

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
ATRAKSI WISATA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG
DI DESA WISATA ALAMENDAH**

***(THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND TOURIST
ATTRACTIVE ON CUSTOMER SATISFACTION IN THE
ALAMENDAH TOURISM VILLAGE)***

Annisa Fitri Alyani¹

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata YAPARI
annisafitrialyani21@gmail.com

Khoirul Fajri²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata YAPARI
khoirul.fajri@yahoo.com

Anti Riyanti³

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata YAPARI
anti.ryantik@gmail.com

ABSTRACT

This research aimed to determine the effect of service quality and tourist attractions on customer satisfaction in the Alamendah tourism village. The method used in this research is a quantitative method with descriptive analysis and verification analysis, by distributing questionnaires to 100 tourists. The results of the instrument test show that all statements are valid because the value is above 0.300 and reliable because the value is above 0.700. Descriptive research shows that service quality has an average result of 3.31, tourist attractions have a 3.27 result and customer satisfaction has a 3.26 result. While the results of the verification show a coefficient of determination of 0.941 or 94%, the remaining 5,9% which is a variable that has not been studied. The test results show a significant influence between service quality variables on visitor satisfaction of $0.00 \leq 0.05$ and tourist attraction variables of $0.00 \leq 0.05$ with a simultaneous significance of $0.00 \leq 0.05$, meaning the quality of service and attractions tourism has a strong and significant influence, either partially or simultaneously.

Keywords: *service quality, Tourist Attractions, Visitor Satisfaction, Desa Wisata Alamendah*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Atraksi Wisata Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Desa Wisata Alamendah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan analisis deskriptif dan analisis verifikatif, dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang wisatawan. Hasil pengujian instrumen menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dinyatakan valid karena nilainya diatas 0,300 dan reliabel karena nilainya diatas 0,700. Dari penelitian deskriptif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai hasil dengan rata – rata 3,31, atraksi wisata mempunyai hasil 3,27 dan kepuasan pelanggan mempunyai hasil 3,26. Sedangkan hasil verifikatif menunjukkan koefisien determinasi sebesar 0,941 atau 94% sisanya sebesar 5,9% yang merupakan variabel yang belum diteliti. Hasil pengujian menunjukkan pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung sebesar $0,00 \leq 0,05$ dan variabel atraksi wisata sebesar $0,00 \leq 0,05$ dengarkan secara simultan signifikansi sebesar $0,00 \leq 0,05$, artinya kualitas pelayanan dan atraksi wisata memiliki pengaruh kuat dan signifikan, baik secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Atraksi Wisata, Kepuasan Pengunjung, Desa Wisata Alamendah

PENDAHULUAN

Pariwisata dapat diartikan sebagai suatu proses, aktivitas, dan hasil akhir yang muncul dari hubungan dan interaksi antara wisatawan, penyedia jasa pariwisata, pemerintah lokal, masyarakat lokal dan lingkungan sekitarnya yang terlibat dalam menarik dan melayani pengunjung. Definisi tersebut menjelaskan bahwa pariwisata merupakan suatu proses atau kegiatan, dimana terjadi interaksi antara berbagai pemangku kepentingan di dalam pariwisata itu sendiri. (Abdulah dan Firdaus 2015).

Pariwisata sudah menjadi hal yang wajib bagi masyarakat, hampir setiap kurang dari setahun mereka melakukan kegiatan berwisata. Dan kegiatan berwisata juga sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan atraksi wisata yang disajikan oleh destinasi tersebut. Kualitas pelayanan ini menjadi salah satu faktor utama yang mendukung masyarakat untuk datang ke destinasi itu. Jika kualitas pelayanan baik maka para wisatawan senang mengunjungi tempat tersebut. Semakin baik kualitas sebuah pelayanan, semakin banyak juga wisatawan yang akan berkunjung dan akan kembali berkunjung.

Objek wisata merupakan tempat dimana kita dapat menemukan kesinambungan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkung hidup. Dengan berwisata kita dapat menghilangkan sedikit kejenuhan setelah melakukan berbagai aktivitas yang berat. Tempat wisata merupakan solusi yang baik untuk meningkatkan maupun pengunjung, pasti akan menunjukkan kepuasan atau ketidakpuasan pengunjung terhadap hasil layanan tersebut. Sebuah pelayanan mendapatkan hasil yang memuaskan tentunya juga dipengaruhi beberapa faktor, salah satunya adalah kualitas pelayanan yang diberikan

terhadap pengunjung. Dan berikut merupakan hasil dari jumlah kunjungan di Desa Wisata Alamendah selama 5 tahun.

