

**PENGARUH DAYA TARIK, HARGA, FASILITAS DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
WISATAWAN DI OBELIX SEA VIEW**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh

Choirunisa Mukaromah

2103035

**MANAJEMEN RESORT DAN LEISURE
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2025**

**PENGARUH DAYA TARIK, HARGA, FASILITAS DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI OBELIX SEA
VIEW**

Oleh :

Choirunisa Mukaromah

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

©Choirunisa Mukaromah 2025

Univeristas Pendidikan Indonesia

Agustus 2025

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

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

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH DAYA TARIK, HARGA, FASILITAS DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI OBELIX SEA
VIEW

Choirunisa Mukaromah

2103035

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I



Rosita, S.S., MA
NIP. 19781019200604 2 001

Pembimbing II



Sri Marhanah, S.S., M.M
NIP. 19811014200604 2 001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Resort dan Leisure



Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE
NIP. 197912152008122002

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Choirunisa Mukaromah
NIM : 2103035
Program Studi : Manajemen Resort dan Leisure
Judul Karya : Pengaruh Daya Tarik, Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Obelix Sea View

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis ini merupakan hasil kerja saya sendiri. Saya menjamin bahwa seluruh isi karya ini, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan merupakan plagiarisme dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dinyatakan dan disebutkan sumbernya dengan jelas.

Jika di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap etika akademik atau unsur plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Universitas Pendidikan Indonesia

Bandung, 30 Juli 2025



Choirunisa Mukaromah

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Daya Tarik, Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan di Obelix Sea View”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Resort dan Leisure, Universitas Pendidikan Indonesia.

Skripsi ini disusun sebagai bentuk penerapan teori yang telah diperoleh selama masa perkuliahan dan merupakan hasil dari proses penelitian yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel daya tarik, harga, fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Penulis berharap bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pariwisata, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis diharapkan untuk perbaikan ke depannya. Semoga karya tulis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Bandung, 30 Juli 2025



Choirunisa Mukaromah

2103035

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT, atas segala karunia dan kemudahan yang diberikan dalam setiap proses kehidupan, termasuk dalam menyelesaikan tugas akhir ini
2. Kedua orang tercinta, Ibu Suhartini dan Bapak Budi Wanto. Terimakasih atas segala pengorbanan dan ketulusan yang diberikan, senantiasa mendoakan, mengusahakan, memberikan dukungan baik secara moral dan finansial dan menjadi sumber kekuatan dalam setiap langkah penulis. Gelar sarjana ini menjadi wujud nyata dari perjuangan Bapak dan Ibu, yang telah menghantarkan penulis menjadi anak satu-satunya di keluarga yang menempuh pendidikan hingga jenjang perguruan tinggi. Gelar ini bukan hanya milik penulis, melainkan milik ibu dan bapak sepenuhnya. Semoga pencapaian ini dapat menjadi kebanggaan dan sedikit membalas segala lelah dan perjuangan yang telah diberikan.
3. Kedua kakakku, Mba Nanik dan Mas Sidik yang senantiasa memberikan hadir dalam berbagai bentuk dukungan selama penulis menjalani masa perkuliahan hingga mendapatkan gelar sarjana. Terimakasih atas perhatian, bantuan, dan segala kebaikan yang tak pernah putus, baik dalam memenuhi kebutuhan maupun dalam hal-hal kecil yang sangat berarti di saat penulis membutuhkannya. Kehadiran kalian menjadi penguat dan penyemangat tersendiri dalam setiap proses yang dijalani.
4. Ibu Dr. Erry Sukriah, SE., M.SE, selaku Kaprodi Manajemen Resort dan Leisure, terimakasih atas ilmu, dukungan, motivasi dan arahan kepada penulis.
5. Ibu Rosita S.S., M.A dan Ibu Sri Marhanah S.S., M.M, selaku Dosen Pembimbing penulis, Terimakasih atas segala kesabaran dan keikhlasan

dalam memberikan ilmu, bimbingan, motivasi, dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

