



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
MINAT BERKUNJUNG KEMBALI WISATAWAN (Studi Pada
Pengunjung Kolam Renang Srikandi Pole Tulusayu Kecamatan Tumpang)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

ZAKIATUL FITRIA

NPM.21801081251



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MALANG**

2022

ABSTRAKSI

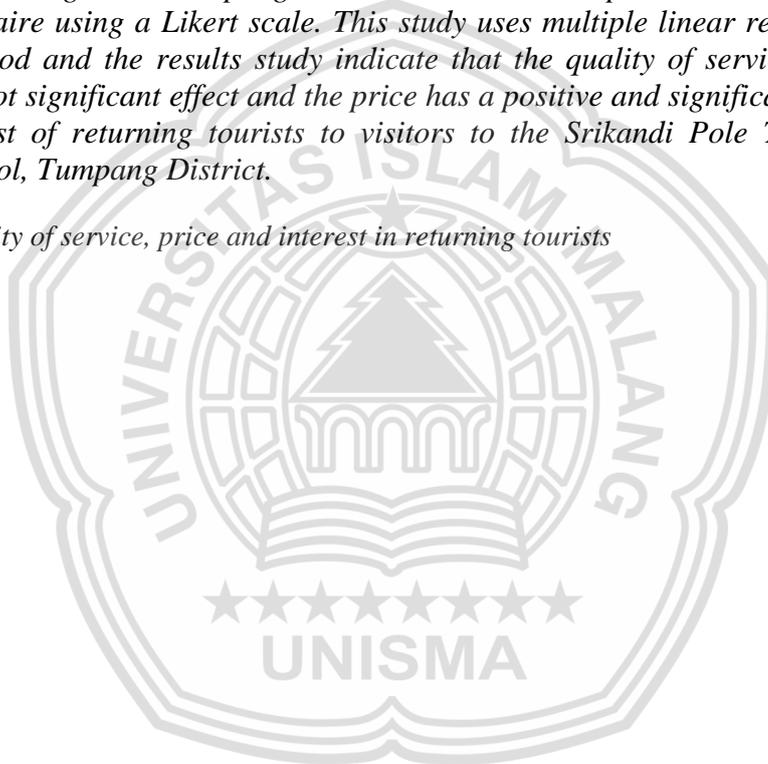
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Populasi dari penelitian ini adalah pengunjung yang sedang berkunjung dan pengunjung yang pernah mengunjungi kolam renang srikandi pole tulusayu kecamatan tumpang dengan jumlah 65 responden. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yang menggunakan data primer dan menggunakan metode analisis data kuesioner. Kuesioner tersebut disebarakan kepada responden yang memiliki kriteria tertentu untuk memberikan jawaban terkait pernyataan yang diberikan oleh peneliti. Kriteria sampel penelitian ini yaitu pengunjung minimal umur 15 tahun keatas dan pengunjung yang suda pernah berkunjung atau yang sedang berkunjung ke Kolam Renang Srikandi pole Tulusayu Kecamatan Tumpang. Untuk menukur jawaban responden dari kuesioner menggunakan skala likert. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda dan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan pada pengunjung Kolam Renang Srikandi pole Tulusayu Kecamatan Tumpang.

Kata kunci : kualitas pelayanan, harga dan minat berkunjung kembali wisatawan

ABSTRACT

This study aims to analyze service quality and price on the interest of returning tourists. The population of this research is visitors who are visiting and visitors who have visited the Srikandi Pole sincereayu swimming pool in the sub-district of overlapping with a total sample of 65 respondents. This research is a type of quantitative research that uses primary data and uses a questionnaire data analysis method. The questionnaire was distributed to respondents who had certain criteria to provide answers regarding the statements given by the researcher. The criteria for the sample of this research are visitors who are at least 15 years old and over and visitors who have visited or are currently visiting the Seikandi Pole Tulusayu Swimming Pool, Tumpang District. to measure respondents' answers to the questionnaire using a Likert scale. This study uses multiple linear regression analysis method and the results study indicate that the quality of service has a positive but not significant effect and the price has a positive and significant effect on the interest of returning tourists to visitors to the Srikandi Pole Tulusayu Swimming Pool, Tumpang District.

