

**PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS FASILITAS, KUALITAS
PELAYANAN, DAN PENGALAMAN WISATA TERHADAP KEPUASAN
BERWISATA PENGUNJUNG GEN-Z DI MUSEUM GEDUNG SATE
KOTA BANDUNG**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh
Saddam Danandjaja
2007708

PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT DAN LEISURE
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2025

**PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS FASILITAS, KUALITAS
PELAYANAN, DAN PENGALAMAN WISATA TERHADAP KEPUASAN
BERWISATA PENGUNJUNG GEN-Z DI MUSEUM GEDUNG SATE
KOTA BANDUNG**

Oleh:
Saddam Danandjaja

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

© Saddam Danandjaja 2025
Universitas Pendidikan Indonesia
Januari 2025

Hak cipta dilindungi undang-undang
Skripsi tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang,
difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin penulis

LEMBAR PENGESAHAN

Saddam Danandjaja

2007708

**PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS FASILITAS, KUALITAS
PELAYANAN, DAN PENGALAMAN WISATA TERHADAP KEPUASAN
BERWISATA PENGUNJUNG GEN-Z DI MUSEUM GEDUNG SATE
KOTA BANDUNG**

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE.,
NIP. 19791512 200812 2 002

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Resort dan Leisure



Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE.,
NIP. 19791512 200812 2 002

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS FASILITAS, KUALITAS PELAYANAN, DAN PENGALAMAN WISATA TERHADAP KEPUASAN BERWISATA PENGUNJUNG GEN-Z DI MUSEUM GEDUNG SATE KOTA BANDUNG”** ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan dan tidak ada di dalamnya yang merupakan plagiat (plagiarism) dari hasil karya orang lain atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, 15 Januari 2025
Pembuat Pernyataan,



Saddam Danandjaja
Nim. 2007708

KATA PENGANTAR

Segala Puji serta Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, karena atas karunia dan hidayatNya penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS FASILITAS, KUALITAS PELAYANAN, DAN PENGALAMAN WISATA TERHADAP KEPUASAN BERWISATA PENGUNJUNG GEN-Z DI MUSEUM GEDUNG SATE KOTA BANDUNG”**. Skripsi ini ditulis utamanya dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen Resort dan Leisure di Universitas Pendidikan Indonesia, serta secara khusus untuk meningkatkan pemahaman dan pengimplementasian kemampuan penulis.

Penulis menyadari dengan sepenuhnya bahwa banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, baik dari segi pembahasan, maupun sistematika penulisan skripsi ini. Penulis mengharapkan kritik dan saran agar dapat menjadi bahan perbaikan dan pembelajaran bagi pribadi penulis dimasa depan.

Pada proses penyusunan skripsi ini, penulis juga menyadari banyaknya sumbangsih dan kontribusi banyak pihak mulai dari bimbingan, doa, motivasi dan dukungan lainnya dari begitu banyak pihak mulai dari orang tua, pembimbing, sahabat, rekan hingga kolega yang pada akhirnya mengantarkan penulis menuju tahap akhir penulisan skripsi ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada penyusunan skripsi ini izinkan penulis untuk mengucapkan terimakasih kepada pihak yang banyak berkontribusi pada keberhasilan skripsi ini, yaitu:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya yang sudah memberikan peneliti kesehatan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Orang Tua peneliti Bapak Agah Nugraha Danandjaja yang menemani dan mendukung penulis dalam proses penulisan skripsi ini, serta Ibu Nuke Sapnawati (almh) yang juga menyertai dukungan dan doa kepada peneliti hingga akhir hayatnya. Tidak lupa Kaka dari penulis Fatra Kemiavaza, Andera Christiareza, Eky Juansyah, Ajeng Mega Putri dan keponakan-keponakan Alzena, Razyta, Alula dan Aqila
3. Keluarga Nenek, Ibu Sri Rahayu dan Kaka Sendy Kania yang senantiasa mendoakan kelancaran penulis.
4. Ibu Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE, selaku pembimbing dan ketua Program Studi Manajemen Resort dan Leisure yang berperan banyak dalam perkembangan penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini.
5. Seluruh dosen pengajar Program Studi Manajemen Resort and Leisure.
6. Seluruh staf serta pengelola Museum Gedung Sate Kota Bandung yang telah memperkenankan penulis untuk melakukan penelitian ini.
7. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.
8. Sahabat-sahabat saya Akhmal, Akmal, Firman, Gio, Lifqi, Syira, Marcho yang dengan sabar menemani penulis dalam perjalanan pengerjaan skripsi ini.
9. Teman-teman Program Studi Manajemen Resort dan Leisure.
10. Mentor sekaligus supervisor saya Ibu Endah Kismiwahyuni yang memberikan kesempatan dan bantuan dalam penulis menyelesaikan skripsi sekaligus membuka kesempatan penulis terus mengembangkan kemampuan di industri.

PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS FASILITAS, KUALITAS PELAYANAN, DAN PENGALAMAN WISATA TERHADAP KEPUASAN BERWISATA PENGUNJUNG GEN-Z DI MUSEUM GEDUNG SATE KOTA BANDUNG

ABSTRAK

Oleh

Saddam Danandjaja
2007708

Penelitian mendeskripsikan persepsi gen-z mengenai Inovasi Produk, Kualitas Fasilitas Wisata, Kualitas Pelayanan Wisata, dan Pengalaman Wisata Pengunjung Gen-Z di Museum Gedung Sate, Kota Bandung. Selanjutnya Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Inovasi Produk, Kualitas Fasilitas, Kualitas Pelayanan, dan Pengalaman Wisata mempengaruhi Kepuasan Berwisata Pengunjung Gen-z di Museum Gedung Sate, Kota Bandung. Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis Regresi Linier Berganda pengumpulan data menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner pada 123 responden gen-z yang sudah pernah mengunjungi Museum Gedung Sate menggunakan teknik probability sampling.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Inovasi Produk mendapatkan hasil baik menurut responden, sedangkan Kualitas Fasilitas Wisata, Kualitas Pelayanan Wisata, Pengalaman Wisata dan Kepuasan Berwisata di Museum Gedung Sate dianggap dinilai sangat baik oleh responden. Hasil dari penelitian ini menunjukan secara independen hanya Variabel Pengalaman Wisata yang memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap Kepuasan Berwisata, sedangkan variabel lain yaitu, Inovasi Produk, Kualitas Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan Wisata tidak secara signifikan mempengaruhi Kepuasan Berwisata Pengunjung Gen-z. Secara simultan seluruh variabel independen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan berwisata gen-z

Kata Kunci : inovasi produk, kualitas fasilitas, kualitas pelayanan, pengalaman wisata, kepuasan berwisata, Gen-Z, Museum Gedung Sate.

**THE INFLUENCE OF PRODUCT INNOVATION, QUALITY OF
FACILITIES, QUALITY OF SERVICE, AND TOURISM EXPERIENCE ON
TOURISM SATISFACTION OF GEN-Z VISITORS AT THE GEDUNG SATE
MUSEUM, BANDUNG CITY**

ABSTRACT

By

Saddam Danandjaja
2007708

This study describes Gen Z's perception of Product Innovation, the Quality of Tourism Facilities, the Quality of Tourism Services, and the Tourism Experience of Gen Z visitors at the Gedung Sate Museum in Bandung. It also aims to analyze how Product Innovation, Facility Quality, Service Quality, and Tourism Experience influence the Tourism Satisfaction of Gen Z visitors at the Gedung Sate Museum. The research employs a quantitative approach using Multiple Linear Regression analysis. Data was collected through surveys by distributing questionnaires to 123 Gen Z respondents who had previously visited the Gedung Sate Museum, using a probability sampling technique.

The results indicate that the Product Innovation variable received a good rating from respondents, while the Quality of Tourism Facilities, the Quality of Tourism Services, Tourism Experience, and Tourism Satisfaction at the Gedung Sate Museum were rated as very good. The findings also reveal that, independently, only the Tourism Experience variable has a positive and significant influence on Tourism Satisfaction. Meanwhile, other variables—Product Innovation, the Quality of Tourism Facilities, and the Quality of Tourism Services—do not significantly affect the Tourism Satisfaction of Gen Z visitors. Simultaneously, all independent variables have a positive and significant influence on Gen Z's tourism satisfaction.

