

## Persepsi wisatawan wisata arung jeram Sungai Elo Magelang tentang *sport tourism* di Magelang

### *The perception of Elo Magelang river rafting tour tourists on sport tourism in Magelang*

Noralisa<sup>1</sup>, Tomoliyus<sup>2</sup>, dan Paryadi<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Ilmu Keolahragaan, Program Pascasarjana, Universitas Negeri Yogyakarta, Jl. Colombo Yogyakarta No.1, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55281, Indonesia

<sup>3</sup>Program Studi Pendidikan Jasmani, Universitas Mulawarman, Jl. Kuaro, Kalimantan Timur, 75119, Indonesia

Received: 12 October 2020; Revised: 15 December 2020; Accepted: 19 December 2020

#### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat dampak kepuasan dan loyalitas pengunjung pada wisata arung jeram di sungai Elo Magelang di Indonesia. Jenis Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan metode campuran (kualitatif dan kuantitatif). Subjek penelitian ini adalah 62 pengunjung lokal dan internasional diambil secara acak. Analisis data menggunakan teknik penggunaan dan regresi linier antara indikator variabel dan antar variabel itu sendiri dengan perangkat lunak SPSS versi 21 dan PLS-SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada bukti positif antara indikator dan variabel bebas atas 0,5. Korelasi antara variabel menunjukkan bahwa masih rendah di bawah 0,5. Persaingan ini menuntut para pelaku usaha bidang jasa untuk memaksimalkan kinerja usahanya agar dapat bersaing di pasar. Para pelaku usaha harus bekerja keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, dengan mempelajari, menilai, meneliti kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan solusi yang penting bagi usahanya untuk mendesain strategi pemasaran agar dapat membuat atau menciptakan kepuasan dan loyalitas bagi pelanggannya.

**Kata kunci:** kepuasan, loyalitas, Magelang, pariwisata.

#### Abstract

*The study's objective is to identify the impact of customer satisfaction and customer loyalty on rafting tourism (known as WAJSM) in the Elo River, Magelang, Indonesia. The study itself is descriptive research using a mixed- method (qualitative and quantitative). During the study, the subjects involved were 62 domestic and foreign tourists who had been selected randomly. After the data had been completely gathered, the data were analyzed by using the inter- variable and inter-indicator linear regression with the assistance from SPSS.21 and PLS-SEM. The study results show that there is a positive correlation between the indicators and the variables with a p-value > 0.05. Unfortunately, the inter-variable correlation is still lower than 0.05. Departing from these results, it can be described that the business competition has demanded the business actors in the domain of service to maximize their performance to survive within the market competition. In other words, business actors should work hard to learn and understand customers' needs and desires. Thus, by learning, understanding, and assessing and analyzing the needs, desires, and demands of the customers,*

*the business actors can find the appropriate solutions for their business through the relevant marketing strategy design to find customer satisfaction and loyalty well-established among the customers.*

**Keywords:** *satisfaction, loyalty, Magelang, tourism.*

## **PENDAHULUAN**

Negara-negara di Asia sekarang memainkan peran utama dalam bisnis olahraga internasional (Lee & Watanabe, 2019). Perekonomian industri olahraga menjadi bagian yang besar dan penting dalam mendukung transformasi struktur industri masyarakat agraris menuju industri dan kapitalisme agraria menuju industri (Levien, Watts, & Yan, 2018). Olahraga merupakan produk dan layanan yang dapat dinikmati oleh banyak orang di seluruh dunia baik bermain, menonton, maupun berpartisipasi (Ratten & Ratten, 2011). Peran industri olahraga dapat mendorong daerah pedesaan menuju pembangunan yang lebih baik. Olahraga berperan penting dalam mendukung pengembangan upaya diplomasi yang berkaitan dengan perekonomian (Dixon et al., 2019).

