

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KEPUASAN WISATAWAN
TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI DI PADMA HOTEL
BANDUNG**

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata
pada Program Studi Manajemen Resort dan Leisure



Oleh

Silpia Marsela Sapitri

1902600

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT & LEISURE
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

BANDUNG

2023

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KEPUASAN WISATAWAN
TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI DI PADMA HOTEL
BANDUNG**

Oleh:

Silpia Marsela Sapitri

1902600

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Silpia Marsela Sapitri 2023

Universitas Pendidikan Indonesia

Hak Cipta dilindungi undang-undang,

Skripsi tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau Sebagian,

Dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

Silpia Marsela Sapitri

1902600

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP
NIAT BERKUNJUNG KEMBALI DI PADMA HOTEL BANDUNG**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I



Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE

NIP.19791215 200812 2 002

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Resort dan Leisure



Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE

NIP.19791215 200812 2 002

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Niat Berkunjung Kembali di Padma Hotel Bandung” adalah hasil karya saya yang sebenar-benarnya. Saya tidak melakukan kecurangan seperti menjiplak karya orang lain kecuali mengutip yang sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Dengan pernyataan ini, saya bersedia menanggung risiko juga sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan atau klaim dari pihak lain terhadap keaslian skripsi yang telah saya buat.

Bandung, Agustus 2023

Yang membuat pernyataan

Silpia Marsela Sapitri

1902600

KATA PENGANTAR

Segala Puji serta Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah mencurahkan segala nikmat, hidayah juga karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Niat Berkunjung Kembali di Padma Hotel Bandung”. Adapun penyusunan skripsi ini diperuntukan sebagai salah satu syarat akademik kelulusan jenjang Pendidikan S-1 Manajemen Resort dan Leisure, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.

Penulis berharap mendapat kritik, saran maupun masukan yang dapat membangun untuk kedepannya. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada banyak pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini. Serta penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi penulis dan para pembaca.

Bandung, Agustus 2023

Penulis

Silpia Marsela Sapitri

1902600

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari dalam proses penulisan skripsi ini tentu mendapat banyak kritik, saran, bimbingan juga dukungan dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati , penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan segala nikmat dan juga rahmat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Orang tua dan keluarga penulis yang senantiasa meemberi dukungan baik moril maupun materil, mendoakan serta memotivasi penulis.
3. Ibu Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE selaku ketua Program Studi Manajemen Resort dan Leisure sekaligus dosen pembimbing penulis yang telah meluangkan waktu dan membimbing sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak Ahmad Hudaiby Galihkusumah, S. ST., M.M. selaku dosen pembimbing akademik penulis yang telah memberikan dukungan juga arahan selama masa perkuliahan.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Resort dan Leisure yang telah memberikan segala ilmu dan pengetahuan selama masa perkuliahan.
6. Manajemen Padma Hotel Bandung yang sudah memberikan bantuan kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan MRL 2019, yang sama-sama telah berjuang melalui masa perkuliahan.
8. Lusiana, Mala Irma, Latifa, Anisa, Nadhifa, Erna, Diva, Dini, Wulan, Olpia, Resti, Aulia, yang telah banyak membantu, memotivasi, memberi semangat selama proses penyelesaian skripsi ini.
9. Bu Yoppy dan Pak Irwan, selaku atasan penulis yang pengertian dalam memberi kelonggaran bagi penulis untuk dapat menyelesaikan studinya.
10. Tjarita *Coffeé* yang telah menyediakan tempat yang nyaman sehingga penulis dapat mengerjakan skripsi dengan baik.

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KEPUASAN WISATAWAN
TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI DI PADMA HOTEL
BANDUNG**

ABSTRAK

Oleh:

Silpia Marsela Sapitri

1902600

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memberi gambaran bagaimana pengaruh persepsi harga dan kepuasan wisatawan terhadap niat berkunjung kembali. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni kuantitatif dengan responden berjumlah 101. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian yakni regresi linear berganda. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa antara persepsi harga, kepuasan dan niat berkunjung kembali termasuk kedalam kategori tinggi. Secara simultan, hasil uji hipotesis menunjukkan persepsi harga dan kepuasan wisatawan berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali di Padma Hotel Bandung diperoleh dari hasil f hitung $70,883 > f$ tabel $2,70$ dengan nilai kontribusi $59,1\%$. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh persepsi harga dan kepuasan terhadap niat berkunjung kembali di Padma Hotel Bandung. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dan juga dapat memberikan kontribusi bagi manajemen untuk meningkatkan niat berkunjung kembali.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kepuasan, Niat Berkunjung Kembali, Padma Hotel Bandung

