

PENGARUH HARGA, FASILITAS, LOKASI DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KEBUN REFUGIA DI KABUPATEN MAGETAN

Edwin Dwiki Darmawan¹⁾

¹Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas PGRI Madiun

email: edwindwiki02@gmail.com

Abstract

The aim of the research is to find out whether there is an influence of price, facilities, location, service quality on consumer satisfaction. This research was conducted in the Magetan refugia flower garden. The research sample was 385 respondents. The research method used is a quantitative approach using SPSS software. The results of this research show that price has a positive influence on consumer satisfaction, facilities have a positive influence on consumer satisfaction, location has a positive influence on consumer satisfaction, service quality has a positive influence on consumer satisfaction.

Keywords: price, facilities, location, service quality, customer satisfaction

Abstrak

Tujuan penelitian untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga, fasilitas, lokasi, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan di kebun bunga refugia magetan. Sampel penelitian 385 responden. Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif dengan menggunakan software spss. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: harga, fasilitas, lokasi, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Salah satu industri yang telah mengalami banyak transformasi selama bertahun-tahun adalah pariwisata. Industri pariwisata merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kemajuan ekonomi masyarakat. Pariwisata telah menjadi aktivitas sosial ekonomi dan industri dalam skala besar yang menghasilkan pertumbuhan ekonomi. Pariwisata menurut undang-undang Nomor 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan obyek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Kabupaten Magetan memiliki banyak tempat wisata yang menarik setiap tempat memiliki daya tarik tersendiri, yaitu Telaga Sarangan, Mojosemi Forest Park, Kebun Bunga Refugia, Taman Wisata Genilangit, Telaga Wahyu.

Salah satu tempat wisata di Magetan yaitu Kebun Bunga Refugia. Wisata ini merupakan tempat untuk rekreasi dan tempat untuk hiburan dan melepas rasa lelah. Wisata ini tidak hanya diminati oleh anak-anak saja akan tetapi juga orang dewasa hingga lanjut usia. Berdasarkan data yang tertera pada dinas pariwisata Kabupaten Magetan, Kebun Refugia merupakan salah satu tempat wisata yang diminati, tempatnya yang strategis dekat dengan pasar wisata plaosan menjadikan tempat wisata ini selalu ramai dikunjungi wisatawan dari luar kota maupun dalam kota, beberapa faktor yang bisa menjadi pertimbangan kepuasan konsumen seperti harga yang terjangkau, lokasi tempat wisata yang strategis, fasilitas yang memadai, dan kualitas pelayanan yang memuaskan.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh research gap pada penelitian terdahulu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Suwikromo, Soegoto, & Ogi, 2022) yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berbeda dengan penelitian (Halim, 2023) yang menyatakan bahwa harga memberikan pengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pengunjung. (Halim, 2023) yang menunjukkan bahwa

Fasilitas tidak mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Berbeda dengan penelitian (Jayanti & Yulianthini, 2022) , yang menyatakan bahwa fasilitas memberikan pengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (Vira, 2023) yang menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (Ade Ariyana, 2023) Yang menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. (Lumempow, Worang, & Gunawan, 2023) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berbeda dengan penelitian (Septianing & Farida, 2021) Yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

2. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan diadakan penelitian ini, sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap kepuasan konsumen di Kebun Bunga Refugia Di Kabupaten Magetan.
- b. Untuk mengetahui pengaruh Fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Kebun Bunga Refugia Di Kabupaten Magetan.
- c. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap kepuasan konsumen di Kebun Bunga Refugia Di Kabupaten Magetan.
- d. Untuk mengetahui pengaruh Service Qauality terhadap kepuasan konsumen di Kebun Bunga Refugia Di Kabupaten Magetan.

3. Manfaat Penelitian

- a. Bagi Peneliti

Dengan penelitian yang dilakukan dapat memberikan wawasan pengetahuan dan memberikan kontribusi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu pemasaran.

b. Bagi Pengelola Objek Wisata

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pengelola objek wisata Kebun Bunga Refugia membuat keputusan dan membuat strategi. digunakan untuk mempercepat pengembangan Kebun Bunga Refugia.

