

**PENGARUH DAYA TARIK DAN FASILITAS WISATA
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG ULANG MELALUI
KEPUASAN PENGUNJUNG**

(Studi Kasus pada Pengunjung Wisata New Mitra Apel, Kota Batu)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

DINAR EKA ALNAWATI

NPM. 22001081181



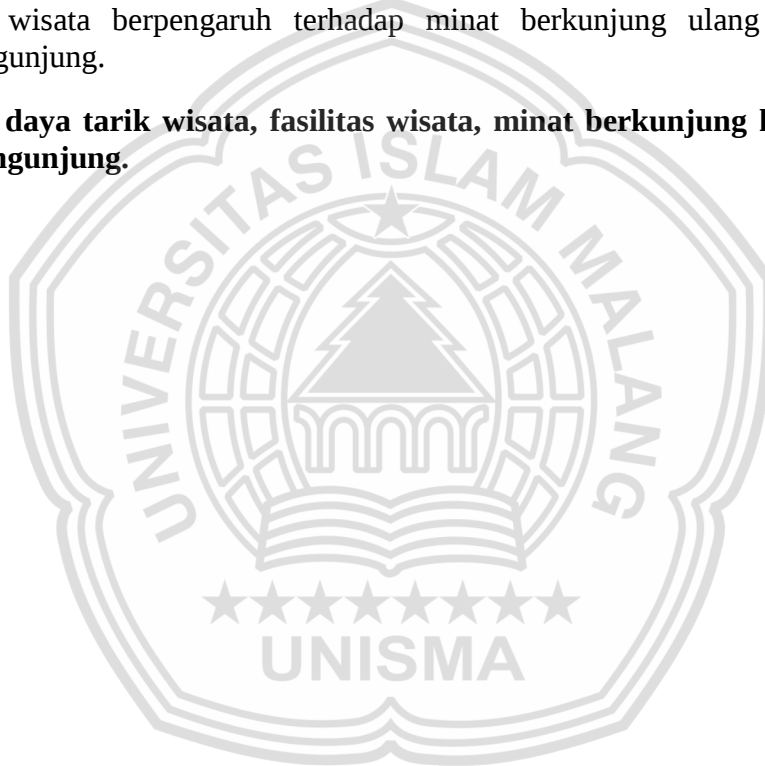
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

2024

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh daya tarik dan fasilitas wisata terhadap minat berkunjung ulang melalui kepuasan pengunjung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori. Populasi dari penelitian ini adalah pengunjung New Mitra Apel dengan jumlah sampel sebanyak 70 responden yang diperoleh dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis data *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan *software* SmartPLS 3.2.9. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang, fasilitas wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang, daya tarik dan fasilitas wisata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, kepuasan pengunjung berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang, daya tarik dan fasilitas wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang melalui kepuasan pengunjung.

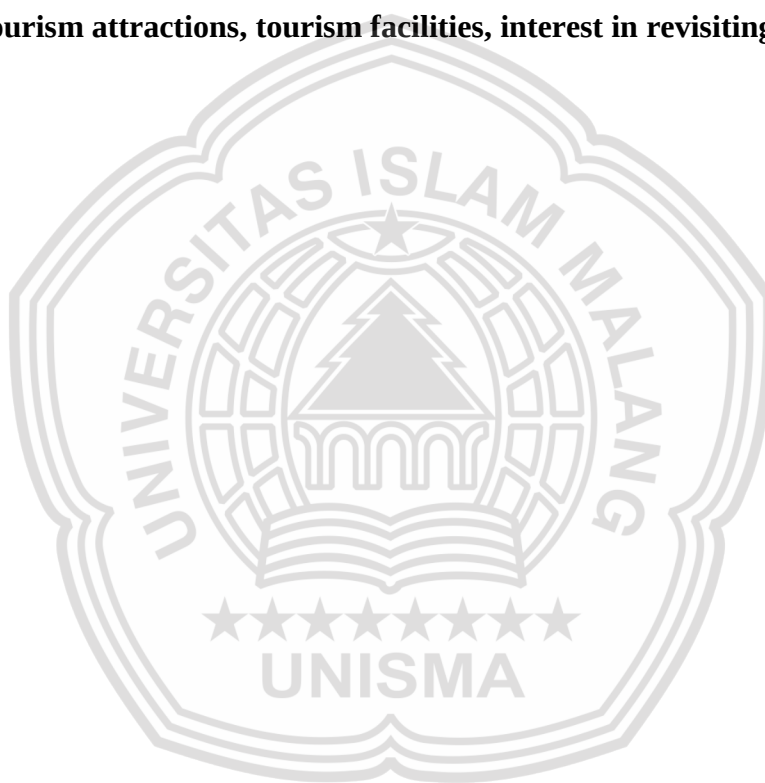
Kata Kunci: daya tarik wisata, fasilitas wisata, minat berkunjung kembali, kepuasan pengunjung.