6. Seluruh jajaran dosen dan staf Manajemen Resort dan Leisure yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis.
7. Berempat yaitu Aylin, Dheny, Elis, terimakasih senantiasa kebersamaian penulis dengan dukungan, canda tawa dan saran yang selalu menguatkan.
8. Nurma Razka Syafira Putri, sahabat kecilku terimakasih telah menjadi sosok yang kuat, selalu mendukung penulis dan selalu meyakinkan disaat penulis ragu. Teruslah tumbuh menjadi pribadi yang hebat.
9. Teman-teman BASKOM yaitu Desi Rahman, Shakira Mauludy, Salsabila Puspita, Syifa Amalia, Melan Deciani yang telah kebersamaian penulis dari semester 1 hingga menyelesaikan studi, terimakasih atas canda tawa dan dukungannya. Semoga sukses selalu.
10. Tiara Octaviana yang telah kebersamaian penulis dan saling mendukung ketika mengerjakan skripsi
11. Kak Jihan Kamelia dan Kak Renanda, terimakasih atas dukungan kepada penulis, baik selama penulis melaksanakan magang hingga menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman angkatan 21 “Sedusa Wirasena”, terimakasih atas kebersamaan kurang lebih 4 tahun.
13. Teman-teman BEM KM MRL, terimakasih selama 2 tahun telah menjadi tempat berkembang penulis baik secara pola pikir, tindakan maupun hal lainnya.
14. Teman-teman eSka Radio, terimakasih telah kebersamaian sejak awal masuk hingga akhir perkuliahan, selalu memberikan tawa dan mewujudkan impian kecil penulis menjadi penyiar radio.
15. Pengelola Obelix Sea View yang telah membantu penulis dalam mengumpulkan data penelitian sebagai lokasi penelitian.
16. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, terimakasih atas supportnya kepada penulis.

ABSTRAK

PENGARUH DAYA TARIK, HARGA, FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI OBELIX SEA VIEW

Oleh :

Choirunisa Mukaromah

2103035

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya memahami sejauh mana faktor-faktor seperti daya tarik, harga, fasilitas dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan wisatawan, khususnya pada destinasi wisata yang sedang berkembang seperti Obelix Sea View Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel tersebut baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan wisatawan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data primer dikumpulkan menggunakan instrumen kuesioner yang disebarkan kepada 250 responden yang telah berkunjung ke Obelix Sea View. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, daya tarik, harga, fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Secara simultan, keempat variabel tersebut juga berpengaruh signifikan. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa daya tarik, harga, fasilitas dan kualitas pelayanan berkontribusi sebesar 61,7% terhadap kepuasan wisatawan. Temuan ini menunjukkan bahwa optimalisasi faktor-faktor tersebut penting untuk meningkatkan tingkat kepuasan wisatawan di Obelix Sea View

Kata kunci : Daya Tarik, Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Wisatawan

ABSTRACT

THE EFFECT OF ATTRACTIVENESS, PRICE, FACILITIES, AND SERVICE QUALITY ON TOURIST SATISFACTION AT OBELIX SEA VIEW

By :

Choirunisa Mukaromah

2103035

This study was motivated by the importance of understanding the extent to which factors such as attractiveness, price, facilities and service quality influence tourist satisfaction, particularly in developing tourist destinations such as Obelix Sea View Yogyakarta. The Objective of this study is to analyze the influence of each variable, both partially and simultaneously, on tourist satisfaction. This study uses a quantitative method with a descriptive approach. Primary data was collected through a questionnaire administered to 250 respondents and analyzed using multiple linear regression with the assistance of IBM SPSS version 23. The results of the study indicate that, individually, attractiveness, price, facilities, and service quality significantly influence. The coefficient of determination indicates that attraction, price, facilities and service quality contribute 61.7% to tourist satisfaction. These findings indicate that optimizing these factors is important for increasing tourist satisfaction at Obelix Sea View.

Keywords : Attraction, Price, Facilities, Service Quality, Tourist Satisfaction

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Objek Wisata.....	6
1.4.3 Manfaat Peneliti.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Perilaku Konsumen	8
2.1.1 Grand Theory : Kerangka Utama Perilaku Konsumen.....	8
2.1.2 Pengertian Perilaku Konsumen	9
2.1.3 Faktor-Faktor Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	10
2.1.4 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	13
2.2 Kepuasan Wisatawan.....	15
2.2.1 Pengertian Kepuasan Wisatawan.....	15
2.2.2 Faktor – Faktor Kepuasan Wisatawan.....	16
2.2.3 Indikator Kepuasan Wisatawan	18
2.3 Bauran Pemasaran	19
2.3.1 Pengertian Bauran Pemasaran	19
2.3.2 Daya Tarik	22