4. Kajian Pustaka

a. Definisi Expectancy Disconfirmation Theory

Grand theory yang digunakan dalam penelitian ini adalah Expectancy Disconfirmation Theory (teori kepuasan). Teori ini merupakan teori yang dirumuskan oleh Richard L. Oliver pada tahun 1980. Teori Expectancy Disconfirmation Theory atau (EDT), adalah teori yang sering digunakan untuk menjelaskan bagaimana kepuasan atau ketidakpuasan terjadi. Teori ini menjelaskan bahwa rasa kepuasan atau ketidakpuasan didapat setelah membeli suatu produk, dan kemudian mereka membandingkan kinerja produk yang diharapkan dengan kinerja produk sebenarnya (Elkhani & Bakri, 2012).

b. Teori Cognitive Dissonance Theory (CDT)

yang pertama kali dibuat oleh Leon Festinger pada tahun 1957, adalah evolusi dari Theory Expectancy Disconfirmation. Teori ini juga dikenal sebagai Theory The Expectancy Disconfirmation Model. Teori CDT mencocokkan harapan seseorang terhadap sesuatu dengan pengalaman langsung yang mereka alami tentang hal tersebut (Elkhani & Bakri, 2012) Teori Disconfirmation Expectancy Model ini berasal dari teori CDT dan digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan berdasarkan perbedaan antara pengalaman dan harapan pelanggan tentang produk atau layanan yang dirasakan. Empat komponen terdiri dari model teori ini (Elkhani & Bakri, 2012):

B. METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendapat dari Sugiyono (2016) mengemukakan bahwa metodel penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metodel penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada

populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Metode penelitian yang memaparkan atau menggambarkan sesuatu hal, yaitu tingkat pengaruh harga, fasilitas, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada pengunjung Kebun Refugia Di Kabupaten Magetan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Instrumen

a) Uji Validitas

Uji Validitas dalam penelitian ini merujuk pada tingkat ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya Imam Ghazali (2014:44). Uji validitas dinyatakan valid jika nilai r hitung $>$ nilai r tabel, dengan nilai signifikansi $< 0,05$. Dalam penelitian ini menggunakan $df = 384 - 2 = 382$, maka mendapatkan nilai r tabel 0.0841. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel Uji Validitas				
Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
X1.1	0.787	0.0841	0.000	Valid
X1.2	0.734	0.0841	0.000	Valid
X1.3	0.766	0.0841	0.000	Valid
X1.4	0.768	0.0841	0.000	Valid
X1.5	0.782	0.0841	0.000	Valid
X1.6	0.813	0.0841	0.000	Valid
X1.7	0.836	0.0841	0.000	Valid
X1.8	0.773	0.0841	0.000	Valid
Total X1	1	0.0841	0.000	Valid
X2.1	0.772	0.0841	0.000	Valid
X2.2	0.811	0.0841	0.000	Valid
X2.3	0.808	0.0841	0.000	Valid
X2.4	0.827	0.0841	0.000	Valid
X2.5	0.837	0.0841	0.000	Valid
X2.6	0.798	0.0841	0.000	Valid
Total X2	1	0.0841	0.000	Valid

X3.1	0.794	0.0841	0.000	Valid
X3.2	0.819	0.0841	0.000	Valid
X3.3	0.849	0.0841	0.000	Valid
X3.4	0.822	0.0841	0.000	Valid
X3.5	0.825	0.0841	0.000	Valid
X3.6	0.808	0.0841	0.000	Valid
Total X3	1	0.0841	0.000	Valid
X4.1	0.827	0.0841	0.000	Valid
X4.2	0.836	0.0841	0.000	Valid
X4.3	0.851	0.0841	0.000	Valid
X4.4	0.835	0.0841	0.000	Valid
X4.5	0.818	0.0841	0.000	Valid
X4.6	0.819	0.0841	0.000	Valid
Total X4	1	0.0841	0.000	Valid
Y1	0.858	0.0841	0.000	Valid
Y2	0.846	0.0841	0.000	Valid
Y3	0.860	0.0841	0.000	Valid
Y4	0.839	0.0841	0.000	Valid
Y5	0.829	0.0841	0.000	Valid
Y6	0.801	0.0841	0.000	Valid
totally	1	0.0841	0.000	Valid

Sumbelr: Data Diolah (2024)

b) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dalam pelnelitian ini merupakan suatu pengukuran dan dapat memberikan hasil yang hampir sama jika dilakukan kembali pada subjek yang sama dan pada waktu yang berbeda. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan Cronbach's Alpha, jika Cronbach's Alpha $> 0,70$ maka pertanyaan dinyatakan reliabel (Ghozali, 2018). Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel Hasil Uji Reliabilitas

Variabell	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Harga	0.909	Reliabel
Fasilitas	0.894	Reliabel
Lokasi	0.902	Reliabel
<i>ServicelQuality</i>	0.910	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0.916	Reliabel

