

***TOURIST EXPERIENCE PADA TIGA LOKASI WISATA EDUKASI DI KOTA BANDUNG***  
(STUDI KASUS PADA MUSEUM GEOLOGI BANDUNG, KEBUN BINATANG BANDUNG, DAN BANDUNG SCIENCE CENTER)

***TOURIST EXPERIENCE AT THREE EDUCATIONAL TOURISM SITES IN BANDUNG CITY***  
(CASE STUDY ON MUSEUM GEOLOGI, BANDUNG ZOO AND BANDUNG SCIENCE CENTER)

Vanesa Agustiani,<sup>[1]</sup> Dra. Umi Sumarsih MM.Par<sup>[2]</sup>, Ersy Ervina, S.Sos., MM.Par<sup>[3]</sup>

Prodi D3 Perhotelan, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom

<sup>1</sup>[vanesaagustiani27@gmail.com](mailto:vanesaagustiani27@gmail.com), <sup>2</sup>[umi@tass.telkomuniversity.ac.id](mailto:umi@tass.telkomuniversity.ac.id) <sup>3</sup>[ersy@tass.telkomuniversity.ac.id](mailto:ersy@tass.telkomuniversity.ac.id)

**Abstrak**

Kota Bandung merupakan salah satu kota yang memiliki daya tarik wisata yang cukup tinggi. Salah satunya wisata edukasi, wisata edukasi merupakan konsep wisata yang menerapkan pendidikan nonformal mengenai suatu pengetahuan kepada wisatawan yang berkunjung ke suatu objek wisata. Namun sebagian besar wisatawan berkunjung untuk melakukan wisata belanja, wisata alam dan wisata kuliner dibandingkan wisata edukasi. Hal ini disebabkan kurangnya objek dan daya tarik wisata, aksesibilitas dan amenities (fasilitas penunjang wisata). Pariwisata sebagai industri jasa harus mampu memberikan pengalaman kepada setiap wisatawan yang berkunjung. *Tourist Experience* adalah istilah yang dibangun secara sosial di mana makna dari pengalaman wisata dikaitkan dengan berbagai interpretasi dari komponen sosial, lingkungan, dan aktivitas dari keseluruhan pengalaman. Pengalaman yang didapatkan menjadi pertimbangan wisatawan dalam menentukan objek wisata yang akan dikunjungi. *Tourist Experience* diukur melalui dimensi *object experience*, *cognitive experience*, *introspective experience*, dan *social experience*. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data kuesioner. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 302 responden yang pernah berkunjung ke wisata edukasi Museum Geologi Bandung, Kebun Binatang Bandung dan Bandung Science Center. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Cognitive Experience* yang dirasakan wisatawan di wisata edukasi Kota Bandung memiliki persentase yang paling tinggi sebesar 78,14%. Hal ini dikarenakan Tingkat pengetahuan dan Tingkat pemahaman yang wisatawan dapatkan di daya tarik wisata. *Social Experience* yang dirasakan wisatawan di wisata edukasi Kota Bandung memiliki persentase paling rendah sebesar 73,50%. Kurangnya ketersediaan fasilitas untuk berkumpul dan berinteraksi dengan pengunjung lain. Dapat disimpulkan bahwa *Tourist Experience* di Wisata Edukasi di Kota Bandung cukup mengesankan dirasakan oleh wisatawan. Namun perlu adanya peningkatan terkait fasilitas yang diberikan untuk wisatawan.