Keywords: quality of service, price and interest in returning tourists



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri pariwisata di Indonesia sangat pesat, pariwisata menjadi sumber perolehan devisa berdasarkan UU Republik Indonesia No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, daerah wisata yang disebut destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat fasilitas umum, kualitas pelayanan serta masyarakat yang melengkapi terwujudnya kepariwisataan, Priyatningsih dan Lutfi (2021) pada masa sekarang ini sudah banyak tempat wisata yang bermunculan dan berkembang disemua daerah. Salah satu bidang usaha yang berkembang pesat saat ini adalah industri pariwisata.

Dalam menjalankan tempat wisata harus menerapkan peraturan, panduan serta konsep yang berlaku dalam mengembangkan pariwisata agar mampu mempertahankan dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang nantinya akan memberikan manfaat ekonomi bagi pariwisata dan masyarakat sekitar, Industri pariwisata adalah satu diantara jenis industri yang menghasilkan dan menyediakan sesuatu dalam bentuk jasa, dengan demikian industri pariwisata harus mampu menyediakan produk yang tidak berwujud seperti dalam bentuk pelayanan, fasilitas, hiburan, suasana, lingkungan yang bersih dan nyaman.

Banyaknya kunjungan wisatawan adalah salah satu ciri perkembangan pariwisata yang dapat meningkatkan pemasukan sektor daerah, dan ini merupakan faktor yang mendukung perkembangan sektor wisata. Sehingga banyak wisatawan yang datang untuk menghilangkan kejenuhan, rekreasi dan bersenang-senang. Hal tersebut dapat dilihat pada sebagian masyarakat yang menjadikan tempat wisata sebagai suatu kebutuhan sekunder yang harus terpenuhi.

Kecamatan tumpang merupakan tempat yang terkenal dengan sumber mata air yang bersih dan jernih. Perkembangan wisata dikecamatan tumpang telah berkembang pesat, salah satunya adalah wisata kolam renang srikandi pole tulusayu Kecamatan Tumpang. Dikolam renang ini menyediakan dua jenis kolam renang untuk pengunjung, terdapat kolam renang dangkal untuk anak-anak balita dan kolam renang yang agak dalam untuk remaja hingga dewasa. Air dikolam renang ini sangat jernih dan menyegarkan, pengunjungpun bisa melihat dasar kolam dengan mudah dan lantai keramiknyapun dibuat bervariasi dengan ornament di beberapa titik agar tampak lebih menarik pandangan mata. Tidak hanya bisa berenang saja melainkan bisa bermain air sepuasnya sebab dikolam ini terdapat semburan air yang mengarah ke kolam renang, ada pula seluncuran dengan tinggi sekitar tiga meter. Terdapat jugatoilet, tempat membilas badan, tempat bersantai seperti gazebo dan kursi untuk berjemur ditepian kolam renang dewasa. Selain kolam renang terdapat beberapa taman bunga yang juga bisa kamu temukan ditempat wisata keluarga ini, kamu pun bisa memanfaatkan spot foto instagramable untuk mengabadikan momen kebersamaan dengan siapapun,

tidak hanya itu kolam renang srikandi pole juga disuguhkan dengan food center dan café yang menyediakan aneka makanan untuk pengunjung. Semakin berkembangnya persaingan bisnis, terutama persaingan yang berasal dari industriwisata, membuat pemilik industripariwisata semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik pengunjung. Sehingga industry pariwisata yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati apa yang mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan. Salah satu cara untuk mencapai tujuan tersebut dengan mengetahui apa saja kebutuhan dan keinginan pengunjung yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

Tabel 1.1 Pendapatan kolam perbulan

Pemasukan Bulan September	Rincian
Tiket	$2.098 \times 10 = \text{Rp. } 20.980.000$
Tiket ½ Harga	-
Diskon 20%	-
Total Pengunjung Bulan september	2.098 Orang
Pengeluaran Bulan September	
Biaya Lain-Lain seperti (gaji karyawan, listrik, wifi, obat kolam, sampah, pajak, alat-alat)	Rp. 7.839.000
Pendapatan Bersih Bulan September	Rp. 13.141.000
Pemasukan Bulan Oktober	Rincian
Tiket	$2.706 \times 10 = \text{Rp. } 27.060.000$
Tiket ½ Harga	-
Diskon 20%	-
Total Pengunjung Bulan Oktober	2.706 Orang
Pengeluaran Bulan Oktober	
Biaya lain-lain seperti (gaji karyawan, listrik, wifi, obat kolam, sampah, alat-alat)	Rp. 11.351.000
Pendapatan Bersih Bulan Oktober	Rp. 15.709.000