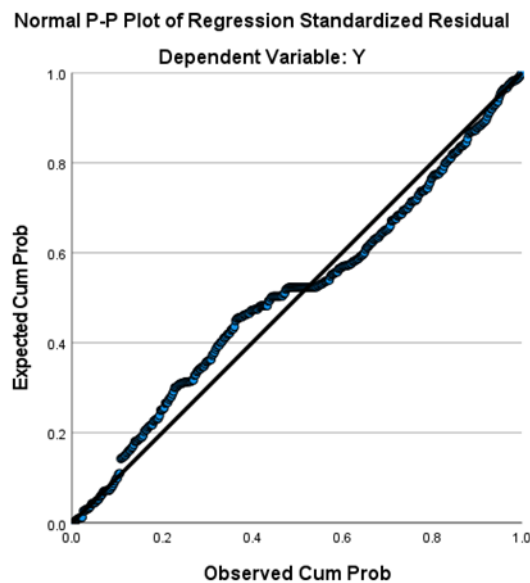
Sumbelr: Data Diolah (2024)

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas diperlukan untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam regresi mengikuti distribusi normal. Dalam penelitian ini, normalitas distribusi data diperiksa dengan menganalisis nilai residual dari model regresi yang diuji. Residual yang terdistribusi normal akan berada di sekitar garis horizontal dan tidak menyebar jauh dari garis diagonal. Hal ini dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar Hasil Uji Normalitas



b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dalam penelitian ini digunakan untuk menentukan apakah ada hubungan yang lebih tinggi atau sempurna antara variabel bebas dalam model regresi yang dihasilkan. Jika nilai Tolerance $\geq 0,10$ dan VIF ≤ 10 , maka tidak terdapat gejala multikolinieritas. Berikut tabel dari hasil uji multikolinearitas:

Tabel Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Bebas Penelitian	Variance Influence Factor (VIF)	Tolerance	Keterangan
Harga (X1)	4.120	0.243	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Fasilitas (X2)	5.206	0.192	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Lokasi (X3)	3.140	0.318	Tidak Terjadi Multikolinieritas
<i>Selrvicel Quality</i> (X4)	4.348	0.230	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumbelr: Data Diolah (2024)

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah varian residual dalam model regresi berbeda pada pengamatan model. Penelitian ini menggunakan uji glejser. Hasil uji dikatakan tidak terdapat heteroskedastisitas jika nilai signifikansi $> 0,05$. Hasil uji ini sebagai berikut:

Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel Bebas Pelnelitian	$> \alpha$	Sig.	Keterangan
Harga (X1)	0.05	0.613	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Fasilitas (X2)	0.05	0.302	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Lokasi (X3)	0.05	0.825	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
<i>Selrvicel Quality</i> (X4)	0.05	0.197	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumbelr: Data Diolah (2024)

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh variabel bebas, Harga (X1), Fasilitas (X2), Lokasi (X3), Kualitas Pelayanan (X4) terhadap variabel delpenden Kepuasan Konsumen (Y). Hasil perhitungan regresi linear dengan program SPSS dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	-.387	.648	
	Harga	.231	.036	.286
	Fasilitas	.176	.054	.165
	Lokasi	.098	.042	.093
	Service Quality	.433	.047	.421

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Diolah (2024)

4. Uji Hipotesis

a) Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Uji koefisien determinasi (Uji R^2) bertujuan untuk mengukur sejauh mana variabel bebas dapat menjelaskan variasi variabel terikat, baik secara parsial maupun simultan.

Hasil uji Koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.903 ^a	.815	.813	1.798

a. Predictors: (Constant), Service Quality, Lokasi, Harga, Fasilitas

Sumber: Data Diolah (2024)

b) Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji parsial dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila nilai signifikan pada t hitung < 0.05 dan $> t$ tabel, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel

independen terhadap variabel dependen. Hasil uji T dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	-.387	.648		-.596
	Harga	.231	.036	.286	6.379
	Fasilitas	.176	.054	.165	3.273
	Lokasi	.098	.042	.093	2.363
	Service Quality	.433	.047	.421	9.133

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Diolah (2024)

D. SIMPULAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif, yang bertujuan untuk memaparkan atau menggambarkan sesuatu hal, yaitu tingkat pengaruh harga, fasilitas, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada pengunjung Kebun Refugia Di Kabupaten Magetan. Data diperoleh dengan metode survey melalui google form yang ditujukan kepada pengunjung Kebun Refugia Kabupaten Magetan. Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan adalah pengunjung yang pernah mengunjungi wisata Kebun Bunga Refugia lebih dari satu kali, sehingga mendapatkan jumlah sampel 384 responden.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

- Variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya, harga menjadi salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung.
- Variabel fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, hal ini dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya,

- semakin baik fasilitas yang disediakan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengunjung. Fasilitas yang lengkap, bersih, dan berfungsi dengan baik akan meningkatkan persepsi pengunjung terhadap kualitas destinasi wisata.
- c) Dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga berarti bahwa lokasi sebagai salah satu elemen penting dalam pariwisata memiliki peran yang sangat krusial dalam menentukan tingkat kepuasan pengunjung.
 - d) Variabel service quality berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penentu utama dalam kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik akan membuat pengunjung merasa nyaman, dihargai, dan senang, sehingga meningkatkan kepuasan pada Kebun Refugia Kabupaten Magetan.