Tabel 1
Data kunjungan Desa Wisata Alamendah selama 5 Tahun

| No | Tahun | Jumlah Kunjungan |
|----|-------|------------------|
| 1 | 2017 | 7.300 |
| 2 | 2018 | 8.300 |
| 3 | 2019 | 18.600 |
| 4 | 2020 | 21.600 |
| 5 | 2021 | 20.300 |

Sumber: data kunjungan Desa Wisata Alamendah 2021

Pengukuran kepuasan pengunjung perlu dilakukan dengan alasan pertama, tingkat pesaing yang semakin meningkat. Kedua, peningkatan besar investasi yang dicurahkan untuk mengimplementasikan program kepuasan konsumen. Ketiga, harapan konsumen yang berubah dari waktu ke waktu. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen, pengelola tempat wisata harus memperhatikan beberapa faktor seperti pelayanan, obyek dan daya tarik wisata serta fasilitas. Memberikan pelayanan yang baik kepada wisatawan oleh suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan wisatawan. Jika wisatawan merasa puas, mereka akan berkunjung dan merekomendasikan kepada orang lain untuk berkunjung ditempat yang sama. Objek wisata yang memiliki daya tarik tersendiri tentunya akan membuat wisatawan tertarik untuk mengunjunginya. Destinasi wisata yang bagus harus mampu menyediakan fasilitas wisata yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung untuk memberikan kemudahan dan memenuhi kebutuhan mereka selama berkunjung.

Kepuasan pengunjung merupakan fungsi dari harapan dan kinerja yang dirasakan. Jika kinerja produk atau jasa lebih rendah dari yang diharapkan, pengunjung akan merasa tidak puas. Jika kinerja produk atau jasa sesuai harapan maka konsumen akan merasa puas, dan jika kinerja produk atau jasa melebihi harapan maka konsumen akan merasa sangat puas.

Tempat wisata yang sekarang sedang diminati oleh wisatawan ialah Desa Wisata, Desa wisata merupakan desa yang dijadikan tempat wisata karena daya tarik dan potensi yang dimilikinya, tak heran jika pemerintah juga terus mengupayakan dan mengembangkan des desa wisata yang ada di Indonesia. Karena selain kita berwisata, ada banyak juga pengalaman dan pengetahuan baru jika kita berkunjung ke Desa wisata. Salah satu desa wisata yang sedang dikembangkan dan masuk ke dalam 50 Desa wisata terbaik di Indonesia ialah Desa Wisata Alamendah yang terletak di Ciwidey Kabupaten Bandung.

Karna di Desa Wisata Alamendah ini selain menyuguhkan pemandangan alam yang sangat indah, juga kita dapat melakukan aktivitas lainnya seperti bersepeda, bercocok tanam, membuat yogurt, dan atraksi atraksi wisata lainnya.

Penelitian ini hanya berfokus untuk meneliti pengaruh Kualitas Pelayanan dan Atraksi Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung di Desa Wisata Alamendah dengan mengacu pada variabel terikat (independent) yaitu Kualitas Pelayanan dan Atraksi Wisata, dan satu variabel (dependent) bebas yaitu Kepuasan Pengunjung.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh tingkat pelayanan dan atraksi wisata terhadap tingkat kepuasan di Desa Wisata Alamendah.

Literatur

Manajemen

Pengertian lain manajemen menurut Peter Drucker, “Manajemen adalah suatu praktik bukan ilmu, sebab yang dituntut dari manajemen adalah prestasi bukan pengetahuan. Sebab, tuntutan dalam praktik seperti pendapat Drucker juga perlu didukung ilmu pengetahuan dan seni. Lebih dari itu, manajemen sangat diperlukan agar tujuan tujuan organisasi dapat tercapai dan berjalan sesuai dengan keteraturan, efektif, efisien serta menjaga keseimbangan dan sinergi diantara bagian –bagian yang ada.” (Edison 2017)

Pariwisata

Pariwisata adalah kegiatan yang tidak lepas dari kehidupan manusia. Setiap orang akan butuh berwisata, dan pariwisata bisa dilakukan didalam dan diluar daerah tempat tinggalnya (ismayanti 2010)

Pemasaran

Pemasaran adalah suatu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan, baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, dimana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Makna dari pemasaran bergantung pada apapun yang pemakai ingin maknai karena belum ada. (Sudaryana 2015).

