

**WAKTU SENGGANG DAN REKREASI SEBAGAI MOTIVASI BERKUNJUNG DI  
KAWASAN WISATA BOULEVARD MANADO***LEISURE AND RECREATION AS MOTIVATION TO VISITING  
IN MANADO BOULEVARD TOURISM AREA*

Oleh:

**Merry Ratar<sup>1</sup>**  
**David P. E Saerang<sup>2</sup>**  
**Joubert B. Maramis<sup>3</sup>**  
**Fredrik G. Worang<sup>4</sup>**  
**Rudy S. Wenas<sup>5</sup>**

<sup>12345</sup> Program Studi Doktor Ilmu Manajemen,  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi

E-mail:

<sup>1</sup>[merry@nusantara.ac.id](mailto:merry@nusantara.ac.id)<sup>2</sup>[davidsaerang@unsrat.ac.id](mailto:davidsaerang@unsrat.ac.id)<sup>3</sup>[joubertmaramis@unsrat.ac.id](mailto:joubertmaramis@unsrat.ac.id)<sup>4</sup>[frederikworang@unsrat.ac.id](mailto:frederikworang@unsrat.ac.id)<sup>5</sup>[rudywenas@unsrat.ac.id](mailto:rudywenas@unsrat.ac.id)

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memotivasi pengunjung menggunakan waktu senggang dan rekreasi dengan berkunjung di Kawasan Wisata Boulevard Manado oleh karena daya tarik yang dimiliki. Penelitian ini adalah jenis penelitian eksploratori, yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memotivasi pengunjung menggunakan waktu senggang dan rekreasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pengunjung yang datang untuk mengisi waktu senggang dan untuk rekreasi. Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memotivasi pengunjung menggunakan waktu senggang dan rekreasinya. Data sekunder digunakan untuk mengidentifikasi apakah berkunjung dikawasan wisata boulevard Manado adalah tempat terbaik untuk mengisi waktu senggang dan untuk rekreasi. Hasil penelitian disimpulkan bahwa motivasi pengunjung untuk mengisi waktu senggang (*leisure*) dan untuk rekreasi (*recreation*) terdiri atas dua, yaitu pertama faktor pendorong (faktor dari dalam diri wisatawan) antara lain untuk keluar dari kejenuhan, refreshing, dan rasa ingin tahu. Kedua, faktor penarik (faktor yang menarik wisatawan berkunjung ke suatu tempat) antara lain citra yang sudah populer, harganya murah serta suasana yang nyaman. Kawasan Wisata Boulevard Manado merupakan tempat terbaik untuk mengisi waktu senggang dan berekreasi karena didukung oleh ketersediaan atraksi, aksesibilitas, amenitas dan ancillary yang memadai.

**Kata Kunci:** Motivasi, waktu senggang, rekreasi

**Abstract.** This study aims to identify the factors that motivate visitors to use their leisure and recreation by visiting the Boulevard Manado Tourism Area because of the attractiveness it has. This research is an exploratory type of research, which aims to determine the factors that motivate visitors to use their leisure and recreation. The sample used in this study were visitors who came to fill their spare time and for recreation. This research was conducted using two data sources, namely primary data and secondary data. Primary data is used to identify the factors that motivate visitors to use their leisure time and recreation. Secondary data is used to identify whether visiting the Manado boulevard tourist area is the best place to fill leisure time and for recreation. The results of the study concluded that the motivation of visitors to fill their free time (*leisure*) and for recreation consists of two, namely the first driving factor (factors from within tourists) among others to get out of boredom, refreshing, and curiosity. Second, pull factors (factors that attract tourists to visit a place) include a popular image, low prices and a comfortable atmosphere. The Manado Boulevard Tourism Area is the best place to spend leisure time and recreation because it is supported by the availability of attractions, accessibility, amenities and adequate ancillary.

**Keywords:** Motivation, leisure, recreation

Kota Manado atau Menado adalah ibu kota dari provinsi Sulawesi Utara, Indonesia. Berdasarkan posisi geografisnya, Kota Manado memiliki batas-batas : Utara-Kabupaten Minahasa Utara; Timur-Kabupaten Minahasa Utara dan Kabupaten Minahasa; Selatan-Kabupaten Minahasa; Barat-Laut Sulawesi. Kota Manado memiliki 11 kecamatan serta 87 kelurahan. Dimana 10 Kecamatan terletak pada daratan utama pulau Sulawesi dan 1 Kecamatan berbentuk Kepulauan. Kota Manado memiliki luas wilayah sebesar 157,26 km<sup>2</sup>. Terletak di Teluk Manado, dan dikelilingi oleh daerah pegunungan serta pesisir pantainya merupakan tanah reklamasi yang dijadikan kawasan perbelanjaan. Jumlah penduduk tahun 2021 berdasarkan proyeksi data BPS berjumlah 453.182 jiwa. Besarnya proyeksi jumlah penduduk di Kota Manado menyebabkan kepadatan penduduk menjadi cukup tinggi. Dengan luas wilayah 157,26 km<sup>2</sup>, kepadatan penduduknya mencapai 2.787,95 jiwa/km<sup>2</sup>.

Sebagai kota terbesar di wilayah ini, Manado merupakan tempat pariwisata yang penting bagi pengunjung. Ekowisata merupakan atraksi terbesar. Daya tarik wisata kota Manado terletak pada wisata alam dan wisata kulinernya. Pada tahun 2021, Jumlah restoran dan rumah makan yang tercatat di Dinas Pariwisata Kota Manado sebanyak 300 restoran/rumah makan. Terdapat banyak tempat wisata menarik, salah satunya adalah Kawasan Wisata Boulevard Manado, sering disebut dengan *Heart of Manado*, ini karena kawasan ini memiliki semua hal tentang Manado. Terletak di sepanjang jalan Piere Tendean berjarak sekitar 10 km dari Bandara Sam Ratulangi, memiliki panjang sekitar 4 km dan berlokasi di pinggir teluk Manado. Ada pusat perbelanjaan, hotel, spot wisata, lokasi kuliner, life style, ikon kota, lokasi santai, lokasi olahraga, street food, keberagaman budaya dan lainnya. Hal ini menjadi potensi atau daya tarik yang ditampilkan di Kawasan Boulevard Manado kepada para pengunjung.