Pelaku usaha memiliki banyak strategi yang perannya meliputi perencanaan dan penanganan ketidakpastian (Porter & Vamplew, 2019). Faktor yang sangat menonjol dalam menarik pelanggan atau pengunjung bergantung pada tingkat pelayanan, manajemen, fasilitas, dan pandangan yang disajikan (Li, 2017). Tingkat kepuasan dan loyalitas seorang pengunjung menjadi tolak ukur suatu tempat yang di jadikan tempat untuk melakukan olahraga rekreasi. Indikator loyalitas terdiri dari tujuh hal yang mempengaruhi secara positif dan digunakan sebagai acuan untuk melihat daya tarik pengunjung (Evanschitzky, Ramaseshan, & Woisetschläger, 2011). Sehingga loyalitas pengunjung menjadi apa yang dibutuhkan oleh pemilik atau penyedia layanan. Ada kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung, pengunjung sebelumnya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk mengunjungi tempat objek wisata tersebut karena kepuasan tersebut sudah dirasakan oleh pelanggan, perbandingan antara kepuasan dan loyalitas seringkali menjadi penilaian khusus oleh penyedia jasa. Bentuk hubungan antara kepuasan pengunjung adalah pengalaman

yang dirasakan secara langsung, serta informasi yang diperoleh dari orang lain, dan biaya yang relatif terjangkau bagi semua orang (Selvianiresa & Prabawanto, 2017) di bidang usaha, khususnya industri olahraga untuk rekreasi arung jeram. Arung jeram adalah salah satu olahraga rekreasi, kegiatan ini sangat cocok bagi pengunjung yang menyukai petualangan (Lewis, Thomas, & Castle, 2011). Aspek dari kualitas dan kepuasan pengunjung menjadi salah satu nilai terpenting, dimana kualitas penyedia jasa arung jeram akan berdampak terhadap kesesuaian tarif dan fasilitas yang diberikan kepada pengunjung (Bernstein, John, & Sciortino, 2020).

Dilihat dari semakin ketatnya persaingan antar perusahaan atau tempat penyedia jasa olah raga arung jeram, jumlah fasilitas, kualitas, dan pelayanan yang diberikan akan semakin mempengaruhi loyalitas pengunjung dalam tahapan pemilihan suatu tempat rekreasi (Avourdiadou & Theodorakis, 2014). Perusahaan pada umumnya dituntut untuk mengelola pelayanan yang memuaskan, oleh karena itu pada prinsipnya setiap objek wisata membutuhkan manajemen yang profesional dalam pemasarannya, dan sumber daya manusia merupakan kunci keberhasilan suatu perusahaan jasa, atau penyedia jasa olahraga arung (Ndayisenga & Tomoliyus, 2019). Olahraga arung jeram menjadi salah satu olahraga yang banyak diminati oleh wisatawan saat berlibur bersama keluarga maupun rombongan. Hal ini menjadikan olahraga arung jeram secara otomatis dapat meningkatkan bisnis industri dibidang olahraga (Suchet, Jorand, & Tuppen, 2010). olahraga arung jeram dapat meningkatkan perekonomian masyarakat setempat dalam meningkatkan kualitas hidup secara material. Tempat wisata arung jeram yang terkenal di Jawa Tengah yang memberikan layanan untuk olahraga rekreasi adalah Delta Rafting dibawah manajemen CV Delta. CV Delta Rafting adalah sebuah perusahaan swasta paket yang disediakan berdasarkan tingkat kesulitan setiap jeram dan jarak yang ditempuh.

Hubungan kepuasan, loyalitas, dan perilaku pengunjung masih dipertanyakan apakah pengunjung akan kembali atau tidak dan apakah

pengunjung merekomendasikan tempat wisata arung jeram kepada orang lain (Li, Hu, Ranasinghe, & Cui, 2017). Hal ini sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Para ilmuwan yang menyoroti tentang model kualitas layanan, karena kualitas layanan, kepuasan pengunjung, dan loyalitas pengunjung memiliki bentuk yang berbeda-beda, namun bersifat kontinyu (Ismail & Yusrizal, 2016). Hal ini berkaitan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ndayisenga & Tomoliyus (2019) dengan judul “*Effect of Service Quality and Rates on Satisfaction and Loyalty of Customer Behavior at Fitness*” yang menyoroti tentang loyalitas pelanggan pada olahraga fitness. Sementara penelitian ini menyelidiki bagaimana loyalitas pengunjung pada olahraga arung jeram. Penelitian ini penting untuk dilakukan untuk mengetahui bagaimana loyalitas dan kepuasan pengunjung sebuah penyedia jasa olahraga di era modern, namun pembelajaran tentang loyalitas dan kepuasan pelanggan belum banyak dipelajari.

