

**PENGARUH PRODUK WISATA TERHADAP KEPUASAN  
PENGUNJUNG SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS  
PENGUNJUNG DI SARI ATER *HOT SPRINGS* SUBANG**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata  
Program Studi Manajemen Resort dan Leisure*



Oleh:

Rizqi Sukatma Putra

1905678

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

**2023**

**PENGARUH PRODUK WISATA TERHADAP KEPUASAN  
PENGUNJUNG SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS  
PENGUNJUNG DI SARI ATER *HOT SPRINGS* SUBANG**

Oleh:

Rizqi Sukatma Putra

Diajukan untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata  
Program Studi Manajemen Resort dan Leisure

© Rizqi Sukatma Putra

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2023

Hak Cipta dilindungi Undang-undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian  
dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

**LEMBAR PENGESAHAN**


Rizqi Sukatma Putra

1905678

**PENGARUH PRODUK WISATA TERHADAP KEPUASAN  
PENGUNJUNG SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS  
PENGUNJUNG DI SARI ATER *HOT SPRINGS* SUBANG**

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



**Rosita, S.S., MA**

**NIP. 19781019 200604 2 001**

Pembimbing II



**Sri Marhanah, S.S., M.M**

**NIP. 19811014 200604 2 001**

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Resort & Leisure



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

**NIP. 19791215 200812 2 002**

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Produk Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pengunjung di Sari Ater *Hot Springs* Subang”** ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Agustus 2023

Rizqi Sukatma Putra

## UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan mengucapkan syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya, tak lupa juga shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan petunjuk untuk keselamatan dan pedoman hidup umat manusia selama berada di dunia berupa kitab suci Al-qur'an dan juga sunnah-sunnahnya.

Skripsi yang berjudul “**Pengaruh Produk Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pengunjung di Sari Ater *Hot Springs Ciater Subang***” menjadi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pariwisata yang tidak luput dari berbagai hambatan dalam setiap penyusunannya, sehingga peneliti meminta maaf apabila terdapat kesalahan dalam penyusunan skripsi ini maka peneliti harap kritik dan sarannya yang dapat membuaat skripsi ini menjadi lebih baik.

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak sehingga peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua orang yang telah berkontribusi dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu dengan segala rasa hormat peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua peneliti yaitu Bapak Rochmat dan Ibu Erna Mediawati yang selalu memberikan dukungan moral, materi serta doa'nya selama proses pengerjaan skripsi ini;
2. Ibu Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE selaku ketua Program Studi Manajemen Resor dan Leisure yang telah memberikan kemudahan selama peneliti mengikuti perkuliahan di Program Studi Manajemen Resor dan Leisure;
3. Ibu Rosita, S.S., M.A selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah senantiasa sabar dan ikhlas dalam membimbing peneliti serta telah bersedia meluangkan waktu, pikiran serta tenaga untuk memberikan masukan dan arahan peneliti dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini;

4. Ibu Sri Marhanah, S.S., M.A selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah senantiasa meluangkan waktu, pikiran serta tenaga untuk membimbing dan mengarahkan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini;
5. Seluruh jajaran Dosen dan Staff Program Studi Manajemen Resor dan Leisure atas semua ilmu, pengalaman dan bantuan yang telah diberikan selama peneliti duduk di bangku perkuliahan;
6. Seluruh Staff Sari Ater *Hot Springs* Ciater Subang khususnya Bapak Yaya selaku kepala HRD Sari Ater *Resort* yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian
7. Teman-teman kost 14d, yaitu Idham, Khozi, Hakim, Jonathan, Amreyza, Agied, Ilham, Rafi, Shidqi, Putra, dan Gufran yang selalu menjadi tempat untuk menyampaikan rasa suka dan duka juga memberi semangat selama masa perkuliahan ini;
8. Teman-teman peneliti yaitu Nisa, Fina, Audita, Mia, dan Imel yang menjadi tempat penulis dalam berbagi cerita kesenangan dan kesedihan selama semester akhir ini;
9. Teman teman help me, yaitu Nadya, Ami, Sarah, Vivi, Herdi, dan Babil yang telah banyak mengajarkan ilmu dan sebagai tempat pembelajaran peneliti dalam mengerjakan skripsi;
10. Seluruh teman-teman MRL 2019 yang telah menemani peneliti selama masa perkuliahan dengan berbagai cerita dari awal hingga akhir perkuliahan;
11. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya dan membantu peneliti dalam pengisian kuesioner;
12. Semua pihak yang telah membantu peneliti dalam penyelesaian skripsi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Terimakasih kepada semua pihak yang telah berjasa atas setiap bantuan, dukungan dan semangat yang selalu diberikan kepada peneliti, peneliti berharap semoga kebaikan yang diberikan dapat dibalas oleh Allah SWT.