2.3.4 Harga	29
2.3.5 Fasilitas Wisata.....	33
2.3.6 Kualitas Pelayanan	37
2.4 Analisis Keterkaitan Variabel.....	43
2.4.1 Pengaruh Variabel terhadap Perilaku Konsumen	43
2.4.2 Hubungan Variabel dengan Kepuasan Wisatawan	45
2.4.3 Kerangka Konseptual Hubungan Variabel	46
2.5 Penelitian Terdahulu.....	47
2.6 Kerangka Pemikiran	55
2.6 Hipotesis.....	56
BAB III METODE PENELITIAN	58
3.1 Desain Penelitian	58
3.2 Populasi dan Sampel	59
3.2.1 Populasi	59
3.2.2 Sampel	59
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.3.1 Data Primer.....	61
3.3.2 Data Sekunder	63
3.4 Variabel Penelitian.....	63
3.4.1 Identifikasi Variabel	63
3.4.2 Operasional Variabel	64
3.5 Teknik Pengujian Instrumen.....	70
3.5.1 Uji Validitas.....	70
3.5.2 Uji Reliabilitas	74
3.6 Teknik Analisis Data.....	74
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	76
3.6.2 Method of Successive Interval (MSI).....	78
3.7 Analisis Verifikatif	78
3.8 Uji Asumsi Klasik	79
3.8.1 Uji Linearitas	79
3.8.2 Uji Normalitas	79
3.8.3 Uji Multikolinearitas.....	80

3.8.4 Uji Heteroskedastisitas	80
3.9 Analisis Regresi Linear Berganda	81
3.10 Pengujian Hipotesis	82
3.10.1 Uji Parsial (uji t)	82
3.10.2 Uji Simultan (Uji F)	83
3.10.3 Koefisien Determinasi	83
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	85
4.1 Profil Obelix Sea View	85
4.2 Profil Responden	92
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	92
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	92
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal	94
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	95
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	96
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	98
4.3 Pengalaman Responden	99
4.3.1 Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	99
4.3.2 Pengalaman Responden Berdasarkan Pola Kunjungan	100
4.4 Analisis Deskriptif	101
4.4.1 Tanggapan Responden terhadap Daya Tarik di Obelix Sea View	101
4.4.2 Tanggapan Responden terhadap Harga di Obelix Sea View	105
4.4.3 Tanggapan Responden terhadap Fasilitas di Obelix Sea View	110
4.4.4 Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan di Obelix Sea View	116
4.4.5 Tanggapan Responden terhadap Kepuasan Wisatawan di Obelix Sea View	123
4.5 Uji Asumsi Klasik	128
4.5.1 Uji Normalitas	128
4.5.2 Uji Linieritas	129
4.5.3 Uji Multikolinearitas	132
4.5.4 Uji Heteroskedastisitas	133
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda	134
4.7. Uji Hipotesis	134

4.7.1 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	134
4.7.2 Uji Hipotesis dan Uji Signifikansi Parsial (Uji t Parsial)	137
4.7.3 Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	140
4.7.4 Koefisien Determinasi	141
4.8 Pembahasan	142
4.8.1 Pembahasan Hasil Penelitian Secara Deskriptif.....	142
4.8.2 Pembahasan Hasil Pengaruh Daya Tarik Terhadap Kepuasan Wisatawan	147
4.8.3 Pembahasan Hasil Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan	148
4.8.4 Pembahasan Hasil Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan	149
4.8.5 Pembahasan Hasil Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan	151
4.8.6 Pembahasan Hasil Pengaruh Daya Tarik, Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan	152
BAB V KESIMPULAN	155
5.1. Kesimpulan.....	155
5.2 Saran.....	156
DAFTAR PUSTAKA	158
LAMPIRAN	168

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah kunjungan wisatawan berdasarkan tujuan 5 tahun terakhir di Yogyakarta	1
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	48
Tabel 3. 1 Skala Likert	62
Tabel 3. 2 Operasional Variabel	64
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tarik	71
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	71
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas	72
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	72
Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Wisatawan	73
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel 3. 9 Kriteria Skor Tanggapan Responden	77
Tabel 4. 1 Distribusi Frekuensi Subjek berdasarkan Jenis Kelamin	92
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Subjek berdasarkan Usia	93
Tabel 4. 3 Distribusi frekuensi subjek berdasarkan Daerah Asal	94
Tabel 4. 4 Distribusi frekuensi subjek berdasarkan pendidikan terakhir	95
Tabel 4. 5 Distribusi frekuensi subjek berdasarkan pekerjaan	96
Tabel 4. 6 Distribusi frekuensi subjek berdasarkan pendapatan	98
Tabel 4. 7 Distribusi frekuensi berdasarkan frekuensi kunjungan	99
Tabel 4. 8 Distribusi frekuensi subjek berdasarkan pola kunjungan	100
Tabel 4. 9 Tanggapan responden mengenai daya tarik	101
Tabel 4. 10 Garis kontinum daya tarik di Obelix Sea View	104
Tabel 4. 11 Tanggapan responden mengenai harga	105
Tabel 4. 12 Garis kontinum harga di Obelix Sea View	110
Tabel 4. 13 Tanggapan responden mengenai fasilitas	111
Tabel 4. 14 Garis kontinum fasilitas di Obelix Sea View	116
Tabel 4. 15 Tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan	117
Tabel 4. 16 Garis kontinum kualitas pelayanan di Obelix Sea View	122
Tabel 4. 17 Garis kontinum kepuasan wisatawan di Obelix Sea View	123