Kualitas Pelayanan

Faktor dasar yang mempengaruhi pilihan konsumen untuk berbagai jenis jasa yang berkembang saat ini dan menjadi salah satu faktor dalam keberhasilan dan pertumbuhan suatu organisasi. Usaha penilaian dan peningkatan kualitas menjadi faktor terpenting dalam keberhasilan industri jasa dan pelayanan antar pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan (Erina 2016).

Menurut Pasuruan dalam Tjiptono (2008) Berikut merupakan dimensi Kualitas Pelayanan sebagai berikut:

1. Reliabilitas
2. Daya tanggap
3. Jaminan

4. Empati
5. Bukti fisik

Atraksi Wisata

Menurut Oka A. Yoeti (2015) atraksi wisata adalah segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke suatu tempat tujuan wisata. Suatu yang dipersiapkan terlebih dahulu agar dapat dilihat, dan dinikmati oleh wisatawan yang meliputi tari-tarian, nyanyian kesenian rakyat tradisional, upacara adat, dan lain-lain.

1. What To See
2. What to Do
3. What to Buy
4. What to Know
5. What to arrived
6. What to stay
7. What to Experience

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2002) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Tapi, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas dan senang. Jika kinerja yang dirasakan di bawah harapan, pelanggan tersebut akan merasa dikecewakan, jika kinerja memenuhi harapan pelanggan, pelanggan akan merasa puas, sedangkan jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas. Kepuasan ini tentu akan dapat dirasakan setelah pelanggan yang bersangkutan mengkonsumsi produk tersebut.

Menurut Irawan (2004), ada lima dimensi utama kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Dimensi Kepuasan Pelanggan
2. Price (Harga)
3. Service Quality (Kualitas Layanan)
4. Product Quality (Kualitas Produk)
5. Emotional Factor
6. Efficiency (Kemudahan)

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan bulan Agustus sampai dengan Desember 2022 di Desa Wisata Alamendah. Dalam hal ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan analisis deskriptif. Metode ini sudah cukup sebagai metode tradisional, karena metode ini sudah digunakan mentradisi sebagai metode penelitian. Populasi penelitian ini adalah di Desa Wisata Alamendah selama 5 tahun yaitu sebesar 76.100 dan diambil sampelnya menggunakan rumus dari Isaac dan Michael memperoleh hasil sebesar 100 sampel. Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data yaitu primer dan sekunder.

Sumber data primer diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada pihak yang berkaitan dengan penelitian yaitu di Desa Wisata Alamendah yang berkunjung dan sumber data sekunder berupa studi pustaka. Dalam penelitian ini penulis menggunakan instrumen kuesioner dengan skala likert 1 sampai 5 gradasi yang positif.

Operasional Variabel

Operasional Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Operasional Variabel diperlukan untuk menjabarkan variabel penelitian ke dalam konsep dimensi dan indikator yang akan menjadi bahan penyusun instrumen kuesioner. Dalam penelitian ini, operasional variabel disajikan dalam bentuk tabel berikut ini:

Tabel 2
Operasional Variabel

| Variabel | Definisi | Dimensi | Indikator | Skala |
|--------------------|---|--------------------|--|---------|
| Kualitas Pelayanan | Kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali | Reliabilitas | Penyampaian layanan yang akurat dan jujur | Ordinal |
| | Kesediaan dan kemampuan penyediaan layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka | Daya tanggap | Merespon permintaan konsumen dengan cepat dan tepat | Ordinal |
| | Pengetahuan dan kessopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan pelanggann | Jaminan | Menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan kepada konsumen | Ordinal |
| | Memahami masalah para pelanggan dan bertindak demi kepentingan pelanggan serta memberikan perhatian personal kepada para pe;aman dan memiliki jam operasional yang nyaman | Empati | Memberikan kenyamanan dan perhatian kepada konsumen | Ordinal |
| | Penampilan fisik fasilitas pelayanan, peralatan, perlengkapan sumber daya manusia dan komunikasi perusahaan | Bukti Fisik | Fasilitas dan SDM yang memadai | Ordinal |
| Atraksi Wisata | Atraksi wisata harus ada yang berbeda dengan yang dimiliki daerah atau tempat lainnya, dan juga harus memiliki kemenarikan khusus | <i>What to see</i> | Tingkat keindahan | Ordinal |