ABSTRACT

This study was conducted to determine the effect of attractions and tourist facilities on repeat visit interest through visitor satisfaction. The method used in this research is quantitative method with explanatory research type. The population of this study were visitors to New Mitra Apel with a sample size of 70 respondents obtained using non-probability sampling techniques with a purposive sampling approach. This study uses the Structural Equation Modeling (SEM) data analysis method with the help of SmartPLS 3.2.9 software. The results of this study indicate that tourist attraction has no effect on repeat visit interest, tourist facilities affect repeat visit interest, attractiveness and tourist facilities affect visitor satisfaction, visitor satisfaction affects repeat visit interest, attractiveness and tourist facilities affect repeat visit interest through visitor satisfaction.

Keywords: tourism attractions, tourism facilities, interest in revisiting, visitor satisfaction.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata Indonesia dianggap penting dan strategis, pada tahun 2009 sektor pariwisata menduduki peringkat ketiga dalam perolehan devisa setelah bahan baku minyak dan gas serta minyak sawit. Industri pariwisata kini menjadi penggerak pertumbuhan perekonomian Indonesia yang mampu meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara dan perjalanan domestik sehingga dapat meningkatkan indeks daya saing pariwisata Indonesia di dunia global (Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian, 2021).

Indonesia merupakan salah satu negara di Asia Tenggara dengan tingkat pertumbuhan wisatawan tertinggi. Potensi besar pariwisata Indonesia terletak pada keindahan alam yang menjadikannya sebagai daya tarik wisata (Kurniawan et al., 2022). Indonesia terdiri dari banyak provinsi yang memiliki berbagai potensi wisata unggul di setiap daerahnya. Salah satu contohnya yaitu Kota Batu yang memiliki banyak potensi dalam sektor pariwisata.

Batu adalah sebuah kota wisata di provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kota ini terletak 90 km sebelah barat daya Surabaya atau 15 km sebelah barat laut Malang. Kota Batu terletak di jalur antara Malang - Kediri dan Jombang. Kota Batu berbatasan dengan Kabupaten Mojokerto dan Pasuruan di sebelah utara serta dengan Kabupaten Malang di sebelah timur, selatan, dan barat. Kota Batu dianggap sebagai salah satu kota wisata unggulan di Indonesia karena potensi keindahan alamnya yang luar biasa.

Tabel 1. 1 Data Pengunjung per Tahun Kora Batu

No	Tahun	Jumlah Pengunjung
1	2019	7,24 juta
2	2020	2,43 juta
3	2021	3,58 juta
4	2022	7,40 juta

Sumber : Dinas Pariwisata Kota Batu (2023)

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah pengunjung di Kota Batu pada tahun 2019 ke tahun berikutnya sempat mengalami penurunan dikarenakan adanya pandemi *Covid-19*, namun pada tahun 2021 mengalami sedikit peningkatan dengan jumlah pengunjung dari 2,43 juta menjadi 3,58 juta. Beberapa upaya telah dilakukan oleh Pemerintah Kota Batu untuk meningkatkan kembali jumlah kunjungan wisatawan dengan mempromosikan potensi wisata yang meliputi desa wisata, alam, dan wisata buatan. Sehingga pada tahun 2023, Dinas Pariwisata Kota Batu mencatat bahwa kunjungan wisatawan pada tahun 2022 terus membaik dan meningkat sebanyak 7,4 juta wisatawan telah mengunjungi Kota Batu (Dinas Pariwisata, 2023).

Kota Batu dikenal dengan sebutan “Kota Apel” karena produksi apel pada kota Batu yang melimpah. Banyak wisatawan yang memilih menghabiskan liburannya dengan mengunjungi kota Batu untuk melepas penat dengan menikmati keindahan dan keasrian kota Batu. Kota Batu terdapat banyak pilihan tempat wisata petik apel, salah satunya yaitu New Mitra Apel.