Tabel 4. 18 Garis kontinum kepuasan wisatawan di Obelix Sea View	127
Tabel 4. 19 Uji Normalitas One Sample Kolmogorev-Smirnov	128
Tabel 4. 20 Uji Linieritas X1 dan Y	129
Tabel 4. 21 Uji Linieritas X2 dan Y	130
Tabel 4. 22 Uji Linieritas X3 dan Y	130
Tabel 4. 23 Uji Linieritas X4 dan Y	131
Tabel 4. 24 Uji Multikolinearitas	132
Tabel 4. 25 Uji Heteroskedastisitas	133
Tabel 4. 26 Hasil uji hipotesis persamaan regresi linear berganda	135
Tabel 4. 27 Uji Hipotesis (Uji t)	138
Tabel 4. 28 Uji F	140
Tabel 4. 29 Koefisien Determinasi	141

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Rating kepuasan Google Review enam bulan terakhir.....	3
Gambar 1. 2 Persentase ulasan Google Review enam bulan terakhir	4
Gambar 4. 1 Peta Kawasan Obelix Sea View	85
Gambar 4. 2 Amphiteather.....	87
Gambar 4. 3 Pertunjukan Seni Tari	87
Gambar 4. 4 Spot Foto The Swing	88
Gambar 4. 5 Spot Foto The Neast	89
Gambar 4. 6 Infinity Pool.....	89
Gambar 4. 7 Food Plaza	90
Gambar 4. 8 Element Resto.....	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Peneitian	168
Lampiran 2 SK Dosen Pembimbing	169
Lampiran 3Kuesioner	172
Lampiran 4 Bukti Penyebaran Kuesioner.....	176
Lampiran 5 Tabulasi Data.....	177
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas.....	198
Lampiran 7 Hasil Uji Reliability	201
Lampiran 8 Hasil Uji Normalitas	201
Lampiran 9 Hasil Uji Linearitas	202
Lampiran 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	203
Lampiran 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	203
Lampiran 12 Hasil Uji t.....	203
Lampiran 13 Uji F	203
Lampiran 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	204
Lampiran 15 Catatan Bimbingan Skripsi	204
Lampiran 16 Dokumentasi Penelitian	206

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, R. P., Alimuddin, I., & Malik, A. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Zoya Pada Outlet Zoya Cabang Perintis Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 4(2), 376–393. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>
- Alana, P. R., & Putro, T. A. (2020). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan ...*, 180–194. <http://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/481>
- Amin, S. (2005). Pengantar Psikologi Umum. In *Proceedings of the National Academy of Sciences* (Vol. 3, Issue 1). <http://dx.doi.org/10.1016/j.bpj.2015.06.056%0Ahttps://academic.oup.com/bioinformatics/article-abstract/34/13/2201/4852827%0Ainternal-pdf//semisupervised-3254828305/semisupervised.ppt%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.str.2013.02.005%0Ahttp://dx.doi.org/10.10>
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 83–101. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v1i2.856>
- Arif, I. (2017). *Hubungan Tingkat Pendidikan Dan Usia Dengan Persepsi Tingkat Daya Tarik, Kelengkapan Fasilitas, Kemudahan Aksesibilitas Dan Tingkat Kepuasan Wisatawan Domestik*. 11(1), 92–105.
- Asdar, & Badrullah. (2016). Method of Successive Interval in Community Research (Ordinal Transformation Data to Interval Data in Mathematic Education Studies). *Print) International Journal of Social Science and Humanities Research*, 4(2), 356–363. www.researchpublish.com
- Bahman, S. P., Kamran, N., & Mostafa, E. (2013). The effect of marketing mix in attracting customers: Case study of Saderat Bank in Kermanshah Province. *African Journal of Business Management*, 7(34), 3272–3280. <https://doi.org/10.5897/ajbm12.127>
- Basu, S. (2018). Promosi. *Promosi*, 1–62. [https://repository.uin-suska.ac.id/6661/4/BAB III tinjauan teori.pdf](https://repository.uin-suska.ac.id/6661/4/BAB%20III%20tinjauan%20teori.pdf)