**PENGARUH PRODUK WISATA TERHADAP KEPUASAN  
PENGUNJUNG SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS  
PENGUNJUNG DI SARI ATER *HOT SPRINGS* SUBANG**

**ABSTRAK**

Rizqi Sukatma Putra

1905678

Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi kondisi produk wisata (*Attraction, Accesbility, dan Amenities*) yang terdapat pada objek wisata alam Sari Ater *Hot Springs* Ciater Subang, mengidentifikasi kepuasan pengunjung yang melakukan kunjungan pada objek wisata Sari Ater *Hot Springs* Ciater Subang, mengidentifikasi loyalitas pengunjung pada objek wisata Sari Ater *Hot Springs* Ciater Subang, dan menganalisis pengaruh produk wisata terhadap kepuasan pengunjung serta dampaknya pada loyalitas pengunjung di Sari Ater *Hot Springs* Ciater Subang. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan total 150 responden dan menggunakan analisis *path* sebagai teknik analisis data. Instrumen penelitian ini adalah kuesioner yang disebarakan kepada responden secara langsung/*offline* serta secara *online* melalui *google form*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan populasi pengunjung wisata Sari Ater *Hot Springs* Ciater Subang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Produk wisata (X) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pengunjung (Z), melalui Kepuasan Pengunjung (Y) dengan pengaruh sebesar 50,4% yang berada pada kategori sedang dan sisanya 49,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Maka dari itu, pihak pengelola perlu menjaga kualitas dari produk wisata agar dapat meningkatkan kepuasan pengunjung serta menumbuhkan niat loyalitas dari pengunjung.

**Kata Kunci:** Kepuasan Pengunjung, Loyalitas Pengunjung, Produk Wisata, Sari Ater *Hot Springs* Ciater

***THE EFFECT OF TOURISM PRODUCTS ON VISITOR SATISFACTION  
AND ITS IMPACT ON VISITOR LOYALTY AT SARI ATER HOT SPRINGS  
SUBANG***

***ABSTRACT***

Rizqi Sukatma Putra

1905678

*The purpose of this study was to identify the conditions of tourism products (Attraction, Accessibility, and Amenities) found in the natural tourist attraction Sari Ater Hot Springs Ciater Subang, identify visitor satisfaction when visiting the Sari Ater Hot Springs Ciater Subang tourist attraction, identify visitor loyalty to the object Sari Ater Hot Springs Ciater Subang tourism, and analyze the influence of tourism products on visitor satisfaction and their impact on visitor loyalty at Sari Ater Hot Springs Ciater Subang. The research method used in this study is a quantitative method with a total of 150 respondents and using path analysis as a data analysis technique. The research instrument was a questionnaire distributed to respondents directly/offline as well as online via the Google form. The results showed that tourism products (X) had a significant effect on visitor loyalty (Z), through visitor satisfaction (Y) with an effect of 50.4% which was in the medium category and the remaining 49.6% was influenced by other variables not examined. Therefore, the manager needs to maintain the quality of tourism products in order to increase visitor satisfaction and foster loyalty intentions from visitors.*