New Mitra Apel merupakan salah satu destinasi yang kerap menerima banyak kunjungan, yang terletak pada Jl. Bukit Berbunga, Sidomulyo, Kec. Batu, Kota Batu. Pada wisata ini jika lokasi kebun petik apel tidak memungkinkan untuk mobil pengunjung agar tidak terjadi kerusakan maka pihak koordinator menyarankan untuk pengunjung naik angkutan umum

(*shuttle*) yang telah disediakan pihak wisata untuk meminimalkan terjadinya kerusakan. Pertimbangan yang dilakukan oleh seseorang dalam mengunjungi suatu tempat pun berkaitan dengan minat seseorang dalam mengunjungi tempat atau destinasi tersebut yang juga dikenal dengan sebutan minat berkunjung (Antika et al., 2023).

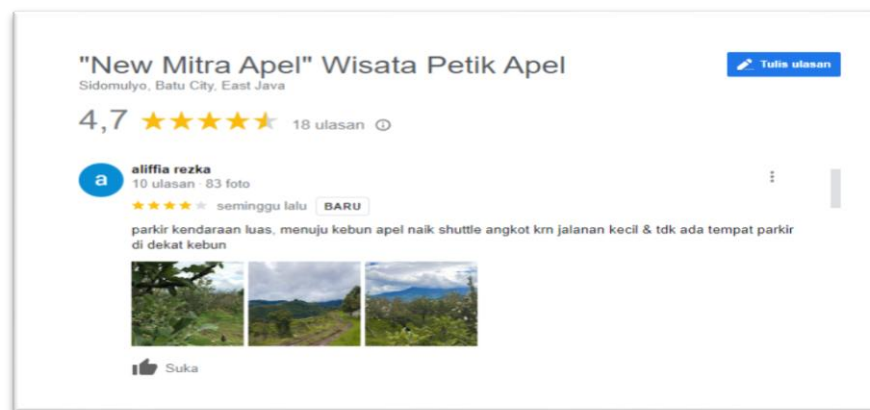
Menurut Hidayah (2019), minat berkunjung kembali sebagai bentuk loyalitas wisatawan dikarenakan destinasi wisata yang mereka kunjungi memberikan manfaat yang lebih, fenomena ini terjadi pada pengunjung wisatawan New Mitra Apel. Banyak dari mereka akan melakukan kunjungan kembali jika merasa puas dan senang ketika berkunjung karena mereka mendapat manfaat dari destinasi yang dikunjungi.

Menurut pendapat Nurlestari (2016), daya tarik wisata sebagai segala yang memiliki nilai daya tarik keunikan dan kemudahan untuk mencapai lokasi tujuan wisatawan untuk berwisata ke daerah tertentu. New Mitra Apel memiliki keindahan alam yang bagus sebagai daya tarik sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Tetapi New Mitra Apel mengusung konsep yang sama dengan wisata petik apel lainnya yaitu setiap pengunjung dapat menikmati buah apel sepuasnya tanpa batasan waktu dan buah dengan hanya membayar sebesar Rp. 25.000, hal ini membuat New Mitra Apel kurang memiliki daya tarik unggul yang dapat membedakan dari wisata petik apel lainnya. Dengan begitu hal ini tidak selalu dapat mempengaruhi minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Seperti terdapat perbedaan hasil pada penelitian yang dilakukan oleh (Kurniawan et al., 2022) bahwa daya tarik berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang, sedangkan menurut

penelitian Indriastuty et al., (2020) menyatakan daya tarik wisata tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang.

Timbulnya minat berkunjung ulang juga tidak semata mata hanya karena keunikan dan keunggulan wisatanya saja, melainkan juga fasilitas yang dimiliki wisata tersebut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lestari et al., (2022) bahwa fasilitas wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang. Wisatawan akan berkunjung kembali jika tersedia fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhannya selama menikmati daya tarik wisata tersebut. Fasilitas menurut Sammeng (2001), merupakan hal penting yang perlu diperhatikan untuk mengembangkan pariwisata. New Mitra Apel menyediakan fasilitas berupa *rest area* yang luas, kantin, toilet, serta terdapat juga beberapa spot foto pada kebun apel (Kota Wisata Batu, 2022). Untuk itu fasilitas pada objek wisata ini cukup memadai walaupun belum lengkap karena tidak adanya tempat parkir pada area kebun dan belum tersedianya tempat ibadah (*mushola*). Terbukti dengan adanya ulasan kritik tentang akses yang sulit dicapai karena jalanan kecil dan tidak terdapat parkir didekat lokasi kebun.