Oleh karena itu peneliti berupaya untuk menyelidiki tentang pengaruh keamanan, program terhadap kepuasan, dan loyalitas dalam arung jeram. Hal ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi organisasi atau institusi yang terlibat dalam tingkat pengamanan dan program yang diberikan untuk membuktikan apakah pengamanan dan program yang diberikan akan memengaruhi kepuasan dan loyalitas pengunjung olahraga rekreasi arung jeram. Sehingga para penyedia jasa perlu untuk memperhatikan kepuasan pengunjung, sebab kepuasan pengunjung atau wisatawan memengaruhi loyalitas para wisatawan (Suchet, Jorand, & Tuppen, 2010).

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepuasan dan loyalitas konsumen wisata arung jeram di sungai Elo Magelang. Kepuasan pengunjung merupakan salah satu yang mempengaruhi loyalitas karena jika seseorang tidak puas maka tidak akan kembali berkunjung. Perilaku loyalitas penting untuk kelangsungan suatu objek wisata. Hasil dari penelitian ini akan menjadikan pedoman bagi para pengelola wisata arung jeram untuk mengetahui dampak dari pelayanan

yang mereka berikan kepada pengunjung atau wisatawan. Penelitian ini membantu dalam mengidentifikasi loyalitas pengunjung atau wisatawan terhadap sebuah tempat wisata dan akan menjadi referensi tempat kegiatan untuk melakukan olahraga arung jeram yang dapat diapresiasi oleh pengunjung baik lokal maupun internasional.

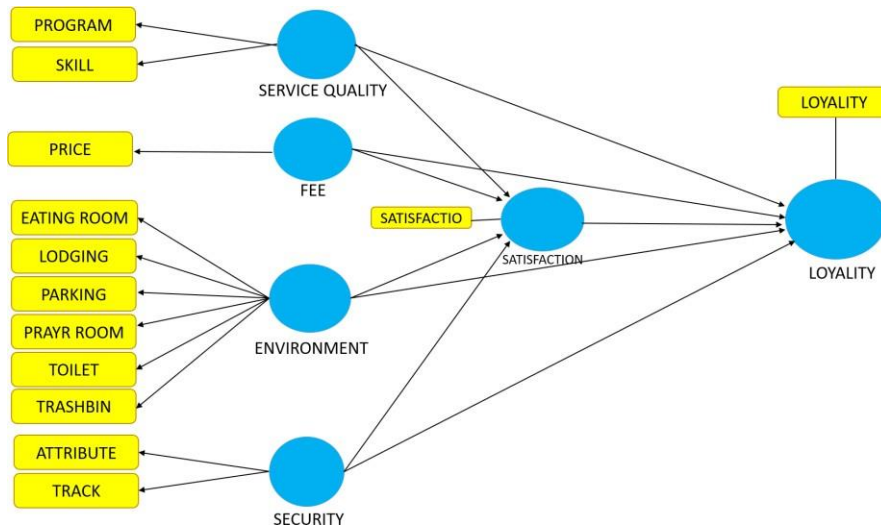
## **METODE**

Tujuan dari penelitian ini adalah melihat dampak kepuasan dan loyalitas pengunjung pada wisata arung jeram di sungai Elo Magelang di Indonesia. Penelitian menggunakan jenis penelitian studi deskriptif dengan perpaduan metode kuantitatif dan kualitatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 62 wisatawan lokal dan internasional. Proses menentukan sampel menggunakan *simple random sampling* dengan artian bahwa sampel yang terpilih dalam penelitian ini dipilih secara acak. Sampel penelitian diambil secara acak. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan wawancara. Teknik analisis data menggunakan Korelasi, SPSS, dan *Structural Equation Modeling* (LPS-SEM).

Harapan dalam penelitian ini adalah untuk menunjukkan situasi aktual dalam arung jeram melalui indikator dan variabel sebagai berikut: indikator variabel kualitas pelayanan adalah (1) staf, dan (2) program. Indikator variabel harga, indikator variabel lingkungan adalah (1) toilet, (2) pondok, (3) parkir, (4) mushola, dan (5) sampah, indikator variabel keamanan adalah (1) atribut, dan (2) track. Sedangkan indikator variabel kepuasan adalah sikap, dan indikator loyalitas adalah perilaku. Berikut adalah variabel independen dan variabel dependen sebagai berikut:

- a. Variabel kualitas pelayanan (X1): variabel bebas
- b. Variabel Harga (X2): variabel bebas
- c. Variabel Lingkungan (X3): variabel bebas
- d. Variabel Keamanan (X4): variabel bebas
- e. Variabel Kepuasan dalam Rafting (Y1): variabel terikat
- f. Loyalitas pada arung jeram (Y2): variabel terikat

## Pemodelan Persamaan Struktural Penelitian



**Gambar 1.** Diagram Struktur Penelitian

Gambar satu akan membantu untuk menemukan korelasi yang akan ada antara indikator dan variabel, dan kedua, korelasi yang akan ada antara variabel itu sendiri. Pemodelan persamaan struktural penelitian ini memiliki enam variabel dan sebelas indikator, indikator tersebut terdiri dari program, keterampilan petugas, harga, ruang makan, penginapan, parkir, ruang solat, toilet, tempat sampah, atribut dan jalur. Ada 2 indikator kualitas pelayanan sebagai variabel. Salah satu indikator untuk tiket masuk atau biaya. Enam indikator untuk variabel lingkungan; 2 indikator untuk variabel keamanan, untuk variabel dependen olah raga, satu indikator untuk variabel independen persepsi sikap.

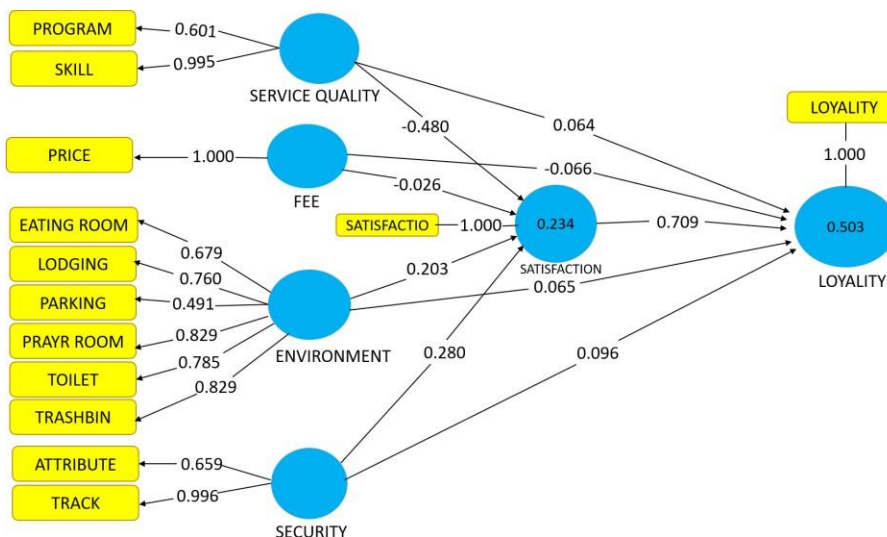
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Diagram pada gambar dua menggambarkan hubungan antara indikator dengan variabel, apakah indikator memiliki pengaruh terhadap variabel atau pengaruh antar variabel itu sendiri. Konsekuensi dari penelitian yang ditargetkan pada jenis korelasi seperti: korelasi bagus yang kuat dari 1 sampai (0,5) dan korelasi buruk yang kuat dari -1 sampai (-0,5) sedangkan korelasi lemah berkualitas tinggi dari antara 0,5 sampai

nol dan korelasi lemah yang lemah dari -0.5 sampai dengan 0.00, ditemukannya korelasi yang kuat antara kualitas pelayanan dengan indikatornya masing-masing (r: 0.6 dan 0.99), hal ini dirasakan bahwa kualitas pelayanan baik. Mengenai lingkungan, wisatawan menilai sangat baik kecuali tempat parkir yang kurang nyaman (r: 0.49), indikator lingkungan lainnya terbukti memiliki korelasi yang kuat antara (0.67- 0.82). Mengenai keamanan, hasil penelitian menunjukkan bahwa r berada diantara 0.65 - 0.99 yang artinya di sisi keamanan semuanya berjalan dengan baik. Turis aman dan nyaman.

Analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat atau wisatawan tetap mengunjungi tempat tersebut meskipun frekuensinya menurun dari hari ke hari (r:0,06). Banyak faktor yang mungkin menjelaskan bahwa tempat wisata jarang dibuka meskipun stafnya melayani dengan baik. Wisatawan kurang puas karena harga tiket masuk sangat mahal, belum banyak inovasi tentang penginapan, ruang makan, toilet, parkir alasan mengapa hubungan antar variabel dan variabel kepuasan sangat minggu (-0.48 -0,28). Dengan kata lain, CV. Delta Rafting yang merupakan pengelola Sungai Elo Magelang perlu memperbaiki segala kekurangannya agar dapat menarik lebih banyak wisatawan untuk mencapai tempat tersebut.