E. Saran

Berdasarkan rangkaian penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

a) Bagi Pengelola Kebun Refugia

Tingkatkan kualitas dan kuantitas fasilitas secara bertahap. Prioritaskan fasilitas yang paling dibutuhkan pengunjung berdasarkan survei kepuasan. Pertimbangkan juga penawaran paket atau diskon khusus untuk menarik pengunjung tertentu.

Gunakan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pengunjung, seperti aplikasi mobile untuk pemesanan tiket, informasi wisata, dan pembayaran. Serta, buat program loyalitas untuk mempertahankan pelanggan setia dan menarik pengunjung baru.

b) Bagi Penelitian Selanjutnya

Libatkan lebih banyak variabel, seperti suasana, keamanan, dan aksesibilitas, dalam analisis pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Penelitian kualitatif dapat dilakukan untuk menggali lebih dalam mengenai persepsi dan harapan pengunjung terhadap Kebun Refugia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Ariyana, A. F. (2023). Pengaruh harga, lokasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen, 2(2), 23–28.
- Alma, B. (2003). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Bandung: Alfabeta.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPEL)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupel.v8n3.p86-94>
- Bago, R., Sutardjo, A., & Anggraini, M. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ells Coffel Di Padang. *Jurnal Matua*, 4(2), 215–226. Retrieved from <https://ejurnal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/571>
- Elkhani & Bakri, aryati bt. (2012). *Expectancy Disconfirmation Theory*.
- Faris Zakaria, & Suprihardjo, R. D. (2014). Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata di Desa Bandungan Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan. *JURNAL TEKNIK POMITS*, 3(5), 2301–9271. <https://doi.org/10.1097/00130404-200409000-00009>
- Gustomo, R. P., & Wahyuni, D. U. (2022). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Panji Sport Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(10), 1–20.
- H.Kodhyat. (1983). *Sejarah Pariwisata dan Perkembangannya di Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Halim, J. J. (2023). Pengaruh Fasilitas dan Harga terhadap Kepuasan Pengunjung (Study Kasus pada Camp Kobels). *Keizai*, 4(1), 44. <https://doi.org/10.56589/keizai.v4i1.306>
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Jayanti, N. L. S., & Yulianthini, N. N. (2022). Pengaruh Fasilitas Serta Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Domestik Objek Wisata Taman Air Tirtagangga. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(3), 306–312. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i3.37309>
- Junior, O. M. S., Areros, W. A., & Pio, R. J. (2019). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Datsun Nissan Martadinata). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 1. <https://doi.org/10.35797/jab.8.2.2019.23508.1-9>

- Keputusan, T., Pada, P., Indomaret, P. T., & Unit, M. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pelmbelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sela. *Jurnal EIMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3068–3077. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21224>
- Kotler, P. dan G. A. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lumempow, K. R., Worang, F. G., & Gunawan, El. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swiss Bell Hotel Malelosan Manado. *Jurnal EMBA*, 11(1), 1–11.
- Morissan, A. . (2010). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Musanef. (1995). *Manajemen Usaha Pariwisata di Indonesia*. Jakarta: PT Toko Gunung Agung.
- Nirwana. (2012). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Alta.
- Primadany, S. R., & Mardiyono, R. (2023). ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA DAERAH (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk) Selfira, 1(4), 135–143.
- Purnama, N. (2006). *Manajemen Kuaitas Perspektif Global*. Yogyakarta: Ekonosia.
- Septianing, A. D., & Farida, N. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pengunjung (Studi Obyek Wisata Goa Krela Kota Selmarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 781–792. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29796>
- Srijani, N., & Hidayat, A. S. (2018). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aston Madiun Hotel & Conference Center. *Wiga : Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 7(1), 31–38. <https://doi.org/10.30741/wiga.v7i1.336>
- Sulistyawati, N. M. (2015). Kepuasan Pelanggan Restoran Indus. *E- Jurnal Manajemen Unud*, 4(8), 2318–2332.
- Suwikromo, R. M., Soegoto, A. S., & Ogi, I. W. J. (2022). Analisis Kualitas Produk , Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pt . Air Manado A Nalysis Of Thel Effelct Of Product Quality , Pricel And Service Quality On Customer Satisfaction At Pt Air Manado. *Jurnal Emba,E-Jurnal UNSRAT*, 10(3), 410–421.
- Tjiptono, fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa Edisi Terbaru*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Vira, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(02), 148–154. <https://doi.org/10.56127/jukim.v2i02.887>
- Yoeti, O. A. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Yulita, R., & Safrizal. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Grand Hawaii Hotel Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(01), 115–124. <https://doi.org/10.56127/jukim.v2i01.455>