	70	0	0	0	0	10	100
Pangsa Pasar	1	10	9	90	0	0	0	0	10	100

Berdasarkan data diatas pendapat wisatawan tentang pertumbuhan penjualan arung jeram rapidplus cukup baik sebanyak 7 orang (70%) dan pangsa pasar cukup baik sebanyak 9 orang (90%) dan cukup baik sebanyak 5 orang (5%).

Tabel 5. Distribusi Frekuensi *Customer panels* Kepuasan Wisatawan Arung Jeram Rapidplus

<i>Customer panels</i>	Baik sekali		Cukup baik		Kurang baik		Sangat tidak baik		Jumlah	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Pelayanan Perusahaan	10	100	0	0	0	0	0	0	10	100

Berdasarkan data di atas pendapat wisatawan terhadap pelayanan perusahaan baik sekali sebanyak 10 orang (100%).

Tabel 6. Distribusi Frekuensi Kepuasan Wisatawan Arung Jeram Rapidplus

Kepuasan Wisatawan	Jumlah	%
Sangat Puas	9	90
Cukup Puas	1	10
Jumlah	10	100

Berdasarkan data diatas ternyata wisatawan sangat puas sebanyak 9 orang (90%) dengan arung jeram rapidplus.

2. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap sistem keluhan dan saran terhadap arung jeram rapidplus ternyata para wisatawan sering penyampaian pesan sebanyak 7 orang (70%), dalam penyampaian pendapat wisatawan selalu menyampaikan pendapat sebanyak 5 orang (50%) dan ada yang sering sebanyak 5 orang (50%), dalam penyampaian keluhan para wisatawan selalu menyampaikannya sebanyak 7 orang (70%). Artinya rapidplus berorientasi pada pelanggan sehingga memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka.

Berdasarkan hasil penelitian para wisatawan tidak pernah menerima survei kepuasan melalui pos sebanyak 10 orang (100%), survei kepuasan sering dilakukan oleh pihak arung jeram rapidplus melalui telepon sebanyak 10 orang (100%) dan survei melalui wawancara sering dilakukan oleh pihak arung jeram sebanyak 7 Orang (70%). Artinya perusahaan arung jeram rapidplus melakukan umpan balik dari para wisatawan untuk memperoleh tanggapan dari pelanggan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa pendapat wisatawan tentang kekuatan produk arung jeram rapidplus baik sekali sebanyak 9 orang (90%) dan kelemahan produk baik sekali sebanyak 5 orang (50%) dan cukup baik sebanyak 5 orang (5%). Untuk meningkatkan kekuatan produk arung jeram rapidplus, perusahaan melakukan penawaran kepada masyarakat di Medan maupun diluar Medan. Penyebab lemahnya produk perusahaan yaitu; memakai fasilitas sungai umum/masyarakat/bersama, masyarakat melakukan galian liar dipinggir sungai sehingga terjadinya kerusakan pada sungai tersebut. Sedangkan langkah untuk tidak terjadi lagi penurunan dalam penjualan produk yaitu; upaya promosi langsung kepada masyarakat lokal bahwa perusahaan

rapidplus mempunyai wisata yang hebat di Sungai Sei Bingei, dan membuat surat kepada dinas pemerintah kabupaten langkat ke dinas pariwisata.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pendapat wisatawan tentang pertumbuhan penjualan arung jeram rapidplus cukup baik sebanyak 7 orang (70%) dan pangsa pasar cukup baik sebanyak 9 orang (90%) dan cukup baik sebanyak 5 orang (5%). Adapun yang menyebabkan terjadinya penurunan penjualan produk perusahaan adalah banyak yang menolak untuk memakai jasa Rapidplus karena perekonomian diperusahaan atau perorangan belum stabil.

Sedangkan untuk meningkatkan penjualan produk perusahaan adalah melakukan pendekatan orang perorang, agen *travel*, kerja sama dengan perusahaan yang banyak dikunjungi orang misalnya ; fitness. Untuk mempromosikan produk yang ada diperusahaan arung jeram Rapidplus.