**Gambar 2.** Diagram Pemodelan Persamaan Struktural Hasil Penelitian



Hasil dari penelitian ini pada tabel 1 menampilkan Variabel laten *Alpha Cronbach*, *rho-A*, *Composite Reliability CR*, dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Keandalan konsistensi internal adalah dinilai dengan mengevaluasi keandalan kombinasi semua konstruksi. Dalam penelitian ini, semua nilai reliabilitas komposit berada di atas 0,70, kecuali variabel berbasis lingkungan wisata dengan nilai *Cronbach's Alpha*, *rho-A*, dan *Average Variance* lebih kecil dari nilai luasnya, hal ini dijelaskan oleh lemahnya kondisi penginapan di tempat wisata yang harus lebih ditingkatkan dari pada indikator lainnya. Kedua kegiatan olahraga pertandingan juga *Cronbach's Alpha rho-A*, *Average Variance Extracted (AVE)* lemah karena kurangnya jenis olahraga di tempat wisata ini, untuk ambang batas lainnya, menunjukkan bahwa keandalan campuran setiap reflektif variabel laten sesuai dan terbukti reliabilitas perakitan (Alhassany & Faisal, 2018).

**Table 1.** Bangun Reliabilitas dan Validitas

Matrix	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>rho_A</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>Averare Variance Extracted</i>
Lingkungan	0.843	0,970	0.875	0,545
Biaya	1.000	1.000	1.000	1.000
Loyalitas	1.000	1.000	1.000	1.000
Kepuasan	1.000	1.000	1.000	1.000
Keamanan	0,840	-0.7339	0.827	0.713
Kualitas Pelayanan	0.683	3.789	0.797	0.676

Validitas konstruk adalah sejauh mana item diukur (Alhassany & Faisal, 2018). Untuk memeriksa validitas konstruk, peneliti menguji validitas konvergen dan validitas diskriminan. Validitas konvergen adalah sejauh mana ukuran AVE menampilkan komunalitas umum untuk setiap elemen komponen laten (Nimon, 2012), dan perlu 0,50 atau lebih besar (Alhassany & Faisal, 2018). Dalam penelitian peneliti, semua nilai AVE berada di atas 0,50 kecuali satu elemen atau indikator yang termasuk dalam variabel lingkungan seperti yang telah dijelaskan di atas. Dimensi menunjukkan bahwa validitas konvergen dari setiap elemen laten sudah sesuai (tabel 1).



**Tabel 2.** Statistik Kolinearitas (VIF)

Outer VIF Values	Inner VIF Values
Atribut	2.106
Ruang makan	1.863
Penginapan	2.262
Loyalitas	1.000
Parkir	1.297
Ruang Solat	1.615
Harga	1.000
Program	1.368
Kepuasan	1.000
Jalur	1.906
Toilet	2.148

Untuk menguji kolinearitas, kami merefleksikan pertimbangan pada faktor inflasi varians (VIF). Seperti yang dapat disimpulkan dari tabel 2, nilai VIF dalam penelitian ini berada di bawah nilai ambang batas 0,50, menunjukkan bahwa kolinearitas tidak menjadi masalah.

### Pembahasan

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan belum memungkinkan wisatawan menjangkau frekuensi di tempat tersebut. Kontribusi paling penting adalah untuk menunjukkan bagaimana tindakan dapat dioperasikan dengan benar melalui memfasilitasi pembawa tindakan dan penjual (Cordova, Fleming, & Morrill, 2014).