***Keyword:*** Sari Ater Hot Springs Ciater, Tourism Products, Visitor Satisfaction, Visitor Loyalty



## DAFTAR ISI

|   |            |
|---|------------|
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>              | <b>i</b>   |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>              | <b>ii</b>  |
| <b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>            | <b>iii</b> |
| <b>ABSTRAK .....</b>                        | <b>v</b>   |
| <b>ABSTRACT .....</b>                       | <b>vi</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                      | <b>vii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                   | <b>xi</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                   | <b>xii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>               | <b>1</b>   |
| 1.1 Latar Belakang.....                     | 1          |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                    | 8          |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                 | 8          |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                | 9          |
| 1.5 Sistematika Penulisan .....             | 10         |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>         | <b>11</b>  |
| 2.1 Pariwisata, Wisata, dan Pengunjung..... | 11         |
| 2.1.1 Pariwisata .....                      | 11         |
| 2.1.2 Wisata.....                           | 12         |
| 2.1.3 Pengunjung.....                       | 15         |
| 2.2 Produk Wisata.....                      | 16         |
| 2.2.1 Dimensi Produk Wisata.....            | 19         |
| 2.3 Kepuasan Pengunjung .....               | 22         |
| 2.3.1 Dimensi Kepuasan Pengunjung .....     | 23         |
| 2.4 Loyalitas Pengunjung .....              | 25         |
| 2.4.1 Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan.....  | 25         |
| 2.4.2 Tahapan Loyalitas Pelanggan .....     | 26         |
| 2.4.3 Dimensi Loyalitas Pengunjung .....    | 27         |
| 2.5 Penelitian Terdahulu .....              | 28         |
| 2.6 Kerangka Pemikiran .....                | 35         |
| 2.7 Hipotesis .....                         | 35         |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>      | <b>37</b>  |

|  |   |           |
|--|---|-----------|
| 3.1                                      | Metode Penelitian .....                                   | 37        |
| 3.1.1                                    | Desain Penelitian.....                                    | 37        |
| 3.1.2                                    | Operasional Variabel.....                                 | 38        |
| 3.2                                      | Lokasi Penelitian .....                                   | 41        |
| 3.3                                      | Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling .....               | 41        |
| 3.3.1                                    | Populasi.....   | 41        |
| 3.3.2                                    | Sampel.....   | 42        |
| 3.3.3                                    | Teknik Sampling .....                                     | 43        |
| 3.4                                      | Instrument Penelitian .....                               | 43        |
| 3.5                                      | Jenis dan Sumber Data.....                                | 44        |
| 3.6                                      | Teknik Pengumpulan Data .....                             | 45        |
| 3.7                                      | Uji Validitas dan Reabilitas .....                        | 46        |
| 3.7.1                                    | Uji Validitas .....                                       | 46        |
| 3.7.2                                    | Uji Reliabilitas .....                                    | 51        |
| 3.8                                      | Teknik Analisis Data .....                                | 53        |
| 3.8.1                                    | Analisis Deskriptif .....                                 | 53        |
| 3.8.2                                    | Analisis Verifikatif.....                                 | 54        |
| 3.8.3                                    | Method Success Interval (MSI) .....                       | 55        |
| 3.9                                      | Uji Asumsi Klasik .....                                   | 56        |
| 3.9.1                                    | Uji Normalitas.....                                       | 56        |
| 3.9.2                                    | Uji Multikolinearitas .....                               | 56        |
| 3.9.3                                    | Uji Heteroskedastisitas.....                              | 57        |
| 3.10                                     | Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....              | 57        |
| 3.11                                     | Uji Hipotesis .....                                       | 60        |
| 3.11.1                                   | Uji T .....   | 60        |
| 3.11.2                                   | Uji Sobel ( <i>Sobel Test</i> ).....                      | 60        |
| 3.11.3                                   | Uji Koefisien Determinasi ( <b>R<sup>2</sup></b> ).....   | 60        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b> |   | <b>62</b> |
| 4.1                                      | Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....                      | 62        |
| 4.1.1                                    | Sejarah Singkat Sari Ater <i>Hot Springs</i> Ciater ..... | 62        |
| 4.1.2                                    | Profil Sari Ater <i>Hot Springs</i> Ciater .....          | 63        |
| 4.1.3                                    | Produk Wisata Sari Ater <i>Hot Springs</i> Ciater.....    | 65        |
| 4.1.3.1                                  | Atraksi Wisata.....                                       | 65        |
| 4.1.3.2                                  | Fasilitas Wisata.....                                     | 69        |