Kata Kunci : Pengalaman wisatawan, Wisata Edukasi, Kota Bandung

**Abstract**

*The city of Bandung is one of the cities that has a high tourist attraction. One of them is educational tourism, educational tourism is a tourism concept that applies non-formal education about a knowledge to tourists visiting a tourist attraction. But most tourists visit to do shopping, nature tourism and culinary tourism compared to educational tours. This is due to the lack of tourist objects and attractions, accessibility and amenities (tourism support facilities). Tourism as a service industry must be able to provide experience to every tourist who visits. Tourist Experience is a socially constructed term in which the meaning of the tourist experience is associated with various interpretations of the social, environmental, and activity components of the overall experience. The experience gained is taken into consideration by tourists in determining the tourist objects to be visited. The Tourist Experience is measured through the dimensions of object experience, cognitive experience, introspective experience, and social experience. The method in this study uses descriptive quantitative methods with questionnaire data collection techniques. The number of samples taken was 302 respondents who had visited the Bandung Geological Museum educational tour, Bandung Zoo and Bandung Science Center. The results showed that the Cognitive Experience felt by tourists in educational tours in Bandung City had the highest percentage of 78.14%. This is because the level of knowledge and level of understanding that tourists get in tourist attraction. Social Experience felt by tourists in educational tours in Bandung City has the lowest percentage of 73.50%. Lack of availability of facilities to gather and interact with other visitors. It can be concluded that the Tourist Experience in Tourism Education in the City of Bandung is quite impressive for tourists. But there needs to be an increase in the facilities provided to tourists.*

Keywords: Tourists Experience, Educational Tourism, Bandung City

## 1. Pendahuluan

Kota Bandung memiliki julukan Kota Kembang merupakan salah satu kota yang memiliki daya tarik wisata cukup tinggi. Seperti, Wisata Heritage, Wisata Belanja dan Kuliner, Rekreasi dan Budaya, MICE (*Meeting, Convention, Exhibiton*), dan wisata edukasi

Wisata edukasi merupakan konsep wisata yang menerapkan pendidikan nonformal mengenai suatu pengetahuan kepada wisatawan yang berkunjung ke suatu objek wisata. Saat ini wisata edukasi merupakan salah satu jenis daya tarik wisata yang mulai digemari oleh masyarakat, khususnya akan kebutuhan mengenai pendidikan yang bersifat *outdoor* dan berbagai fasilitas penunjang aktivitas wisata pendidikan yang terdapat di Kota Bandung.

Namun sebagian besar wisatawan berkunjung untuk melakukan wisata belanja, alam dan kuliner dibandingkan wisata edukasi. Pariwisata sebagai industri jasa harus mampu memberikan *Tourist Experience* (Pengalaman Pariwisata) yang memuaskan kepada setiap wisatawan yang berkunjung.

Seperti halnya pada salah satu objek wisata Kebun Binatang Bandung yang menjadi salah satu tempat rekreasi yang paling ramai dikunjungi di Kota Bandung. Namun ramainya pengunjung tidak diimbangi dengan pemeliharaan satwa sekaligus sarana dan prasarana fisik yang ada, padahal Kebun Binatang Bandung ini diharapkan dapat menjadi tempat rekreasi berwawasan lingkungan yang kreatif, menarik dan edukatif.

Namun yang terjadi pada Kebun Binatang Bandung bisa dikatakan cukup memprihatinkan berdasarkan pengalaman wisatawan seperti diantaranya mengenai *Object Experience* (Pengalaman Objek) mulai dari kondisi kandang serta binatang yang kerap mendapat perlakuan kurang layak sehingga pemeliharaan sarana dan prasarana fisik seperti papan nama satwa, papan petunjuk arah yang bertujuan untuk memberikan informasi belum memadai, kebersihan toilet yang kurang terjaga sehingga menimbulkan aroma yang kurang sedap.

Selain itu, *Social Experience* (Pengalaman Sosial) di wisata edukasi pun masih belum terlaksanakan dengan baik; seperti yang terjadi di Museum Geologi Bandung. Kurangnya keramahan dari pekerja/karyawan yang malah asik sendiri ngobrol dan bahkan tidak memperdulikan pengunjung yang datang, dan juga *Customer Service* yang tidak bisa memberikan informasi secara jelas sementara wisatawan membutuhkan informasi lengkap mengenai satu hal baru yang berada di wisata edukasi. Juga sarana parkir yang kurang memadai seperti yang terjadi di Bandung Science Center.

Rumusan masalah dari penelitian ini yaitu, Bagaimana *Object Experience, Cognitive Experience, Introspective Experience* dan *Social Experience* pada tiga Lokasi Wisata Edukasi di Kota Bandung?