Industri pariwisata dikatakan berhasil apabila jumlah kunjungan wisatawan meningkat. Dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan, maka perekonomian dan kesejahteraan masyarakat juga meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memotivasi pengunjung menggunakan waktu senggang dan berekreasi dengan berkunjung di Kawasan Wisata Boulevard Manado oleh karena daya tarik yang dimiliki. Selain itu juga untuk menjaga keberlanjutan lingkungan objek wisata Boulevard dari tekanan jumlah kunjungan wisatawan yang melebihi batas daya dukung sehingga pariwisata berkelanjutan dapat terlaksana (Tangian, 2017). Cronin (2000) dalam Kristiana dan Theodora (2016), menkonsepkan pembangunan pariwisata berkelanjutan sebagai pembangunan yang terfokus pada dua hal, (1) keberlanjutan pariwisata sebagai aktivitas ekonomi di satu sisi dan (2) mempertimbangkan pariwisata sebagai elemen kebijakan pembangunan berkelanjutan yang lebih luas. Pemanfaatan seluruh potensi objek dan daya tarik wisata, mulai dari wisata alam, buatan, sejarah, seni dan budaya harus dilakukan secara optimal, sehingga lonjakan jumlah kunjungan wisata tidak menjadi suatu ancaman melainkan memberi dampak positif terhadap kemajuan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat.

Adapun penelitian sebelumnya yang terkait, pertama di tulis oleh Diane Tangian, et al (2019) dengan judul penelitian Analisis Potensi Daya Tarik Wisata Kota Manado. Penelitian ini bertujuan melakukan identifikasi semua potensi objek dan daya tarik wisata yang ada sehingga wisatawan yang berkunjung memiliki keragaman objek wisata yang ditawarkan. Penelitian ini menggunakan analisis penilaian potensi ODTW Alam yang disesuaikan berdasarkan standar yang telah ditetapkan oleh Direktorat Wisata alam dan pemanfaatan Jasa Lingkungan, Ditjen Hutan dan Konservasi Alam (PHKA) Departemen kehutanan, 2002. Penelitian ini dilakukan dengan metode survey (non eksperimental) melalui pengamatan langsung di lokasi penelitian. Acuan kedua diberi judul "*Leisure, Rekreasi, Pariwisata Dalam Berbagai Dimensi Metropolitan*" oleh Gunawan (2007). Kasus pada penelitian ini dilatarbelakangi oleh kota metropolitan sebagai pusat perekonomian dan industri yang telah memiliki kepadatan penduduk dan kesibukan masing-masing individu ataupun kelompok hingga menyebabkan rasa kebingungan penduduk kota metropolitan dalam menghabiskan *leisure* dengan kegiatan rekreasi. Maka dari itu penelitian ini menghasilkan bagaimana pemanfaatan *leisure* yang dilakukan oleh penduduknya. Acuan terakhir berjudul Motivasi Pengunjung Melakukan *Leisure and Recreation* di Daya Tarik Wisata Malioboro, Yogyakarta yang telah diteliti oleh Ni Komang Otami Astuti Widiandari et al, (2021). Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Teknik penentuan informan dengan *incidental sampling* (Sugiyono, 2013). Teknik pengumpulan data observasi (Suryawan, dkk., 2017), wawancara penggunaan kuesioner menunjang data kualitatif (Sugiyono, 2009; Arikunto, 2014) dan dokumentasi (Sugiyono, 2014). Teknik analisis data, menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif (Nawawi dan Martini, 1996). Hasil penelitian menunjukkan Pertama, atraksi, Kedua, aksesibilitas. Ketiga, amenities, dan Keempat, ancillary memotivasi pengunjung melakukan *leisure and recreation* di daya tarik wisata Malioboro, Yogyakarta.

Dalam penelitian ini memakai dua konsep untuk menganalisis permasalahan, yaitu konsep *leisure and recreation* (Murvey 1974, Kelly, 1982) dalam hubungannya dengan motivasi. *Leisure* yang sebenarnya adalah suatu kebebasan untuk pengembangan diri yang terekspresikan dalam satu kegiatan. *Recreation* adalah "kegiatan atau pengalaman sukarela yang dilakukan seseorang di waktu luangnya, yang memberikan kepuasan dan kenikmatan pribadi.

## KERANGKA TEORITIS

### Waktu Senggang (*Leisure*) dan Rekreasi (*Recreation*)

Secara sederhana *leisure* didefinisikan sebagai waktu luang (*freetime* atau *sparetime*). Jadi, aktivitas *leisure* adalah segala aktivitas yang bertujuan memanfaatkan waktu luang, yang dimaksud waktu luang di sini adalah waktu-waktu di luar waktu untuk bekerja, bisnis, atau berbagai urusan rumah tangga. Definisi klasik *leisure* menurut Veblen (1899) adalah: "*nonproductive consumption of time*", seluruh aktivitas tidak produktif untuk menghabiskan waktu luang.

*Leisure* atau kegiatan mengisi waktu senggang erat kaitannya dengan gaya hidup masyarakatnya. Beberapa peneliti telah mengidentifikasi konsep waktu luang. Szantó (1967) dalam Shoheland Tanvir (2018) mendefinisikan waktu senggang sebagai "kerangka waktu dan bagian dari kerangka kerja, yang ditinggalkan untuk kegiatan yang bersifat ekonomi, sosial, fisiologis kegiatan berbasis kendala".

