

Persepsi Wisatawan Milenial Terhadap Akomodasi Glamping di Kawasan Kintamani

Pande Putu Juniarta*, Miko Andi Wardana, Kadek Wira Adi Saputra
Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional

*pande0691@gmail.com

Informasi Artikel

Received: 21 Juli 2022

Accepted: 27 Juli 2022

Published: 31 Juli 2022

Keywords:

Glamping, Perception,
Millennial Tourist, Alternatif
Accommodation

Kata Kunci:

Glamping, Persepsi,
Wisatawan Millennial,
Akomodasi Alternatif

Abstract

Glamorous Camping or known as Glamping is a new trend in traveling. Glamping has emerged as a global trend in outdoor tourism. The Glamping trend emerged with the increasing tourist demand for comfort and luxury in the nature-based tourism sector. The millennial generation is relatively braver when traveling if compared to the previous generation, commonly known as generation X. Generation X prefers travel with the aim of relaxation, it is contrast to the millennial generation who prefers challenges. This study aims to determine the perception of millennial tourists towards glamping accommodation in the Kintamani area. The method used in this study is a quantitative descriptive method where data is obtained through a questionnaire with five indicators related to glamping accommodation including glamping facilities, glamping cleanliness, environment and landscape, glamping management services and interior design and glamping buildings. The results showed that millennial tourists responded with a value of 4.46 which was in a very good interval. In future development, it is necessary to suggest special training for the staff in each glamping area in the Kintamani area, additional parking areas and arrangement of access to the glamping area and the need for data collection on each glamping accommodation in the Kintamani area.

Abstrak

Glamorous Camping atau dikenal sebagai Glamping merupakan suatu tren baru dalam berwisata. Glamping telah muncul sebagai tren global dalam wisata outdoor. Tren Glamping muncul dengan seiring meningkatnya permintaan wisatawan akan kenyamanan dan kemewahan dalam sektor pariwisata berbasis alam. Generasi milenial relative lebih berani ketika melakukan perjalanan wisata jika dibandingkan dengan generasi sebelumnya biasa disebut dengan generasi X. Generasi X lebih menyukai perjalanan dengan tujuan relaksasi, berbeda dengan generasi milenial yang lebih menyukai tantangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi wisatawan millennial terhadap akomodasi glamping di kawasan Kintamani. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif dimana data diperoleh melalui kuesioner dengan lima indikator terkait akomodasi glamping diantaranya fasilitas glamping, kebersihan glamping, lingkungan dan landscape, pelayanan pengelola glamping dan desain interior dan bangunan glamping. Hasil penelitian menunjukkan wisatwan milenial memberikan tanggapan dengan nilai 4,46 yang berada pada interval sangat baik. Dalam pengembangan kedepanya perlu disarankan adanya pelatihan khusus untuk pengelola disetiap glamping yang ada di kawasan Kintamani, penambahan area parkir dan penataan akses menuju area glamping serta perlunya pendataan terhadap setiap akomodasi glamping yang ada di kawasan Kintamani.

PENDAHULUAN

Pengembangan pariwisata selain untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap sarana dan prasarana wisata, juga dapat memenuhi kebutuhan wisatawan terhadap aktifitas wisata yang ada di kawasan destinasi wisata (Widyarini & Sunarta, 2018). Perkembangan pariwisata semakin menarik untuk diteliti, mengingat bahwa banyaknya perkembangan daerah tujuan wisata alternatif dan baru dibentuk untuk wisatawan domestik maupun mancanegara yang melakukan perjalanan (Gantina & Rachman, 2020). Sejalan dengan tren permintaan pariwisata saat ini, berkemah menjadi gaya hidup baru bagi pelaku pariwisata khususnya bagi wisatawan yang ingin mendapatkan pengalaman menarik dan unik dari suatu daerah tujuan wisata (Laksmi et al, 2021). Tren untuk meremajakan dan mendesain ulang produk berkemah saat ini dikenal sebagai *glampin*, dimana *glamping* tersebut merupakan sarana akomodasi yang memadukan konsep camping dengan kemewahan dan kenyamanan seperti layaknya di hotel (Vrtodušić Hrgović et al., 2018).