Sumber : skunder 2021

Hal tersebut kian membuktikan keinginan masyarakat bahwa setiap bulannya mengalami kenaikan dari bulan September ke bulan Oktober pengunjung bertambah 608 pengunjung yang mampu menarik minat berkunjung kembali wisatawan salah satunya adalah kualitas pelayanan yang

diberikan pada kolam renang srikandi pole tulusayu, Kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu minat berkunjung kembali wisatawan baik dari kalangan dewasa khususnya anak-anak memilih tempat ini untuk menghabiskan waktu bermain. Semakin bertambahnya pengunjung akan mendorong para pengusaha khususnya pada wisata kolam renang srikandi pole untuk bersaing menawarkan kelebihanannya, faktor yang perlu diperhatikan untuk mempengaruhi pengunjung salah satunya adalah kualitas pelayanan wisata kolam renang srikandi pole tulusayu. Kualitas pelayanan juga dapat diberikan oleh tempat wisata kolam renang srikandi pole tersebut sehingga pengunjung merasa terpuaskan, Sani (2019). Hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya industri pariwisata salah satunya adalah bagaimana pihak industri pariwisata dapat menarik pengunjung dan mempertahankan mereka dengan cara memberikan kualitas pelayanan terbaik agar para pengunjung puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Banyak definisi dan makna dari kata kualitas tetapi ada beberapa definisi yang memiliki persamaan antara lain: Kualitas merupakan usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, Kualitas juga bisa mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan, Kualitas juga merupakan kondisi yang selalu berubah-ubah menurut Goetsch dan Davis (2014) Kualitas merupakan proses dalam penilaian suatu produk atau jasa yang akan dirasakan langsung oleh konsumen atau penerima itu sendiri. Kualitas juga dapat diartikan sebagai standar yang harus dicapai oleh seseorang, kelompok, atau lembaga organisasi yang dapat menghasilkan kualitas kerja serta barang atau jasa. Menurut Syukron dan Muhammad (2012:6) jika meningkatkan kualitas dan

keberhasilan menggunakan kualitas sebagai bagian yang terintegrasi dari strategi bisnis maka akan mendapatkan keuntungan yang besar.

Pelayanan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah suatu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa saja yang diperlukan orang lain. Pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu pelayanan merupakan sebuah proses pelayanan yang berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat. Untuk melayani pelanggan diwajibkan untuk memberikan pelayanan yang cepat, serta lengkap berempati dan berpenampilan menarik, jika kinerja memenuhi harapan maka pengunjung akan puas dan jika kinerja melebihi harapan maka pengunjung amat puas atau senang. Kepuasan pengunjung tersebut sangat berpengaruh terhadap kualitas pelayanan yang diberikan serta dapat menjadi perbandingan yang diinginkan atau diharapkan oleh wisatawan sebelum dan setelah mengunjungi objek wisata. Lukuhati *et al.*, (2013); Wiratini *et al.* (2018) dalam Budiman Marpaung (2019) Kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat pelayanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan, kualitas pelayanan diwujudkan melalui kebutuhan dan keinginan pelanggan dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan, oleh karena itu penting bagi industri pariwisata untuk memberikan kesan yang positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

Destinasi wisata yang bagus harus mampu menyediakan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung untuk memenuhi kebutuhan mereka saat berkunjung. Wisata ini juga mengedepankan fasilitas, seperti kolam renang

khusus untuk anak dan kolam dewasa, Kantin yang menjual aneka makanan ringan, Toilet yang bersih dan Mushola yang nyaman, tempat bersantai atau gazebo disekitarkolam,tidak hanya itu tempat wisata yang strategis dan parkir yang luas membuat pengunjung senang,selain itu kolam renang srikandi pole ini memberikan harga yang sangat bersahabat dan terjangkau bagi semua kalangan. Semakin ketatnya persaingan bisnis saat ini terutama pada perusahaan yang sejenis, membuat pemilik tempat wisata semakin berinovasi dan bergerak lebih cepat dalam memberikan pelayanan yang terbaik dan sesuai dengan selera pengunjungbahkanmelebihi ekspektasi pengunjung agar minat berkunjung kembali tercipta.