## 2. Kajian Pustaka

### 2.1 Pariwisata

Definisi pariwisata menurut Damanik dan Weber (2006 : 1) sebagai berikut:

“Pariwisata adalah fenomena pergerakan manusia, barang, dan jasa yang sangat kompleks, ia terkait erat dengan organisasi, hubungan-hubungan kelembagaan dan individu, kebutuhan layanan, penyediaan kebutuhan layanan dan sebagainya”.

### 2.2 Consumer Behavior

Menurut (Solomon, 2007:7) *Consumer Behavior* (Perilaku Konsumen) adalah sebuah studi dari proses yang berkembang ketika individu atau sekelompok orang memilih, menggunakan, atau membuang sebuah produk, pelayanan, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan .

### 2.3 Educational Tourism

Berikut ini merupakan Definisi *Educational Tourism* menurut Bodger (1998:28) dalam Hillsborough dan Tampa (2013:2):

Wisata pendidikan adalah sebuah program dimana peserta melakukan perjalanan ke lokasi sebagai grup dengan tujuan utama terlibat dalam pengalaman belajar yang terkait langsung dengan lokasi, terdiri dari beberapa sub-jenis termasuk ekowisata, wisata warisan, pariwisata pedesaan atau pertanian, dan pertukaran pelajar antar lembaga pendidikan.

### 2.4 Tourist Experience

Berikut ini merupakan Definisi *Tourist Experience* menurut Larsen (2007:15) di dalam Noel Murray (2010:7-9)

Pengalaman wisata adalah peristiwa yang berhubungan dengan perjalanan pribadi yang cukup lama dan kuat untuk memasuki ingatan jangka panjang hal ini berkaitan dengan Kualitas Pengalaman seperti yang diungkapkan Smith (2006: 4) dalam Octaviany dan Ervina (2016:62) bahwa pengalaman pengunjung termasuk, aspek bertemu orang, tempat yang mereka kunjungi, akomodasi tempat mereka tinggal, juga berpartisipasi dalam kegiatan yang membuat perjalanan yang mengesankan.

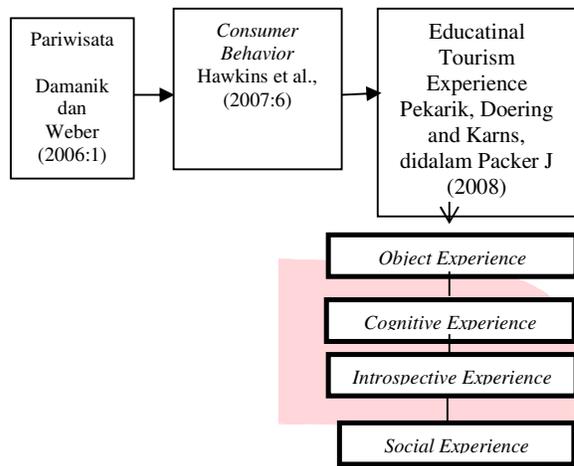
### 2.5 Konsep Educational Tourism Experience

Berikut ini merupakan definisi konsep *educational tourism* menurut Ritchie (2003) di dalam McGladdery (2017:293) :

Segmentasi pariwisata pendidikan umumnya dianggap sebagai patokan untuk pariwisata pendidikan. Ini membantu konsep tumpang tindih antara pendidikan dan pariwisata dan telah

berkontribusi untuk mengembangkan kesadaran pariwisata pendidikan sebagai sektor niche. Namun, dengan menggunakan pendekatan segmentasi pasar, model ini tidak memasukkan sektor industri di mana pembelajaran dapat menjadi kegiatan yang signifikan.

**2.6 Kerangka Pemikiran**



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

**3. Metodologi Penelitian**

**3.1 Objek Penelitian**

Objek yang dijadikan dalam penelitian ini adalah Tiga lokasi wisata edukasi di Museum Geologi Bandung, Kebun Binatang Bandung, dan Bandung Science Center. Berdasarkan variabel-variabel yang akan diteliti, maka metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif dengan responden wisatawan yang dapat memberikan data yang diperlukan untuk penelitian *Tourist Experience* yang akan disebarakan dalam bentuk Kuesioner.