Glamorous Camping atau dikenal sebagai *glamping* merupakan suatu tren baru dalam berwisata, *Glamping* telah muncul sebagai tren global dalam wisata *outdoor* (Ramadhani et al, 2020). *Glamping* merupakan gabungan dari kata *glamour* dan *camping* yang mana berkemah secara bersamaan merupakan bagian dari aktivitas ataupun akomodasi rekreasi luar ruangan (*outdoor*) (Brochado & Pereira, 2017). *Glamping* mengalami peningkatan permintaan yang berkaitan dengan sejumlah faktor yaitu nilai yang dirasakan dari pengalaman terkait peningkatan kualitas produk dan fasilitas, serta kebutuhan wisatawan akan berwisata sejenak dari kehidupan sehari-hari (Utami, 2020).

Kemajuan teknologi merupakan salah satu hal penting dalam mempengaruhi cara generasi milenial dalam melakukan perjalanan wisata (Parhusip & Arida, 2018). Generasi

milenial relatif lebih berani ketika melakukan perjalanan wisata jika dibandingkan dengan generasi sebelumnya biasa disebut dengan generasi x (Aryawati, 2020). Generasi x lebih menyukai perjalanan dengan tujuan relaksasi, sangat berbeda dengan generasi (Adiawaty, 2019). Milenial. Pilihan untuk melakukan perjalanan wisata adalah untuk mencari pengalaman unik, baru, otentik dan personal dalam artian pencarian makna ketika melakukan perjalanan wisata (Rosalina et al., 2019).

Kintamani sebagai salah satu daya Tarik wisata di Bali yang memiliki keindahan alam seperti, Gunung Batur dan Danau Batur dan berbagai daya Tarik wisata lainnya menjadi area yang sangat potensial untuk perkembangan akomodasi *glamping* (Mudana et al, 2018). Seiring dengan maraknya wisatawan yang melakukan pendakian dan memerlukan akomodasi untuk menginap dengan fasilitas yang lebih nyaman dan aman, *glamping* menjadi pilihan akomodasi menarik bagi wisatawan. Akomodasi *glamping* sejak beberapa tahun terakhir mulai marak bermunculan di kawasan Kintamani. Tentunya, selain meningkatnya pertumbuhan akomodasi *glamping* di Kawasan Kintamani, pengembangan akomodasi *glamping* harus memperhatikan pengelolaan yang berintegrasi dengan lingkungan. Pengelolaan akomodasi wisata yang berkelanjutan sangat penting, karena dapat menjaga kelestarian alam dan ekosistem sekitar.

Tingginya minat wisatawan untuk melakukan aktivitas *glamping* berdampak pada peningkatan jumlah akomodasi *glamping* di kawasan kintamani akan tetapi kurang didukung dengan pengelolaan dari pemilik akomodasi *glamping*. Masih banyaknya staf pegawai yang belum memiliki keahlian di bidang akomodasi sehingga pelayanan terhadap wisatawan menjadi kurang maksimal. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut di atas, maka

tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi wisatawan millennial terhadap akomodasi *glamping* sebagai alternatif akomodasi di kawasan Kintamani.

TINJAUAN PUSTAKA

Persepsi adalah cara pandang, tindakan dan gambaran yang diberikan seseorang terhadap sesuatu yang berada di sekitar lingkungannya baik persepsi yang diberikan positif atau negatif (Murianto, 2014). Persepsi merupakan evaluasi terhadap suatu kejadian atau situasi yang mana dari persepsi tersebut akan mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan (Sihombing et al., 2021). Persepsi sebagai proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang berarti (Kotler, 2016). Persepsi tidak hanya bergantung kepada rangsangan fisik tetapi juga pada rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan (Hernaeny, 2021).