***THE EFFECT OF PRICES PERCEPTIONS AND TOURIST
SATISFACTION OF REVISIT INTENTION AT PADMA HOTEL BANDUNG***

ABSTRACT

By

Silpia Marsela Sapitri

1902600

This study aims to analyze and provide an overview of how the effect of price perceptions and tourist satisfaction on return visit intentions. The method used in this research is quantitative with 101 respondents. The analysis technique used in the study was multiple linear regression. The results of this study indicate that between price perceptions, satisfaction and return visit intentions are included in the high category. Simultaneously, the results of hypothesis testing show that price perceptions and tourist satisfaction affect the intention to visit again at Padma Hotel Bandung, obtained from the results of f count $70.883 > f$ table 2.70 with a contribution value of 59.1% . Therefore, it can be concluded that there is an effect of price perception and satisfaction on return visit intention at Padma Hotel Bandung. This research can be used as a reference for further research and can also contribute to management to increase revisit intentions.

Keywords: *Price Perception, Satisfaction, Revisit Intention, Padma Hotel Bandung*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II.....	10
KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Kajian Teori.....	10
2.1.1 Persepsi Harga dan Kepuasan Wisatawan dalam Kajian Pemasaran ...	10
2.1.2 Definisi Persepsi Harga	13
2.1.3 Definisi Kepuasan Wisatawan.....	15
2.1.4 Definisi Niat Berkunjung Kembali	17
2.2 Pengaruh Persepsi Harga dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Niat Berkunjung Kembali	19
2.3 Penelitian Terdahulu.....	20
2.4 Kerangka Berpikir.....	26
2.5 Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III	30

Silpia Marsela Sapitri, 2023

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP NIAT BERKUNJUNG
KEMBALI DI PADMA HOTEL BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Lokasi Penelitian	30
3.2 Desain Penelitian	31
3.3 Operasional Variabel.....	32
3.4 Jenis dan Sumber Data	35
3.4.1 Data Primer	35
3.4.2 Data Sekunder.....	36
3.5 Populasi dan Sampel	37
3.5.1 Populasi.....	37
3.5.2 Sampel	37
3.6 Instrumen Penelitian.....	38
3.7 Teknik Sampling	39
3.8 Teknik Pengumpulan Data	39
3.9 Instrumen Penelitian.....	40
3.10 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	40
3.10.1 Uji Validitas	40
3.10.2 Uji Reliabilitas	43
3.11 Teknik Analisis Data	44
3.11.1 Teknik Analisis Data Deskriptif	45
3.11.2 Teknik Analisis Data Verifikatif.....	46
3.11.3 Analisis Regresi Linear Berganda	48
3.12 Pengujian Hipotesis	50
3.12.1 Secara Parsial (Uji t).....	50
3.12.2 Secara Simultan (Uji F)	51
BAB IV	52
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Profil Padma Hotel Bandung	52
4.1.1 Gambaran Umum dan Letak Geografi Padma Hotel Bandung.....	52
4.1.2 Sejarah Singkat Padma Hotel Bandung.....	53
4.1.3 Produk dan Jasa yang ditawarkan Padma Hotel Bandung.....	54
4.2 Profil Wisatawan Padma Hotel Bandung	56
4.2.1 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56