**3.2 Metode Penelitian**

Penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *object experience*, *cognitive experience*, *introspective experience* dan *social experience* pada wisata edukasi di Kota Bandung.

**3.3 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data menurut Menurut Sujarweni (2015:93) teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menjanging informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitian.

1. Penulis melakukan observasi pada Museum Geologi Bandung, Kebun Binatang Bandung, dan Bandung Science Center.
2. Penulis melakukan wawancara kepada pihak-pihak yang mewakili berbagai

tingkatan yang ada dalam obyek, yaitu penelitian ini informannya adalah:

- a. Dinas Pariwisata Kota Bandung selaku Seksi Pemberdayaan Masyarakat Pariwisata.
- b. Wisatawan yang berkunjung ke wisata edukasi Kota Bandung

3. Teknik Pengumpulan Data dengan dokumen.

Dokumen yang penulis dapat dari Dinas Pariwisata Kota Bandung berbentuk kertas berisikan data-data Pariwisata di Kota Bandung, selain itu dokumen yang penulis dapatkan dengan observasi langsung pada objek untuk mendapatkan foto, atau gambar objek yang akan diteliti.

4. Penyebaran Kuseioner pada Tiga Lokasi Wisata Edukasi.

**3.4 Teknik Analisis Data**

Penulis menggunakan teknik analisis data statistik deskriptif dengan menggunakan kuesioner dan menghitung menggunakan skala likert. Hal pertama yang dilakukan adalah mencari nilai tertinggi, terendah, dan rentang skala sebagai batasan yang selanjutnya dapat digambarkan dalam sebuah garis kontinum. Berikut merupakan rumus ke tiga hitungan diatas.

1. Nilai tertinggi  
Jumlah responden x Jumlah pertanyaan x bobot nilai.
2. Nilai Terendah  
Jumlah responden x Jumlah pertanyaan x bobot nilai
3. Rentag Skala  
(Jumlah nilai tertinggi-jumlah nilai terendah)

No	Penilaian	Nilai
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Cukup Setuju	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

**4. Data dan Pembahasan**

**4.1 Gambaran Umum Kota Bandung**

**4.1.1 Profil Kota Bandung**

Kota Bandung merupakan kota metropolitan terbesar di Provinsi Jawa Barat. Lokasi Kota Bandung cukup strategis, dilihat dari segi komunikasi, perekonomian maupun keamanan. Iklim kota Bandung dipengaruhi oleh iklim pegunungan yang lembab dan sejuk.

Kota Bandung juga dikenal sebagai kota belanja, dengan *mall* dan *factory outlet* yang banyak

tersebar di Kota ini, dan saat ini berangsur-angsur Kota Bandung juga menjadi Kota Wisata Kuliner. Saat ini Kota Bandung merupakan salah satu kota tujuan utama pariwisata dan pendidikan.

**4.1.2 Pariwisata Kota Bandung**

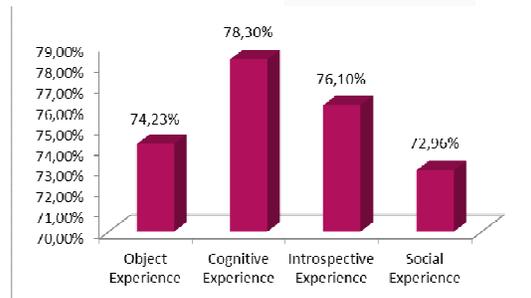
Kota Bandung memiliki berbagai potensi yang menjadi daya tarik wisata. Kota Bandung memiliki wisata *heritage* atau wisata peninggalan sejarah seperti gedung Asia-Afrika dan lainnya. Selain itu, Kota Bandung juga memiliki potensi wisata belanja dan kuliner, hampir di setiap sudut kota terdapat *factory outlet* dan *cafe-cafe*. Kota Bandung juga memiliki beberapa potensi perguruan tinggi terkemuka (Institut Teknologi Bandung, Universitas Padjajaran, Universitas Pendidikan Indonesia, Universitas Parahyangan dan lainnya), dan pendidikan islam seperti Daarut Tauhid. Kota Bandung juga memiliki potensi daya tarik wisata berupa rekreasi, budaya dan wisata edukasi.

