

---

## Pengaruh Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pengunjung pada Objek Wisata Permandian Air Panas Makula Kabupaten Tana Toraja

Bernike Friska Liling<sup>1</sup>, Abedneigo C. Rambulangi<sup>2</sup>, Jens Batara Marewa<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Kristen Indonesia Toraja

Email: [friskabernike16@gmail.com](mailto:friskabernike16@gmail.com)<sup>1</sup>

---

### Article History:

Received: 25 Agustus 2024

Revised: 16 September 2024

Accepted: 17 September 2024

**Keywords:** Service, Satisfaction, Loyalty

***Abstract:** This research aims to determine visitors' perceptions of service and its impact on their level of satisfaction and loyalty. This type of research is quantitative research. With data collection methods through observation, and questionnaires. The data analysis techniques used in this research are descriptive statistics and regression to identify factors that influence visitor satisfaction and loyalty. The results of this research show that factors such as service quality, price, cleanliness and facilities play an important role in determining the level of visitor satisfaction and loyalty. The practical implication of this research is the importance of tourist attractions continuing to improve service quality, in order to increase the satisfaction and loyalty of their visitors.*

---

## PENDAHULUAN

Industri pariwisata merupakan kumpulan usaha yang berfokus, pada layanan, promosi, dan pengembangan yang berkaitan dengan perjalanan dan wisata. Pariwisata adalah bentuk keanekaragaman yang berpotensi untuk mengembangkan ekonomi suatu daerah, meningkatkan pendapatan masyarakat setempat serta melestarikan budaya setempat. Dengan memanfaatkan sumber kekayaan alam dan budaya yang dimiliki suatu wilayah, pariwisata dapat menjadi salah satu factor unggulan yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Pariwisata memberikan kenikmatan suguhan segala sesuatu yang dapat dirasakan seperti berupa keindahan segala yang dibuat oleh alam atau manusia (Enden, 2021). Namun seiring berkembangnya jaman mengakibatkan persaingan bisnis yang semakin ketat termasuk dalam bidang industry pariwisata. Salah satu keberhasilan pengembangan tempat wisata yaitu bisa dilihat dari beberapa banyak pengunjung yang datang. Meningkatkan kunjungan wisata dibangun dari terciptanya kepuasan dan loyalitas pengujung terhadap destinasi wisata yang telah dikunjungi.

Salah satu daerah yang memiliki keanekaragaman yang berpotensi baik bagi lingkungan yaitu Kabupaten Tana Toraja. Yang merupakan daerah yang terletak di Provinsi Sulawesi Selatan Kecamatan Sangalla yang memiliki kekayaan alam yang berlimpah dan berpotensi untuk dikembangkan pariwisatanya mulai dari wisata alam, wisata budaya, wisata realigi, dan wisata buatan. Salah satu wisata alam yang berada dikabupaten Tana Toraja yang berpotensi untuk dikembangkan adalah Objek Wisata Permandian Air Panas Makula yang terletak di Kecamatan Sangalla Kabupaten Tana Toraja.

Walaupun sudah dilengkapi dengan fasilitas umum namun Permandian Air Panas Makula ini masih perlu untuk dikembangkan. Hal ini terjadi karena beberapa faktor misalnya bertambahnya objek wisata baru, serta akses jalan yang ditempuh, kurang perhatian dari lingkungan sekitar, serta akibat kurangnya fasilitas yang ada. Salah satu indikator yang dapat digunakan untuk mengetahui kinerja system pelayanan suatu objek wisata adalah dengan mengukur kualitas pelayanan. Pengukuran tersebut dilakukan dengan melakukan

pengukuran kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Menurut para akademisi, kepuasan merupakan konstruk yang berdiri sendiri dan dipengaruhi oleh kualitas layanan.