- Berlianti, D. F., Abid, A. Al, & Ruby, A. C. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif Pendekatan Ilmiah untuk Analisis Data. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 1861–1864.
- Boediman, S. F., Nasuution, D. Z., Faizal, A., & Hutagalung, H. (2024). *Pengaruh Pengetahuan Tour Guide dan Keterampilan Tour Guide Terhadap Kepuasan Wisatawan di Kota Tua Jakarta , Indonesia*. 29(3), 312–326.
- Bolang, E. H., Mananeke, L., & Lintong, D. C. A. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth , Lokasi Dan Harga Tiket Terhadap Niat Berkunjung Wisatawan Pada Makatete Hill ' S Desa Warembungan. *Jurnal EMBA*, 9(1), 1360–1370.
- Brady, M. K., & Cronin Jr., J. J. (2001). Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach. *Journal of Marketing*, 65(3), 34–49. <https://doi.org/10.1509/jmkg.65.3.34.18334>
- Cahya, F. A. D., & Roostika, R. R. R. (2024). *Penjualan dan Customer Engaement Pada JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 8(1), 2321–2345.
- Chung, J. J. (2024). Word of mouth. *Encyclopedia of Sport Management, Second Edition*, 1(1), 1039–1041. <https://doi.org/10.4337/9781035317189.ch607>
- Đai, T. V., & Quỳnh, Đ. N. N. (2019). Nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách đối với chất lượng dịch vụ tại khu du lịch sinh thái Xẻo Quýt, tỉnh Đồng Tháp. *Tạp Chí Khoa Học*, 41(12), 33–41.
- Dayrobi, A., & Raharjo, S. T. (2020). Pengaruh Citra, Daya Tarik, Kualitas Pelayanan Obyek Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Wisatawan Eling Bening Kabupaten Semarang. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19(2), 92–106. <https://doi.org/10.14710/jspi.v19i2.92-106>
- Dea Ayu Larasati. (2022a). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Desa Wisata Wanurejo Kabupaten Magelang. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 18(3), 132–142. <https://doi.org/10.56910/gemawisata.v18i3.227>
- Dea Ayu Larasati. (2022b). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Desa Wisata Wanurejo Kabupaten Magelang.

- Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 18(3), 132–142.
<https://doi.org/10.56910/gemawisata.v18i3.227>
- Djunaid, I. S., & Alexander, C. (2025). *Preferensi Wisatawan Gen Z terhadap Destinasi Wisata Set-Jetting di Indonesia*. 8(April), 4103–4112.
- Doroodgar, M., Nazari, K., & Emami, M. (2013). The Study of the Relation between Marketing Mix and Attract Customers. *SSRN Electronic Journal*, 2(8), 7734–7740. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2305709>
- Du Cros, H., & McKercher, B. (2020). *Cultural Tourism* (3rd editio). <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780429277498>
- Fadhilah, E. N., Sasongko, F. P., & Romadhan, M. I. (2025). *EKSPLORASI DAYA TARIK WISATA BUATAN: STUDI KOMPARATIF KAYUTANGAN HERITAGE MALANG DAN ALUN-ALUN LAMONGAN*. 1(1), 51–62.
- Gronroos, C. (1984). A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36–44.
<https://doi.org/10.1108/EUM00000000004784>
- Hakim, I. N., Fauziah Eddyono, & Syahfirin Abdullah. (2022). Intensi Perilaku Berwisata Alam Masyarakat DKI Jakarta Pasca Vaksinasi Covid-19. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 6(2), 179–202.
<https://doi.org/10.34013/jk.v6i2.702>
- Haleem, A., Javaid, M., Asim Qadri, M., Pratap Singh, R., & Suman, R. (2022). Artificial intelligence (AI) applications for marketing: A literature-based study. *International Journal of Intelligent Networks*, 3(August), 119–132.
<https://doi.org/10.1016/j.ijin.2022.08.005>
- Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, N. H. A. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).
- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti, T., Wisataone, V., Wardhana, A., Sinaga, R., & Hilal, N. (2021). Konsep Bauran Pemasaran 4P dan 7P. *Manajemen Pemasaran: Dasar Dan Konsep*, June, 126.