4.2.2 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Usia	57
4.2.3 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pendidikan Terakhir	58
4.2.4 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Profesi Atau Pekerjaan	59
4.2.5 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Penghasilan	60
4.2.6 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Tujuan Menginap	61
4.2.7 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Frekuensi Menginap	62
4.2.8 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Lama Menginap	63
4.2.9 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Rekan Kunjungan	64
4.3 Analisis Deskriptif	64
4.3.1 Tanggapan Responden terhadap Variabel Persepsi Harga	64
4.3.2 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan	68
4.3.3 Tanggapan Responden terhadap Variabel Niat Berkunjung Kembali ..	71
4.4 Hasil Analisis Data Verifikatif	74
4.4.1 Hasil Uji Asumsi Normalitas	74
4.4.2 Hasil Uji Asumsi Multikolinearitas	76
4.4.3 Hasil Uji Asumsi Heteroskedastisitas	77
4.4.4 Hasil Uji Asumsi Autokorelasi	79
4.4.5 Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	79
4.5 Pengujian Hipotesis	80
4.5.1 Hasil Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F)	80
4.5.2 Hasil Uji Hipotesis secara Parsial (Uji t)	81
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda	82
4.7 Kontribusi Variabel X Terhadap Y	83
4.7.1 Kontribusi Pengaruh Hubungan Persepsi Harga Terhadap Niat Berkunjung Kembali	83
4.7.2 Kontribusi Pengaruh Hubungan Kepuasan Wisatawan Terhadap Niat Berkunjung Kembali	84
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	84
4.8.1 Tingkat Persepsi Harga, Kepuasan Wisatawan, dan Niat Berkunjung Kembali	84
4.8.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Niat Berkunjung Kembali	85
4.8.3 Pengaruh Kepuasan Wisatawan Terhadap Niat Berkunjung Kembali .	86

4.8.4 Pengaruh Persepsi Harga dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Niat Berkunjung Kembali.....	86
BAB V.....	88
KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran.....	89
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tingkat Okupansi Padma Hotel Bandung Tahun 2020-2022	5
Gambar 1. 2 Perbandingan Jumlah <i>First Time Guest</i> dan <i>Repeater Guest</i> Tahun 2020-2022	5
Gambar 3. 1 Denah Padma Hotel Bandung	30
Gambar 3. 2 Garis Kontinum	48
Gambar 4. 1 Padma Hotel Bandung	52
Gambar 4. 2 Logo Padma Hotel Bandung Mulai dari Tahun 2009 dan 2016	53
Gambar 4. 3 Jenis Kelamin Responden	56
Gambar 4. 4 Usia Responden	57
Gambar 4. 5 Pendidikan Terakhir Responden	58
Gambar 4. 6 Profesi/pekerjaan Responden	59
Gambar 4. 7 Penghasilan Responden	60
Gambar 4. 8 Tujuan Menginap Responden	61
Gambar 4. 9 Frekuensi Menginap Responden	62
Gambar 4. 10 Lama Menginap Responden	63
Gambar 4. 11 Rekan Kunjungan Responden	64
Gambar 4. 12 Garis Kontinum Persepsi Harga	67
Gambar 4. 13 Garis Kontinum Kepuasan	71
Gambar 4. 14 Garis Kontinum Niat Berkunjung Kembali	73
Gambar 4. 15 Normal <i>Probability Plot</i>	76
Gambar 4. 16 <i>Scatterplot</i> Heteroskedastisitas	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hotel Bintang 5 di Kota Bandung, Jawa Barat (2023)	4
Tabel 2. 1 Review artikel jurnal	20
Tabel 2. 1 Review artikel jurnal	20
Tabel 3. 1 Operasional variabel	32
Tabel 3. 2 Jenis dan Sumber data penelitian	36
Tabel 3. 3 Pertanyaan dengan tolak ukur <i>skala likert</i>	38
Tabel 3. 4 Hasil Pengujian Validitas.....	41
Tabel 3. 5 Hasil Pengujian Reliabilitas	44
Tabel 3. 6 Kriteria Penafsiran Perhitungan Responden	45
Tabel 3. 7 Interpretasi Koefisien Korelasi	50
Tabel 4. 1 Hasil Tanggapan Respondern mengenai Persepsi Harga.....	64
Tabel 4. 2 Hasil Tanggapan Respondern mengenai Kepuasan	68
Tabel 4. 3 Hasil Tanggapan Respondern mengenai Niat Berkunjung Kembali ...	72
Tabel 4. 4 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	74
Tabel 4. 5 Hasil Uji Multikolinearitas.....	77
Tabel 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	77
Tabel 4. 7 Hasil Uji Asumsi Autokorelasi	79
Tabel 4. 8 Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	80
Tabel 4. 9 Hasil Uji Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F)	81
Tabel 4. 10 Hasil Uji Hipotesis secara Parsial (Uji t)	81
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Hubungan Persepsi Harga Terhadap	83
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Hubungan Kepuasan Terhadap.....	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	91
Lampiran 2 SK Pembimbing.....	92
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	93
Lampiran 4 Profil Responden	101
Lampiran 5 Tabulasi Data Kuesioner	104
Lampiran 6 Uji Validitas.....	121
Lampiran 7 Uji Reliabilitas.....	122
Lampiran 8 Riwayat Penulis	123