Berdasarkan hasil penelitian pendapat wisatawan terhadap pelayanan perusahaan baik sekali sebanyak 10 orang (100%). Arung jeram rapidplus membentuk *panel* pelanggan yang nantinya dijadikan sampel secara berkala untuk mengetahui apa yang mereka rasakan dari perusahaan dan semua pelayanan perusahaan. Dalam hal ini, anggota *panel* dapat diambil dari sukarelawan yang dibayar untuk itu.

Berdasarkan hasil penelitian ternyata wisatawan sangat puas sebanyak 9 orang (90%) dengan pelayanan arung jeram rapidplus. Umar (2002) mendefenisikan kepuasan konsumen adalah “respon pemenuhan dari konsumen”. Kepuasan adalah hasil penelitian yang didapat atau diterima dari konsumen bahwa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan bagi konsumen, dimana tingkat pemenuhan ini biasa lebih atau kurang.

Menurut Kotler (2000), konsumen yang terpuaskan menjadi pelanggan akan cenderung berperilaku sebagai berikut (1) Melakukan pembelian, (2) Mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain, (3) Kurang memperhatikan merek ataupun iklan produk pesaing, (4) Meningkatkan volume pembelian dan (5) Membeli produk yang lain dari perusahaan yang sama.

Kepuasan pelanggan berkaitan dengan erat dengan mutu, mutu mempunyai dampak langsung pada prestasi produk dan dengan demikian mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan tergantung pada anggapan kinerja produk dalam menyerahkan nilai relatif terhadap harapan pelanggan, bila produk jauh lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, pelanggan tidak puas. Bila prestasi sesuai dengan

harapan, pembeli jasa merasa puas. Bila prestasi melebihi harapan, pembeli jasa merasa amat gembira. Pelanggan yang merasa puas akan membeli ulang dan mereka memberi tahu orang lain mengenai pengalaman baik dengan produk itu. Kuncinya adalah memenuhi harapan pelanggan dengan prestasi perusahaan.

Perusahaan yang cerdas seperti arung jeram rapidplus mempunyai t membuat gembira pelanggan dengan hanya menjanjikan apa yang dapat mereka serahkan, kemudian menyerahkan lebih banyak dari yang mereka janjikan. Kepuasan konsumen hanya dapat tercapai dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumennya.

Pelayanan yang baik sering dinilai oleh konsumen secara langsung dari karyawan sebagai orang yang melayani atau disebut juga sebagai produsen jasa, karena itu diperlukan usaha untuk meningkatkan kualitas sistem pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Jadi kualitas pelayanan merupakan hal yang penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar dapat tercapai kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhannya.

Dengan demikian perusahaan arung jeram rapidplus dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan pada gilirannya kepuasan tersebut dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas konsumen. Dengan tercapainya kualitas layanan yang sempurna akan mendorong terciptanya kepuasan konsumen karena kualitas layanan merupakan sarana untuk mewujudkan kepuasan konsumen. Kualitas layanan dapat diwujudkan dengan memberikan layanan kepada konsumen dengan sebaik mungkin sesuai dengan apa yang menjadi harapan konsumen.

Arung jeram merupakan salah satu kegiatan olahraga yang bernilai rekreasi (*sport tourism*) yang banyak menarik minat orang untuk mengikutinya. Selain diperlombakan sebagai salah satu cabang olahraga, arung jeram juga dianggap sebagai wisata petualangan yang menantang sekaligus atraktif dan memberikan pengalaman yang cukup mendalam bagi yang pernah mengikutinya. Saat ini wisata arung jeram telah berkembang menjadi industri yang mampu mendorong peningkatan

devisa negara dan pendapatan daerah serta membuka lapangan kerja yang tidak sedikit ditingkat lokal.

Dalam pelaksanaannya, wisata arung jeram secara komersil di Indonesia berkembang disungai-sungai yang memiliki tingkat kesulitan II hingga III. Tingkat kesulitan sungai seperti ini dianggap cukup aman untuk diikuti oleh berbagai latar belakang wisatawan, dari anak-anak hingga orang dewasa. Penyelenggaraan wisata arung jeram biasanya menambahkan beberapa persyaratan khusus dengan batasan umur, kesehatan dan tingkat ketentuan tertentu dari wisatawan.