- Hidayah, R. T., & Utami, E. M. (2023). Peningkatan Intensi Loyalitas Wisatawan Melalui Pengalaman Berwisata Ciletuh-Palabuhanratu Unesco Global Geopark. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.30587/jre.v6i1.5076>
- Idris, M. I., Purnamasari, E., & Ningsih, E. S. (2023). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh) Crab Food Mc Di Kelurahan Teluk Lerong Ulu Kota Samarinda Kalimantan Timur. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(2), 262–280. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v3i2.519>
- Indriastuty, N., Eko Saputro, W., & Sukimin, S. (2020). Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal GeoEkonomi*, 11(1), 56–73. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v11i1.108>
- Irawan, H. (2022). *Analisis Statistik Ekonomi & Bisnis dengan SPSS*.
- Jonathan, K., & Istriani, E. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Museum Benteng Vredeborg Yogyakarta. *Prosiding Seminar Nasional Forum Manajemen Indonesia - e-ISSN 3026-4499*, 1, 55–71. <https://doi.org/10.47747/snfmi.v1i.1463>
- Juansya, J., Rahayu, S., & Tobari, T. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Aksesibilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Air Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir (Pali). *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 3(4), 196–207. <https://doi.org/10.47747/jbme.v3i4.843>
- Junika, R., Nasir, M. A., & Elbadriati, B. (2024). Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Citra Merek Electra Diamond Mataram. *Edunomika – Vol. 08, No. 02, 2024 STRATEGI*, 08(1), 1–15. file:///C:/Users/HP Probook/Downloads/12034-40848-1-PB.pdf
- K, F. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Indeks Prestasi Mahasiswa Program Diploma Pelayaran Universitas Hang Tuah. *J Statistika: Jurnal Ilmiah Teori Dan Aplikasi Statistika*, 12(2), 23–29. <https://doi.org/10.36456/jstat.vol12.no2.a2228>
- Kerdpitak, C., & Heuer, K. (2016). Key success factors of tourist satisfaction in tourism services provider. *Journal of Applied Business Research*, 32(4), 1237–1242. <https://doi.org/10.19030/jabr.v32i4.9733>

Kotler. (2000). 129073-ID-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-kepuasan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Vol 4 ,No.3, Edisi Khusus Pemasaran & Keuangan 2016: 489-502, 4, 489–502.*

Kotler, P. ;, & Armstrong, G. (2018). *Marketing.*

Kotler, P. & A. G. (2019). Marketing. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management.*

Krisnawati, E., Artanti, K. D., & Umar, N. H. (2024). *Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Dukungan Suami terhadap Hambatan Penggunaan Metode Kontrasepsi Jangka Panjang pada Multipara Akseptor Aktif di Surabaya Validity and Reliability Test of Research Instruments on Husbands ' Support on Barr. 659–664.*

Lebu, C. F. K., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2019). Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Linow. *Jurnal EMBA, 7(4), 5505–5513.*

Luvsandavaajav, O., Narantuya, G., Dalaibaatar, E., & Zoltan, R. (2022). A Longitudinal Study of Destination Image, Tourist Satisfaction, and Revisit Intention. *Journal of Tourism and Services, 13(24), 128–149.* <https://doi.org/10.29036/jots.v13i24.341>

M. Shahedul Alam, S., Ferdush Rahman, M., Majedul Huq, S., & Kamruzzaman, M. (2020). Measuring the Tourist Satisfaction Towards the Man-made Theme Park in Bangladesh: A Comprehensive Study on Some Selective Sites. *International Journal of Hospitality & Tourism Management, 4(1), 8.* <https://doi.org/10.11648/j.ijhtm.20200401.12>

Maghfiroh, I. S., & Rofiu Sisil Annisa. (2023). Karakteristik dan Persepsi Wisatawan Terhadap Daya Tarik Wisata Kampoeng Anggrek, PT. Anugerah Anggrek Nusantara, Kediri. *Jurnal Ilmiah Agrineca, 23(1), 67–79.* <https://doi.org/10.36728/afp.v23i1.2341>

Mardallis, A., & Wijaya, R. P. (2016). *Natural Attraction Tourism Management*

Based On Tourist Satisfaction and Desire. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis FEB UMSIDA*, 3, 20–32.

Marhanah, S., & Wahadi, W. H. (2016). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 13(1), 61–72.