DAFTAR PUSTAKA

- Abrate, G., & Viglia, G. (2016). Strategic And Tactical Price Decisions In Hotel Revenue Management. *Tourism Management*, 55, 123-132.
- Agung, I. G. A., & Aprilia, A. P. (2021). Persepsi Harga Berpengaruh Terhadap Minat Membeli di The 18th Restaurant And Lounge The Trans Luxury Hotel Bandung. *Sabbhata Yatra: Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 2(1), 43-59.
- Anggraini, E. M., & Wibisono, N. (2022, August). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Niat Wisatawan Untuk Berkunjung Kembali Ke Destinasi Wisata: Studi Kasus Dago Dream Park Bandung. In *Prosiding Industrial Research Workshop And National Seminar* (Vol. 13, No. 01, Pp. 1017-1023).
- Angkasa, E. K., Oktavio, A., & Rahnjen, D. (2023). Pengaruh *Internet Of Things* dan *Experiance* Terhadap *Revisit Intention* Tamu Hotel Aston Inn Jemursari Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 9(1), 9-16.
- Castro, C., & Ferreira, F. A. (2018). Online Hotel Ratings And Its Influence On Hotel Room Rates: The Case Of Lisbon, Portugal. *Tourism & Management Studies*, 14, 63-72.
- Cvitković, A. (2022). *Service Failures In Five-Star Hotels In Dubrovnik–Neretva And Istria Counties* (Doctoral Dissertation, RIT Croatia).
- El-Said, O. A. (2020). Impact Of Online Reviews On Hotel Booking Intention: The Moderating Role Of Brand Image, Star Category, And Price. *Tourism Management Perspectives*, 33, 100604.
- Falaq, M., Sjukriana, J., & Afifah, H. N. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Fasilitas Wisata Pada Kepuasan Pengunjung Wisata. *GARUDA (Global Research On Tourism Development And Advancement)*, 4(1), 1-24.
- Husna, N. (2021). Perceived Price Menentukan Niat Untuk Merekomendasikan Kepada Orang Lain Dan Niat Untuk Berkunjung Kembali PADA WISATA

- Bahari Di Provinsi Lampung. *TECHNOBIZ: International Journal Of Business*, 4(2), 70-73.
- Indiani, N. L. P., SE, M., Rusmiati, N. N., & Jaya, I. K. (2020). *The Influence Of Hotel Marketing Mix On Tourists' revisit Intention Case Study At Kumala Pantai Hotel, Seminyak, Bali. Warmadewa Management And Business Journal (WMBJ)*, 2(2), 84-91.
- Indriastuty, N., Saputro, W. E., & Sukimin, S. (2020). Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening:(Studi Pada Pantai Manggar Segara Sari Balikpapan). *Jurnal Geoekonomi*, 11(1), 56-73.
- Jang, S., & Moutinho, L. (2019). Do Price Promotions Drive Consumer Spending On Luxury Hotel Services? The Moderating Roles Of Room Price And User-Generated Content. *International Journal Of Hospitality Management*, 78, 27-35.
- Khansa, V. R., & Farida, N. (2016). Pengaruh Harga Dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan (Studi Pada Wisatawan Domestik Kebun Raya Bogor). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 104-114.
- Kim, J., Jang, S., Kang, S., & Kim, S. J. (2020). Why Are Hotel Room Prices Different? Exploring Spatially Varying Relationships Between Room Price And Hotel Attributes. *Journal Of Business Research*, 107, 118-129.
- Kurniansah, R., & Khali, M. S. (2019). Ketersediaan Akomodasi Pariwisata Dalam Mendukung Pariwisata Perkotaan (Urban Tourism) Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Mataram Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Bina Wakya*, 1(1), 39-44.
- Mariyanti, E., Husin, N. A., Wijaya, R. S., Sari, P. E., Putri, S. L., Abdilla, M., & Putra, R. K. (2023). Examining The Effect Of Perceived Price Fairness On Revisit Intention Of Local Guests Sharia Hotel: Customer Satisfaction As Mediation. *Advances In Social Sciences Research Journal*, 10(2). 316-330.