|  |   |            |
|--|---|------------|
| 4.1.3.3  | Aksesibilitas.....  | 74         |
| 4.2  | Karakteristik Responden.....  | 75         |
| 4.2.1  | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....   | 75         |
| 4.2.2  | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....   | 76         |
| 4.2.3  | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....                                   | 77         |
| 4.2.4  | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....   | 78         |
| 4.2.5  | Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....  | 79         |
| 4.2.6  | Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Wisatawan .....  | 80         |
| 4.2.7  | Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi Lokasi Penelitian .....                    | 82         |
| 4.2.8  | Frekuensi Kunjungan .....   | 83         |
| 4.2.9  | Pilihan Transportasi Yang Digunakan .....   | 84         |
| 4.2.10   | Tujuan Kunjungan Responden .....  | 85         |
| 4.3  | Hasil Analisis Deskriptif.....  | 86         |
| 4.3.1  | Hasil Analisis Deskriptif Produk Wisata .....   | 86         |
| 4.3.2  | Hasil Analisis Deskriptif Kepuasan Pengunjung .....   | 90         |
| 4.3.3  | Hasil Analisis Deskriptif Loyalitas Pengunjung .....  | 94         |
| 4.4  | Hasil Analisis Verifikatif.....   | 97         |
| 4.4.1  | Uji Asumsi Klasik.....  | 98         |
| 4.4.1.1  | Uji Normalitas.....   | 98         |
| 4.4.1.2  | Uji Multikolinearitas.....  | 98         |
| 4.4.1.3  | Uji Heteroskedastisitas .....   | 99         |
| 4.5  | Uji Hipotesis .....   | 100        |
| 4.5.1  | Pengaruh Produk Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung .....                                       | 100        |
| 4.5.2  | Pengaruh Produk Wisata, Kepuasan Pengunjung Terhadap Loyalitas Pengunjung (Parsial Uji T) ..... | 105        |
| 4.5.3  | Pengaruh Produk Wisata, Kepuasan Pengunjung terhadap Loyalitas Pengunjung .....                 | 107        |
| <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>                                |   | <b>115</b> |
| 5.1  | Simpulan .....  | 115        |
| 5.2  | Saran .....   | 117        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>  |   | <b>119</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>   |   | <b>125</b> |
| Lampiran 1. Surat Keputusan Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi ..... |   | 125        |
| Lampiran 2. Kuesioner Penelitian .....                               |   | 128        |

|  |     |
|--|-----|
| Lampiran 3. Tabulasi Data .....  | 134 |
| Lampiran 4. Buku Catatan Bimbingan .....                               | 140 |
| Lampiran 5. Surat Izin Melakukan Penelitian dan Penyerahan Surat ..... | 143 |
| Lampiran 6. Riwayat Hidup .....  | 145 |