Maria Nabila Rumlus, N. E. 2024. (2024). *Wisata Kuliner; Kepuasan Wisatawan; Fasilitas Utama; Fasilitas Penunjang; Fasilitas Pendukung*. 1(1), 1–14.

Mochammad, R. I. B. (2023). *Manajemen Pemasaran (Marketing Mix Dan Loyalitas) (Issue September)* (Issue September).

Mulyanto, anna wulandari heru. (2024). Keputusan Pembelian Konsumen. In *Journal GEEJ* (Vol. 7, Issue 2). <https://publisher.alungcipta.com/books/keputusan-pembelian-konsumen/>

Nanggong, A., & Mohammad, A. (2024). Does tourism experience matter in cultural tourism destinations? Predicting future tourist behavior. *Asian Management and Business Review*, 4(March), 122–136. <https://doi.org/10.20885/ambr.vol4.iss1.art8>

Nguyen, T. N., Thien, D., Tran, L., Ly, M. T., & Duong, T. X. (2025). *Factors Influencing Tourist Satisfaction at a Biosphere Reserve : The Case of Ca Mau*. 5(1), 1–7.

Nugraha, F. A., Novarlia, I., & Sukirman, O. (2024). *Wisatawan di Gunung Puntang Kabupaten Bandung (The Influence of Tourism Facilities and Price On Tourist Satisfaction at Mount Puntang, Bandung Regency)*. 05, 124–134. <https://doi.org/10.36417/jpp.v5i2.730>

Nugraha, Y., & Feny M. A. Fallo. (2021). Pengaruh Kualitas Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Daya Tarik Wisata Taman Nostalgia Kota Kupang. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 17(2), 13–23. <https://doi.org/10.53691/jpi.v17i2.244>

Palapa, A., & Sulkha, M. R. . (2021). Pengaruh Kedisiplinan Dan Kompetensi Terhadap Kecelakaan Kerja. *Prosiding Kemaritiman 2021*, 2, 165–185. <http://repository.unimar-amni.ac.id/3834/%0Ahttp://repository.unimar-amni.ac.id/3834/1/Article.pdf>

- Parasuraman, A., Zaithaml, V. A., & L., A. B. L. (2008). Servqual : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Jurnal Of Retailing*, 64(January), 12–35.
- Paulina, W., Bachtiar, F. A., & Rusydi, A. N. (2020). Analisis Sentimen Berbasis Aspek Ulasan Pelanggan Terhadap Kertanegara Premium Guest House Menggunakan Support Vector Machine. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 4(4), 1141–1149.
- Ph.D. Ummul Aiman, S. P. D. K. A. S. H. M. A. Ciq. M. J. M. P., Suryadin Hasda, M. P. Z. F., M.Kes. Masita, M. P. I. N. T. S. K., & M.Pd. Meilida Eka Sari, M. P. M. K. N. A. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.
- Pujiastuti, E. E. (2020). Pengaruh Pengalaman Wisatawan Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Serta Niat Berkunjung Kembali. *DIALEKTIKA : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 5(2), 185–201. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v5i2.465>
- Purba. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Jasa Gojek. *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area*, 6–25. http://repository.uma.ac.id/bitstream/123456789/1371/5/138320127_file5.pdf
- Purnomo, R. A. (2017). Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS. In *Cv. Wade Group*.
- Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Khatimah, HusnilFatima Beribe, M. (2021). *Perilaku Konsumen Teori*.
- Rahman. (2022). Metode Pengumpulan Data Sekunder. In *Asik Belajar* (Issue 10).
- Riko Fridolend Sianturi, Lasma Ria Tampubolon, & Ferdinand Napitupulu. (2022). The Impact of Infrastructure Development and the Role of Community Leaders on the Number of Visits and the Image of Spinsur Tourism in the Lake Toba Region, North Sumatra with the Partial Least Square Method. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 49–65. <https://doi.org/10.47663/jmbep.v8i1.221>

- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. Cabi.
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Setiawaty, M., Nurisjah, S., & Suharnoto, Y. (2010). Developing Touring Plan Using Geographic Information System Based on Visual, Natural, and Cultural Qualities in Parangtritis Coastal Area, Yogyakarta, Indonesia. *Jurnal Lanskap Indonesia*, 2(2), 60–68. <https://doi.org/10.29244/jli.v2i2.5727>
- Setiyowati, A., Purnomo, H., & Kurriwati, N. (2024). (Kurirwati,Purnomo & Setiyowati 2024) *Journal Of Social Science Research Volume 4 Nomor 2 Tahun 2024 Page 7853-7863 E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246 Website: https://j-innovative.org/index.php/Innovative*. 4(1), 7853–7863.
- Shih, Y. Y., & Lin, C. A. (2022). Co-location with marketing value activities as manufacturing upgrading in a COVID-19 outbreak era. *Journal of Business Research*, 148(April), 410–419. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.04.060>
- Strategi Penetapan Harga Produk Barang Pada Daya Beli Konsumen, E., Literature Teguh Setiawan Wibowo, S., Asir, M., Abduh Anwar, M., Wijaya, E., Mahardhika, S., Makassar, I., Muhammadiyah Sidenreng Rappang, U., Cipasung Tasikmalaya, U., Bisnis Informasi Teknologi dan Bisnis, I., & Author, C. (2022). Product Pricing Strategy On Consumer Purchasing Power: A Literature Study. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(5), 2987–2996. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Sugiyono, P. D. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif. In *Proceedings of the National Academy of Sciences* (Vol. 3, Issue 1). <http://dx.doi.org/10.1016/j.bpj.2015.06.056%0Ahttps://academic.oup.com/bioinformatics/article-abstract/34/13/2201/4852827%0Ainternal-pdf//semisupervised-3254828305/semisupervised.ppt%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.str.2013.02.005%0Ahttp://dx.doi.org/10.10>
- Suhartapa, S. (2022a). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Indonesia Kaya Semarang. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 13(2), 99–107. <https://doi.org/10.31294/khi.v13i2.12337>

- Suhartapa, S. (2022b). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Indonesia Kaya Semarang. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 13(2), 99–107. <https://doi.org/10.31294/khi.v13i2.12337>
- Supriadi Siagian, & Mita, M. M. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Wisata Pamah View, Kabupaten Langkat. *TOBA: Journal of Tourism, Hospitality and Destination*, 1(2), 82–88. <https://doi.org/10.55123/toba.v1i2.564>
- Susila, I. M. G. D., Nugraha, I. W., Nugraha, I. W., & Sutapa, I. K. (2024). Analisis Kepuasan Wisatawan di Kaamala Resort Ubud. *Journal of Hospitality Accommodation Management (JHAM)*, 3(2), 162–173. <https://doi.org/10.52352/jham.v3i2.1501>
- Tahir, M. Y., & Istriani, E. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Tempat Wisata Taman Sari Yogyakarta. *Proceeding SENDIU*, 978–979. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/sendiu/article/view/8028/2998>
- Tarigan, H. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, daya tarik destinasi dan citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung di kawung tilu, cikarang timur, kabupaten bekasi. *Majalah Ilmiah Panorama Nusantara*, 15(2), 1–13.
- Tenda, Y. J., Kalangi, J. A. F., & Mukuan, D. D. S. (2022). Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kacang Shangrai di UD Virgin Kawangkoan. *Productivity*, 3(3), 279–285.
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran: Prinsip & Penerapan*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:224321468>
- Todorovic, N., Apelic, J., & Romic, G. (2015). Characteristics of foreign youth tourism in Belgrade. *Glasnik Srpskog Geografskog Drustva*, 95(3), 1–16. <https://doi.org/10.2298/gsgd1503001t>
- Udiyana, I. B. G., Kepramareni, P., & ... (2018). ... Wisatawan Pada Obyek Wisata Pantai Plengkung Di Kabupaten Banyuwangi Propinsi Jawa Timur (Upaya Pemberdayaan Pengusaha Lokal Sektor Pariwisata). *KRISNA: Kumpulan ..., October*. <https://doi.org/10.22225/kr.10.1.844.96-102>
- Unud, F. P. (2016). *Nusantara Pada Maskapai Lion Air Di Bali*. 4(2).

- Valencia, S., & Ardiansyah, I. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Kawasan Ekowisata Mangrove Pantai Indah Kapuk Jakarta. *Jurnal Sosial Teknologi*, 4(6), 363–378. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v4i6.1290>
- Viola, & Ginting, N. (2022). Analisa Teori Kepuasan Wisatawan terhadap Objek Wisata. *TALENTA Conference Series: Energy & Engineering (EE)*, 5(1), 643–648. <https://doi.org/10.32734/ee.v5i1.1529>
- Wisata, D., Aik, A., Desa, N., & Sejati, B. (2022). *Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Destinasi Wisata Alam Aik Nyet Desa Buwun Sejati*. 2(2), 379–392.