Generasi milenial menjadi topik pembicaraan di berbagai sektor termasuk pariwisata di beberapa waktu belakangan ini. Hal ini dikarenakan banyaknya jumlah generasi milenial jika dibandingkan dari generasi-generasi lainnya. (Hakim, 2019). Generasi milenial merupakan seseorang yang lahir dari tahun 1979 sampai dengan tahun 2000 menggolongkan generasi milenial yaitu seseorang yang lahir di tahun 1981-2000. Sedangkan menggolongkan generasi milenial kedalam dua bagian, yaitu junior millennial yaitu seseorang yang berusia antara 20–27 tahun, dan senior millennial yaitu seseorang yang berusia 28–35 tahun. Dalam arti pada tahun 2019 junior milenial adalah seseorang yang terlahir pada tahun 1992–1999 sedangkan senior milenial adalah seseorang yang terlahir pada tahun 1984–1991. Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa wisatwan milenial merupakan seseorang atau kelompok

orang yang melakukan aktifitas wisata yang memiliki rentang usia di bawah 19-45 tahun (Sihombing et al., 2021).

Glamping merupakan gabungan dari kata *glamorous* dan *camping*, *Glamping* diartikan sebagai camping yang mewah. *Glamping* didefinisikan sebagai jenis kemah yang melebihi tingkat kenyamanan dan kemewahan dalam kemah tradisional. (Brochado & Pereira, 2017). Karakteristik akomodasi *Glamping* menjadi perhatian utama bagi para perancang sebelum menentukan tipe akomodasi agar para pengunjung tertarik dan juga memenuhi kebutuhan para pengguna akomodasi tersebut. Karakteristik dan tipe akomodasi *Glamping* dibedakan menjadi 5 (lima) yaitu memiliki fasilitas penunjang yang lengkap, kebersihan area *Glamping* yang terjaga, lingkungan alam natural dan pemandangan yang menarik, pelayanan dari pengelola *Glamping*, bentuk arsitektur dan interior yang menarik. Sebagai salah satu jenis akomodasi yang unik, *Glamping* memiliki jenis dan bentuk yang unik dan bervariasi, seperti rumah pohon, rumah bola, tenda, mobil van, bungalow, *cabin house*.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dimana pada penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif. Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Populasi adalah suatu kesatuan individu atau subyek pada wilayah dan waktu dengan kualitas tertentu yang akan diamati/diteliti. (Hernaeny, 2021). Dalam penelitian ini, yang menjadi sampel penelitian adalah wisatwan yang berkunjung ke kawasan Kintamani. Sedangkan sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang

dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2017). Sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan milenial yang melakukan aktivitas glamping di kawasan Kintamani. Teknik pengumpulan data menggunakan Teknik observasi, wawancara mendalam, kuesioner, dokumentasi dan studi kepustakaan.

Metode pengolahan data menggunakan skala likert dari 1 sampai dengan 5. Pada tahap pelaksanaan dilakukan penyebaran angket/kuesioner kepada wisatawan yg digolongkan sebagai wisatawan milenial yang sedang atau telah menggunakan akomodasi *glamping* di Kawasan Kintamani guna mengetahui persepsi wisatawan tersebut. Menurut (Mangkuatmodjo, 2015) dalam menentukan klasifikasi skor dapat menggunakan rumus interval dengan kriterium Sturges yaitu:

$$I = \frac{NT - NR}{K}$$

Keterangan:

- I = Interval
- NT = Nilai Tertinggi
- NR = Nilai Terendah
- K = Jumlah Kelas Interval

Dari rumus diatas maka skala Interval yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: $I = \frac{5 - 1}{5}$

$$I = 0,8$$

Jadi jarak (skala) setiap kelas interval sebesar 0,8. Dari skala interval tersebut selanjutnya diinterpretasikan kedalam rata-rata jawaban responden dengan kriteria:

Tabel 1. Skala Interval Jawaban Responden

Interval	Keterangan
4,20-5,00	Sangat baik
3,40-4,19	Baik
2,60-3,39	Cukup baik
1,80-2,59	Kurang baik
1,00-1,79	Sangat kurang

Sumber: Mangkuatmodjo (2015)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2. Karakteristik Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	(%)
19 - 22	17	24%
23 - 26	34	48%
27 - 30	11	16%
31 - 34	9	12%
Total	70	100%

Sumber: Data Primer (2022)

Berdasarkan tabel 2 di atas dapat dilihat bahwa Karakteristik respondent berdasarkan usia yang menggunakan akomodasi *glamping* di kawasan Kintamani adalah usia 23-26 tahun yaitu populasi yang paling tinggi dalam penelitian ini yaitu dengan jumlah persentasi 48%, 19-22 tahun dengan jumlah persentasi 24 %, 27-30 tahun dengan jumlah persentasi 16 % dan berusia 31-34 tahun 12%.

Tabel 3. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	(%)
Laki-Laki	39	43%
Perempuan	41	57%
Total	70	100%

Sumber: Data Primer (2022)

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat dilihat bahwa Karakteristik respondent berdasarkan jenis kelamin wisatawan milenial yang menggunakan akomodasi *glamping* di kawasan Kintamani adalah perempuan memiliki jumlah persentasi lebih banyak dari pada laki-laki, yaitu 57% sedangkan laki-laki sebanyak 43%.

Tabel 4. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Jenis Kelamin	Jumlah	(%)
Mahasiswa /Pelajar	47	67%
PNS	3	4%
Pegawai Swasta	12	17%
Wirausaha	8	12%
Total	70	100%

Sumber: Data Primer (2022)

Berdasarkan tabel 4 di atas dapat dilihat bahwa Karakteristik respondent berdasarkan pekerjaan, wisatawan milenial yang dengan status mahasiswa/pelajar paling banyak melakukan aktivitas *glamping* sebesar 67%, pekerjaan sebagai pegawai swasta 17%, wirausaha 12% dan PNS 3 %.

Tabel 5. Uji Validitas

Item	r-hitung	r-tabel
X1	0.232	0.596
X2	0.232	0.434
X3	0.232	0.424
X4	0.232	0.674
X5	0.232	0.876
X6	0.232	0.697
X7	0.232	0.536
X8	0.232	0.666
X9	0.232	0.590
X10	0.232	0.536
X11	0.232	0.734
X12	0.232	0.734
X13	0.232	0.412
X14	0.232	0.510
X15	0.232	0.614

Sumber: Olah Data SPSS (2022)

Berdasarkan pada tabel 5 dapat dilihat bahwa r-hitung indikator yang diuji dalam penelitian ini keseluruhan menghasilkan nilai positif dan lebih besar dari nilai r-tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item pernyataan indikator dalam kuesioner ini dinyatakan valid.

Table 6. Uji Reliabilitas

No	Item	Cronbach' alpha	Nilai Alpha
1	X1	0.719	0,60
2	X2	0.750	0,60
3	X3	0.726	0,60
4	X4	0.703	0,60
5	X5	0.679	0,60
6	X6	0.716	0,60
7	X7	0.722	0,60
8	X8	0.717	0,60
9	X9	0.721	0,60

No	Item	Cronbach' alpha	Nilai Alpha
10	X10	0.722	0,60
11	X11	0.724	0,60
12	X12	0.724	0,60
13	X13	0.727	0,60
14	X14	0.726	0,60
15	X15	0.719	0,60

Sumber: Olah Data SPSS (2022)

Berdasarkan pada tabel 6 di atas, dalam penelitian ini nilai *cronbach' alpha* menunjukkan koefisien yang lebih besar dari 0.60 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator sudah reliabel.

Tabel 7. Persepsi Wisatawan Millennial Terhadap Akomodasi *Glamping* di Kawasan Kintamani.