**4.2 Data dan Hasil Pembahasan**

**4.2.1 Deskripsi Responden**

Wisatawan yang datang pada Wisata Edukasi Kota Bandung didominasi oleh wanita dengan rentang usia 20-30 tahun. Latar belakang pendidikan didominasi oleh wisatawan dengan latar belakang Pegawai Swasta. Terdapat 43% wisatawan mendominasi kunjungan dan memiliki pendapatan perbulan sebesar Rp. 2.500.000,- paling banyak wisatawan yang mengunjungi wisata edukasi di Kota Bandung adalah wisatawan yang berasal dari Kota Bandung.

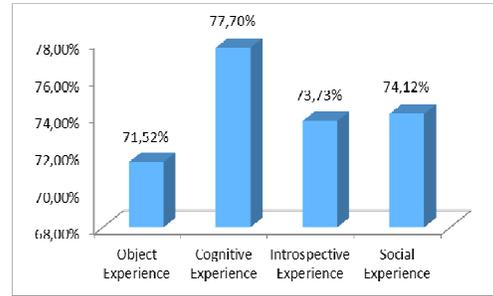
**4.2.2 Tourist Experience pada Wisata Edukasi Museum Geologi Bandung**



Sumber : Kajian data Primer, 2018  
 Gambar 4.1  
 Tourist Experience di Museum Geologi Bandung

Berdasarkan gambar 4.1 menunjukkan bahwa *Tourist Experience* pada Wisata Edukasi Museum Geologi Bandung yaitu *object experience*, *cognitive experience*, *introspective experience*, dan *social experience* yang menempati skor tertinggi berada pada dimensi *Cognitive Experience*.

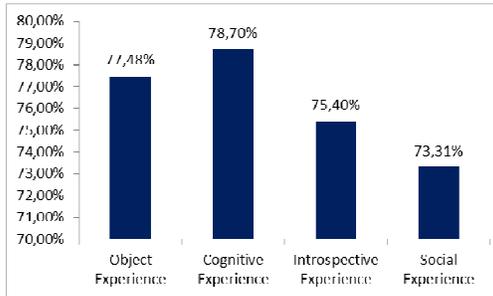
**4.2.3 Tourist Experience pada Wisata Edukasi Kebun Binatang Bandung**



Sumber : Kajian data Primer, 2018  
 Gambar 4.2  
 Tourist Experience di Kebun Binatang Bandung

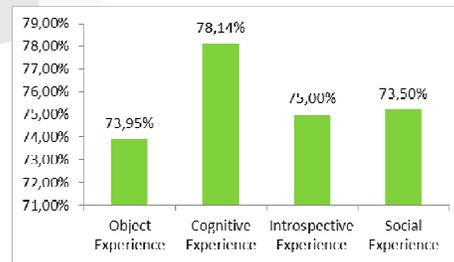
Berdasarkan gambar 4.2 menunjukkan bahwa *Tourist Experience* pada Wisata Edukasi Kebun Binatang Bandung yaitu *object experience*, *cognitive experience*, *introspective experience*, dan *social experience* yang menempati skor tertinggi berada pada dimensi *Cognitive Experience*.

**4.2.4 Tourist Experience pada Wisata Edukasi Museum Geologi**



Sumber : Kajian data Primer, 2018  
 Gambar 4.3  
 Tourist Experience di Bandung Science Center

Berdasarkan gambar 4.3 menunjukkan bahwa *Tourist Experience* pada Wisata Edukasi Bandung Science Center yaitu *object experience*, *cognitive experience*, *introspective experience*, dan *social experience* yang menempati skor tertinggi berada pada dimensi *Cognitive Experience*.