Jadi, waktu senggang dapat diartikan sebagai semua kegiatan di mana orang mengambil bagian secara sukarela di waktu luang mereka di luar kebiasaan tempat mereka tinggal. Umumnya orang yang terlibat dalam berbagai jenis kegiatan rekreasi seperti olahraga, belanja, mengunjungi tempat wisata di dalam dan luar negeri, bersenang-senang atau bersantai, mengunjungi teman dan kerabat, tamasya dll.

*Recreation* Menurut Krippendorf (1994), merupakan salah satu kegiatan yang dibutuhkan oleh setiap manusia. Kegiatan tersebut ada yang diawali dengan mengadakan perjalanan ke suatu tempat. Secara psikologi banyak orang di lapangan yang merasa jenuh dengan adanya beberapa kesibukan dan masalah, sehingga mereka membutuhkan istirahat dari bekerja, tidur dengan nyaman, bersantai sehabis latihan, keseimbangan antara pengeluaran dan pendapatan, mempunyai teman bekerja yang baik, kebutuhan untuk hidup bebas, dan merasa aman dari resiko buruk. Melihat beberapa pernyataan di atas, maka rekreasi dapat disimpulkan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan sebagai pengisi waktu luang untuk satu atau beberapa tujuan, diantaranya untuk kesenangan, kepuasan, penyegaran sikap dan mental yang dapat memulihkan kekuatan baik fisik maupun mental.

### Motivasi

Konsep Motivasi menurut Pitana (2009), khususnya dibidang pariwisata, motivasi dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal (motivasi *intrinsic*) dan faktor eksternal (motivasi ekstrinsik). Motivasi *intrinsic* ini mengacu pada diri wisatawan itu sendiri yang bisa dijelaskan dalam teori hirarki kebutuhan milik Maslow yaitu diantaranya kebutuhan fisiologis, kebutuhan keamanan, kebutuhan aktualisasi diri, dan kebutuhan *prestise*. Motivasi ekstrinsik adalah motivasi yang terbentuk oleh faktor dari luar seperti norma sosial, pengaruh dan tekanan keluarga, situasi kerja yang terinternalisasi, yang kemudian berkembang menjadi kebutuhan psikologis.

Motivasi adalah salah satu alasan utama seseorang melakukan perjalanan, motivasi juga penting untuk memahami keputusan wisatawan dalam proses pembuatan keputusan, selain untuk mengevaluasi pemenuhan kebutuhan wisatawan secara berturut-turut (Wall dan Mathieson, 2006). Bidang motivasi semakin dipelajari dalam kaitannya dengan permintaan pariwisata, jadi motivasi adalah seperangkat kebutuhan dan keinginan biologis dan spiritual yang memotivasi seseorang untuk melakukan tugas-tugas tertentu (Crompton & McKay, 1997). Oleh karena itu, motivasi adalah faktor utama dalam proses pengambilan keputusan (Yolal et al., 2015). Jika mengacu pada motivasi wisatawan, dapat dibagi menjadi dua kategori utama: model konten dan model proses (Hsu dkk., 2010; Suni & Komppula, 2012). Model konten, dalam konteks berbagai konseptualisasi kebutuhan, diusulkan dalam bentuk model yang berbeda seperti: Teori hierarki kebutuhan Maslow (1943) teori dua faktor motivasi-higienis. Model proses lebih sentral daripada model konten dan memiliki kemampuan yang lebih baik dalam memprediksi perilaku (Hsu et al., 2010). Model-model ini paling banyak digunakan.

### Pariwisata dan Wisatawan

Menurut Mathieson & Wall dalam Pitana dan Gyatri (2005), bahwa pariwisata adalah kegiatan perpindahan orang untuk sementara waktu ke destinasi diluar tempat tinggal dan tempat bekerjanya dan

melaksanakan kegiatan selama di destinasi dan juga penyiapan-penyiapan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Menurut Bukarat dalam Damanik (2006), pariwisata adalah perpindahan orang untuk sementara dan dalam jangka waktu pendek ke tujuan-tujuan di luar tempat di mana mereka biasa hidup dan bekerja dan juga kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di suatu tempat tujuan. Atas dasar itu maka kata “pariwisata” dapat juga diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat yang lain yang dalam bahasa Inggris disebut juga dengan istilah “Tour”.

Konsep pengunjung menurut *International Union Of Official Travel Organization* (IUOTO) (2014), pengunjung yaitu setiap orang yang datang ke suatu negara atau tempat tinggal lain dan biasanya dengan maksud apapun kecuali untuk melakukan pekerjaan yang menerima upah.

Menurut Suryadana (2013) seseorang bisa dikatakan wisatawan, jika dia melakukan perjalanan dengan mengunjungi tempat-tempat tertentu dengan tujuan berlibur, berbisnis, berolahraga, berobat, dan bahkan menuntut ilmu. Berbanding lurus dengan pernyataan sebelumnya, Yoeti (2006) mendefinisikan wisatawan sebagai siapapun yang melakukan perjalanan ke destinasi yang bukan merupakan tempat tinggalnya untuk sementara waktu dengan alasan apapun tanpa memiliki jabatan atau pekerjaan di tempat yang ia kunjungi.

Konsep wisata belanja adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang pada saat berwisata, bukan sekedar jalan-jalan tetapi juga untuk membeli keperluan yang dibutuhkan. Wisata belanja disebut sebagai kegiatan wisata yang memanfaatkan kawasan komersial perdagangan retail sebagai tempat rekreasi untuk tujuan berkunjung dan beraktivitas berbelanja untuk kebutuhan berwisata (Ismayanti, 2010).