Indikator	Mean	Ket.
Fasilitas <i>Glamping</i>	4.2	Sangat Baik
Kebersihan <i>Glamping</i>	4,1	Baik
Lingkungan dan Landscape	4,7	Sangat Baik
Pelayanan Pengelola <i>Glamping</i>	4,8	Sangat Baik
Bentuk Arsitektur dan Bangunan	4,5	Sangat Baik
Total	4,46	Sangat Baik

Sumber : Data Primer (2022)

Berdasarkan tabel 7 di atas dapat dilihat hasil penelitian persepsi wisatawan millennial terhadap akomodasi *glamping* di kawasan Kintamani berdasarkan data yang diperoleh dari indikator fasilitas *glamping* rata-rata responden menyatakan sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari tersedianya fasilitas makan dan minum yang memadai di area *glamping*, selain itu, pengelola *glamping* juga menyediakan fasilitas pendukung kegiatan *glamping* seperti properti untuk berpiknik, swing, alat bakar/*grill*, dan api unggun.

Ada beberapa responden merasa fasilitas ISOMA yang tersedia di area *glamping* kurang memadai seperti fasilitas kamar mandi sharing yang mengakibatkan wisatawan harus antri saat ingin menggunakan kamar mandi, fasilitas air panas yang tidak berfungsi mengingat kawasan kintamani adalah dataran tinggi yang memiliki suhu dingin sehingga wisatawan memerlukan pemanas air untuk mandi serta tidak tersedianya amenities seperti sabun, shampo sikat gigi dan lainnya untuk setiap tamu. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rikatyani (2018) yang menyatakan bahwa untuk menunjang kegiatan *glamping*, fasilitas menjadi hal penting untuk disaipkan sehingga wisatawan mendapat pengalaman yang *tangible* di lokasi *glamping*.

Persepsi wisatawan milenial terhadap akomodasi *glamping* di kawasan Kintamani berdasarkan data yang diperoleh dari indikator kebersihan *glamping* rata-rata responden menyatakan baik, Hal ini dapat dilihat dari tersedianya tempat pembuangan sampah baik di dalam *glamping* maupun di luar area *glamping*. Kebersihan area dalam *glamping* dan luar *glamping* juga terjaga dengan baik seperti standar hotel kecil karena pengelola mempekerjakan karyawan yang memiliki pengalaman dibidang perhotelan walaupun hanya lulusan SMK pariwisata. Hal ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami (2020) yang menyatakan bahwa aspek kebersihan dan kerapian di area *glamping* dapat memberikan positif bagi wisatawan yang menggunakan akomodasi *glamping* sehingga dapat menimbulkan kesan nyaman di area *glamping*.

Persepsi wisatawan milenial terhadap akomodasi *glamping* di kawasan Kintamani berdasarkan data yang diperoleh dari indikator lingkungan dan *landscape* rata-rata responden menyatakan sangat baik, hal ini dapat dilihat dari letak geografis area *glamping* berada pada kawasan geopark Kintamani dimana kawasan tersebut telah diakui

oleh UNESCO sebagai Global Geoparks Network pada 2012, dan UNESCO Global Geoparks pada 2015 (Voaindonesia.com, 2012).

Dengan pemandangan utama Danau Batur, Gunung Batur dan hamparan kaldera yang merupakan bentukan dari letusan Gunung Batur menjadikan nilai tambah bagi wisatawan yang ingin menikmati pemandangan alam yang alami. Selain itu, akses menuju ke lokasi *glamping* terbilang cukup mudah dan pada beberapa *glamping* dapat dijangkau dengan kendaraan roda 4, serta tersedianya fasilitas parkir yang luas dan tempat untuk berswafoto memberikan pengalaman yang berharga bagi para wisatawan terutama wisatawan milenial. Penelitian yang dilakukan oleh Gantina & Rachman (2020) menyatakan bahwa pemandangan alam dan lingkungan menjadi aspek penting dalam pengembangan sebuah akomodasi dimana lokasi yang strategis dan memiliki keindahan alam yang mempesona akan menjadi daya tarik bagi wisatawan.