| Variabel | Definisi | Dimensi | Indikator | Skala |
|--------------------|--|---------------------------|------------------------------------|---------|
| | Atraksi wisata harus melibatkan wisatawan melakukan sebuah kegiatan di destinasi tersebut | <i>What to do</i> | Kegiatan yang dapat dilakukan | Ordinal |
| | Disediakannya fasilitas belanja khususnya untuk membeli souvenir atau kebutuhan lainnya | <i>What to buy</i> | Persediaan kebutuhan | Ordinal |
| | Wisatawan dapat menambah informasi dan pengetahuan yang unik di destinasi tersebut | <i>What to know</i> | Penambahan pengetahuan wisatawan | Ordinal |
| | Aksesibilitas untuk mengunjungi destinasi tersebut, juga kendaraan apa saja dan lamanya perjalanan | <i>What to arrived</i> | Akses menuju destinasi | Ordinal |
| | Tempat tinggal sementara waktu selama wisatawan berlibur | <i>What to stay</i> | Penginapan | Ordinal |
| | Pengalaman yang tak terlupakan oleh wisatawan saat berkunjung | <i>What to experience</i> | Hal hal yang sangat berkesan | Ordinal |
| Kepuasan Pelanggan | Sebuah nilai tukar yang dibayarkan oleh seseorang untuk mendapatkan apa yang dia inginkan | Harga | Sesuai dengan yang di dapat | Ordinal |
| | Hal yang diberikan oleh sebuah destinasi untuk para pengunjung | Kualitas layanan | Layanan yang diberikan | Ordinal |
| | Hal yang ditawarkan oleh destinasi untuk para pengunjung agar merasa puas | Kualitas Produk | Produk yang ditawarkan | Ordinal |
| | Rasa percaya diri atau bangga setelah menggunakan atau mengunjungi tempat tersebut | Emotional Factor | Kepuasan setelah berkunjung | Ordinal |
| | Kemudahan dalam memperoleh produk atau jasa tersebut | Kemudahan | Hal hal yang mudah untuk dijangkau | Ordinal |

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Setelah mengumpulkan data, maka diolah secara analisis data menggunakan SPSS 21, dari 100 responden dan sebanyak 35 pernyataan yang disebar, maka hasil kuesioner tersebut dinyatakan Valid dengan hasil lebih besar dari 0,300 atau lebih besar dari T_{hitung}

Juga dinyatakan reliabel pada 35 pernyataan dengan hasil lebih besar dari 0,700 atau lebih besar dari R_{tabel} . Selanjutnya data tersebut diolah menjadi hasil analisis deskriptif.

Tabel 3
Uji Reliabilitas

| No | Variabel | Alpha Cronbach | R_{tabel} | Ket |
|----|---------------------|----------------|-------------|----------|
| 1 | Kualitas Pelayanan | 0,709 | 0,700 | Reliabel |
| 2 | Atraksi Wisata | 0,850 | 0,700 | Reliabel |
| 3 | Kepuasan Pengunjung | 0,711 | 0,700 | Reliabel |

Dari hasil analisis secara deskriptif untuk variabel independen pertama yaitu Kualitas Pelayanan yang terdiri dari 10 item pernyataan yang disebar, diperoleh hasil dengan rata – rata keseluruhan 3,38 (cukup baik), jika diurutkan dari urutan pernyataan terbesar sampai terkecil, maka untuk pernyataan terkecil yaitu: Memberikan kenyamanan dan perhatian kepada konsumen dengan rata – rata 3,21 dan pernyataan terbesar Merespon permintaan konsumen dengan cepat dan tepat dengan rata – rata 3,55