Dengan adanya daya tarik dan fasilitas wisata tersebut New Mitra Apel menjadi salah satu tempat petik apel favorit di Kota Batu. Hal ini terbukti pada banyaknya ulasan positif dari pengunjung dengan memperoleh *rating* 4,7/5. Namun dengan adanya daya tarik dan fasilitas wisata yang menarik dan lengkap tidak menutup kemungkinan terjadinya penurunan pengunjung. Hal ini kemudian memunculkan pertanyaan untuk menyiasati agar pengunjung tetap melakukan kunjungan.



Sumber: Ulasan Google

Oleh karena itu, pengelola New Mitra Apel harus dituntut untuk selalu memberikan fasilitas dan menciptakan keunggulan pada wisatanya sehingga dapat menjadi daya tarik tersendiri yang dapat menciptakan kepuasan pengunjung. Menurut Kotler (2010), kepuasan adalah rasa senang atau kecewa seseorang karena membandingkan kinerja produk yang diharapkan dengan kinerja hasil. Jika mereka merasa bahwa pada tempat wisata yang dikunjungi sesuai dengan harapan maka akan memunculkan kepuasan, begitupun sebaliknya jika tidak sesuai dengan harapannya maka akan menimbulkan perasaan kecewa pada pengunjung.

Dari kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung tersebut maka akan menimbulkan minat berkunjung ulang pada objek wisata yang dikunjungi sebelumnya, untuk itu peneliti menganggap daya tarik dan fasilitas wisata begitu penting dalam menciptakan kepuasan pengunjung yang dapat menimbulkan minat berkunjung ulang wisatawan. Sehingga peneliti melakukan sebuah penelitian dengan judul “ **Pengaruh Daya Tarik dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan**

Pengunjung (Studi Kasus pada Pengunjung Wisata New Mitra Apel, Kota Batu)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat dikemukakan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulang?
2. Bagaimana pengaruh fasilitas wisata terhadap minat berkunjung ulang?
3. Bagaimana pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung?
4. Bagaimana pengaruh fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan pengunjung terhadap minat berkunjung ulang?
6. Bagaimana pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulang melalui kepuasan pengunjung?
7. Bagaimana pengaruh fasilitas wisata terhadap minat berkunjung ulang melalui kepuasan pengunjung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulang.
2. Menganalisis pengaruh fasilitas wisata terhadap minat berkunjung ulang.
3. Menganalisis pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung.
4. Menganalisis pengaruh fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung.

5. Menganalisis pengaruh kepuasan pengunjung terhadap minat berkunjung ulang.
6. Menganalisis pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulang melalui kepuasan pengunjung.
7. Menganalisis pengaruh fasilitas wisata terhadap minat berkunjung ulang melalui kepuasan pengunjung.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, maka diharapkan dapat memberi manfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan, adapun manfaat dari hasil penelitian ini adalah :

a) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam dunia pendidikan yang akan melakukan proses penelitian dan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.

b) Manfaat Praktis

- Bagi Akademisi

Hasil dari penelitian ini nantinya diharapkan dapat digunakan sebagai referensi tambahan untuk penelitian selanjutnya dengan topik yang sama.

- Bagi Destinasi Wisata

Hasil penelitian ini menghasilkan informasi yang dapat digunakan untuk bahan evaluasi dalam menerapkan strategi pengembangan wisata.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Setelah melakukan analisis data dengan berbagai macam rangkaian pengujian statistik dan hipotesis, maka hasil pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Daya tarik wisata tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang. Meskipun New Mitra Apel memiliki keunikan pada konsepnya sebagai daya tarik, namun hal tersebut tidak berdampak pada minat pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang.
2. Fasilitas wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang. Dengan adanya fasilitas yang memadai akan membuat pengunjung merasa nyaman dan dapat mempengaruhi minat untuk melakukan kunjungan ulang.
3. Daya tarik wisata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Pengunjung akan merasa puas jika tempat yang dikunjungi sesuai dengan harapan. Oleh karena itu penting bagi sebuah wisata menciptakan daya tarik sebagai pembeda dari tempat lain.
4. Fasilitas wisata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Pengunjung yang merasa adanya fasilitas yang memadai dan memudahkan selama kunjungan akan menimbulkan rasa puas.
5. Kepuasan pengunjung berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang. Jika pengunjung merasa puas selama berkunjung, maka akan