Para wisatawan yang memiliki kemampuan dan keahlian yang memadai dalam berarung jeram di beberapa sungai dengan tingkat kesulitan yang lebih tinggi akan menjadi pilihan dalam mengisi liburan mereka (FAJI/ Rancangan Standard Kompetensi *River Guide*, (dalam Budi Yakin dan Lody Korua 2007:5)

Perlengkapan merupakan salah satu persyaratan dalam kegiatan arung jeram ada dua kategori alat yang dibutuhkan yaitu peralatan utama dan peralatan pendukung (Soekirno, 2006:7).

Peralatan utama arung jeram meliputi perahu, pelampung, dayung, *throw bag* dan helm pengaman. Perahu yang dipergunakan haruslah tahan benturan atau awet terhadap abrasi. Hal ini disebabkan karena medan yang dilakukan adalah sungai yang berbatu-batu dan acap kali tebing-tebing sungai berdinding cadas. Umumnya perahu *Rafting* terbuat dari empat jenis bahan, yaitu karet sintesis (EPDM), PVC, *Neophren* dan *Hypalon*.

Pelampung berfungsi untuk mengapungkan tubuh dan melindungi tubuh bagian atas dari batu-batuan sungai. Pelampung biasanya terbuat dari bahan spon yang ringan dan resisten terhadap air. Pelampung yang baik akan memperhatikan keergonomisan bagi pemakai, selain bahannya yang awet. Dayung bisa terbuat dari kayu, aluminium atau fiberglass. Ukuran umum dayung yang sesuai sekitar 50-60 inci. Sementara untuk seorang skipper yang mengendalikan perahu, biasanya dayung lebih panjang sekitar 5-6 inci. Efek yang menguntungkan dari panjang yang ideal adalah fleksibilitasnya untuk gerakan mendayung dan power yang maksimal.

Throw Bag terbuat dari sebuah tas kecil yang didalamnya terisi tali sepanjang 20-30 meter. Gunanya untuk menolong orang yang hanyut disungai. Syarat yang dituntut untuk tali *Throw Bag* adalah terbuat dari tali yang cukup resisten terhadap air.

Daya apung yang tinggi, mudah dilihat dan cukup kuat menahan beban yang berat. Helm pengaman difungsikan menjaga kepala kita dari benturan benda-benda keras disekitar sungai. Ketika melakukan arung jeram dapat terjadi orang hanyut disungai bukan mustahil bila kepalanya terbentur batu-batuan. Banyak kejadian disungai diakibatkan hal tersebut.

D. KESIMPULAN

Tingkat kepuasan wisatawan yang paling banyak sangat puas sebanyak 9 orang (90%) dengan pelayanan arung jeram rapidplus.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung dan Syaifullah. (2001). *Metode Penelitian Keolahragaan*. Surakarta.
- Budi Yakin dan Iody Korua, (2007). *Standar kompetensi Kepemanduan Wisata Arung Jeram* dalam ed. Joni Kurniawan. Adi Ruswino. Muhammad Taufan. Jakarta. Federasi arung Jeram Indonesia.
- FAJI, (2007). *Standart Pemandu Wisata Arung Jeram*. Draf 97", Tidak diterbitkan, Jakarta
- Ginting, Paham. (2005). (Tesis) *Pemasaran Pariwisata : Studi Emperis Tentang Kepuasan Dan Kunjungan Berkelanjutan Pariwisata Sumatera Utara*. Medan : USU Press.
- Hasan Alwi, (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta, Pustaka Sinar Harapan.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management*. New Jersey : Prentice Hall International, Inc.
- Soekadijo. (2002). *Anatomi Pariwisata: memahami pariwisata sebagai "lingkage systemic"*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Soekirno, Adi M. (2006). *Arung Jeram Menelusuri Tantangan Kematangan* Yogyakarta, Insight Solusi Mandiri.
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta : Rineka Cipt
- Sudjana. (2009). *Metode Statistik*. Bandung, Tarsindo.
- Tistiyanti, Prasetijo. (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2007). *Servis Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi.
- Yoeti, Oka A, (2002). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung : Angkasa
- UU RI NO. 3 Tahun 2005, (2007). *Sistem Keolahragaan Nasional*. Bandung Citra Umbara
- Umar, Husein. (2000). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.