Keywords: *product innovation, facility quality, service quality, tourism experience, tourism satisfaction, Gen-Z, Gedung Sate Museum.*

DAFTAR ISI

LEMBAR HAK CIPTA	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika penulisan	8
BAB II.....	10
KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Produk Pariwisata	10
2.1.1 Produk dan Produk Pariwisata.....	10
2.1.2 Museum Sebagai Produk Pariwisata.....	10
2.1.3 Inovasi Produk dan Inovasi produk Museum	12
2.2 Kepuasan Berwisata.....	14
2.3 Tourism Behavioral Intention.....	14
2.4 Generasi Z.....	15
2.5 Penelitian Terdahulu	16
2.6 Kerangka Berpikir.....	19
2.7 Hipotesis Penelitian	19
BAB 3.....	21
METODE PENELITIAN	21
3.1 Desain Penelitian	21
3.2 Populasi dan Sampel.....	21

3.3 Teknik Pengumpulan Data	23
3.3.1 Data Primer	23
3.3.2 Data Sekunder	23
3.4 Variabel Penelitian	24
3.5 Instrumen Penelitian	26
3.5.1 Kuesioner	26
3.6 Uji Validitas dan Realibilitas	26
3.6.1 Uji Validitas	26
3.6.2 Uji Realibilitas	29
3.7 Uji Asumsi Klasik	30
3.7.1 Uji Normalitas	30
3.7.2 Uji Multikolinearitas	30
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	31
3.8 Teknik Analisis Data	31
3.8.1 Analisis Deskriptif	31
3.8.2 Regresi Linear Berganda	32
3.8.3 Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji T)	33
3.8.4 Uji Signifikansi Parameter Simultan (Uji F)	34
3.8.5 Uji Koefisien Determinasi	35
BAB IV	36
HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	36
4.2 Karakteristik Responden	39
4.3 Analisis Deskriptif	41
4.3.1 Persepsi Pengunjung Gen-Z Terhadap Inovasi Produk	41
4.3.2 Persepsi Pengunjung Gen-Z Terhadap Kualitas Fasilitas Wisata	44
4.3.3 Persepsi Pengunjung Gen-Z Terhadap Kualitas Pelayanan Wisata	46
4.3.4 Persepsi Pengunjung Gen-Z Terhadap Pengalaman Wisata	47
4.3.5 Persepsi Pengunjung Gen-Z Terhadap Kepuasan Berwisata	50
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	52
4.4.1 Uji Normalitas	52
4.4.2 Uji Multikolinearitas	53
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	53
4.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	56
4.6 Hasil Uji Parsial (Uji T)	54
4.7 Hasil Uji Simultan (Uji F)	55