#### **Penggolongan Potensi Wisata Konsep 4A**

Konsep komponen pariwisata merupakan penggolongan potensi wisata konsep 4A, komponen potensi wisata tersebut terdiri dari *attraction*, *accessibility*, *amenity* dan *ancillary* (Cooper dkk, 1995). *Attraction* (atraksi) adalah daya tarik suatu destinasi seperti kesenian sedangkan aktivitas adalah apa saja yang dapat dilakukan wisatawan di daerah tujuan wisata. *Accessibility* (aksesibilitas) merupakan sarana dan prasarana yang dapat memudahkan wisatawan untuk mencapai daerah tujuan wisata misalnya peta perjalanan wisata, data atraksi wisata, bandara, transportasi, waktu dan biaya yang dapat menunjang wisatawan menuju ke daerah tujuan wisata. *Amenity* (amenitas) merupakan fasilitas pendukung kegiatan pariwisata yang bertujuan memberikan kenyamanan terhadap wisatawan seperti akomodasi, pusat kesehatan, informasi dan komunikasi, ketersediaan air bersih, listrik dan lain sebagainya. *Ancillary* (kelembagaan) merupakan komponen atau tatanan antara anggota masyarakat yang mengikat dan diwadahi oleh suatu organisasi dan merupakan sistem sosial yang melakukan usaha untuk mencapai tujuan tertentu.

### **METODE PENELITIAN**

#### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik-teknik kualitatif (Anom, dkk, 2019). Guba & Lincoln (2005) menggambarkan penelitian kualitatif sering disebut penelitian naturalistic, merupakan cara mengumpulkan dan menganalisis data yang bersifat kualitatif yang penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*). Jenis penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktualitas, realitas sosial dan persepsi manusia melalui pengakuan mereka, yang mungkin tidak dapat diungkap melalui penonjolan pengukuran formal atau pertanyaan penelitian yang telah dipersiapkan terlebih dahulu.

#### **Populasi dan Sampel**

Dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, karena penelitian kualitatif berangkat dari kasus tertentu yang ada pada situasi sosial tertentu dan hasil kajiannya tidak akan diberlakukan ke populasi, tetapi di transfer ke tempat lain pada situasi sosial yang memiliki kesamaan dengan situasi sosial pada kasus yang dipelajari. Sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai nara sumber, atau partisipan, informan, teman dan guru dalam penelitian (Sugiyono, 2019). Informan dalam penelitian ini adalah pengunjung kawasan wisata boulevard Manado berkunjung karena motivasi *leisure* maupun rekreasi.

#### **Metode Pengumpulan Data**

Penelitian ini dilakukan dengan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memotivasi pengunjung menggunakan waktu senggang

dan rekreasi dengan berkunjung di kawasan wisata boulevard Manado. Data sekunder digunakan untuk mengidentifikasi apakah berkunjung di kawasan wisata boulevard Manado adalah tempat terbaik untuk mengisi waktu senggang dan untuk berekreasi. Data dikumpulkan dengan melalui wawancara terstruktur melalui informan kunci.

### Metode Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, untuk menganalisis data akan terjadi beberapa tahapan yang penting seperti pengorganisasian data, pengujian asumsi terhadap pengumpulan data, mengkaji alternatif penjelasan atau pertanyaan dari data dan menuliskan hasil penelitian. Penelitian ini menyiapkan pertanyaan-pertanyaan dan secara otomatis bertemu dengan para informan. Peneliti ini mengunjungi informan dan melakukan wawancara secara langsung. Tahapan dalam penelitian akan terjadi beberapa kali, dan pengulangan yang ditemukan terlalu banyak, itulah batas wawancara, informasi tersebut cukup untuk dianalisis. Peneliti harus membuat buku harian, informasi tertulis dari informan, dan dari buku harian itu peneliti akan melakukan penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang ditemukan dilapangan berupa profil daya tarik kawasan wisata boulevard Manado serta motivasi pengunjung untuk berkunjung di kawasan wisata boulevard Manado.

### Profil Daya Tarik Kawasan Wisata Boulevard Manado

#### Atraksi

Kawasan Wisata Boulevard Manado merupakan Heart of Manado sekaligus ikon kota Manado. Salah satu tempat yang ramai di kunjungi baik di siang hari maupun di malam hari. Atraksi yang disuguhkan adalah sebagai berikut:

#### 1. Wisata Kuliner

Identik dengan kawasan wisata kuliner pantai. Hampir sepanjang jalan bisa ditemui aneka kuliner dari tradisional sampai *fastfoot* ternama dan tempat minum kopi yang buka hingga larut malam. Kawasan ini merupakan pusat kuliner yang tak hanya menghadirkan masakan Manado, tapi makanan seperti nasi goreng, gado-gado, bakso, dan ragam makanan dan minuman lainnya dengan harga yang relatif murah. Cafe, restoran, warung sampai penjual kaki lima ada di kawasan ini. Sebelumnya kawasan wisata boulevard hanya pusat pedagang kaki lima dan cafe-cafe jalanan yang hanya menyediakan berbagai makanan khas Manado saja. Namun seiring dengan perkembangan kota, kawasan ini telah dimodernisasi dengan adanya pembangunan mall dan pusat perbelanjaan yang menghiasi sepanjang jalan boulevard. Ada pusat perbelanjaan, hotel, spot wisata, lokasi kuliner, *life style*, ikon kota, lokasi santai, lokasi olahraga, *street food*, keberagaman budaya dan lainnya.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ni Komang Otami Astuti Widiandari et al., (2021) dengan judul Motivasi pengunjung melakukan *leisure and recreation* di daya tarik wisata Malioboro, Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk memotivasi pengunjung melakukan *leisure and recreation* pada satu tempat perlu ketersediaan atraksi berupa wisata kuliner. Demikian juga dengan penelitian dari Shoheland Md Nafi, Tanvir Ahmed, 2018, dengan judul *Travel and Leisure Activities, Motivation and Behavior of Young Bangladeshi Tourists*. Wisata kuliner memotivasi wisatawan muda untuk melakukan perjalanan wisata ke berbagai negara.