Menurut Tjiptono (2008) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang atau barangbarang yang tersedia diturunkan oleh pembeli untukmendapatkan berbagai produkproduk atau jasa yang disediakan penjual. Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong (2013) harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Di Kolam Renang ini memberikan harga yang sangat terjangkau bagi para pengunjung sehingga pengunjung yang gemar berenang tidak ragu untuk bermain dan datang kembali ketempat wisata dikarenakan harga yang ditawarkan sangat terjangkau dikalangan anak-anak, remaja dan orang tua. Hal ini lah yang membuat pengujung semakin ingin kembali berkunjung ke destinasi Kolam Renang Srikandi Pole Tulusayu Kecamatan Tumpang.

Hal tersebut kian membuktikan Salah satu aspek yang menjadi sasaran dalam strategi pemasaran perusahaan adalah minat berkunjung kembali. Perlu adanya peningkatan kualitas pelayanan untuk menciptakan minat berkunjung kembali wisatawan agar wisatawan merasa terpuaskan setelah mengunjungi suatu lokasi tersebut. Menurut Kotler dan Keller, (2021) yang mengemukakan bahwa minat berkunjung kembali merupakan perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam berkunjung kembali perilaku tersebut merupakan perilaku dimana wisatawan merespon secara positif terhadap daerah wisata yang pernah dikunjunginya sehingga akan mendorong dan memperkuat untuk kunjungan selanjutnya pada daerah wisata yang pernah dikunjungi. Kim *et al* (2012) Melakukan studi terhadap mahasiswa Amerika di Korea mengenai pengalaman berwisata di Korea, dan dalam studinya tersebut mereka membuktikan bahwa pengalaman positif yang didapatkan berbanding lurus dengan minat berkunjung kembali.

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwasanya kualitas pelayanan dan harga sangat berpengaruh kepada minat berkunjung kembali, jika kualitas pelayanan yang diberikan baik dan sesuai dengan harapan pelanggan maka pelanggan tidak ragu untuk berkunjung kembali ke Kolam Renang Srikandi Pole Tulusayu sebagai pilihan utama. Kualitas pelayanan yang baik akan menimbulkan rasa senang pada pengunjung, dan akan menimbulkan rasa kepuasan dihati pengunjung yang berpeluang besar untuk merekomendasikannya kepada orang lain. Jika seperti itu maka otomatis menguntungkan dari segi materi dan usaha karena kualitas pelayan dan

hargayang diberikan oleh Kolam Renang Srikandi Pole Tulusayu sebagai objek wisata tersebut.

Dengan demikian maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan (Studi Kasus Pada Pengunjung Kolam Renang Srikandi Pole Tulusayu Kecamatan Tumpang)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka rumusan masalah yang dihadapi adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali wisatawan?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ?

1.3 Tujuan penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan Harga secara simultan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan.
3. Untuk menganalisis pengaruh Harga terhadap minat berkunjung kembali wisatawan.

1.4 Manfaat penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan dan ilmu pengetahuan dibidang manajemen khususnya mengenai kegiatan pemasaran serta bisa menambah referensi kepustakaan bagi peneliti dimasa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan evaluasi pengembangan serta perubahan kebijakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

1.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan Harga terhadap minat berkunjung kembali, kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan.
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan.

1.2 Keterbatasan

Keterbatasan peneliti dalam penelitian ini yaitu :

1. Sampel yang dipakai dalam penelitian ini hanya 65 responden.
2. Adanya kendala penyebaran kuisioner secara offline karena minimnya jumlah pengunjung akibat covid-19.

1.3 Saran

a. Saran bagi Pengelola Tempat Wisata

Berdasarkan penelitian yang dilakukan adapun saran antara lain yaitu :

1. Seperti hasil yang diperoleh dari variabel kualitas pelayanan pada pernyataan “petugas kolam renang memberikan perhatian kepada setiap pengunjung” dengan jawaban terendah yaitu rata-rata 3.86. dengan demikian disarankan perlu adanya perhatian oleh petugas yang lebih kepada pengunjung dan menambah kualitas pelayan sehingga pengunjung merasa terpuaskan untuk menciptakan minat berkunjung kembali wisatawan.
2. Variabel minat berkunjung kembali wisatawan disarankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara memberikan perhatian yang lebih yang diberikan kolam renang srikandi pole kepada pengunjung agar dapat menarik hati pengunjung sehingga dapat menciptakan minat berkunjung kembali wisatawan.