4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	56
4.9 Pembahasan	57
4.9.1 Pembahasan Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Berwisata Gen-z.....	55
4.9.2 Pembahasan Pengaruh Kualitas Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Berwisata Gen-z.....	56
4.9.3 Pembahasan Pengaruh Kualitas Pelayanan Wisata Terhadap Kepuasan Berwisata Gen-z.....	56
4.9.4 Pembahasan Pengaruh Kualitas Pengalaman Wisata Terhadap Kepuasan Berwisata Gen-z.....	57
BAB V.....	60
KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Taksonomi produk wisata Human Endeavours	10
Tabel 2.2 Penelitian terdahulu	16
Tabel 3.1 Populasi gen-z di indonesia	16
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel	24
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas	27
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas	30
Tabel 3.5 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	40
Tabel 4.2 Persepsi Pengunjung Gen-z Museum Gedung Sate Terhadap Inovasi Produk	42
Tabel 4.3 Persepsi Pengunjung Gen-z Museum Gedung Sate Terhadap Kualitas Fasilitas Wisata	44
Tabel 4.4 Persepsi Pengunjung Gen-z Museum Gedung Sate Terhadap Kualitas Pelayanan Wisata	46
Tabel 4.5 Persepsi Pengunjung Gen-z Museum Gedung Sate Terhadap Kualitas Pengalaman Wisata	47
Tabel 4.6 Persepsi Pengunjung Gen-z Museum Gedung Sate Terhadap Kualitas Pengalaman Wisata	50
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Heterokedasitas	53
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda dan Uji Parsial	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Simultan	55
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Composition of the tourism product.....	1
Gambar 1.2 Area Eksepsi Museum Gedung Sate.	5
Gambar 1.3 Data sebaran masyarakat indonesia berdasarkan generasi tahun 2020.....	5
Gambar 2.1 Human Endeavour Taxonomy.....	10
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	19
Gambar 4.1 Pintu Masuk Museum Gedung Sate.	39
Gambar 4.2 Inovasi Produk Virtual Reality.	40
Gambar 4.3 Inovasi Produk Wall Video Mapping.....	40
Gambar 4.4 Inovasi Produk Object Video Mapping.....	41
Gambar 4.5 Inovasi Produk Interactive Glass Information.	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Dosen Pembimbing	60
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas X1 Inovasi Produk	63
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas X2 Kualitas Fasilitas Wisata	64
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas X3 Kualitas Pelayanan Wisata dan X4 Pengalaman Wisata	64
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Variabel Y Kepuasan Berwisata	65
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas seluruh Variabel.	65

DAFTAR PUSTAKA

- Almira, A., & Sutanto, J. E. (2018). PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAISON . In *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 3, Issue 2).
- Alshmemri, M., Shahwan-Akl, L., & Maude, P. (2017). *Herzberg's Two-Factor Theory*. *LifeScienceJournal*, 14(5), 12–16.
<https://doi.org/10.7537/marslsj140517.03>
- Băltescu, C. A. (2019). Elements of Tourism Consumer Behaviour of Generation Z. *SERIESV – ECONOMICSCIENCES*, 12(61)(1), 63–68.
<https://doi.org/10.31926/but.es.2019.12.61.1.9>
- Bayih, B. E., & Singh, A. (2020). *Modeling Domestic Tourism: Motivations, Satisfaction and Tourist Behavioral Intentions*. *Heliyon*, 6(9).
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04839>
- Benur, A. M., & Bramwell, B. (2015). *Tourism Product Development and Product Diversification in Destinations*. *Tourism Management*, 50, 213–224.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.02.005>
- ÇALIŞKAN, C. (2021). *Sustainable Tourism: Gen Z? Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 6(2), 107–115. <https://doi.org/10.31822/jomat.2021-6-2-107>
- Chen, C. F., & Tsai, D. C. (2007). *How Destination Image and Evaluative Factors Affect Behavioral Intentions? Tourism Management*, 28(4), 1115–1122.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.07.007>
- Della Corte, V. (2015). *Customer Satisfaction in Tourist Destination: The Case of Tourism Offer in the City of Naples*. *Journal of Investment and Management*, 4(1), 39. <https://doi.org/10.11648/j.jim.s.2015040101.16>
- Dolot, A. (2018). *The Characteristics of Generation Z*. *E-Mentor*, 74, 44–50.
<https://doi.org/10.15219/em74.1351>
- Dyankov, T. (2023). *Customer Experience Aspects of Gen Z in Tourism Travels*. *Izvestia Journal of the Union of Scientists - Varna. Economic Sciences Series*, 12(2), 181–190. <https://doi.org/10.56065/IJUSV-ESS/2023.12.2.181>
- Eid, H. (2016). *The Museum Innovation Model: A museum perspective on innovation*. <http://mw2016.museumsandtheweb.com/paper/themuseum>

innovationmodelamuseumperspectivetoinnovation/

Erik. (2015). *Analisis kesalahan menulis anak (sebuah penelitian dengan pendekatan,Deskriptif,kuantitatif)*.

<http://ejournal.unp.ac.id/index.php/jupekhu>Halaman:71-76

Fadhli, K. (2021). Pengaruh_Pelayanan_Dan_Inovasi_Produk_Teknologi.

Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (*Planning & Strategy*).

Gulla, R., Oroh, S. G., & Roring, F. (2015). *ANALYSIS OF PRICE, PROMOTION, AND SERVICE QUALITY TO CONSUMER SATISFACTION ON MANADO GRACE INN HOTEL*. In *Maret* (Vol. 3, Issue 1).

Harrison, S. (2004). *Consumer Satisfaction and Post-Purchase Intentions*.

Hartono, L. G. M. (2024). Dinamika Flexing pada Gen Z di Instagram. *Jurnal Studi Pemuda*, 12(2), 132. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.95522>

Hooper Greenhill, E. (1992). *Museums and the Shaping of Knowledge*. In *Museums and the Shaping of Knowledge*. <https://doi.org/10.4324/9780203415825>

Janie, D. N. A. (2012). *Statistik Deskriptif & Regresi Linear Berganda Dengan SPSS*.

Kotler, P., & Keller, K. (2008). *Tourism Management* . Prenhallindo.

Lohmann, G. (2017). *Tourism Theory Concepts,Models, and Systems*.(Vol. 4, Issue 1).

MARDIATMOKO, G.-. (2020). PENTINGNYA UJI ASUMSI KLASIK PADA ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>

Martias, L. D. (2021). STATISTIKA DESKRIPTIF SEBAGAI KUMPULAN INFORMASI. *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 16(1), 40. <https://doi.org/10.14421/fhrs.2021.161.40-59>

McKercher, B. (2016). *Towards a taxonomy of tourism products*. *Tourism Management*, 54, 196–208. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.11.008>

Miftahul Janna, N. (2021). *KONSEP UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS DENGAN MENGGUNAKAN SPSS*.

Munandar Arif. (2020). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF,KUALITATIF,DAN KOMBINASI*.

- Muniarty, P., Marthiana, W., Sudirjo, F., Fauzan, R., Widhy Wirakusuma, K., Wahyu Octaviani, D., Herno Della, R., Yuli Kurnia, A., Lawi, A., & Kuswandi, S. (2023). PERANCANGAN DAN PENGEMBANGAN PRODUK. www.globaleksekuatifteknologi.co.id
- Nasution, H. F. (2016). INSTRUMEN PENELITIAN DAN URGENSINYA DALAM PENELITIAN KUANTITATIF Oleh : Hamni Fadlilah Nasution.
- Nurchaya, W. A., Arisanti, N. P., & Hanandhika, A. N. (n.d.). Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Volume 1, Nomor 12 Licenced by CC BY-SA 4.0 Penerapan Uji Asumsi Klasik Untuk Mendeteksi Kesalahan Pada Data Sebagai Upaya Menghindari Pelanggaran Pada Asumsi Klasik. 1. <https://doi.org/10.5281/zenodo.104492725>
- Peluso, A. M. . (2011). *Consumer satisfaction : advancements in theory, modeling, and empirical findings*. Peter Lang.
- Rosita, Marhanah, S., & Wahadi. (2016). PENGARUH FASILITAS WISATA DAN KUALITAS bangunan.
- Safitri, I., Ramdan, A. M., & Sukabumi, U. M. (2020). PERAN PRODUK WISATA DAN CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 8).
- Santos, M. C., Ferreira, A., Costa, C., & Santos, J. A. C. (2020). A Model For The Development of Innovative Tourism Products: *From service to transformation. Sustainability (Switzerland)*, 12(11). <https://doi.org/10.3390/su12114362>
- Tracy Francis, & Fernandan Hoefel. (2018). *Generation-Z-and-its-implication-for-companies*.
- Trisnawati, N., & Idaman, N. (2019). MOTIVASI PENGUNJUNG MENGUNJUNGI MUSEUM DI KAWASAN KOTA TUA JAKARTA.
- Vázquez, J. P. A., Tirado-Valencia, P., & Ruiz-Lozano, M. (2021). *The Impact and Value Of a Tourism Product: A Hybrid Sustainability Model*.