Kepuasan pengunjung ialah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil terhadap harapan-harapannya, Tjiptono (2020:47), dan jika produk tersebut jauh dibawah harapan, konsumen akan merasa kecewa. Kepuasan wisatawan sangat penting dalam mencapai tujuan pemasaran, karena sangat berpengaruh dalam pemilihan destinasi, konsumsi produk dan jasa, dan keputusan wisatawan untuk datang berkunjung kembali (loyalitas) dan sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan yang maksimal. Kepuasan pengunjung terhadap suatu wisata adalah salah satu faktor yang harus diperhatikan oleh pemerintah sebagai pengelola tempat wisata, agar tempat wisata diminati oleh pengunjung wisata, sehingga dapat memberikan dampak yang positif bagi perekonomian dan pariwisata. Dengan harapan objek wisata tersebut akan memiliki peminat dan pengunjung yang terus meningkat setiap tahun.

Loyalitas merupakan perilaku pengunjung yang datang kembali setelah sebelumnya telah berkunjung dan kemudian kembali lagi dengan tujuan yang sama yaitu berwisata. Konsep loyalitas lebih banyak dikaitkan dengan perilaku dari pada sikap. Dalam upaya tersebut tentunya perlu untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan dan loyalitas pengunjung terhadap objek wisata. Abdulrahman (2015), berpendapat bahwa agar memenangkan persaingan, perusahaan perlu memberikan nilai dan kepuasan bagi para konsumen.

Dengan demikian, berdasarkan uraian diatas , maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Analisis Kepuasan dan loyalitas Pengunjung Terhadap Pelayanan Di Objek Wisata Permandian Air Panas Makula Kabupaten Tana Toraja untuk mengetahui respon dan tingkat kepuasan pengunjung wisata terhadap pelayanan dan pengelolaan fasilitas di objek wisata.

## **LANDASAN TEORI**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pelayanan adalah sebagai suatu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain. Menurut Kanedi, dkk (2017) Pelayanan adalah penyedia jasa yang diberikan oleh pemilik jasa berupa kemudahan, ketangkasan, interaksi, kemampuan dan kesopanan yang diperlihatkan dari sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk mencapai kepuasan pelanggan

Menurut Priharto (2020) kepuasan pelanggan adalah level kepuasan konsumen setelah membandingkan jasa atau produk yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan.

Menurut Payangan, (2014) Loyalitas pengunjung adalah persentase dari pelanggan yang bertahan, sebagai pelanggan yang ingin melanjutkan penggunaan jasa atau produk sebagai konsumen yang ingin merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu

penelitian yang analisisnya menekankan pada data-data numerikal (angka) yang diolah melalui metode statistika. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang bersifat induktif, objektif, dan ilmiah dimana data-data yang diperoleh berupa angka atau pernyataan-pernyataan yang bisa dinilai dan dianalisis. Metode ini digunakan untuk membuktikan teori dan hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang diteliti. Menurut sumber lain penelitian kuantitatif juga dapat diartikan sebagai jenis penelitian yang mengandalkan pada penginderaan empiris atau pengolahan data melalui hitungan angka dalam matematis.

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya (Sugiyono 2019).

Sampel adalah bagian dari elemen-elemen populasi yang terpilih (Anwar Sanusi, 2017). Jumlah sampel yang digunakan dalam Penelitian ini adalah 100 orang yaitu seluruh pengunjung Objek Wisata Pemandian Air Panas Makula. Dengan membagikan seperangkat pernyataan dalam bentuk kuesioner kemudian data yang didapatkan akan diolah dengan menggunakan SPSS.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil kuesioner untuk hasil pengukuran survey Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pengunjung Pada Objek Wisata Permandian Air Panas Makula Kabupaten Tana Toraja dapat di sajikan sebagai berikut:

### 1. Pelayanan

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas Pelayanan**

Pernyataan	Koefesien korelasi ( $r_{hitung}$ )	$T_{tabel}$	Keterangan
X1.1	.624	0,1966	Valid
X1.2	.699	0,1966	Valid
X1.3	.784	0,1966	Valid
X1.4	.714	0,1966	Valid
X1.5	.813	0,1966	Valid
X1.6	.740	0,1966	Valid
X1.7	.725	0,1966	Valid
X1.8	.619	0,1966	Valid
X1.9	.727	0,1966	Valid
X1.10	.592	0,1966	Valid
X1.11	.626	0,1966	Valid
X1.12	.684	0,1966	Valid
X1.13	.457	0,1966	Valid
X1.14	.600	0,1966	Valid
X1.15	.730	0,1966	Valid
X1.16	.607	0,1966	Valid
X1.17	.379	0,1966	Valid
X1.18	.322	0,1966	Valid
X1.19	.548	0,1966	Valid
X1.20	.400	0,1966	Valid

Berdasarkan hasil analisis validitas pelayanan pada tabel diatas, maka disimpulkan bahwa uji validitas untuk valiabel pelayanan dinyatakan valid semua item karena nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

### 2. Uji validitas Kepuasan

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Kepuasan**

Pernyataan	Koefisien korelasi ( $r_{hitung}$ )	$T_{tabel}$	Keterangan
X2.1	.716	0,1966	Valid
X2.2	.875	0,1966	Valid
X2.3	.818	0,1966	Valid
X2.4	.854	0,1966	Valid

Berdasarkan hasil analisis validitas kepuasan pada tabel 2 diatas, maka disimpulkan bahwa uji validitas untuk variabel kepuasan dinyatakan valid semua item karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

### 3. Uji Reliabilitas Loyalitas

**Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Pelayanan	.909	>0,60	Reliable
2.	Kepuasan	.831	>0,60	Reliable
3	Loyalitas	.712	>0,60	Reliable

Berdasarkan tabel di atas, uji reliabilitas dilakukan dengan uji Cronbach's alpha yaitu suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel (layak) jika cronbach's alpha >0,60. Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas maka dapat dikatakan bahwa masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel.

Nilai pelayanan memiliki nilai cronbach's alpha > 0,60 yaitu 0,909, kepuasan 0,831, dan loyalitas memiliki nilai 0,890. Sehingga instrument ini layak digunakan.

### 4. Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 4. Hasil Uji Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1.(Constant)	1.522	.994		1.532	.129
Pelayanan	.078	.024	.353	3.311	.001
Kepuasan	.415	.106	.418	3.922	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas

Model regresi linear berganda dalam penelitian ini yaitu:

$$Y = 1,522 + 0,078 x_1 + 0,415 + e$$

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa:

- Nilai konstanta adalah 1,522 satuan, ini menunjukkan besarnya kondisi dimana pelayanan apabila kepuasan dan loyalitas naik sebesar 1,522 satuan maka variabel kepuasan dan loyalitas naik sebesar 1,522 satuan.
- Koefisien regresi untuk pelayanan ( $X_1$ ) (0,078) menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara pelayanan ( $X_1$ ) dan loyalitas ( $Y$ ). Artinya, ketika nilai pelayanan  $X_1$  meningkat sebesar 1 unit, nilai  $Y$  akan meningkat sebesar 0,078 unit.
- Koefisien regresi untuk kepuasan ( $X_2$ ) (0,415) menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara kepuasan ( $X_2$ ) dan loyalitas ( $Y$ ). Artinya, ketika nilai  $X_2$  (kepuasan) meningkat sebesar 1 unit, nilai loyalitas ( $Y$ ) akan meningkat sebesar 0,415 unit,

5. Uji Parsial (Uji t)

**Tabel 5. Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	1.522	.994		1.532	.129
Pelayanan	.078	.024	.353	3.311	.001
Kepuasan	.415	.106	.418	3.922	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas

- a. Pada variabel pelayanan diperoleh nilai thitung sebesar 3,311. Sehingga  $t_{hitung} < t_{tabel}$  selain itu, nilai signifikan untuk variabel pelayanan sebesar  $0,001 < 0,005$ . Dengan demikian, H1 diterima artinya X1 berpengaruh terhadap Y.
- b. Pada Variabel kepuasan diperoleh nilai thitung sebesar 3,922. Sedangkan nilai ttabel yang diisyaratkan adalah 1,660 sehingga  $t_{hitung} < t_{tabel}$  selain itu, nilai signifikan untuk variabel kepuasan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian, H1 diterima artinya X2 berpengaruh terhadap Y.
- c. Berdasarkan hasil uji dari kedua variabel, dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan dan kepuasan berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung di Objek Wisata Permandian Air Panas Makula.

6. Uji F (Secara Simultan)

**Tabel 6. Hasil Uji F (Secara Simultan)**

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	165.641	2	82.820	53.080	.000 <sup>b</sup>
Residual	151.349	97	1.560		
Total	316.990	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas

b. Predictors: (Constant), Kepuasan, Pelayanan

Karena nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$   $53,080 > 3,09$  dan nilai signifikan lebih kecil dari probabilitas yaitu  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel Pelayanan (X1), Kepuasan (X2), secara simultan signifikan berkorelasi atau berpengaruh terhadap variabel Loyalitas (Y).

7. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.723 <sup>a</sup>	.523	.513	1.24912

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas

Berdasarkan tabel tersebut diketahui  $R^2$  0,523. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen dalam Penelitian memiliki pengaruh sebanyak 52,3 % terhadap variabel dependen dan sisanya dipengaruhi oleh factor lain yang tidak diteliti dalam Penelitian ini.

8. Uji Koefisien Korelasi

**Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Korelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.723 <sup>a</sup>	.523	.513	1.24912

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas

Berdasarkan hasil uji koefisien korelasi pada tabel 8, diatas menunjukkan bahwa nilai (R) yang diperoleh antara Pelayanan, Kepuasan, Loyalitas, yaitu sebesar 0,723 berada pada rentan -1 hingga +1. Yang artinya hubungan antara dua variabel tersebut relative kuat dan positif.

9. Uji Normalitas

**Tabel 9. Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.23643777
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.066
	Negative	-.061
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Dari hasil pengujian normalitas yang ditunjukkan pada gambar diatas membuktikan bahwa data terdistribusi secara normal karena titik-titik menyebar tidak jauh dari garis diagonal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam Penelitian ini memiliki residual distribusi normal.

10. Uji Multikolinieritas

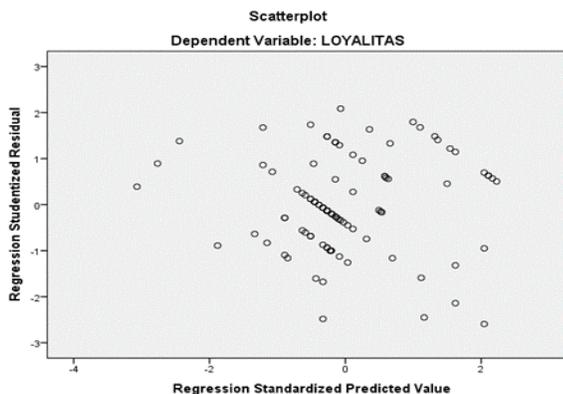
**Table 10. Hasil Uji Multikolinieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	Vif
1 Pelayanan	.432	2.312
Kepuasan	.432	2.312

A. Dependent Variable: Loyalitas

Berdasarkan table 10 dapat dilihat bahwa nilai tolerance variabel pelayanan sebesar 0,432, variabel kepuasan sebesar 0,432 yang berarti bahwa nilai tolerance  $> 0,10$ . Nilai VIF pada variabel pelayanan sebesar 2,312 dan variabel kepuasan sebesar 2,312. Sehingga dapat dikatakan bahwa nilai kedua variabel  $> 10$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

#### 11. Uji Heteroskedastisitas



**Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Berdasarkan gambar diatas yang merupakan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan grafik scarlettplot menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu, titik-titik data penyebar diatas dan dibawah sekitar angka nol dan tidak hanya mengumpul diatas atau dibawah saja. Dan juga penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan tidak berpola. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa dalam Penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

#### **Pembahasan**

Dari hasil penelitian dan pengolahan data yang diperoleh untuk pengukuran survei kepuasan anggota terhadap pelayanan pada Koperasi Serba Usaha Bintang Muda 88 menunjukkan data sebagai berikut:

##### **1. Pengaruh Pelayanan (X1) Terhadap Loyaltis Pengunjung (Y)**

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, koefisien regresi linier dan variabel pelayanan adalah 0,078 yang merupakan nilai positif. Dengan hasil uji secara parsial (t) yaitu variabel pelayanan berpengaruh dengan menunjukkan bahwa  $H_1$  diterima dengan nilai thitung  $> t$  tabel yaitu,  $3,311 > 1,660$ . Dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Ini menunjukkan bahwa loyalitas pada Objek Wisata Permandian Air Panas Makula dipengaruhi oleh pelayanan.

Pelayanan pada dasarnya merupakan hasil dari sebuah produk atau jasa yang ditawarkan dari sebuah bidang usaha yang ditekuni dan akan terus dikembangkan dari waktu ke waktu berdasarkan pengalaman yang didapat saat proses menjalankan usaha pada bidang tertentu agar dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik bagi pelanggan maupun pembeli. Dalam hal ini semakin menurun tingkat pelayanan seseorang terhadap pengunjung, pembeli dan atau pelanggan pada suatu bidang usaha maka akan dapat mempengaruhi loyalitas pengunjung. Pelayanan merupakan aspek penting dalam dalam berbagai industry, seperti pariwisata, retail, dan pelayanan public. Kualitas pelayanan

yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, loyalitas, dan citra positif bagi perusahaan atau organisasi. Hasil Penelitian ini didukung oleh (Nurul Hidayah, 2018) menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pengunjung.

## **2. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pengunjung**

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, nilai koefisien regresi dari variabel kepuasan 0,415 yang merupakan nilai positif. Dengan hasil uji secara parsial (t) yaitu kepuasan berpengaruh secara signifikan dengan menunjukkan bahwa  $H_2$  diterima dengan nilai t hitung  $> t$  tabel yaitu  $3,922 > 1,660$  dengan nilai  $0,000 < 0,05$ . Ini menunjukkan bahwa loyalitas pada pengunjung objek wisata Makula dipengaruhi oleh kepuasan.

Kepuasan pengunjung merupakan bagaimana perasaan pelanggan terhadap salah satu jenis pelayanan yang didapatkannya. Indikator dari kepuasan pengunjung adalah konfirmasi harapan, minat kunjungan kembali, kesediaan merekomendasikan dan ketidakpuasan. Kepuasan pengunjung adalah salah satu aspek terpenting dalam suatu bidang usaha. Terlebih lagi usaha yang bergerak dalam bidang jasa. Hal ini dikarenakan kepuasan akan sangat berpengaruh dalam minat berkunjung kembali dan menjadi agen promotor tanpa biaya, atau dengan skarela mempromosikan keorang lain tanpa harus bayar.

Penelitian ini sbelumnya didukung oleh Bram Arvianto, (2021) dengan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pengunjung.

## **3. Pengaruh Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pengunjung**

Berdasarkan uji secara simultan, ditemukan ada pengaruh pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pengunjung. Hasil ini diperoleh berdasarkan uji Fhitung  $> F$ tabel yaitu  $53,080 > 3,09$  dengan tingkat signifikan  $000 < 0,5$ . Artinya bahwa pelayanan dan kepuasan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pada pengunjung objek wisata Makula.

Loyalitas merupakan persentase dari pelanggan yang bertahan, sebagai pelanggan yang ingin melanjutkan penggunaan jasa atau produk sebagai konsumen yang ingin merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain. Indikator loyalitas pengunjung adalah Kembali menggunakan jasa, Memberi anjuran keorang lain, Tidak berniat untuk pindah jasa, Membicarakan hal-hal yang baik.

Penelitian ini sebelumnya didukung oleh (Duki Ardana, 2019), dengan menunjukkan hasil penelitian bahwa kualitas layanan, kepuasan, dan nilai pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Candi Prambanan.

## **KESIMPULAN**

Dari analisis data yang dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan. Sehingga pelayanan yang baik dapat terus menerus membantu dalam meningkatkan loyalitas para pengunjung khususnya di Objek Wisata Makula.
2. Kepuasan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas. Hal ini berarti kepuasan sangat penting untuk meningkatkan loyalitas pengunjung pada objek wisata Makula.
3. Dari hasil uji F dapat diketahui bahwa variabel pelayanan dan kepuasan secara bersama-

sama berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pengunjung pada objek wisata Makula.

### **DAFTAR REFERENSI**

- Abdurrahman. N.H. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV. Pustaka Setia. 2015.
- Afriliana, Nadia. “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Palembang.” *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM* Vol.1, No.2 (2020): 47.
- Neolaka, Amos. *Metode Penelitian dan Statistika*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2014
- Andayani, N.L.H. *Manajemen Pemasaran Parawisata*. Graha Ilmu: Yogyakarta. 2014.
- Ardana, D. Pengaruh Kualitas Objek Wisata Sumatra Barat Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal*. 2016.
- Arianto, Nurmin “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor” *Jurnal Akademi Universitas Pamulang*, Vol. 1 No. 2 (2018): *Jurnal Pemasaran Kompetitif*
- Daffa, K., & Ratnasari, I. pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan di puncak sempurkabupaten karawang. *Jurnal ilmiah wahana pendidikan*. 2020.
- Dharma, R. (2017) ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Padang Tour Wisata Pulau Padang’, *Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi*, 6(2), pp. 349-359.
- Ghozaly, I. *aplikasi analisis multivariete dengan program IMB SPSS 23*. Ed 8 Semarang: Universitas Diponegoro. 2016
- Haddani, dkk. *Metode Penelitian kualitatif dan kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Grup. 2020
- Hasan, Ali. *Tourism Marketing*. Yogyakarta: CAPS, 2015
- L, Nuraeni. (2018). Analisis Kepuasan Pengunjung Pada Objek Wisata Pantai Galesong di Kabupaten Takalar Provinsi Sulawesi Selatan . *SKRIPSI*, 2018:64.
- Nahdya Pingkan Ettah, J. J P. (2019), Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Mobil Pada Pt. Hasjrat Abadi Manado, *Jurnal EMBA: Jurnal Rizet Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7
- Payangan, Otto R. *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Bogor: IPB Press, 2014
- Rakhastiwi, Emma Puji. “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Objek Wisata, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung pada Wisata Small Garden Purwokerto.” *Repository Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, Vol 1, no. 2 (2019): 27
- Ranto, Dwi Wahyu Pril. “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Belanja pada Toko Modern di Yogyakarta.” *Jurnal Akademi Manajemen Administrasi YPK Yogyakarta*, Vol 6, no I (Februari 2015)
- Simora, Henry. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. 3 ed Yogyakarta: STIE YPKN, 2004
- Sofiati, I., Qomariah, N and Hermawan, H. (2018) ‘Dampak Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen, *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2), pp 244-259)
- Wijaya, Tony. *Analisis data Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2009.
- Wahyuni, Noor. “Uji Validitas Dan Reliabilitas.” Dalam <https://qmc.binus.ac.id>. Diakses pada tanggal 7 Februari 2023, jam 14.02.
- Meiryani. “Memahami Uji Asumsi Klasik dalam Penelitian Ilmiah.” Dalam <https://accounting.binus.ac.id>. Diakses pada tanggal 15 februari 2023.

Ghozaly, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*.

Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.

Wulansari, Andhita Dessy. *Aplikasi Statistika Parametrik Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Felichia, 2016.