menimbulkan minat untuk melakukan kunjungan kembali pada wisata yang pernah dikunjungi sebelumnya.

6. Daya tarik wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang pada New Mitra Apel melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening. Pengunjung yang merasa tertarik dengan adanya daya tarik pada wisata yang dikunjungi akan cenderung memutuskan untuk berkunjung ulang.
7. Fasilitas wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang pada New Mitra Apel melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening. Pengunjung yang merasa puas dengan adanya fasilitas akan cenderung memutuskan untuk berkunjung ulang.

5.2 Keterbatasan

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan, karena sebuah penelitian tidak terlepas dari ssebuah keterbatasan. Namun penelitian ini diharapkan tetap memberi manfaat meskipun memiliki keterbatasan. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah hanya menggunakan dua variabel bebas yaitu daya tarik dan fasilitas wisata, sedangkan masih banyak variabel bebas yang dapat digunakan untuk menunjang kualitas penelitian.

5.3 Saran

a) Bagi Objek Penelitian

Berdasarkan hasil pada penelitian ini, diharapkan dapat menjadi masukan, saran serta bahan evaluasi dalam menerapkan strategi untuk

meningkatkan kualitas dan mengembangkan objek wisata New Mitra Apel, Kota Batu.

Sesuai dengan hasil jawaban responden pada variabel daya tarik wisata dengan pernyataan “Saya merasa bahwa keunikan New Mitra Apel membedakannya dari tempat wisata lainnya”, memiliki skor terendah tetapi masih masuk pada kategori baik dan tidak terdapat pengaruh daya tarik terhadap minat berkunjung ulang, maka diharapkan pengelola New Mitra Apel untuk meningkatkan dan menciptakan keunikan baru seperti mendesain kebun petik apel dengan tema yang unik seperti tenda atau pondok dengan desain yang terinspirasi dari alam dan apel agar semakin menarik wisatawan untuk berkunjung dan membuatnya merasa puas selama berkunjung sehingga ingin terus kembali kunjung pada New Mitra Ape, Kota Batu.

b) Bagi Penelitian Selanjutnya

1. Dapat melakukan penambahan variabel, untuk mengeksplorasi hubungan yang lebih kompleks dan yang mungkin tidak terungkap pada penelitian sebelumnya.
2. Diharapkan dapat menambah item pernyataan agar memperoleh hasil yang lebih baik, agar membantu menggali hasil yang mungkin tidak tercakup oleh pertanyaan yang sudah ada.
3. Dapat melakukan penambahan jumlah responden, untuk meningkatkan generalisasi hasil penelitian atau survei. Semakin besar sampel yang diambil maka semakin representatif hasilnya terhadap populasi yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*.
- Abdurrohman, F., & Wibawanto, D. S. (2021). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Obyek Wisata Pantai Logending)*.
- Ajzen. (1991). *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*.
- Ajzen, I. (1998). *Attitudes, Personality, and Behavior*. Chicago : Dorsey Press.
- Andina, S. A., & Aliyah, I. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Dalam Mengunjungi Wisata Budaya Candi Borobudur. *Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 22(3), 27–38.
- Antika, M. T., Susyanti, J., & Bastomi, M. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Word Of Mouth, Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Pada Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (Studi Kasus Pada Generasi Z di Kota Malang). *Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 2571–2581.
- Aviolitasona, G. B. (2017). *Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Umbul Sewu Pengging Boyolali*. Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta. 14.
- Batubara, R. P., & Putri, D. A. (2022). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Di Taman Nasional Gunung Halimun Salak. *Jurnal Industri Pariwisata*, 4(2), 94–101.
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (2003). *No TitleThe Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Wallingford, UK: CABL.
- Darojat, I. (2021). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Citra Raya Water World). *Dynamic Management Journal*, 5(1), 23–37.
- Diana, W. (2019). Faktor-faktor yang sangat dominan memengaruhi daya tarik Destinasi pariwisata Lubuk Minturun di Kota Padang. *Jurnal Menara Ilmu*, XIII(4), 163–168.
- Dinas Pariwisata, K. B. (2023). *Kunjungan Wisatawan*. Pariwisata.Batu.Kota.
- Fauzi, U., Nurhidayah, N., & Novianto, A. S. (2023). Pengaruh Brand Awareness dan Product Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Eastu Coffeebar

Wajak). *Jurnal Riset Manajemen*, 12(1), 1434–1444.