#### 2. Wisata Belanja

Selain menyediakan wisata kuliner, juga menawarkan kegiatan berbelanja secara modern maupun tradisional. Saat ini ada empat Mall di sepanjang kawasan boulevard Manado yakni Manado Town Square (Mantos), Bahu Mall, Mega Mall dan Manado Trade Centre (MTC). ITC khusus menyediakan alat elektronik, pakaian, sepatu serta lainnya.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahsanul dan Ragil (2014) dengan judul Kajian keberadaan wisata belanja Malioboro terhadap pertumbuhan jasa akomodasi di jalan Sosrowijayan dan jalan Dagen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menawarkan atraksi wisata belanja bagi pengunjung menyebabkan terjadinya keterkaitan pertumbuhan jasa-jasa akomodasi sehingga menyebabkan pertumbuhan minat kunjung wisatawan. Demikian halnya dengan penelitian dari Bunga Astari (2015) dengan judul Pengaruh *store attribute* terhadap loyalitas wisatawan dikontrol oleh motivasi berbelanja. Hasil penelitian menyatakan bahwa atribut wisata belanja berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan di Kota Bandung.

### Aksesibilitas

Terkait aksesibilitas dalam hal ini bukan hanya berupa moda transportasi yang dapat digunakan oleh para pengunjung, namun juga terkait kemudahan dalam mendapatkan informasi tentang pesona kawasan wisata. Dari hasil wawancara dengan beberapa pengunjung diperoleh data bahwa mereka mendapatkan informasi mengenai kawasan wisata ini melalui internet dan informasi dari mulut ke mulut. Kecanggihan teknologi informasi sangat memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi mengenai tempat-tempat yang menarik untuk dikunjungi yang didalamnya ada daya tarik. Selain itu petunjuk jalan untuk menghantar masyarakat calon pengunjung tersedia dengan jelas. Untuk transportasi umum tersedia mikrolet, taksi online dan ojek online.

**Tabel 1. Transportasi yang Digunakan untuk Mengunjungi Kawasan Boulevard Manado**

No	Jenis	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Kendaraan Pribadi	20	66,67
2	Kendaraan Umum (Mikrolet)	5	16,67
3	Ojek Online	1	3,33
4	Taksi Online	4	13,33
	Jumlah	30	100

Sumber: Hasil Olah data Kuesioner, (2022)

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa 20 informan atau 66,67% memilih menggunakan kendaraan pribadi, 5 informan atau 16,67% menggunakan kendaraan umum, 4 informan atau 13,33% menggunakan taksi online dan 1 informan atau 3,33% menggunakan ojek online. Dengan demikian maka kebanyakan pengunjung menggunakan kendaraan pribadi.

**Tabel 2. Sumber Informasi Tentang Kawasan Boulevard Manado**

No	Jenis	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Teman	15	50
2	Internet	5	16,67
3	Lainnya	10	23,33
	Jumlah	30	100

Sumber: Hasil Olah data Kuesioner, (2022)

Dari Tabel 2 diketahui bahwa 15 atau 50% informan mendapatkan informasi dari teman, 5 atau 16,67% informan mendapat informasi dari internet, 10 atau 23,33 informan mendapat informasi diluar teman dan internet. Dengan demikian maka informasi terbanyak mengenai kawasan wisata boulevard Manado diperoleh dari teman.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nuriz Zainiyyah (2019) dengan judul Pengaruh citra destinasi, aksesibilitas, dan motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata pantai Katini di Kabupaten Jepara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Demikian halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Ratna suryani dan Wahyu (2018) dengan judul pengaruh harga tiket, fasilitas dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung di Taman Margasatwa Serulingmas Banjarnegara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aksesibilitas secara signifikan dan positif mempengaruhi keputusan berkunjung di Taman Margasatwa Serulingmas Banjarnegara.

### Amenitas

Sebagai salah satu tempat favorit bagi para pelancong kegiatan wisata di Kota Manado perlu membangun berbagai fasilitas yang menunjang aktivitas yang dilakukan masyarakat saat mengunjungi kawasan wisata boulevard. Setelah melakukan observasi dapat dilihat beberapa hotel yang berada disekitar kawasan boulevard Manado seperti Lion Hotel, Hotel Formosa, Four Point by Sheraton Manado, Aryaduta, Whiz Prime Hotel Megamas, Ibis Manado City Center Boulevard, Loft Manado.

Selain bangunan hotel, tersedia fasilitas penunjang lainnya seperti halte, tempat duduk, petunjuk jalan mengarah ke kawasan wisata boulevard Manado, lahan parkir, pertokoan, mall, tempat ibadah, toko cendramata, dan ATM centre.

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Dimas Setya Darmawan (2016) dengan judul Pengaruh atraksi, aksesibilitas, amenitas, ansilari terhadap kepuasan wisatawan Dio Pantai Gemah Kabupaten Tuilungagung. Hasil penelitian menyatakan bahwa amenitas yang dimiliki memberikan dampak positif terhadap

kepuasan wisatawan. Demikian juga dengan penelitian dari Leylita dan Endang (2018) dengan judul pengaruh aksesibilitas, amenitas, dan atraksi wisata terhadap minat kunjung wisatawan ke wahana air balong waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa amenitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan ke wahana air balong waterpark.

### *Ancillary*

Dalam setiap aktivitas yang terjadi diawasi oleh Unit Pelaksana Teknis (UPT) Pengelolaan Kawasan Wisata Boulevard Manado yang berada dalam naungan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Manado. UPT memiliki fungsi pengelolaan pariwisata, kebersihan, keindahan, pemeliharaan sarana prasarana, usaha perdagangan, penataan kawasan parkir dan transportasi yang berada di kawasan wisata. Selain itu juga, UPT memiliki visi yaitu untuk menjadikan kawasan wisata boulevard sebagai Heart of Manado, juga disebut sebagai ikon kota Manado. Maka dari itu, untuk menjaga eksistensinya UPT telah melakukan beberapa cara salah satunya dengan mengadakan event-event di kawasan tersebut.