Sumber : Kajian data Primer, 2018  
 Gambar 4.4  
 Tourist Experience Pada Wisata Edukasi di Kota Bandung

Berdasarkan gambar 4.4 menunjukkan bahwa masing-masing dimensi Tourist Experience pada Wisata Edukasi Museum Geologi Bandung, Kebun Binatang Bandung dan Bandung Science Center yaitu object experience, cognitive experience introspective experience dan social experience mendapat nilai hampir sama dari wisatawan yaitu antara 73-78% pada setiap sub variabel. Hal ini menunjukkan terjadi keseimbangan antara *object experience, cognitive exoerience, introspective experience, dan social experience.*

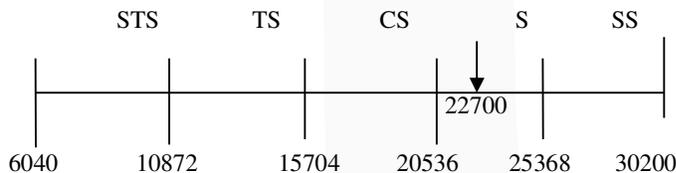
Dapat digambarkan berdasarkan akumulasi jumlah skor seluruh jawaban responden yang diperoleh dari empat indikator. Jumlah skor aktual dan skor ideal yang diperoleh adalah:

$$\begin{aligned} \text{Skor aktual} &= 22700 \\ \text{Skor ideal} &= 5 \times 302 \times 20 \\ &= 30200 \end{aligned}$$

Rentang dari nilai minimum dan maksimum tersebut kemudian dibagi lima untuk menentukan kriteria *tourist experience*. Apabila diklasifikasikan menjadi lima tingkatan maka rentang skor antara tingkatan dapat dihitung dengan cara sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Nilai Skor Maksimum} &= 5 \times 20 \times 302 = 30200 \\ \text{Nilai Skor Minimum} &= 1 \times 20 \times 302 = 6040 \\ \text{Range} &= 30200-6040 = 24160 \\ \text{Jenang range} &= 24160 : 5 = 4832 \end{aligned}$$

Kategori akumulasi jumlah skor tanggapan responden yang terdiri dari 20 pernyataan mengenai *tourist experience* di wisata edukasi di Kota Bandung dalam bentuk garis kontum sebagai berikut:



Sumber : Kajian Data Primer, 2018  
Gambar 4.5

**Garis Kontinum *Tourist Experience***

Berdasarkan Gambar 4.5 jumlah skor tanggapan responden pada 20 pernyataan variabel *tourist experience* dari seluruh pernyataan hasil skor adalah 22700. Jumlah tersebut terletak pada garis antara 20536 dan 25368 dalam kategori setuju. Maka sebagian besar responden menyatakan setuju dengan faktor - faktor *tourist experience* yang dirasakan dan didapatkan pada Wisata Edukasi di Kota Bandung. Maka dapat disimpulkan bahwa *tourist experience* sesuai dengan yang diharapkan wisatawan ketika berkunjung ke wisata edukasi di Kota Bandung.

**5. Kesimpulan dan Saran**

**5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan, sebagai berikut:

1. *Object Experience* yang dirasakan wisatawan di Wisata Edukasi Museum Geologi Bandung, Kebun Binatang Bandung dan Bandung

Science Center pada sub variabel *educational tourist experience* sebesar 73,95%. Hal ini menunjukkan sebagian besar wisatawan merasa puas dengan atraksi wisata yang diberikan, kemenarikan program yang diberikan dan kemenarikan suasana yang diberikan selama melakukan kunjungan ke wisata edukasi.