Pemahaman wisatawan tentang niat mengenai lingkungan melalui, aktivitas yang dilakukan, harga transaksi di semua pengguna tempat pariwisata, layanan di sekitarnya, dan kepuasan. Aktivitas rekreasi merupakan indikator yang kuat serta memiliki efek yang luar biasa (Lower, Turner, & Petersen 2013), dengan pernyataan di atas, terlihat hubungan kualitas tinggi yang kuat antara indikator dan variabel. Konsekuensi sampel unik, *Structural Equation Modeling* (SEM) dan regresi linier Perhitungan statistik membuktikan bahwa terdapat hubungan yang sangat besar antara beberapa variabel berbasis dan variabel imparsial, namun korelasi beberapa indikasi dengan variabel yang sudah mapan dan tidak bias, atau antar variabel itu sendiri dulunya tidak lagi

cukup besar: kualitas layanan- kepuasan (-0,48), biaya kepuasan- transaksi (-0,026), keamanan-kepuasan (0,280), kepuasan-lingkungan (0,203), keamanan-loyalitas (0,096), harga-loyalitas (-0,06). Secara tidak langsung terdapat hubungan yang kuat antara variabel lain dengan loyalitas melalui kepuasan (0,709). Dalam perusahaan komersial, sangat penting untuk memperhatikan pelanggan. Temuan di atas menunjukkan suatu hal yang perlu ditingkatkan. Saat ini lingkungan keuangan yang bergejolak, layanan yang menyenangkan adalah aset berharga yang perlu dikendalikan perusahaan untuk hidup dan mendapatkan keuntungan (Kranias & Bourlessa, 2013). Semua hipotesis divalidasi dan dikonfirmasi.

Berdasarkan hasil kajian dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka dapat ditarik kesimpulan: pemahaman wisatawan terhadap lokasi pariwisata telah teruji berupa petunjuk untuk memperbesar partisipasi di tempat pariwisata, memperluas disiplin sistem ekonomi adanya faktanya para pelanggan membayar uang untuk bermain setiap rekreasi di tempat wisata tersebut. Untuk itu, tentang jenis kegiatan olahraga yang harus diperbanyak, situasi kamar kecil perlu ditingkatkan dalam hal memungkinkan kemudahan bagi wisatawan, biaya transaksi harus dimoderasi, dalam membentuk niat berkelanjutan pengguna yang sangat baik. untuk melestarikan pelanggan.

Dengan demikian, lingkungan yang sesuai, berbagai jenis olahraga, tarif yang dimoderasi muncul sebagai alat administrasi yang kuat yang membantu pengelolah kegiatan olahraga untuk menentukan bagaimana mengalokasikan sumber untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penampilan tempat wisata tanpa penundaan berdampak pada kepuasan pengunjung. Bisa dikatakan pengunjung akan percaya dengan tempat wisata arung jeram magelang jika pihak pengelolah lebih memperhatikan fasilitas kesehatan, diantaranya toilet, kegiatan fisik seperti kolam renang, arena sepak bola, lapangan basket, tenis, voli, ruang Kesehatan, prosedur seperti, menginformasikan pengunjung secara tepat, memberikan pelayanan kepada wisatawan dengan pasti (dengan

sepenuh hati), dan meminimalkan tarif. Selain itu, personel mampu menciptakan hubungan harmonis dan erat.

## **KESIMPULAN**

Tingkat Kepuasan dan loyalitas pengunjung berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dikemukakan, dapat ditarik kesimpulan, yaitu terdapat hubungan positif antara indikator dan variabel telah dibuktikan dari bertambahnya pelanggan. Selain itu, terdapat pengaruh negatif terhadap biaya atau harga yang berlebihan dengan partisipasi pengunjung di tempat wisata. Hal ini mengakibatkan dalam proses berkelanjutan untuk mempertahankan pelanggan. Dengan demikian, kualitas layanan dan tarif menjadi alat administrasi yang kokoh dalam membantu pemilik usaha untuk menentukan bagaimana mengalokasikan sumber untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengunjung.

## **REFERENSI**

- Alhassany, H., & Faisal, F. (2018). Factors influencing the internet banking adoption decision in North Cyprus: an evidence from the partial least square approach of the structural equation modeling. *Financial Innovation*, 4(1). <https://doi.org/10.1186/s40854-018-0111-3>
- Avourdiadou, S., & Theodorakis, N. D. (2014). The development of loyalty among novice and experienced customers of sport and fitness centres. *Sport Management Review*, 17(4), 419–431. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2014.02.001>
- Bernstein, M. R., John, L., Sciortino, S., Arambages, E., Auletta, D., & Spyropoulos, A. C. (2020). Does telehealth improve anticoagulation management in patient service centers (PSC)? A pilot project. *Journal of Thrombosis and Thrombolysis*. doi:10.1007/s11239-019-02031-4.
- Cordova, J. V., Fleming, C. E., & Morrill, M. I. (2014). The Marriage Checkup: A randomized controlled trial of annual relationship health checkups. *Journal of Consulting and Clinical Psychol*, 592- 604. <https://doi.org/10.1037/a0037097>
- Dixon, M. A., Anderson, A. J., Baker, R. E., Baker, P. H., & Esherick, C. (2019). *Management in sport for development: examining the structure and processes of a sport diplomacy initiative*. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 19(3/4), 268. <https://dx.doi.org/10.1504/IJSMM.2019.099787>