Persepsi wisatawan milenial terhadap akomodasi *glamping* di kawasan Kintamani berdasarkan data yang diperoleh dari indikator pelayanan pengelola *glamping* rata-rata responden menyatakan sangat baik, Hal ini dilihat dari tersedianya petugas yang siap memberikan pelayanan 24 jam kepada wisatawan, serta selalu siap melayani semua keinginan tamu seperti menyiapkan fasilitas berfoto, pemesanan makanan dan minuman. Hampir setiap *glamping* yang ada di kintamani dikelola oleh masyarakat lokal dan pekerja yang bekerja disana adalah bagian dari keluarga pengelola sehingga wisatawan merasakan keramahan dan merasa seperti dirumah. hal ini senada dengan penelitian oleh Murianto, (2014) yang menyatakan bahwa persepsi wisatawan terhadap aspek *intangible* seperti pelayanan juga menjadi aspek penting dalam penembangan sebuah akomodasi wisata.

Persepsi wisatawan millennial terhadap akomodasi *glamping* di kawasan Kintamani berdasarkan data yang diperoleh dari indikator bentuk arsitektur dan bangunan rata-rata responden menyatakan sangat baik, hal tersebut dapat dilihat dari design bangunan *glamping* yang unik dan berbeda disetiap tempatnya seperti bentuk kerucut, bentuk balon, bentuk keong, bentuk igloo dan lainnya. Bahan pembuatan tenda *glamping* juga tidak seperti material bangunan pada umumnya, setiap jenis tenda *glamping* menggunakan bahan yang berbeda seperti kain sintetis yang tahan terhadap air, ilalang serta bambu yang dipadukan dengan konstruksi besi pada bagian dalam sebagai penopangnya. Fasilitas interior *glamping* lebih mirip seperti fasilitas kamar hotel tipe standar dimana kesan kemah yang kumuh, kotor dan sering terjadi kebocoran pada tenda tidak akan dialami oleh wisatawan yang menikmati akomodasi *glamping*, tetapi fasilitas standar lain seperti TV, AC, lemari tidak disediakan di dalamnya. Penelitian oleh Utami, (2020) menyatakan bahwa konsep arsitektur interior maupun eksterior yang unik dan memiliki ciri khas tersendiri menjadikan nilai tambah dalam keputusan wisatawan memilih akomodasi *glamping*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang persepsi wisatawan millennial terhadap akomodasi *glamping* di kawasan kintamani maka dapat disimpulkan bahwa persepsi wisatawan millennial terhadap akomodasi *glamping* di kawasan Kintamani berdasarkan data yang diperoleh dari indikator fasilitas *glamping* rata-rata responden menyatakan sangat baik, pada indikator kebersihan *glamping* rata-rata responden menyatakan baik, dari indikator lingkungan dan *landscape* rata-rata responden menyatakan sangat baik, dari indikator pelayanan pengelola *glamping* rata-rata responden menyatakan sangat

baik, dari indikator bentuk arsitektur dan bangunan rata-rata responden menyatakan sangat baik.