Hal ini sejalan dengan penelitian dari Stella dkk (2020) dengan judul pengaruh *attraction, accessibility, amenity, ancillary* terhadap kepuasan generasi millennial berkunjung ke tempat wisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *ancillary* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Motivasi Wisata**

#### *Faktor Pendorong*

Faktor pendorong adalah faktor penunjang untuk berkunjung di kawasan wisata boulevard Manado adalah sebagai berikut:

#### 1. Keluar dari kejenuhan (*refreshing*)

Hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa pengunjung mereka mengakui bahwa kawasan wisata boulevard Manado menjadi pilihan terbaik untuk menghindari kejenuhan yang dialami. Suasana pantai, udara yang segar dan sejuk, pemandangan yang indah dengan lalu lalang orang yang datang berkunjung sambil menikmati kuliner yang dijajakan di sepanjang ruas jalan boulevard mendatangkan rasa nyaman.

Informan 1 (Lucky 52 tahun pengunjung dari Teling)

“Hanya sekedar *refreshing* saja, terlalu lama dirumah pasti jenuh, lebih baik saya mengajak istri dan anak menikmati kuliner dipinggiran pantai sambil menikmati sunset, itu sudah cukup melepas kejenuhan”.  
(Sumber: wawancara, 3 Juni 2022)

Informan 1 mengaku ke kawasan wisata boulevard Manado jika merasa sangat jenuh dengan rutinitas sehari-hari dirumah. Banyak dari pengunjung mengakui bahwa untuk menghilangkan kejenuhan terhadap rutinitas sehari-hari dirumah maupun di kantor, berkunjung ke kawasan wisata boulevard Manado merupakan bentuk keluar dari rasa jenuh,

*Refreshing* merupakan faktor dominan bagi pengunjung yang datang dari luar kota Manado, dengan segala fasilitas pendukung yang tersedia membuat pengunjung merasa penasaran dengan apa dan bagaimana situasi di kawasan wisata boulevard Manado.

Informan 2 (Gloria 22 tahun pengunjung dari Jakarta)

“Sebenarnya saya penasaran dengan apa yang sering di katakana teman dan apa yang saya lihat di media sosial mengenai kawasan wisata boulevard Manado, indahnya sunset, suasana yang begitu ramai tapi terkesan damai. Kebetulan berkunjung ke Manado yah sekalian aja mampir ke sini”.  
(Sumber: wawancara, 3 Juni 2022)

Ternyata kawasan wisata boulevard Manado sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia, sehingga banyak orang dari luar kota Manado yang penasaran dan ingin.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widiandari dan Saptono Nugroho (2021) dengan judul motivasi pengunjung melakukan *leisure and recreation* di daya tarik wisata Malioboro, Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa salah satu faktor pendorong yang memotivasi *leisure* dan *recreation* konsumen adalah karena ingin keluar dari kejenuhan.

### 1. Citra

Kawasan wisata boulevard merupakan daya tarik wisata utama yang merupakan ikon kota Manado dan memiliki panjang sekitar 4 kilometer dan berlokasi di pinggir teluk Manado. Sangat populer di telinga masyarakat Indonesia dan bahkan sampai di seluruh dunia. Akan tampak tidak lazim apabila seseorang berkunjung ke kota Manado namun tidak singgah di tempat ini, seperti dinyatakan oleh informan 3 berikut ini:

Informan 3 (Syaloomitha 16 tahun pengunjung dari Bali)

“Saya datang ke Manado diajak teman, saya diajak ke kawasan wisata boulevard Manado, katanya kalau sudah datang ke Manado tidak lengkap kalau belum berkunjung ke tempat itu (kawasan wisata boulevard Manado)”.

(Sumber: wawancara, 3 Juni 2022)

Hal ini sejalan dengan penelitian dari Arrahma dan Anom (2021) dengan judul pengaruh citra destinasi terhadap minat kunjungan ulang wisatawan di Pantai Pandawa, Bali. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra destinasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjungan ulang wisatawan. Demikian juga dengan penelitian dari Siti Fatimah (2019) dengan judul analisis pengaruh citra destinasi dan lokasi terhadap minat berkunjung kembali. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali.

### 2. Harga terjangkau

Selain citra sebagai ikon kota Manado, tempat ini menyediakan kuliner dengan harga yang murah dan sangat terjangkau. Hal ini merupakan salah satu faktor penarik bagi seseorang untuk berkunjung.

Informan 4 (Meity, 54 tahun dari Sulewesi Tengah)

“Saya datang ke Manado sudah beberapa kali, hal yang paling menarik bagi saya adalah menikmati kuliner di kawasan wisata boulevard Manado. Harganya terjangkau dan rasanya sangat enak berbeda dengan ditempat lain. Saya tidak akan pernah melewatkan menikmati kuliner di tempat itu setiap kali berkunjung ke Manado”.

Informan 5 (Kezia, 22 tahun dari Makassar)

“Sudah beberapa kali saya berkunjung ke Manado, dan setiap saya datang ke Manado tidak pernah melewatkan waktu untuk berkunjung di kawasan wisata boulevard Manado karena kulinerinya itu begitu menggoda. Selain rasanya sangat enak harganya sangat terjangkau.”

Informan 6 (Yoel, 35 tahun dari Papua)

“Saya kalau datang ke Manado harus datang ke kawasan wisata boulevard Manado, saya suka makanannya, saya suka pakaianya semuanya saya suka, harganya sangat terjangkau, saya bisa beli”.

(Sumber: wawancara, 4 Juni 2022)

Dari pernyataan ketiga informan diatas dibuktikan bahwa harga yang terjangkau merupakan salah satu faktor penarik minat seseorang untuk datang berkunjung untuk mengisi waktu luang maupun untuk berekreasi.

Hal ini sejalan dengan penelitian dari Sitra dan Hari (2020), dengan judul pengaruh harga dan citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan (studi pada wisatawan Umbul Sidomukti Semarang). Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan. Demikian juga dengan penelitian dari Nurbaeti (2021), dengan judul pengaruh daya tarik wisata, aksesibilitas, harga dan fasilitas terhadap minat berkunjung wisatawan di objek wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan.