b. Bagi peneliti selanjutnya

1. Diharap menambahkan variable lain seperti kepuasan pengunjung yang dapat mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan.
2. Disarankan untuk peneliti selanjutnya untuk menambahkan sampel

DAFTAR PUSTAKA

- Atallarick, M. D., Badri, M., & Herawati, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Museum Nasional Indonesia terhadap Minat Berkunjung Kembali Pengunjung. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 1(3), 142-151.
- Baharta, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Berkunjung Kembali (Revisit Intention) Wisata Kepesona alam Puncak. *AKBAR JUARA*, 225-240.
- Bachtiar, M. Latief. 2016. Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Pantai Kabupaten Gunung Kidul. Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Program Studi Manajemen. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Fitriani, R., & Wilardjo, S. B. (2018). Sadar wisata, kemenarikan fasilitas, jarak, pengaruhnya terhadap minat berkunjung kembali pada objek Wisata Masjid Agung Jawa Tengah di Kota Semarang. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 5(3), 259-272.
- Fajrin, A. R., Wijayanto, G., & Kornita, S. E. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi KIAM*, 32(1).
- Goetsch, D. L., & Davis, S. B. (2014). *Quality management for organizational excellence*. Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Undip .
https://www.academia.edu/10855250/Strategi_Penetapan_Harga.
<http://1futureinsights.blogspot.com/2016/07/makalah-penetapan-harga-dan-strategi.html>
- Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran 1*. Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler . (2016). *Marketing Manajemen. 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.*
- KHUSNA, N. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Ulang Konsumen Kebun Binatang Bali Safari & Marine Park di Kabupaten Gianyar Bali.
- Malhotra, Naresh. (2014). *Basic Marketing Research. Pearson Education. England.*
- Marpaung, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan keselamatan Dengan kepuasan Wisatawan sebagai. *Jurnal Penelitian Manajemen volume 1, nomer 2, 144-145.*
- Munanda, R., & Amar, S. (2019). Pengaruh kunjungan wisatawan mancanegara, rata-rata pengeluaran dan tingkat hunian hotel terhadap pendapatan Indonesia pada sektor pariwisata. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Pembangunan*, 1(1), 37-48.

- Mulyati, Y., & Afrinata, M. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Pantai CarocokPainan Kabupaten Pesisir Selatan (Studi Kasus Pada Wisatawan Domestik). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 6(2), 191-200.
- Nanang Martono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta. Rajawali Pers.
- Rambe, O. I. (2014). Pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap minat berkunjung kembali ke wonders water world waterpark cbd polonia medan. *Jurnal Sani*, N. A. A. L. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Dipo Star Finance Cabang Gatot Subroto. *PROCEEDINGS UNIVERSITAS PAMULANG*, 1(1).
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D. Bandung: Alfabeta.
- Slamet, F. F., & Fadjarwati, N. (2020). Evaluasi kinerja aset Harga domba di Kabupaten Garut. *Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas*, 4(3).
- Tendean, J., Palar, S., & Tolosang, K. (2014). Pengaruh jumlah wisatawan terhadap pendapatan asli daerah (PAD) Kota Manado melalui pajak hotel sebagai intervening variabel. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 14(3).
- Tiara, R., & Andriani, N. (2021). Kepuasan Pengunjung Berdasarkan Kualitas Pelayanan dan Harga pada Objek Wisata Bukit Jaddih di Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, 1(1).
- Tjiptono, (2016). Strategi Pemasaran, Edisi 4. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2008). Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy & Chandra, Gregorius. (2005). *Service Quality & Satisfaction*. Edisi II. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Tjiptono, (2012), *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi.
- Utami, N. D., & Ferdinand, A. T. (2019). Analisis Peningkatan Minat Berkunjung Kembali Pada Wisatawan Melalui Citra Wisata dan Nilai Budaya (Studi Pada Kota Kuningan, Jawa Barat). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 17(3), 207-221.
- Utami. Christina Whidya. (2010). Manajemen Ritel, Strategi dan Implementasi Operaional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia, Edisi 2, Penerbit Ssalemba Empat, Jakarta.
- www.prodiindustri.blogspot.com/perencanaan_pengembangan_industri.html
- www.wordpress.com/120310/perencanaan_produk.html
- Yoeti, O. A. (2013). Komersialisasi seni budaya dalam pariwisata.
- Zethaml, Valarie, Mary Jo Bitner, Dwayne D. Gremler. 2006., *Service Marketing. McGraw-Hill International Edition*.