2. *Cognitive Experience* yang dirasakan wisatawan di Wisata Edukasi Museum Geologi Bandung, Kebun Binatang Bandung dan Bandung Science Center pada sub variabel *educational tourist experience* sebesar 78,14%. Hal ini menunjukkan wisatawan bisa dengan mudah dan mendapatkan kejelasan informasi mengenai objek maupun atraksi yang berada di wisata edukasi.
3. *Introspective Experience* yang dirasakan wisatawan di Wisata Edukasi Museum Geologi Bandung, Kebun Binatang Bandung dan Bandung Science Center pada sub variabel *educational tourist experience* sebesar 75%. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan merasa senang pada saat mengunjungi wisata edukasi karena pengunjung bisa melakukan kegiatan wisata dan mendapatkan pengetahuan dengan metode yang menyenangkan.
4. *Social Experience* yang dirasakan wisatawan di Wisata Edukasi Museum Geologi Bandung, Kebun Binatang Bandung dan Bandung Science Center pada sub variabel *educational tourist experience* sebesar 73,50%. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan di wisata edukasi sudah memberikan pelayanan dan melayani dengan ramah dan juga cepat tanggap. Pelayanan yang di berikan cukup dirasakan oleh wisatawan sesuai dengan kebutuhan dan harapan wisatawan pada saat mengunjungi wisata edukasi.

Sebagian besar responden menyatakan setuju dengan indikator dari *educational tourist experience* pengalaman yang dirasakan dan didapatkan wisatawan sesuai dengan yang diharapkan wisatawan ketika berkunjung ke Wisata Edukasi di Kota Bandung.

**5.2 Saran**

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa Wisata Edukasi di Kota Bandung telah memberikan pengalaman yang baik bagi wisatawan. Tetapi pada kenyataannya Wisata Edukasi di Kota Bandung terus memperbaiki *tourist experience* untuk menciptakan nilai yang lebih baik bagi wisatawan. Dan beberapa saran dari penulis adalah:

1. Pengelola Wisata Edukasi di Museum Geologi Bandung, Kebun Binatang Bandung dan Bandung Science Center agar dapat meningkatkan kemenarikan program dan atraksi wisata yang dikembangkan dengan konsep yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung dan juga memfasilitasi yang dibutuhkan oleh wisatawan.

2. Pengelola Wisata Edukasi di Museum Geologi Bandung, Kebun Binatang Bandung dan Bandung Science Center agar dapat memperhatikan lokasi serta kondisi daya tarik wisata termasuk sarana seperti, *signpost* (papan petunjuk mengenai informasi objek bagi wisatawan).
3. Pengelola Wisata Edukasi di Museum Geologi Bandung, Kebun Binatang Bandung dan Bandung Science Center agar dapat menjaga kebersihan suatu lokasi wisata baik dalam segi kebersihan ruangan ataupun kebersihan peralatan, benda-benda bersejarah dan perlengkapan yang digunakan oleh wisatawan.
4. Pengelola Wisata Edukasi di Museum Geologi Bandung, Kebun Binatang Bandung dan Bandung Science Center agar dapat meningkatkan pelayanan dan memenuhi fasilitas yang wisatawan butuhkan selama berkunjung.

#### Daftar Pustaka

##### BUKU:

Damanik, Janianton dan Weber, Helmut F. (2006). *Perencanaan Ekowisata, Dari Teori ke Aplikasi*. Pusat Studi Pariwisata UGM dan Penerbit Andi, Yogyakarta.

Inskip, Edward, 1991, *Tourism Planning. An Intergrated and Sustainable Development Approach*, Van Nontrand Reinold. New York.

Sugyono, P. D. (2014). *Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

##### JOURNAL:

Andrew J Pekarik, Zahava Doering, David A Karns. (1999) didalam Jan Packer (2008). *"Exploring visitors' Perceptions Of The Value and Benefits Of Museum Experiences "* *Curator: The Museum Journal*. Vol 51, Issue 1, 33-54

Athena Smith, Ph.D, Hillsborough, Tampa, Florida. (2013). *The Role of Educational tourism in raising academic standards, USA*. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure* Vol. 2 No.3

Christine A. McGladdery. Berendien A. Lubbe. (2017). *"Rethinking Educational Tourism: proposing a new model and future directions"*, *Tourism Management*. Vol. 72 Issue: 3. Hal 292-301.

Vany Octaviany, Ersy Ervina (2016) *The Creation Of Visitor Satisfaction Through Quality Of Experince In The Grastonomic Tourism At The City Of Bandung, Indonesia*. "Journal Of Business on Hospitality and Tourism" Vol 02 Issue 1.