Fitriya, S. (2023). Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Objek Wisata Kabupaten Kerinci. *Journal Business Economics and Entrepreneurship*, 5(2), 186–195.

Ghozali. (2014). *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP, Semarang.

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas.

Ghozali, I., & Hengky, L. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Undip. SemarangHarnanto. 2017. *Akuntansi Biaya: Sistem Biaya Historis*. Yogyakarta: BPFE.

Gunderson, M., G. M, H., & Olsson., U. H. (1996). *Hotel Satisfaction among Bussiness Travellers*.Cornel H.R.A.

Hidayah, Nurdin. (2019). *Pemasaran Destinasi Wisata*.Alfabeta, Cv.

Indriastuty, N., Eko Saputro, W., & Sukimin, S. (2020). Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal GeoEkonomi*, 11(1), 56–73.

Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian, R. I. (2021). *Pembangunan Kepariwisataaan Melalui Pengembangan Desa Wisata Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi*. Sumber Ekon.Go.Id.

Kota Wisata Batu, P. S. (2022). *Wisata Petik Apel "New Mitra Apel."* <https://pengembangansdmkwb.blogspot.com/p/wisata-petik-apel-new-mitra-apel.html>

Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2010. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi ke 12. Jilid 1. Jakarta : Penerbit Erlangga.

Kurniawan, A. E., Purwanto, H., & Asmike, M. (2022). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Pada Mojosemi Forest Park Kabupaten Magetan. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA) 4, September 2022*.

Lestari, S., Yulita, I. K., & Prabowo, T. H. E. (2022). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Ulang (Studi kasus Wisatawan Pantai Klayar Pacitan). *Journal of Research in Business and Economics*, 5(1), 1–28.

Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empa.

Malhotra, & Naresh, K. (2006). *Riset Pemasaran : Pendekatan Terapan Jilid 2*. Jakarta : PT. Indeks.

- Nuraeni, B. S. (2014). Analisi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang . Jurnal Bisnis Strategi.
- Nurlestari, Ajeng Fitri. (2016). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang Wisatawan dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor. Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor.
- Nurmala, N., Sullaida, S., & Damanhur, D. (2022). Pengaruh Fasilitas Wisata, Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Pantai Ujong Blang Lhokseumawe. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 23(2), 73–78.
- Sammeng. (2001). *Cakrawalan Pariwisata*. Jakarta; Balai Pustaka.
- Sekaran, U. & Bougie, R. J. (2016). *Research Methods for Business: A skill Building Approach*. 7th Edition, John Wiley & Sons Inc. New York, US.
- Septianing, A. D., & Farida, N. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pengunjung (Studi Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 781–792.
- Soekadijo, R. G. (2000). *Anatomi Pariwisata (Memahami Pariwisata Sebagai "Systemic Linkage"*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyanto. (2014). *engukuran Dan Penlilain Hasil Belajar*. Psikologi Pendidikan.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *"Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D"*. Bandung : Alfabeta.
- Suningrat, & Nurhudayati, D. (2022). Mediasi Self Efficacy pada Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK. *Jurnal Manajemen Dan Strategi Bisnis*, 3(2), 92–101.
- Taylor A, S. and B. (1994). An Assesment of the Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction in the Information of Customers Purchase Intentions. *Journal of Retailing*, 70(2), 163–178.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Udiyana, B. G. I., Kepramareni, P., & Erlinawati. (2018). Pendekatan Dimensi Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Biaya Perjalanan Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kunjungan Wisatawan Pada Obyek Wisata

Pantai Plengkung Di Kabupaten Banyuwangi Propinsi Jawa Timur (Upaya Pemberdayaan Pengusaha Lokal S. *Jurnal KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 10(1), 102–108.