## DAFTAR TABEL

|   |     |
|---|-----|
| Tabel 1. 1 Data Kunjungan Wisatawan Sari Ater Hot Springs Ciater Periode 2018-2022..... | 3   |
| Tabel 1. 2 Ulasan Pengunjung di Sari Ater Hot Springs Ciater.....                       | 5   |
| Tabel 1. 3 Rekapitulasi Member HSP Periode Tahun 2020-2022.....                         | 6   |
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....   | 29  |
| Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel .....  | 38  |
| Tabel 3. 2 Skala Likert .....   | 44  |
| Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas.....   | 48  |
| Tabel 3. 4 Hasil Uji Reabilitas .....   | 53  |
| Tabel 3. 5 Koefisiensi Kolerasi.....  | 59  |
| Tabel 3. 6 Pedoman Koefisien Determinasi.....   | 61  |
| Tabel 4. 1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                         | 75  |
| Tabel 4. 2 Persentase Responden Berdasarkan Usia.....                                   | 76  |
| Tabel 4. 3 Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....                   | 77  |
| Tabel 4. 4 Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan .....                             | 78  |
| Tabel 4. 5 Persentase Responden Berdasarkan Penghasilan.....                            | 79  |
| Tabel 4. 6 Persentase Responden Berdasarkan Asal Wisatawan.....                         | 80  |
| Tabel 4. 7 Persentase Responden Berdasarkan Sumber Informasi .....                      | 82  |
| Tabel 4. 8 Persentase Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan .....                   | 83  |
| Tabel 4. 9 Persentase Responden Berdasarkan Moda Transportasi.....                      | 84  |
| Tabel 4. 10 Persentase Responden Berdasarkan Tujuan Berkunjung.....                     | 86  |
| Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Mengenai Atraksi Wisata .....                           | 87  |
| Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pengunjung .....                      | 91  |
| Tabel 4. 13 Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Pengunjung.....                      | 94  |
| Tabel 4. 14 Acuan perhitungan Uji Sobel.....  | 108 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |     |
|--|-----|
| Gambar 3. 1 Garis Kontinum.....                                      | 54  |
| Gambar 3. 2 Model Analisis Jalur .....                               | 58  |
| Gambar 4. 1 Lokasi Sari Ater .....                                   | 64  |
| Gambar 4. 2 Kolam Rendam Mayangsari.....                             | 66  |
| Gambar 4. 3 Kolam Rendam Wangsadipa.....                             | 66  |
| Gambar 4. 4 Kolam Rendam Kabayan .....                               | 67  |
| Gambar 4. 5 Area Kolam Waterpark .....                               | 67  |
| Gambar 4. 6 Area Curug Jodo.....                                     | 68  |
| Gambar 4. 7 Aktivitas Outbound Sari Ater.....                        | 68  |
| Gambar 4. 8 Atraksi Camping Sari Ater.....                           | 69  |
| Gambar 4. 9 Tiket Box.....   | 69  |
| Gambar 4. 10 Sales Counter.....                                      | 70  |
| Gambar 4. 11 Area Lahan Parkir .....                                 | 70  |
| Gambar 4. 12 Papan Informasi.....                                    | 71  |
| Gambar 4. 13 Area Souvenir.....                                      | 71  |
| Gambar 4. 14 Gazebo Sari Ater .....                                  | 72  |
| Gambar 4. 15 Unit Pertolongan Pertama .....                          | 72  |
| Gambar 4. 16 Cafeteria Sari Ater.....                                | 73  |
| Gambar 4. 17 Musholla Sari Ater .....                                | 73  |
| Gambar 4. 18 Toilet dan Tempat Bilas Sari Ater.....                  | 74  |
| Gambar 4. 19 Garis Kontinum Produk Wisata .....                      | 90  |
| Gambar 4. 20 Garis Kontinum Kepuasan Pengunjung .....                | 93  |
| Gambar 4. 21 Garis Kontinum Loyalitas Pengunjung.....                | 96  |
| Gambar 4. 22 Hasil Uji Normalitas.....                               | 98  |
| Gambar 4. 23 Hasil Uji Multikolinearitas.....                        | 99  |
| Gambar 4. 24 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                     | 100 |
| Gambar 4. 25 Koefisiensi jalur X terhadap Y.....                     | 101 |
| Gambar 4. 26 Matriks Kolerasi Antara X dan Y .....                   | 102 |
| Gambar 4. 27 Diagram Jalur Hubungan Kausal Empiris X terhadap Z..... | 103 |
| Gambar 4. 28 Koefisien Determinasi X terhadap Y .....                | 103 |

|  |     |
|--|-----|
| Gambar 4. 29 Koefisien Jalur X, Y terhadap Z.....                                  | 105 |
| Gambar 4. 30 Diagram Jalur Hubungan Kausal Empiris X terhadap Z Melalui Y<br>..... | 110 |
| Gambar 4. 31 Koefisien Determinasi X, Y terhadap Z.....                            | 110 |

## DAFTAR PUSTAKA

- Adeline, dkk (2012). Tinjauan Produk Wisata Potensial di Pantai Matras Kabupaten Bangka. E- Journal, Jakarta: Universitas Bina Nusantara
- Adhi, V. K., Gunawan, J., & Hakim, N. S. (2022). Investigasi Karakteristik Demografi dan Perilaku Berpergian Wisatawan Domestik di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 11(2), F8-F13.
- Al Muala, A. (2012). Assessing the relationship between marketing mix and loyalty through tourists satisfaction in Jordan curative tourism. *American academic & scholarly research journal*, 4(2), 7-23.
- Andreassen, 1994. Satisfaction, Loyalty and Reputation as Indicators of Customer Orientation in The Public Sector. *International Journal Of Public Sector management*. Vol 7 No 2 pp 16-24. MCB University Press. 0951-3558
- Barnes, James G. 2003. *Secrets of Customer Relationship Management*. Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan. Alih Bahasa Andreas Winardi. Yogyakarta : Andi Offset.
- Basu Swasta, dan Hani Handoko, 2000, *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*, BPFE, Yogyakarta.
- Basu Swastha dan Irawan, 2000 *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Cetakan Kedua, Penerbit: Liberty, Yogyakarta.
- Bloemer dan J. Kasper. 1995. "The complex relationship between consumer satisfaction and brand loyalty". *Journal of Economic Psychology*, 16(2), pp.19-24.
- Cahyadi, Rusli dan Jajang Gunawan. (2009). *Pariwisata Pusaka Masa Depan Bagi Kita, Alam dan Warisan Budaya Bersama*. Jakarta: Unesco & Program Vokasi Pariwisata Universitas Indonesia.
- Diana, P., Suwena, I. K., & Wijaya, N. M. S. (2017). Peran Dan Pengembangan Industri Kreatif Dalam Mendukung Pariwisata Di Desa Mas Dan Desa Peliatan, Ubud. *Jurnal Analisis Pariwisata ISSN*, 1410, 3729.