- Mega, D. S. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Cafe Terrace Fakultas Teknik Di Universitas Negeri Jakarta)* (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Nugroho, A. Y., & Magnadi, R. H. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Members Game Center Skyland Kota Semarang)* (Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis).
- Nugroho, S. B. M. (2020). Beberapa Masalah Dalam Pengembangan Sektor Pariwisata Di Indonesia. *Jurnal Pariwisata*, 7(2), 124-131.
- Nur, M., & Fadili, D. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Travellers Hotel Jakarta. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(1), 38-50.
- Oktavio, F., Maharani, D. A. S., Diana, I. C., & Lim, J. (2023). Analisa Pengaruh Price, Location, Responsiveness Dan Atmosphere Terhadap Revisit Intention Dimediasi Oleh Customer Satisfaction. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 3(1), 81-94.
- Pebrianti, Y., Purnamasari, K., Putra, A. M., Detmuliati, A., Windarti, G. A. O., Kamilah, S., ... & Putri, S. A. (2023). Sosialisasi Penentuan Harga Tiket Masuk Pada Agrowisata Tekno 44 Desa Gelebak Dalam Kabupaten Banyuasin, Sumatera Selatan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(4), 88-95.
- Rafael, R., & Sanjaya, I. W. K. (2020). Reduksi Hotel Dan Homestay Sebagai Akomodasi Pariwisata Dalam Fungsi Sortir Online Travel Agent. *Cultoure: Jurnal Ilmiah Pariwisata Budaya Hindu*, 1(2), 163-172.
- Rahmayanti, P. L. D., Suartina, I. W., Wijaya, N. S., Wardana, M. A., Sumerta, K., & Yasa, N. N. K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Niat Berkunjung Kembali Pada The Sila's Agrotourism. *Journal Of Innovation In Management, Accounting And Business*, 1(2), 48-56.

- Sari, S. M., & Nurfadillah, S. (2022). ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PRODUK HORTIKULTURA DI PASAR BANDUNGAN PASCARELOKASI, KABUPATEN SEMARANG. *MAHATANI: Jurnal Agribisnis (Agribusiness And Agricultural Economics Journal)*, 5(1), 186-200.
- Sengkey, A. K., Mananeke, L., & Wenas, R. S. (2022). Analisis Kualitas Layanan, Hotel Atmosphere Dan Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Heine Manado Menggunakan Importance Performance Analysis. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 1157-1165.
- Septiyanti, F. M., & Jannah, M. (2022). Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Pantai Camplong Dengan Kepuasan Sebagai Pemediasi. *Creative Research Management Journal*, 5(2), 97-107.
- Setiawan, I. (2015). Potensi Destinasi Wisata Di Indonesia Menuju Kemandirian Ekonomi.
- Sulanjari, B. (2018). *Analisis Pengaruh Kesadaran Harga, Persepsi Nilai, Dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Niat Perilaku Berbelanja Produk Imitasi Di Malioboro* (Master's Thesis, Universitas Islam Indonesia).
- Sultan, M. A., Haryono, T., Haryanto, B., & Riani, A. L. (2012). Proses Pembentukan Perilaku Niat Wisatawan Berkunjung Kembali. *Jurnal Siasat Bisnis*, 16(1).
- Surgawi, I., & Sutopo, S. (2016). *Analisis Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Dalam Mengunjungi Objek Wisata (Studi Pada Objek Wisata Puri Maerokoco Kota Semarang)* (Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis).
- Torabi, Z. A., Shalbfian, A. A., Allam, Z., Ghaderi, Z., Murgante, B., & Khavarian-Garmsir, A. R. (2022). Enhancing Memorable Experiences, Tourist Satisfaction, And Revisit Intention Through Smart Tourism Technologies. *Sustainability*, 14(5), 2721.
- Yudiana, I. M., & Indiani, N. L. P. (2022). Peran Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Dalam Mendorong Keputusan Pembelian Kembali Di Bale Ayu

Denpasar. *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 21(1), 55-63.

Zeng, L., & Yi Man Li, R. (2021). Tourist Satisfaction, Willingness To Revisit And Recommend, And Mountain Kangyang Tourism Spots Sustainability: A Structural Equation Modelling Approach. *Sustainability*, 13(19), 10620.