Dari hasil analisis secara deskriptif untuk variabel independen kedua yaitu Atraksi Wisata yang terdiri dari 14 item pernyataan yang disebar, diperoleh hasil dengan rata – rata keseluruhan 3,29 (cukup baik). jika diurutkan dari urutan pernyataan terbesar sampai terkecil, maka untuk pernyataan terkecil yaitu: Harga dengan rata – rata 3,01 dan pernyataan terbesar yaitu Kepuasan setelah berkunjung rata – rata 3,44

Dari hasil analisis secara deskriptif untuk variabel dependen Kepuasan Pengunjung yang terdiri dari 10 item pernyataan yang disebar, diperoleh hasil dengan rata – rata keseluruhan 3,26 (cukup baik), jika diurutkan dari urutan pernyataan terbesar sampai terkecil, maka untuk pernyataan terkecil yaitu: Harga dengan rata – rata 3,01 dan pernyataan terbesar yaitu Kepuasan setelah berkunjung rata – rata 3,44

Tabel 4
Koefisien Determinasi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,970 ^a | ,941 | ,940 | 1,36800 |

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Diperoleh hasil koefisien determinasi penerapan Kualitas Pelayanan dan Atraksi Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung sebesar 0,941 atau 94,10%, sisanya sebesar 0,59 atau 5,90% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Uji t dilakukan untuk menguji hipotesis secara parsial kualitas pelayanan dan atraksi wisata terhadap kepuasan pengunjung, dimana hasilnya terlihat dalam Tabel 5 di bawah ini.

Tabel 5
Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 2,499 | ,829 | | 3,015 | ,003 |
| Kualitas Pelayanan | ,243 | ,044 | ,250 | 5,499 | ,000 |
| Atraksi Wisata | ,487 | ,029 | ,751 | 16,518 | ,000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Setelah Uji t ditemukan hasilnya, yang selanjutnya menguji hipotesis secara simultan, dimana hasilnya seperti terlihat dalam Tabel 6 di bawah ini.

Tabel 6
Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|---------|------|
| 1 Regression | 2893,231 | 2 | 1446,616 | 773,000 | ,000 |
| Residual | 181,529 | 97 | 1,871 | | |
| Total | 3074,760 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan dari hasil Uji t, maka dapat diinterpretasikan seperti “Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)”. Berdasarkan tabel 5 Uji t di atas diperoleh Koefisien variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) dengan hasil $t_{hitung} 5,499 > t_{tabel}$

1,984723. Berdasarkan dari hasil Uji t, maka dapat diinterpretasikan seperti “Pengaruh Atraksi Wisata (X_2) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)”. Berdasarkan tabel 5 Uji t di atas diperoleh Koefisien variabel Atraksi Wisata (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) dengan hasil $t_{hitung} 16,518 > t_{tabel} 1,984723$

Sedangkan hasil uji hipotesisi secara simultan (tabel 6) hasil $F_{hitung} 773,000 >$ dari F_{tabel} yaitu 3,09 dan signifikan sebesar $0,00 \leq 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa “terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Atraksi Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung secara simultan”

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Atraksi Wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung, baik secara parsial maupun secara simultan. koefisien Determinasi sebesar 0,941 atau 94,10%, sisanya sebesar 5,90% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulah, Taufik., & Taufansyah Firdaus. (2015). Pengaruh Kualitas Atribut Produk Pariwisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kabupaten Sumedang *Tourism Scientific Journal*, 1(1). <http://www.jurnal.stiepar.ac.id/index.php/tsj/article/view/4>
- Edison, E. Anwar, Y., Komariyah. I. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Strategi dan perubahan dalam rangka meningkatkan kinerja pegawai dan organisasi*. Bandung: Alfabeta.
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Mulyana, H., & Andika Chandra Lesmana (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pramuwisata Terhadap Kepuasan Wisatawan di Keraton Kasepuhan Cirebon *Tourism Scientific Journal*, 6(2). <http://www.jurnal.stiepar.ac.id/index.php/tsj/article/view/138>
- Mulyati, Sri. (2019) “pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.”
- Nasution, M. E., Usman, H. (2007). *Proses Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Nasution. (2005). *metode research* . Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sudaryana, M. (2015). *Pengantar Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: alfabet,
- Zilfia, Y. E. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Butik Melia Ara di Bandar Lampung. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung