

KEPUASAN BERKUNJUNG DIKAWASAN EDUWISATA : DITINJAU DARI CITRA DESTINASI DAN FASILITAS

Mar'atul Fahimah¹, Bramantio Aris Ade Setiyawan²

^{1,2}Fakultas Ekonomi Universitas KH.A.Wahab Hasbullah Jombang
Email : maratulfahima@unwahaac.id

URL: <https://ejournal.stkipjb.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/3189>
DOI : <https://doi.org/10.32682/jpekbm.v7i2.3189>

Abstract

Edutourism is a travel concept that combines education and tourism, where tourists can enjoy a pleasant vacation experience while gaining new knowledge about the destinations visited and enriching tourists' insights through a variety of fun learning activities. Edutourism with children's rides offers a fun learning experience for children -children, where they can learn while playing and explore various interactive and educational vehicles, and create an environment that inspires knowledge and creativity from an early age. In the Mojokerto white kayoe hill eduwisata region, this study sought to ascertain the impact of a destination's image and facilities on visitor satisfaction. This study employs quantitative techniques and uses tourists who have visited the eduwisata Bukit kayoe Putih Mojokerto as a sample. This study used a sample of 100 respondents. Tourists who have been to the edutourism destination of Bukit Kayoe Putih Mojokerto are the focus of the criteria's purposive sampling method. Methods for multiple linear regression data analysis The regression equation $Y = 3.862 + 0.315 X1 + 0.400 X2$ was derived from this analysis. The results of the t test indicate that the destination image (X1) has a positive and significant effect on visiting satisfaction (Y), while the results of the f test indicate that the facilities (X2) also have a positive and significant effect on visiting satisfaction (Y).

Keyword: Destinasi Image, Facilities, Visit Satisfaction

Abstrak

Eduwisata merupakan konsep perjalanan yang menggabungkan pendidikan dan wisata, dimana wisatawan dapat menikmati pengalaman berlibur yang menyenangkan sambil mendapatkan pengetahuan baru tentang destinasi yang dikunjungi dan memperkaya wawasan wisatawan melalui berbagai aktifitas belajar yang menyenangkan.. Eduwisata dengan wahana anak anak menawarkan pengalaman belajar yang menyenangkan bagi anak-anak, dimana mereka dapat belajar sambil bermain dan mengeksplorasi berbagai wahana intraktif dan edukatif, serta menciptakan lingkungan yang menginspirasi pengetahuan dan kreatifitas sejak usia dini .Tujuan penelitian ini mengetahui seberapa besar sebuah citra destinasi dan fasilitas yang ditawarkan dalam kepuasan berkunjung di kawasan eduwisata bukit kayoe putih mojokerto. Metode kuantitatif digunakan dalam penelitiannya, dimana sampel yaitu wisatawan yang sudah berkunjung ke eduwisata Bukit kayoe Putih Mojokerto. 100 responden merupakan sampel peneltian ini. Teknik purposive sampling digunakan dengan kreteria adalah wisatawan yang sudah berkunjung ke destinasi eduwisata Bukit Kayoe Putih Mojokerto. Teknik analisa data menggunakan regresi linear berganda. Pada analisis ini diraih persamaan regresi $Y=3.862 + 0,315 X1 + 0,400 X2$. Hasil penelitian dari uji t menunjukkan citra destinasi (X1) pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung (Y), fasilitas (X2) berdampak baik serta signifikan terhadap kepuasan berkunjung (Y) dan dari hasil uji f menghasilkan citra destinasi dan fasilitas berdampak terhadap kepuasan berkunjung di kawasan eduwisata.

Kata Kunci: Citra Destinasi, Fasilitas, Kepuasan Berkunjung.

Pendahuluan

Sektor pariwisata memiliki kontribusi besar terhadap suatu negara dalam sektor ini didukung oleh banyak elemen. Salah satu elemen penting yaitu keterlibatan pemerintah daerah. Peningkatan objek wisata di daerah akan dapat menghasilkan pendapatan daerah. Kondisi Pasca pandemic sektor pariwisata mulai mengalami peningkatan kunjungan. Aktivitas dalam berwisata membantu kemampuan kreatifitas, menumbuhkan semangat dalam bekerja, bersantai, berbelanja, berbisnis, belajar sejarah dan budaya etnis tertentu, serta memperhatikan spiritualitas dan wisata kesehatan.

Saat ini pariwisata telah menjadi kebutuhan yang sangat dibutuhkan bagi orang. Tak terkecuali perorangan yang dalam berwisata disebut wisatawan. Sama halnya dengan keinginan para wisatawan yang selalu ingin dipuaskan saat mengunjungi suatu daerah wisata, masyarakat disekitar tempat wisata juga ingin mendapatkan konsekuensi positif yaitu berupa peningkatan gaji untuk membantu perekonomian mereka . Selain itu, keputusan mengunjungi suatu tempat-tempat wisata tertentu merupakan peran penting yang dimiliki wisatawan. Keputusan untuk berkunjung memiliki hubungan dengan keputusan pembelian. Dimana seorang yang ingin menentukan buat mengunjungi ke suatu tempat, berarti bahwa orang yang bersangkutan sudah melakukan keputusan pembelian buat menikmati segala fasilitas dari tempat yang dikunjungi. Fasilitas wisata yang diberikan juga dapat menarik minat wisatawan dalam hal berkunjung. Untuk menarik minat wisatawan dalam berkunjung, maka peningkatan layanan dan pengelolaan atribut produk wisata harus dilakukan dengan baik. Semua atribut produk wisata menjadi rujukan wisatawan untuk mengambil keputusan apakah wisatawan ingin berkunjung ke destinasi tersebut atau tidak.

Kabupaten Mojokerto memiliki berbagai ojek wisata beragam yang di tawarkan.. Banyaknya tempat wisata baru yang menarik wisatawan ke kota Mojokerto menjadi penyebab meningkatnya kunjungan wisata ke kota tersebut. Salah satu wisata di Mojokerto yaitu Bukit Kayoe Putih merupakan diantara wisata di Mojokerto yang cukup bagus menawarkan keindahan alamnya. Selain memiliki keindahan alam yang menakjubkan, Bukit kayoe putih menyediakan macam-macam spot foto indah. Objek wisata baru ini dibuka pada tahun 2021 berlokasi di Desa Kupang, Jetis, Kabupaten Mojokerto. Objek wisata ini awalnya merupakan area gersang

dan banyak ditumbuhi tanaman kayu putih. Oleh pihak Perhuti yang bekerja sama dengan CV. Mitra Wisata Abadi dan Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) melakukan kerja sama pengelolaan rintisan wisata baru. Bukit kayoe putih akhirnya bertransformasi menjadi destinasi wisata yang tak hanya menyajikan rekreasi keluarga dengan tidak meninggalkan jati dirinya sebagai edukasi kayu putih.

Menurut (Nendeh Nurhayati, R. Deni Muhammad Danial, Asep M. Ramdan, 2019) Persepsi yang dimiliki wisatawan mengenai barang ataupun jasa yang akan atau akan mereka beli dikenal sebagai citra destinasi mereka. Citra suatu destinasi bisa diwujudkan sedemikian bentuk sampai jadi unsur yang kuat yang menarik wisatawan guna berkunjung. Hal ini berlaku meskipun tempat tujuan tidak didasarkan pada pengalaman atau fakta yang sebenarnya. Lingkungan perjalanan, atraksi alam, hiburan dan acara, dan atraksi sejarah membentuk sembilan dimensi citra destinasi. Fondasi perjalanan, keterbukaan, relaksasi, latihan di luar, biaya dan nilai

Pengelola dalam pemenuhan kebutuhan wisatawan perlu adanya pembentukan citra destinasi atau citra tujuan wisata yang positif. Citra destinasi adalah keyakinan yang dimiliki wisatawan tentang barang atau jasa yang dibeli atau akan dibeli wisatawan (Yunus, 2021).

Pengelola destinasi memiliki tujuan untuk menciptakan kesan yang menyenangkan untuk meningkatkan kepuasan para pengunjung. Citra adalah salah satu faktor komponen yang berkontribusi berpengaruh terhadap kesenangan wisatawan saat mengunjungi ke suatu lokasi destinasi wisata dan mencerminkan impresi harapan mereka terhadap lokasi destinasi wisata tersebut (Putri et al., 2023). Citra destinasi yang baik yakni salah satu pertimbangan bagi para wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata. Gambaran lokasi yang baik hendak membantu pengunjung untuk memiliki kesenangan yang berlebih baik, semakin baik gambaran tempat tertentu, semakin tinggi kepuasan wisatawan tersebut (Yunus, 2021)..

Menurut (Charli & Putri, 2021) wisatawan dapat menggunakan alat serta fasilitas yang disiapkan atas pengelola yang merupakan fasilitas wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Wisatawan tidak cuma merasakan keelokan pemandangan alamnya dan kehasan tempat wisatanya, tetapi juga membutuhkan alat serta fasilitas wisata misalkan kemudahan, berkendara serta lainnya.

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini :

Citra Destinasi

Menurut (M.Ramdani, 2019) terdapat tiga indikator dalam variabel ini meliputi Cognitive Image (Citra Kognitif): Dimensi ini berkaitan dengan pengetahuan faktual dan informasi praktis yang dimiliki oleh seseorang tentang destinasi. Ini meliputi atribut fisik seperti tempat wisata, budaya, sejarah, geografi, dan fasilitas yang tersedia di destinasi tersebut. Citra kognitif mencakup pengetahuan yang rasional dan objektif tentang destinasi. Unique Image (Citra Unik): Ini mencerminkan aspek yang membedakan destinasi dari yang lainnya. Citra unik menyoroti karakteristik khusus yang hanya dimiliki oleh destinasi tersebut. Ini bisa berupa daya tarik unik, pengalaman yang jarang ditemukan di tempat lain, atau ciri khas budaya yang menonjol. Citra unik membantu destinasi untuk menonjol di antara persaingan dengan destinasi lain. Affective Image (Citra Afektif): Dimensi ini menggambarkan perasaan dan emosi yang ditimbulkan oleh destinasi pada seseorang. Ini berhubungan dengan bagaimana destinasi tersebut membuat seseorang merasa senang, nyaman, terinspirasi, atau bahkan terganggu. Pengalaman emosional yang dipicu oleh destinasi, seperti kenangan indah atau pengalaman yang tak terlupakan, dapat membentuk citra afektif. Ketiga dimensi ini saling terkait dan bersama-sama membentuk citra keseluruhan suatu destinasi.

Citra destinasi yang baik dan fasilitas yang memadai menyebabkan pengunjung merasa puas. Perasaan yang timbul setelah pelanggan mempertimbangkan kesesuaian produk dan pelaksanaan administrasi dengan harapan umum yang dapat berupa perasaan kegembiraan atau kekecewaan. Kepuasan wisatawan adalah perasaan wisatawan tentang mengenai pengalaman atau bantuan yang mereka dapatkan selama kunjungan dengan membandingkan layanan yang mereka terima dengan ekspektasinya (Putri et al., 2023).

Fasilitas

Pada variabel ini menurut (Aziz, 2022) terdapat indikator yang meliputi: Pertama, evaluasi keadaan fasilitas perusahaan yang melibatkan dengan elemen atribut pendukung serta ditunjang dengan kebersihan

dan diperhitungkan berdasarkan saat pelanggan menggunakan fasilitas tersebut diukur dari kelengkapan, kebersihan, dan ketertiban. Kedua, fasilitas yang akan disediakan dalam keadaan

baik dan tidak rusak baik dari segi kondisi maupun fungsinya. Ketiga, fasilitas yang disediakan untuk pelanggan dirancang agar mudah digunakan karena merupakan fasilitas yang sudah dikenal oleh pelanggan. Keempat, kelengkapan alat-alat yang digunakan pelanggan sesuai dengan kebutuhannya

Fasilitas merupakan elemen fisik yang harus tersedia dan memiliki peran signifikan dalam mempengaruhi kualitas layanan di mata pelanggan. Fasilitas memegang peran yang signifikan dalam membentuk persepsi konsumen, beriringan dengan tujuan wisata yang juga dipengaruhi oleh ketersediaan informasi ini pada akhirnya akan mempengaruhi penilaian tentang kualitas produk atau layanan, yang memiliki dampak pada konsumen. Fasilitas di tempat wisata merupakan pendukung bagi kegiatan pariwisata mencakup tempat menginap, penyediaan makanan dan minuman serta fasilitas umum seperti toko cenderamata dan toilet. Toko souvenir dan restoran di destinasi pariwisata memiliki peran penting sebagai komponen tak terpisahkan dari pengalaman wisata. Ketersediaan fasilitas lengkap di destinasi pariwisata memiliki potensi untuk memberikan kenyamanan kepada wisatawan yang pada gilirannya dapat meningkatkan tingkat kepuasan (Putri et al., 2023).

Bukit Kayoe Putih sendiri mempunyai banyak fasilitas yang diberikan kepada pengunjung. Objek wisata ini telah dilengkapi dengan fasilitas umum yang cukup lengkap. Di antaranya fasilitas kolam renang, mandi busa, air mancur, hot spot foto, kursi istirahat, area play ground, wisata petik, café shop, reast area food, pujasera, mainan anak mobil-mobilan musholla dan toilet. Selain itu bukit kayoe putih daya tarik didalamnya meliputi kenyamanan, kebersihan, suasana yang sejuk, pemandangan yang indah, serta keberagaman jenis tanaman.

Bagi wisatawan Bukit Kayoe Putih merupakan salah satu tujuan menarik untuk merelaksasikan pikiran sehabis penatnya pekerjaan dalam sepekan. Pengunjung dapat menikmati liburan yang menggemberikan bersama teman, sahabat, atau anggota keluarga, dengan menjelajahi keelokan alam dan lokasi paling menarik yang terdapat di Bukit Kayoe Putih. Di samping objek panorama yang ditawarkan dan fasilitas yang ada di wisata rasa penasaran wisatawan menjadi alasan untuk minat berkunjung.

Kepuasan Berkunjung

Pada variabel ini menurut (Nurwidya et al., 2022) terdapat indikator yang meliputi : (Kesesuaian Harapan) terjadi keselarasan antara harapan pelanggan dengan kinerja yang disuguhkan oleh perusahaan, mengakibatkan pelanggan merasa puas karena apa yang mereka harapkan terpenuhi. (Minat Berkunjung Kembali) pelanggan yang terpenuhi harus menggunakan kembali barang yang sangat mirip atau serupa dari perusahaan. (Kesediaan Merekomendasikan) bersedia memberitahukan kepada orang lain tentang keunggulan produk agar menarik minat untuk menggunakannya.

Fokus pokok serta ketertarikan perusahaan serta pengelolaan objek wisata harus ditunjukkan kepada kepuasan berkunjung. Kepuasan yang diperoleh wisatawan hendak memberikan dampak positif atas kesinambungan perusahaan pariwisata (berliana afifah, Djuardi komarsyah, 2022).

Metode Penelitian

Penelitiannya memakai cara kuantitatif. Sampelnya yang dipakai pada penelitiannya adalah para wisatawan yang sudah berkunjung ke wisata Bukit kayoe Putih Mojokerto. Jumlah responden yang diambil sebagai sampelnya dalam penelitiannya banyaknya 100 narasumber. Penentuan sampel memakai tehnik purposive sampling melalui patokan narasumbernya wisatawan yang pernah berkunjung ke destinasi eduwisata Bukit Kayoe Putih Mojokerto. Pengumpulan data melalui penggunaan kuesioner. Keterangan yang sudah terkumpul selanjutnya diolah melalui memakai linear berganda, koefisien determinasi (R²), uji t serta uji f.

Hasil dan Pembahasan

Pengujian Hipotesis Dengan Uji t

Hasil pengujian variabel secara parsial sebagai berikut:

Tabel 4.19

Hasil pengujian Uji T (Pengujian secara parsial)

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
	B	Std. Error	Beta	

1	(Constant)	3.862	1.736		2.225	.028
	Citra Destinasi	.315	.072	.351	4.378	.000
	Fasilitas	.400	.069	.462	5.769	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Berkunjung						

Sumber: Data Diolah,2023

1. Pada variabel citra destinasi sebesar 4,378 yang bermakna lebih besar dari 0,1966 yang merupakan t tabel dan memiliki tingkat signifikansi 0,000 yang bermakna kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak H_a diterima yang artinya bahwa citra destinasi (X) berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan berkunjung wisatawan (Y)
2. Pada variabel fasilitas sebesar 5,769 yang bermakna lebih besar dari 0,1966 yang merupakan t tabel dan memiliki tingkat signifikansi 0,000 yang berarti kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak H_a diterima yang artinya bahwa fasilitas (X) berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan berkunjung wisatawan(Y).

Pengujian Hipotesis Dengan Uji f

Hasil pengujian variabel secara simultan sebagai berikut:

Tabel 4.18

Hasil Uji F (Pengujian Secara Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	396.218	2	198.109	37.886	.000 ^b
	Residual	507.222	97	5.229		
	Total	903.440	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Berkunjung						
b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Citra Destinasi						

Sumber: Data Diolah,2023

Berlandaskan tabel, temuan pentaksiran statistic menunjukkan skor f taksir > F tabel yakni $37.886 > 3.09$. Melalui memakai Batasan signifikansi 0,05, bahwa diraih skor signifikansinya ini

0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis secara simultan menyatakan bahwa kepuasan pengunjung dibukit kayoe putih mojokerto dipengaruhi oleh variabel citra destinasi dan fasilitas

Pembahasan Hasil

Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Berkunjung

Persepsi wisatawan dapat dipengaruhi oleh citra destinasi yang merupakan representasi dari harapan mereka. Ini termasuk mempengaruhi seberapa puas wisatawan. Citra positif memiliki tujuan wisata sebagai menjadi penyeimbang terhadap kelemahan yang ada di destinasi dan sebaliknya (Khansa & Farida, 2016). Pada variabel citra destinasi terdapat beberapa indikator diantaranya dari keunikan citra destinasi yang diberikan dari pelayanan yang baik dan wahana yang lengkap mulai dari wahana edukasi khusus anak-anak dengan harga tiket masuk yang terjangkau mulai dari Rp.10.000. Adapun pemandangan alam pegunungan sebagai penunjang kepuasan berkunjung wisatawan.

Berlandaskan temuan peneliti yang sudah dilakukan, didapat maka citra destinasi mempunyai tingkatan signifikansi besarnya 0.000. Serta temuan uji t dalam variabel citra destinasi mengutarakan bahwa signifikansi uji t lebih minim dari 0,005 ($p > 0,05$) dan koefisien regresi memiliki skor baik besarnya 0,309. Sesuai landasan temuan tersebut maka dikatakan maka citra destinasi berdampak baik terhadap kepuasan berkunjung.

Hal ini berkaitan dengan temuan penelitian “Pengaruh Citra Destinasi dan Promosi Terhadap Kepuasan Wisatawan di Puncak Sempur Kabupaten Karawang” (Daffa & Ratnasari, 2022), yang menunjukkan hasil pengujian pada variabel Citra Destinasi dan Promosi secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan pada wisata Puncak Sempur

Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Berkunjung

Destinasi wisata yang baik harus dapat menawarkan kepada wisatawan fasilitas yang memenuhi kebutuhan pengunjung akan kenyamanan dan penyelesaian masalah selama berkunjung. Wisatawan dapat menggunakan sarana dan prasarana yang disediakan pengelola yang merupakan fasilitas wisata. Wisatawan tidak hanya merasakan pesona alam dan keunikan tempat destinasi wisata, melainkan juga bergantung pada fasilitas-fasilitas seperti akomodasi, kendaraan, dan lainnya yang mendukung kegiatan wisata (Ardiansyah & Ratnawili, 2021). Pada

variabel fasilitas Kemudahan sarana dan prasarana yang ditawarkan merupakan hal terpenting untuk memenuhi kepuasan wisatawan. Adapun kelengkapan wahana khusus edukasi anak-anak seperti mandi bola dan kereta anak-anak menambah daya tarik wisatawan.

Berlandaskan penelitiannya yang sudah dilaksanakan, didapati maka kepuasan berkunjung mempunyai tingkatan signifikansi besarnya 0,000 atas temuan uji t dalam faktor citra destinasi mengutarakan maka signifikansinya uji t berlebih minim atas 0,005($p > 0,05$) serta koefisien regresi memiliki skor baik besarnya 0,400. Berlandaskan temuan ini bahwa dikatakan maka fasilitas berdampak baik atas kepuasan berkunjung.

Hal ini berkaitan dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh (Anam, 2020), membahas pengaruh tiga faktor utama, yaitu citra destinasi, fasilitas wisata, dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Wisata Parimas Waterpark Mojokerto. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel citra destinasi, fasilitas wisata, dan harga memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, pandangan positif terhadap citra destinasi, kualitas fasilitas wisata, dan harga yang wajar secara keseluruhan berkontribusi pada tingkat kepuasan yang lebih tinggi dari pelanggan di Wisata Parimas Waterpark Mojokerto.

Pengaruh Citra Destinasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Berkunjung

Pengujian didapat skor f hitung besarnya 37,886 melalui signifikansi besarnya 0,000 dengan skor signifikansi lebih minim dari 0,05($p < 0,05$). Variabel Citra Destinasi (X1) dan Fasilitas (X2) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan berkunjung (Y). Hal ini berarti adanya dampak secara simultan citra destinasi serta fasilitas terhadap kepuasan berkunjung pada Bukit Kayoe Putih Mojokerto .

Faktor kemenarikan dalam variabel citra destinasi, seperti pelayanan yang baik dan wahana yang lengkap mulai dari wahana edukasi khusus anak-anak dengan harga tiket masuk yang murah mulai dari Rp.10.000. Adapun pemandangan alam pegunungan sebagai penunjang kepuasan berkunjung wisatawan di bukit Kayoe Putih. Selain variabel citra destinasi variabel Fasilitas juga terdapat faktor yang mempengaruhi seperti Kemudahan sarana dan prasarana yang ditawarkan merupakan hal terpenting untuk memenuhi kepuasan wisatawan. Adapun kelengkapan wahana khusus edukasi anak-anak seperti mandi bola dan kereta anak-anak menambah daya tarik wisatawan.

Hal ini berkaitan dengan temuan penelitian “Pengaruh Citra Destinasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Allianz Ecopark Ancol” (Evita Lestari, 2022), yang menunjukkan bahwa hasil pengujian pada variabel citra destinasi dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Allianz Ecopark Ancol

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh variabel Citra Destinasi (X_1), Fasilitas (X_2) terhadap Kepuasan Berkunjung (Y) pada kawasan eduwisata Bukit Kayoe Putih Mojokerto, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Citra destinasi berdampak baik serta signifikan terhadap kepuasan berkunjung dalam kawasan eduwisata Bukit Kayoe Putih Mojokerto
2. Fasilitas berdampak baik serta signifikan terhadap kepuasan berkunjung dalam kawasan eduwisata Bukit Kayoe Putih Mojokerto
3. Citra destinasi (X_1) dan fasilitas (X_2) secara bersama-sama berdampak baik serta signifikan terhadap kepuasan berkunjung (Y) dalam kawasan eduwisata Bukit Kayoe Putih Mojokerto

Referensi

- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- Amina Fitri Siregar, R. S. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Asuransi Syariah pada Asuransi Jiwa Bumiputra Syariah. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Anam, C. (2020). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Wisata Parimas Waterpark Mojokerto. *Jurnal Ekonomi Dan Perkembangan Bisnis*, 4(2), 22–34.
- Ardiansyah, Y., & Ratnawili. (2021). Daya Tarik, Citra Destinasi, Dan Fasilitas Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Objek Wisata Wahana Surya Bengkulu Tengah. *Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 2, 129–137.
- Aziz, Z. A. (2022). Pengaruh Fasilitas Dan Pengalaman Pengunjung Terhadap Loyalitas Pengunjung Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pengunjung (Survey Pada Pengunjung Wisata Umbul Ponggok Klaten). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 17(2), 8–18. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v17i2.32470>
- berliana afifah, Djuardi komarsyah, prasetya nugraha. (2022). *Wisata Puncak Mas Lampung Influence Service Quality , Tourism Power , Destination Image , and Prices on Visitor*

- Satisfaction in Puncak Mas Lampung. 1*(September), 59–64.
- Charli, C. O., & Putri, D. A. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung. *Jurnal Ekobistek*, 9(2), 40–48. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v9i2.75>
- Cruz, A. P. S. (2018). Processing Data Penelitian Kuantitatif Menggunakan Eviews. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Daffa, K. Van, & Ratnasari, I. (2022). Pengaruh Citra Destinasi dan Promosi Terhadap Kepuasan Wisatawan di Puncak Sempur Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(1), 362–372. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5847407>
- Dr. Sandu Siyoto, SKM, M. K., & M. Ali Sodik, M. a. (2015). Dasar Metodologi Penelitian Dr. Sandu Siyoto, SKM, M.Kes M. Ali Sodik, M.A. 1. *Dasar Metodologi Penelitian*, 1–109.
- Dr. Umar Sidiq, M.Ag Dr. Moh. Miftachul Choiri, M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9). [http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE PENELITIAN KUALITATIF DI BIDANG PENDIDIKAN.pdf](http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE%20PENELITIAN%20KUALITATIF%20DI%20BIDANG%20PENDIDIKAN.pdf)
- Dr.Dyah Budiastuti Agustin Bandur, P. . (2014). VALIDITAS DAN REABILITAS PENELITIAN. In *Metode Penelitian Pendidikan Matematika*.
- Ester, A., Syarifah, H., & ZA Zainurossalamia Saida. (2020). Pengaruh daya tarik wisata citra destinasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan citra niaga sebagai pusat cerminan budaya khas kota samarinda. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 145–153. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Evita Lestari, I. suryono D. (2022). *Pengaruh Citra Destinasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Allianz Ecopark Ancol*. 15(2), 1–23.
- Fitri, S., Nasution, Z., & Simanjuntak, D. (2022). Pengaruh Harga, Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Toko khanza Aeknabara. *Remik*, 6(3), 408–417. <https://doi.org/10.33395/remik.v6i3.11563>
- Ghozali, I. (2011). *Ghozali_Imam_2011_Aplikasi_Analisis_Mult.pdf*.
- Gulo, W. (2002). *Metodologi Penelitian*.
- Huda, A. (2015). Pengelolaan Fasilitas Objek Wisata Cagar Budaya Makam Raja Kecil di Desa Buatan Besar Kabupaten Siak. *Jom FISIP*, 2, 1–15.
- Khansa, V. R., & Farida, N. (2016). Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan (Studi pada Wisatawan Domestik Kebun Raya Bogor). *Diponegoro Journal Of Management*, 02–11.
- Listyawati, I. H., & Wulandari, A. (2022). Pengaruh Citra Destinasi dan Kepuasan Wisatawan terhadap Loyalitas Wisatawan di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9(1), 37. <https://doi.org/10.54131/jbma.v9i1.136>
- M.Ramdani, N. N. R. D. M. D. A. (2019). *Peran Citra Destinasi Dalam Meningkatkan Niat Wisatawan Berkunjung Kembali Studi Kasus Pada Pengunjung Puncak Darma Geopark Ciletuh*. 10, 1123–1134.
- Nurwidya, A., Sawiji, H., & Murwaningsih, T. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Pelayanan Air Bersih Di PDAM Tirta Bening Kabupaten Pati. *JIKAP: Jurnal Informasi Dan Komunikasi Administrasi Perkantoran*, 6(2), 111–127.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Buku Ajar Dasar-dasar Statistik Penelitian*.

- Putri, V. N., Roedjinandari, N., & Risfandini, A. (2023). *Pengaruh E-Wom , Citra Destinasi dan Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan di Kebun Raya Purwodadi (The Influence of E-Wom , Image of Destinations and Facilities on Tourist Satisfaction at Purwodadi Botanical Gardens)*. 4(1), 1–12.
- Rahmat Fajrin, A., 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 KIAT*, 32(1), 40–47. [https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(1\).7406](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(1).7406)
- Ramadhani, S., Nasution, J. H., Azhari, M. I., & Kustiawan, W. (2022). *Strategi Lobi dan Negosiasi Dalam Proses Komunikasi Politik*. 1(1), 89–95.
- Ratna Acintya Putri¹, N. F. dan R. S. D. (2018). *PENGARUH CITRA DESTINASI, FASILITAS WISATA DAN EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN (STUDI PADA PENGUNJUNG DOMESTIK TAMAN WISATA CANDI BOROBUDUR)*. 024.
- Riadi, S., Normelani, E., Bachri, A. A., Hidayah, N., & Sari, Y. P. (2020). Rancangan Atraksi Wisata Edukasi Di Kampung Hijau Kota Banjarmasin. *J-PIPS (Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial)*, 7(1), 37–44. <https://doi.org/10.18860/jpips.v7i1.10364>
- Ristya Handayani, W. S. (2022). *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV.Cahaya Elektronik Menggunakan Metode Service Performance*. 15(2), 13–24. <https://doi.org/10.33005/tekmapro.v15i2.178>
- Septiandari, W., Hidayatullah, S., Alvianna, S., Rachmadian, A., & Sutanto, D. H. (2021). Pengaruh Citra Destinasi Wisata Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Pantai Tiga Warna. *Competence : Journal of Management Studies*, 15(2), 134–148. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v15i2.12512>
- Silvia, F. (2018). Pelayanan Prima dan Kepuasan Pelanggan di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Makassar II. *Pelayanan Prima Dan Kepuasan Pelanggan Di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Makassar II*, 1–12. <https://core.ac.uk/display/160497369>
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Ker. *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 51–58. <https://doi.org/10.46975/aliansi.v17i2.428>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian* (19th ed.). ALFABETA, CV.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (p. 329).
- Yunus, M. (2021). *Peran Citra Destinasi Terhadap Peningkatan Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Geopark Merangin*. 3(1), 31–42