- Durianto, D., & Sugiarto, T. S. (2001). Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merek. *Jakarta: Gramedia Pustaka Utama*.
- Durianto, Darmadi dkk. 2004. Brand Equity Ten, Strategi Memimpin Pasar. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Dwiantari, S. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas yang Dimediasi oleh Kepuasan. *Jurnal Ilmiah Aset*, 22(1), 51-62.
- Dwiputriani, A. (2015). *pengaruh produk wisata terhadap loyalitas wisatawan di jendela alam bandung* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Ferdinand, A. (2014). Metode Penelitian Manajemen. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Fitriany, D. N., & Kartika, T. (2022). Pengaruh Konsep Health Tourism Terhadap Motivasi Kunjungan Wisata ke Sari Ater. *Manajemen dan Pariwisata*, 1(1), 33-45.
- Gamal, S. (2004). Dasar-dasar pariwisata. *Yogyakarta: andi*.
- Griffin, J. (2005). Menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan. (Alih bahasa : Dr. Dwi Kartini Yahya). Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Hulukati, W., & Djibran, M. R. (2018). Analisis tugas perkembangan mahasiswa fakultas ilmu pendidikan universitas negeri gorontalo. *Jurnal Bikotetik (Bimbingan dan Konseling: Teori dan Praktik)*, 2(1), 73-80.
- Husein Umar. (2013). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis. Jakarta: Rajawali.
- Kotler dan Keller, 2006. Manajemen Pemasaran, Jilid 1 Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang
- Kotler, P & Keller, K. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga Belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2005). Manajemen Pemasaran (11th ed.). Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. 2001. Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Terjemahan A.B Susanto. Jakarta: Salemba Empat.

- Kotler, P., dan Keller, K. (2016). *Marketing Management* (15th ed). Edinburgh Gate, Harlow, England: Pearson Education
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2009). *Principal of Marketing*. USA: Prentice Hall
- Kotler, Philip, John T.Brown, James C Makens ( 2009:304) dalam buku *Marketing for Hospitality and Tourism*.
- Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jakarta : Erlangga. 2010.
- Lucas, R. W. 2015. *Customer Service: Skills for Success 6 th Edition*. New York: McGraw-Hill Education.
- Lupioyoadi, Rambat., Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa* Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. "*Manajemen Pemasaran Jasa*", Edisi Kedua. Jakarta Penerbit Salemba Empat.
- Lutfi Muta'ali. 2015. *Teknik Analisa Regional untuk Perencanaan Wilayah, Tata Ruang, dan Lingkungan*. Badan Penerbit Fakultas Geografi UGM. Yogyakarta.
- Manongga, D., Papilaya, S., & Pandie, S. (2009). Sistem Informasi Geografis Untuk Perjalanan Wisata Di Kota Semarang. *Jurnal Informatika*, 10(1), 1-9.
- Marpaung, H., & Bahar, H. (2002). *Pengantar pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Marpaung, Happy. 2002. *Pengetahuan Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Mayasari, W. M., & Budiarmo, A. (2016). Pengaruh atribut produk wisata dan word of mouth terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata taman margasatwa semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 501-509.
- Middleton, T.T.C. 2001. *Marketing in Travel and Tourism 2nd Edition*. Oxford: Butterworth-Heineman