- Evanschitzky, H., Ramaseshan, B., Woisetschläger, D. M., Richelsen, V., Blut, M., & Backhaus, C. (2011). *Consequences of customer loyalty to the loyalty program and to the company*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(5), 625–638. <https://doi.org/10.1007/s11747-011-0272-3>
- Ismail, A., & Yusrizal, S. M. (2016). Service Quality AS A Predictor Of Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *Logforum*, 12.4 (2016): 7. DOI: [10.17270/J.LOG.2016.4.7](https://doi.org/10.17270/J.LOG.2016.4.7).
- Kranias, A., & Bourlessa, M. (2013). *Investigating the Relationship Between Service Quality and Loyalty in Greek Banking Sector*. *Procedia Economics and Finance*, 5, 453–458. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(13\)00053-1](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(13)00053-1)
- Lee, Y. H., & Watanabe, N. (2019). Sports Economics and Management of Asian Sports Business. *Journal of Global Sport Management*, 1–7. <https://doi.org/10.1080/24704067.2018.1553023>
- Levien, M., Watts, M., & Yan, H. (2018). Agrarian Marxism . *The Journal of Peasant Studies*, 45(5-6), 853–883. <https://doi.org/10.1080/03066150.2018.1534101>
- Lewis, S., Thomas, S. L., Blood, R. W., Castle, D., Hyde, J., & Komesaroff, P. A. (2010). "I'm searching for solutions": why are obese individuals turning to the Internet for help and support with "being fat"? *Health Expectations*, 14(4), 339–350. <https://doi.org/10.1111/j.1369-7625.2010.00644.x>
- Li, P. (2017). The Ecological Sports Tourism Tourists Behavior InvestigationThe Case of Liuxi River National Forest Park in Guangzhou. *Chinese Studies*, 6, 132-142. <https://doi.org/10.4236/chnstd.2017.62012>
- Li, Z., Hu, Y., Ranasinghe, R., Li, J., & Cui, R. (2017). *Structural relationships between inertia, satisfaction, loyalty and revisit behaviour: empirical evidence from local tourists in Chengdu*. *International Journal of Leisure and Tourism Marketing*, 5(3), 248. <https://dx.doi.org/10.1504/IJLTM.2017.086442>
- Lower, L. M., Turner, B. A., & Petersen, J. C. (2013). A comparative analysis of perceived benefits of participation between recreational sport programs. *Recreational Sports Journal*, 37(1), 66-83.
- Ndayisenga, J., & Tomoliyus. (2019). Effect of Service Quality and Rates on Satisfaction and Loyalty of Customer Behavior at Fitness. *International Journal of Human Movement and Sports Sciences*, 7(2), 25 - 32. doi: [10.13189/saj.2019.070202](https://doi.org/10.13189/saj.2019.070202).
- Nimon, K. F. (2012). Statistical assumptions of substantive analyses across the general linear model: a mini-review. *Frontiers in psychology*, 3, 322.

- Porter, D., & Vamplew, W. (2019). Entrepreneurship, Sport, and History: An Overview. *The International Journal of the History of Sport*, 1- 15.  
<https://doi.org/10.1080/09523367.2018.1544126>
- Ratten, V., & Ratten, H. (2011). International sport marketing: practical and future research implications. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 26(8), 614-620.  
<https://doi.org/10.1108/08858621111179886>
- Selvianiresa, D., & Prabawanto, S. (2017). *Contextual Teaching and Learning Approach of Mathematics in Primary Schools*. *Journal of Physics: Conference Series*, 895, 012171.  
<https://doi.org/10.1088/1742-6596/895/1/012171>
- Suchet, A., Jorand, D., & Tuppen, J. (2010). *The History and Geography of a Forgotten Olympic Project: The Spring Games*. *Sport in History*, 30(4), 570–587.  
<https://doi.org/10.1080/17460263.2010.530748>