Saran

Dalam pengembangan yang akan datang perlu disarankan dari pengelola akomodasi *glamping* yaitu adanya pelatihan khusus untuk karyawan disetiap *glamping* yang ada di kawasan Kintamani dari segi pemahaman terhadap metode dan SOP pembersihan area internal maupun eksternal *glamping*, dari sudut pandang wisatawan disarankan perlunya penambahan area parkir dan penataan akses menuju area *glamping* agar mempermudah wisatawan yang berkunjung. Untuk pemerintah kedepan hendaknya mulai melakukan pendataan terhadap setiap akomodasi *glamping* yang ada di kawasan kintamani sehingga aktualisasi data jumlah akomodasi *glamping* bisa terdata dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiawaty, S. (2019). Tantangan Perusahaan Mengelola Perbedaan Generasi Karyawan. *Esensi: Jurnal Manajemen Bisnis*, 22(3): 376-382.
- Aryawati, N. P. A. (2020). Digital Tourism: Strategi Menarik Wisatawan Milenial Ke NTB. *Hospitality*, 9(1): 87-92.
- Brochado, A., & Pereira, C. (2017). Comfortable experiences in nature accommodation: Perceived service quality in Glamping. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 17: 77-83.
- Gantina, D., & Rachman, A. F. (2020). Kepuasan Masyarakat Terhadap Daya Tarik Wisata Panorama Alam Pabangbon, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*: 25(2): 152-156.
- Hakim, I. N. (2019). Media Promosi Yang Ramah Wisatawan Milenial Millennial Tourist Friendly Promotional Media. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 13(2):

- 1-23.
- Laksmi, G. W., Rahmanita, M., Brahmantyo, H., & Nurbaeti. (2021). SWOT Analysis Nomadic Tourism as Millennial Friendly Natural Tourist Destination Development Strategy (Case Study: Glamping De Loano, Purworejo). *(TRJ) Tourism Research Journal*, 5(2): 186-207.
- Mangkuatmodjo, S. (2015). *Statistik deskriptif*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Mudana, I. G., Utama, I. K., & Widhari, C. I. S. (2018). Memadukan Pendakian dan Wisata Edukasi: Persoalan Gunung Api dan Geopark Batur di Kawasan Kintamani, Bali. *Jurnal Kajian Bali*, 8(2): 143-158.
- Murianto, M. (2014). Potensi dan Persepsi Masyarakat Serta Wisatawan Terhadap Pengembangan Ekowisata di Desa Aik Berik, Lombok Tengah. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 1(1): 43-64..
- Parhusip, N. E., & Arida, I. N. S. (2018). Wisatawan milenial di Bali (Karakteristik, motivasi dan makna berwisata). *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 6(2): 299-303.
- Ramadhani, S., Sundari, T., & Silva, H. (2020). Pra Rancangan Camping Ground dan Glamping Puncak Cubodak dengan Pendekatan Konsep Wisata Halal. *Jurnal Teknik*, 14(1): 106-113.
- Rikatyani, M. D. W. I. (2018). *Perancangan Glamping Resort di Kebun Teh Nglinggo Kulon Progo. Skripsi*. Program Studi Arsitektur Universitas Gadjah Mada.
- Rosalina, P. D., Susanti, L. E., & Paramitha, M. W. (2019). Preferensi Wisatawan Milenial Nusantara Pada Daya Tarik Wisata Swafoto Di Bali. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 10(1): 1-9.
- Sihombing, B., Mutiarin, D., & Damanik, J. (2021). Analisis Faktor Pembentuk Persepsi Risiko Wisatawan Melalui Twitter terhadap Perubahan Kebijakan Pariwisata Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(3): 243-251.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Hernaeny, U. (2021). *Pengantar Statistika I*. Tangerang: Media Sains Indonesia
- Utami, N. K. Y. (2020). Glamping Sebagai Sebuah Perspektif Baru Dalam Akomodasi Berkemah. *Jurnal Arsitektur ZONASI*, 3(3): 285-294.
- Voaindonesia.com. (2012). Kawasan Geopark Kintamani. Diakses pada 21 Desember 2021, dari <https://www.voaindonesia.com/a/unesco-tetapkan-gunung-batur-sebagai-taman-bumi-global/1517556.html>
- Vrtdušić Hrgović, A.-M., Cvelić Bonifačić, J., & Licul, I. (2018). Glamping new outdoor accommodation. *Ekonomika Misaoi Praksa*, 2: 621-639.
- Widyarini, I. G. A., & Sunarta, I. N. (2018). Dampak Pengembangan Sarana Pariwisata Terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung di Wisata Alam Air Panas Angseri, Tabanan. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 6(2): 217-223.