- Middleton, Victor T. C. (2001). *Marketing in Travel and Tourism* 3rd Edition. United Kingdom: MPG Books Ltd, Bodmin.
- Moh, P. T. (2005). *Metode Penelitian Geografi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muljadi, A.j. 2010. *Kepariwisata Dan Perjalanan*. Jakarta: Raja Grafindo Perkasa.
- Oliver, Richard L. (1999), "Whence Consumer Loyalty?", *Journal of Marketing*, Vol 63 (special issue) pp. 33-44.
- Oliver, Richard L., 1997, *Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Consumer*, New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Pendit S nyoman, 1994. *Ilmu Pariwisata : Sebuah Pengantar Perdana*, Jakarta PT.Pradnya Paramita
- Pendit, Nyoman S. 1994 *Potensi Pariwisata*, Gramedia Pustaka Utama.
- Peraturan Perundang – undangan Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata
- Pitana, I. Gede, dan Gayatri, Putu G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Poerwanto. (2004). *Geografi Pariwisata (Diktat Kuliah)*. Jember: Universitas Jember.
- Prameswari, Nanda Putri. 2011. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Asuransi Prudential di Kota Semarang*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Putra, Arya Maman. 2010. *Analisis Pengaruh Produk, Pelayanan, Fasilitas, dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- RAHMIATI, F., OTHMAN, N. A., BAKRI, M. H., ISMAIL, Y., & Grace, A. M. I. N. (2020). Tourism service quality and tourism product availability on the loyalty of international tourists. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business (JAFEB)*, 7(12), 959-968.

- Ranto, Dwi Wahyu Pril, 2014, Dampak Ketidakpuasan Konsumen Pada Terbentuknya Perilaku Berpindah Merek (Brand Switching), Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi, Vol. 2, No. 2, Sep. Hal. 83 – 90.
- Resseffendi. (2010). Metode Penelitian. NASPA Journal,33,26-36.
- Setiawan, I. (2015). Identifikasi Potensi Wisata Beserta 4a (Attraction, Amenity, Accessibility, Ancilliary) Di Dusun Sumber Wangi, Desa Pemuteran, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng, Bali Nama. Identifikasi Potensi Wisata Beserta 4a (Attraction, Amenity, Accessibility, Ancilliary) Di Dusun Sumber Wangi, Desa Pemuteran, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng, Bali,1– 21.
- Subagja, A. D., & Kusnadi, I. H. (2019). Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Wisata Pemandian Air Panas Ciater Spa Resort. *The World of Business Administration Journal*, 1-19.
- Sugiarto, Hendratono, T., & Sudiby, D. (2015). Metodologi Penelitian Hospitaliti & Pariwisata. In Metodologi Penelitian Hospitaliti & Pariwisata (p. 72). Tangerang: Matana Publishing.
- Sugiyono, 2010. “*Metode Penelitian Bisnis cetakan ke 15*”, CV Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam. Jakarta: Prenadamedia Group
- Suwantoro, G. (2019). Dasar-dasar pariwisata.
- Suwantoro, Gamal.2004. Dasar-dasar pariwisata. Yogyakarta: Andi Offset
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). Using multivariate statistics: International edition. Pearson2012, 1.

- Tjiptono, Fandy, (2015), Strategi Pemasaran, Edisi 4, Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius dan Dadi Adriana. 2008. Pemasaran Strategik. Yogyakarta : Andi.
- Tseng, M. L., Wang, R., Chiu, A. S. F., Geng, Y., & Lin, Y. H. (2013). Improving performance of green innovation practices under uncertainty. *Journal of Cleaner Production*, 40, 71–82.
- Yoeti, Oka A. 1996. Pengantar Ilmu Pariwisata Edisi Revisi. Bandung: Angkasa
- Yoeti, Oka A. 2008. Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, dan Aplikasi. Jakarta: Kompas.
- Yuan, Y. H. & Wu, C. 2008. Relationships among Experiential Marketing, Experiential Value and Customer Satisfaction. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. 32(3): 387-410.
- Yuniati, N. (2018). Profil dan karakteristik wisatawan nusantara (studi kasus di Yogyakarta). *Jurnal Pariwisata Pesona*, 3(2), 175-190.
- Yuniati, N. (2022). Model Perilaku Wisatawan Domestik Dalam Memilih Hotel Hijau. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(8), 2370-2382.