### 3. Suasana

Sebagian besar dari informan mengakui bahwa suasana mampu memikat untuk kembali datang berkunjung di kawasan wisata boulevard Manado. Pada pagi hari dengan udaranya yang sejuk sangat nyaman untuk berolahraga, banyak pengunjung menikmati pemandangan orang berolahraga bersama keluarga, pada siang



hari mulai banyak orang datang berkunjung hingga petang hari menikmati suasana sunset yang sungguh sangat indah. Suasana di malam hari tidak kalah menarik apa lagi dengan adanya lampu-lampu yang menerangi setiap jalan maupun pertokoan.

Informan 7 (Susan, 35 tahun dari Manado)

“Saya bisa datang kesini dipagi hari sambil berolahraga dengan teman-teman, suasana pagi sangat nyaman dan udaranya masih sangat segar. Sering juga saya datang disore hari untuk menikmati indahnya pemandangan saat matahari terbenam, warnanya sangat indah sehingga membuat suasana menjadi sangat romantis. Memang suasana yang ada di tempat ini tidak bisa ditemukan ditempat lain”.

(Sumber: wawancara, 3 Juni 2022)

Informan 8 (Joppy, 53 tahun dari Tomohon)

“Saya senang duduk dipinggir pantai, suasananya tenang dan masih murni. Berbeda dengan tempat-tempat lain. Tapi alangkah baiknya kalau ada cukup fasilitas tempat duduk untuk pengunjung agar tidak harus duduk di bebatuan”.

(Sumber: wawancara, 4 Juni 2022)

Berdasarkan pernyataan dari kedua informan tersebut membuktikan bahwa suasana merupakan salah satu faktor penarik pengunjung untuk datang ke kawasan wisata boulevard Manado untuk mengisi waktu luang dan berekreasi.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ni Komang Otami Astuti Widiandari et al (2021) dengan judul Motivasi pengunjung melakukan *leisure and recreation* di daya tarik wisata Malioboro, Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa salah satu faktor pendorong yang memotivasi *leisure and recreation* konsumen adalah suasana.

## KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa motivasi pengunjung ke kawasan wisata boulevard Manado untuk mengisi waktu senggang (*leisure*) dan untuk rekreasi (*recreation*) terdiri atas dua, yaitu pertama faktor pendorong (faktor dari dalam diri wisatawan) antara lain untuk keluar dari kejenuhan, *refreshing*, dan rasa ingin tahu, Kedua, faktor penarik (faktor yang menarik wisatawan berkunjung ke suatu tempat) antara lain citra kawasan wisata yang sudah populer, harganya murah serta suasana yang nyaman. Kawasan Wisata Boulevard Manado merupakan tempat terbaik untuk mengisi waktu senggang dan berekreasi oleh karena didukung oleh fasilitas berupa atraksi yang ditawarkan seperti wisata kuliner dan wisata belanja, aksesibilitas dalam hal ini bukan hanya berupa moda transportasi yang dapat digunakan oleh para pengunjung, namun juga terkait kemudahan dalam mendapatkan informasi tentang pesona tujuan wisata, amenitas atau fasilitas yang menunjang aktivitas yang dilakukan masyarakat saat mengunjungi kawasan wisata boulevard yakni tersedia beberapa hotel yang berada disekitar kawasan boulevard Manado seperti Lion Hotel, Hotel Formosa, Four Point by Sheraton Manado, Aryaduta, Whiz Prime Hotel Megamas, Ibis Manado City Center Boulevard, Loft Manado, selain bangunan hotel, tersedia fasilitas penunjang lainnya seperti halte, tempat duduk, petunjuk jalan mengarah ke kawasan wisata, lahan parkir, pertokoan, mall, tempat ibadah, toko cendramata, dan ATM centre. Ancillary atau kelembagaan yang ada yaitu Unit Pelaksana Teknis (UPT) Pengelolaan Kawasan Wisata Boulevard Manado yang berada dalam naungan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Manado bekerja secara maksimal.

### Saran

Saran yang dapat diberikan yakni:

1. Kepada pengelola kawasan wisata boulevard Manado untuk dapat lebih memperhatikan kebersihan dan fasilitas-fasilitas umum lainnya. Penataan pedagang kuliner serta penambahan fasilitas umum lainnya.
2. Kepada Pemerintah Kota Manado agar dapat menambah fasilitas pendukung seperti halte dan sebagainya.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ahsanul, Ragil, (2014), Kajian Keberadaan Wisata Belanja Malioboro terhadap Pertumbuhan Jasa Akomodasi di Jalan Sosrowijayan dan Jalan Dagen, *Jurnal Teknik PWK* Vol. 1 No. 3. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/pwk>
- Par. A, M., Par, Putu., Mahagangga., dan Oka. I. G.A. (2019). *Handbook Ilmu Pariwisata Karakter dan Prospek*. Jakarta: Prenada Media (Divisi Kencana)
- Arrahma dan Anom, (2021), Pengaruh Citra Destinasi terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan di Pantai Pandawa, Bali, *Jurnal Destinasi Pariwisata*, Vol. 9, No. 1, <file:///C:/Users/user/Downloads/74966-1141-220908-1-10-20210630.pdf>
- Bunga Astari, 2015, Pengaruh Attribute terhadap Loyalitas Wisatawan dikontrol oleh Motivasi Berbelanja, *Skripsi*. Universitas Pendidikan Indonesia, <http://repository.upi.edu/21310/>
- Cooper, dkk. (1995). *Tourism, Principles, and Practive*. Third Edition. Harlow: Prentice Hall.
- Joseph. Cronin. J. J. Jr., Brady. M. K., and Hult. G.T.M. (2000), "Assessing the Effects of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environments". *Journal of Retailing*, Vol. 76, No. 20, pp. 193-218. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0022435900000282>
- Crompton, J. L., & McKay, S. L. (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 425–439. <https://rpts.tamu.edu/wp-content/uploads/2020/09/Motives-of-Visitors-Attending-Festival-Events.pdf>
- Darmawan. D.S, (2016), Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, Ansilari terhadap Kepuasan Wisatawan Dio Pantai Gemah Kabupaten Tuilungagung, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, Vol. 8, No, 1, <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6225>
- Gunawan, 2007, "Leisure, Rekreasi, Pariwisata Dalam Berbagai Dimensi Metropolitan", *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, Vol. 18, No. 1 hlm 49-64, <https://journals.itb.ac.id/index.php/jpwk/article/view/4209>
- Guba, E.G.. & Lincoln, Y.S. (2005). *The Sage Handbook of Qualitative Research (3 rd edition)*, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hsu, C. H. C., Cai, H. L. A., & Li, M. (2010). Expectation, motivation, and attitude: A tourist behavioral model. *Journal of Travel Research*. 49(3), 282–296. <https://www.deepdyve.com/lp/sage/expectation-motivation-and-attitude-a-tourist-behavioral-model-sl530z35qp?key=sage>
- Kristiana, Y. dan Theodora, S.M. (2016). Strategi Upaya Pengembanagan Pariwisata Berkelanjutan Agrowisata Berbasis Masyarakat Kampung Domba Terpadu Juhut. Provinsi Banten. Sekolah Tinggi Ilmu Pariwisata.Mahyuda, Said, S., Erianto. Penilaian Potensi Daya Tarik Danau Bekat Untuk Objek Wisata di Kecamatan Tayan Hilir Kabupaten Sanggau. Pontianak: Universitas Tanjungpura. <http://amikjtc.com/jurnal/index.php/jurnal/article/view/141>
- Ismayanti. 2010. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Publisher Graznido.
- Leylita dan Endang, 2018, Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, dan atraksi Wisata terhadap Minat Kunjung Wisatawan ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic* Vol. 1 N. 2, <https://jurnal.stieparapi.ac.id/index.php/JTEC/article/view/27/23>

Mauricio, Orly., at all, 2018, The Tourist Demand From The Perspective of The Motivation, Assessment and Satisfaction in aSun and Beach Destination : The Manta Case, Ecuadro, *GeoJournal of Tourism and Geosit*, Year XI, vol. 22, no. 2, 2018, p.561-572, <http://gtg.webhost.uoradea.ro/PDF/GTG-2-2018/gtg.22224-311.pdf>

Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.318.2317&rep=rep1&type=pdf>

Nuriz Zainiyah, 2019, Pengaruh Citra Destinasi, Aksesibilitas, dan Motivasi Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Pantai Kartini di Kabupaten Jepara, <http://eprints.unisnu.ac.id/id/eprint/2461>

Ni Komang Otami astuti Widiandari, 2021, Motivasi Pengunjung Melakukan Leisure and Recreation di Daya Tari Wisata Malioboro, Yogyakarta, *Jurnal Destinasi Pariwisata*, Vol 9. No. 1, Pg. 158-164, <https://ojs.unud.ac.id/index.php/destinasipar/article/view/74937>

Pitana, I Gede dan I Ketut Surya Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Ratna Suryani, M. Wahyu, (2018), Pengaruh Harga Tikel, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Taman Margasatwa Serulingmas Banjarnegara, *Jurnal Media Ilmiah Komunikasi Bisnis* Vol. 16, Nomor: 1, <http://www.stietsbanjarnegara.ac.id/jurnal/jurnal%20Ratna%20Suryani%20jan%202018.pdf>

Siti Fatimah, 2019, Analisis Pengaruh Citra Destinasi dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali, *Research Gate*, Vol. 17 No. 2, pg 28-41, [https://www.researchgate.net/publication/334252363\\_Analisis\\_Pengaruh\\_Citra\\_Destinasi\\_Dan\\_Lokasi\\_Terhadap\\_Minat\\_Berkunjung\\_Kembali](https://www.researchgate.net/publication/334252363_Analisis_Pengaruh_Citra_Destinasi_Dan_Lokasi_Terhadap_Minat_Berkunjung_Kembali)

Stella Alvianna, Ryan Gerry Patalo, at all, (2020), Pengaruh Attraction, Accessibility, Amennity, Ancillary terhadap Kepuasan Generasi Millennial Berkunjung ke Tempat Wisata, *Jurnal Kepariwisataaan*, Vol. 4 No. 1, <https://journal.stp-bandung.ac.id/index.php/jk/article/view/41/39>

Shoheland Md Nafi, Tanvir Ahmed, 2018, Travel and Leisure Activities, Motivation and Behavior of Young Bangladeshi Tourists, *European Scientific Journal*. February 2018 edition Vol.14, No.5 ISSN: 1857 – 7881, <https://ejournal.org/index.php/esj/article/view/10502/10010>

Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.

Tangian, D & Polii, B.D. 2017. Model of Institutional Management in Small Islands of Bunaken Nasional Park. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies* 5 (1), 25-34., <https://jitode.ub.ac.id/index.php/jitode/article/view/198>

Tangian, Bernadain D Polii, Seska M.H. Mengko, 2019, Analisis Potensi Daya Tarik Wisata Kota Manado, *Seminar Nasional Komunitas Kota Berkelanjutan*, Vol 1, No. 1, <http://www.proceeding.unindra.ac.id/index.php/semnaskkbarsi/article/view/3946>

Wall, G. & Mathieson, A. (2006). *Tourism: Change, Impacts and Opportunities*. Harlow: Pearson Education Limited. Harlow, UK: Pearson Prentice Hall, 2006. <https://www.worldcat.org/title/tourism-change-impacts-and-opportunities/oclc/611519216>

Yolal, M., Rus, R. V., Cosma, S., & Gursoy, D. (2015). A Pilot Study on Spectators' motivations and Their Socioeconomic Perceptions of a Film Festival. *Journal of Convention & Event Tourism*, 16(3), 253–271. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15470148.2015.1043610>