



Kepuasan Pengunjung Pada Fasilitas Wisata di Daya Tarik Wisata Safari Lagoi Bintang Kepulauan Riau

Mita Aprilia Kartini¹, Youmil Abrian², Nidia Wulansari³

¹Universitas Negeri Padang

²Universitas Negeri Padang

³Universitas Negeri Padang

Email: abrian.yomil@fpp.unp.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tingkat kepuasan pengunjung di daya tarik wisata Safari Lagoi yang ditinjau dari indikator: kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan data kuantitatif menggunakan metode survey. Penelitian dilakukan di daya tarik wisata Safari Lagoi Kabupaten Bintang Kepulauan Riau. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 9.297 pengunjung yang diambil dari jumlah kunjungan ke daya tarik wisata Safari Lagoi periode November 2021-April 2022. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Tingkat kepuasan tentang fasilitas pada indikator kesesuaian harapan dikategorikan puas untuk pengunjung nusantara dan pengunjung mancanegara, dengan skor 4,13 dan 4,08; 2) tingkat kepuasan pada indikator minat berkunjung kembali dikategorikan puas untuk pengunjung nusantara dan pengunjung mancanegara dengan skor 4,15, dan 3,96; 3) tingkat kepuasan pada indikator kesediaan merekomendasikan berada pada kategori sangat puas untuk pengunjung nusantara, yaitu dengan skor 4,23 dan kategori puas untuk pengunjung mancanegara dengan skor 4,16.

Kata kunci: Kepuasan pengunjung, Fasilitas, Daya Tarik Wisata.

ABSTRACT

This research was purposed to describe level of visitor satisfaction at the Safari Lagoi Bintang from indicators: suitability of expectations, revisit intention, and willingness to recommend. The type of this research is descriptive with quantitative data using survey methods. The research was conducted at the Safari Lagoi Bintang, Riau Islands. The population in this research was 9,297 visitors who visited Safari Lagoi Bintang from November 2021-April 2022. The results of this study indicate that: 1) The level of satisfaction about facilities on the suitability of expectations indicators is categorized as satisfied for domestic and foreign visitors, with a score of 4.13 and 4.08; 2) the level of satisfaction on revisit intention indicator is categorized as satisfied for domestic and foreign visitors with a score of 4.15 and 3.96; 3) the level of satisfaction on willingness to recommend indicator is at very satisfied category for domestic visitors, with a score 4.23 and satisfied for foreign visitors with a score of 4.16.

Keywords: Visitor satisfaction, Facilities, Tourism Attractions.

PENDAHULUAN

Selaras dengan perkembangan pariwisata secara global, sektor pariwisata di Indonesia saat ini telah tumbuh menjadi industri yang dapat diandalkan dengan keindahan alam dan keberagaman budaya yang tidak dapat ditemukan di tempat lain. Salah satu wilayah yang menggalakkan sektor pariwisatanya adalah Provinsi Kepulauan Riau [1]. Provinsi ini berada di bagian Barat Indonesia, yang memiliki letak geografis strategis dan pulau-pulau dengan keindahan alam yang menjadi daerah unggulan pariwisata, salah satunya adalah Pulau Bintan.

Pulau Bintan adalah pulau terbesar dari total 3.214 pulau di Provinsi Kepulauan Riau, dengan luas wilayah mencapai 88.038,54 Km². Pulau ini memiliki berbagai daya tarik wisata seperti Pantai Trikora, Gunung Bintan, Nikoi Island Resort, dan kawasan Pariwisata Lagoi yang ramai dikunjungi pengunjung nusantara maupun mancanegara. Pengunjung merupakan orang yang melakukan perjalanan atau berkunjung ke suatu destinasi wisata baik menginap maupun tidak di daerah tujuannya [2]. Kawasan Pariwisata Lagoi merupakan kawasan pariwisata bertaraf internasional yang dikelola oleh PT. Bintan Resort Cakrawala dengan berbagai fasilitas terintegrasi. Terdapat puluhan properti berupa *resort* dan daya tarik wisata yang ada di kawasan ini. Daya tarik wisata adalah sesuatu yang menarik untuk dilihat dan dinikmati, yang layak dijual ke pasar wisata [3]. Salah satu daya tarik wisata yang ada di kawasan pariwisata lagoi Bintan adalah Safari Lagoi, yang merupakan andalan provinsi Kepulauan Riau.

Safari Lagoi merupakan kebun binatang yang berlokasi di Jalan Panglima Pantar, Teluk Sebong, Kabupaten Bintan, Kepulauan Riau. Safari Lagoi dijadikan salah satu pilihan untuk dikunjungi karena mempertunjukkan beragam satwa langka. Adapun hal yang perlu diperhatikan pada daya tarik wisata adalah fasilitas wisata [4]. Fasilitas merupakan suatu bentuk kebendaan yang berfungsi untuk menambah nilai suatu produk atau layanan jasa [5]. Kelengkapan dan kualitas dari fasilitas suatu daya tarik wisata dapat menjadi bahan pertimbangan bagi wisatawan untuk berkunjung [6][7]. Fasilitas juga berdampak kepada kepuasan akan suatu produk atau jasa [8]. Adapun kepuasan pengunjung adalah tingkatan dimana anggapan kinerja (*perceived performance*) produk sesuai dengan harapan yang dirasakan pengunjung [9]. Kepuasan merupakan bentuk pengalaman positif yang dirasakan oleh pengunjung [10]. Pengalaman yang positif akan memberikan dampak yang positif juga, baik itu keinginan atau niat berkunjung Kembali ataupun niat merekomendasikan [11][12][13]. Hal ini tentunya akan memberikan dampak bagi suatu daya tarik wisata.

Tingkat kepuasan pengunjung dapat memberi informasi kepada pihak pengelola daya tarik wisata mengenai harapan pengunjung yang dapat dijadikan referensi dalam membuat kebijakan di masa mendatang. Kepuasan pengunjung terbagi menjadi tiga, yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan [14]. Kesesuaian harapan dapat diartikan sebagai bertemunya harapan yang diinginkan dengan hasil yang didapatkan [15]. Sedangkan minat berkunjung kembali mengacu pada kemungkinan yang dirasakan pengunjung untuk kembali ke tujuan yang sama sebagai perilaku pascakonsumsi yang menguntungkan dan merupakan komponen kunci dari loyalitas pariwisata [16]. Sedangkan kesediaan merekomendasikan menurut merujuk pada keinginan untuk memperkenalkan dan berbagi pengalaman sebagai bagian dari penyediaan informasi dan pengetahuan dengan cara yang informatif dan persuasif [17]. Ketiga indikator dari kepuasan tersebut menjadi acuan dalam mengukur kepuasan konsumen akan suatu destinasi.

Berdasarkan indikator kesesuaian harapan ditemukan masalah berupa ulasan pengunjung di *google review* mengenai kurangnya kelengkapan fasilitas daya tarik wisata. Selanjutnya berdasarkan indikator minat berkunjung kembali, ditemukan ulasan pengunjung yang ragu untuk berkunjung kembali karena kebersihan dan akses menuju lokasi yang masih kurang. Berdasarkan indikator kesediaan merekomendasikan, ditemukan ulasan dari pengunjung yang tidak merekomendasikan Safari Lagoi untuk dijadikan prioritas kunjungan wisata saat musim hujan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan kepuasan pengunjung tentang fasilitas di daya tarik wisata Safari Lagoi yang ditinjau dari indikator: kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan.

METODOLOGI

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode survei. Objek dari penelitian ini adalah daya tarik wisata Safari Lagoi Kabupaten Bintan Kepulauan Riau. Variabel yang digunakan adalah variabel mandiri, yaitu kepuasan pengunjung. Populasi dalam penelitian ini diambil dari jumlah kunjungan ke daya tarik wisata Safari Lagoi periode November 2021-April 2022, yaitu sebanyak 9.297 pengunjung. Teknik *purposive sampling* dipilih untuk menentukan sampel, karena *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu [18]. Kriteria pemilihan sampel yang digunakan adalah pengunjung yang minimal berusia 21 tahun dan setidaknya pernah sekali melakukan kunjungan ke daya tarik wisata Safari Lagoi, sehingga diperoleh sampel sebanyak 318 orang. Data yang dikumpulkan adalah data primer dengan dengan cara observasi, dokumentasi, dan menyebarkan kuisioner (angket tersusun) dengan skala *likert* yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya, serta data sekunder berupa dokumen profil daya tarik wisata dan dokumen pendukung lainnya. Data-data tersebut dianalisis dengan cara melakukan tabulasi, deskripsi data dan Teknik Capaian Responden (TCR) menggunakan bantuan SPSS versi 28.00.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Temuan Umum

Safari Lagoi Bintan yang diresmikan pada tahun 2017 memiliki lahan dengan luas kurang lebih 100 hektar di dalam kawasan wisata Lagoi. Daya tarik wisata ini digunakan sebagai pusat perlindungan dan penangkaran fauna yang terancam punah. Sebagian besar dari total 160 jenis satwa yang ada merupakan spesies endemik Indonesia. Adapun fauna yang ada diperoleh dengan cara penyelamatan dari perdagangan ilegal dan penyitaan dari kolektor. Selain dijadikan sebagai tempat perlindungan bagi fauna, Safari Lagoi juga bertujuan untuk memberi informasi dan mendidik masyarakat tentang perlunya melindungi serta melestarikan keanekaragaman alam. Keberadaan Safari Lagoi melengkapi pilihan daya tarik wisata yang ada di Kawasan Pariwisata Lagoi yang mendidik dan informatif bagi masyarakat.

2. Temuan Khusus

Data kepuasan pengunjung tentang fasilitas di daya tarik wisata Safari Lagoi diperoleh melalui jawaban dari total 18 pernyataan kuisioner, yang disebarkan kepada 318 responden. Temuan ini terbagi atas 3 indikator, yaitu: kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan. Klasifikasi tingkat kepuasan pengunjung tentang fasilitas di daya tarik wisata Safari Lagoi Bintan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Deskripsi Data Kepuasan Pengunjung Tentang Fasilitas

Kategori	Kelas Interval	Frekuensi	%
Sangat Puas	$X > 72$	204	64,2
Puas	$60 < X \leq 72$	111	34,9
Kurang Puas	$48,0 < X \leq 60$	3	9
Tidak Puas	$36 < X \leq 48,0$	0	0
Sangat Tidak Puas	$X \leq 36$	0	0
Total		318	100 %

Berdasarkan tabel di atas, kepuasan pengunjung tentang fasilitas daya tarik wisata Safari Lagoi Bintan sebanyak 204 responden (64,2%) berada pada kategori puas, 111 responden (34,9%) menyatakan puas dan sebanyak 9% atau 3 responden menyatakan kurang puas.

Tabel 2. Deskripsi Data Indikator Kesesuaian Harapan

Kategori	Kelas Interval	F	%
Sangat Puas	$X > 44$	184	57,9
Puas	$36,7 < X \leq 44$	134	42,1
Kurang Puas	$29,3 < X \leq 36,7$	0	0
Tidak Puas	$22 < X \leq 29,3$	0	0
Sangat Tidak Puas	$X \leq 22$	0	0
Total		318	100

Berdasarkan data pada tabel 2, diketahui bahwa tingkat kepuasan pengunjung tentang fasilitas pada indikator kesesuaian harapan pengunjung nusantara dan mancanegara sebanyak 184 responden (57,9) menyatakan puas dan 134 responden (42,1%) berada pada kategori puas. Agar hasil penelitian menjadi lebih spesifik, maka total skor dibagi menjadi dua jenis pengunjung yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Deskripsi Data Indikator Kesesuaian Harapan Pengunjung Nusantara

Kategori	Kelas Interval	F	%
Sangat Puas	$X > 44$	147	58,3
Puas	$36,7 < X \leq 44$	105	41,7
Kurang Puas	$29,3 < X \leq 36,7$	0	0
Tidak Puas	$15 < X \leq 29,3$	0	0
Sangat Tidak Puas	$X \leq 15$	0	0
Total		252	100

Dapat diketahui dari tabel 3 di atas tingkat kepuasan pengunjung tentang fasilitas pada indikator kesesuaian harapan pengunjung nusantara, sebanyak 147 responden (58,3%) berada pada kategori sangat puas dan 105 responden (41,7%) menyatakan puas.

Tabel 4. Deskripsi Data Indikator Kesesuaian Harapan Pengunjung Mancanegara

Kategori	Kelas Interval	F	%
Sangat Puas	$X > 44$	37	56,1
Puas	$36,7 < X \leq 44$	29	43,9
Kurang Puas	$29,3 < X \leq 36,7$	0	0
Tidak Puas	$22 < X \leq 29,3$	0	0
Sangat Tidak Puas	$X \leq 22$	0	0
Total		66	100

Tingkat kepuasan pengunjung tentang fasilitas pada indikator kesesuaian harapan pengunjung mancanegara sebanyak 37 responden (56,1%) berada pada kategori sangat puas dan 29 responden (43,9%) berada pada kategori puas.

Tabel 5. Deskripsi Data Indikator Minat Berkunjung Kembali

Kategori	Kelas Interval	F	%
Sangat Puas	$X > 16$	139	43,7
Puas	$13,3 < X \leq 16$	164	51,6
Kurang Puas	$10,7 < X \leq 13,3$	12	3,8
Tidak Puas	$8 < X \leq 10,7$	3	0,9
Sangat Tidak Puas	$X \leq 8$	0	0
Total		318	100 %

Berdasarkan data pada tabel 5, diketahui bahwa tingkat kepuasan pengunjung pada indikator minat berkunjung kembali pengunjung nusantara dan mancanegara sebanyak 139 responden (43,7) berada pada kategori sangat puas, 164 responden (51,6%) pada kategori puas, 12 responden (3,8%) pada kategori kurang puas dan 3 responden (9%) menyatakan tidak puas.

Agar hasil penelitian menjadi lebih spesifik, maka total skor dibagi menjadi dua jenis pengunjung yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Deskripsi Data Indikator Minat Berkunjung Kembali Pengunjung Nusantara

Kategori	Kelas Interval	Frekuensi	%
Sangat Puas	$X > 16$	121	48
Puas	$13,3 < X \leq 16$	121	48
Kurang Puas	$10,7 < X \leq 13,3$	7	2,8
Tidak Puas	$8 < X \leq 10,7$	3	1,2
Sangat Tidak Puas	$X \leq 8$	0	0
Total		252	100 %

Tingkat kepuasan pengunjung pada indikator minat berkunjung kembali pengunjung nusantara didapat hasil yaitu sebanyak 121 responden (48%) berada pada kategori sangat puas dan puas, serta 7 responden (2,8%) berada pada kategori kurang puas, selanjutnya sebanyak 3 responden (1,2%) berada pada kategori tidak puas.

Tabel 7. Deskripsi Data Indikator Minat Berkunjung Kembali Pengunjung Mancanegara

Kategori	Kelas Interval	Frekuensi	%
Sangat Puas	$X > 16$	18	27,2
Puas	$13,3 < X \leq 16$	43	65,2
Kurang Puas	$10,7 < X \leq 13,3$	5	7,6
Tidak Puas	$8 < X \leq 10,7$	0	0
Sangat Tidak Puas	$X \leq 8$	0	0
Total		66	100 %

Tabel 7 di atas mendeskripsikan bahwa tingkat kepuasan pengunjung pada indikator minat berkunjung kembali pengunjung nusantara, sebanyak 18 responden (27,2%) berada pada kategori sangat puas, 43 responden (65,2%) menyatakan puas dan sebanyak 5 responden (7,6%) berada pada kategori kurang puas.

Tabel 8. Deskripsi Data Indikator Kesiediaan Merekomendasikan

Kategori	Kelas Interval	Frekuensi	%
Sangat Puas	$X > 12$	154	48,4
Puas	$10,0 < X \leq 12$	145	45,6
Kurang Puas	$8,0 < X \leq 10,0$	18	5,7
Tidak Puas	$6 < X \leq 8,0$	1	3
Sangat Tidak Puas	$X \leq 6$	0	0
Total		318	100%

Berdasarkan data pada tabel 8, diketahui bahwa tingkat kepuasan pengunjung pada indikator kesiediaan merekomendasikan pengunjung nusantara dan mancanegara sebanyak 154 responden (48,4) berada pada kategori sangat puas, 145 responden (45,6%) pada kategori puas, 18 responden (5,7%) berada pada kategori kurang puas dan 1 responden atau (3%) menyatakan tidak puas. Selanjutnya deskripsi data mengenai tingkat kepuasan pengunjung pada indikator kesiediaan merekomendasikan di bedakan menjadi:

Tabel 9. Deskripsi Data Indikator Kesiediaan Merekomendasikan Pengunjung Nusantara

Kategori	Kelas Interval	Frekuensi	%
Sangat Puas	$X > 12$	125	49,6
Puas	$10,00 < X \leq 12$	112	44,4
Kurang Puas	$8,0 < X \leq 10,00$	14	5,60
Tidak Puas	$6 < X \leq 8,0$	1	40
Sangat Tidak Puas	$X \leq 6$	0	0
Total		252	100 %

Tabel 9 di atas menjelaskan bahwa tingkat kepuasan pengunjung pada indikator kesiediaan merekomendasikan pengunjung nusantara berada pada kategori sangat puas, yaitu sebanyak 125 responden (49,6%), lalu 112 responden (44,42%) menyatakan puas, 14 responden (5,60%) berada pada kategori kurang puas, dan sebanyak 1 responden (40%) pada kategori tidak puas.

Tabel 10. Deskripsi Data Indikator Kesiediaan Merekomendasikan Pengunjung Mancanegara

Kategori	Kelas Interval	Frekuensi	%
Sangat Puas	$X > 12$	29	43,9
Puas	$10,00 < X \leq 12$	33	50
Kurang Puas	$8,0 < X \leq 10,0$	4	6,10
Tidak Puas	$6 < X \leq 8,0$	0	0
Sangat Tidak Puas	$X \leq 6$	0	0
Total		66	100 %

Bedasarkan tabel 10 di atas dapat diketahui tingkat kepuasan pengunjung pada indikator kesiediaan merekomendasikan pengunjung mancanegara, sebanyak 29 responden (43,9%) berada pada kategori sangat puas, 23 responden (50%) menyatakan puas, dan sebanyak 4 responden (6,10%) berada pada kategori kurang puas.

B. Pembahasan

Hasil penelitian pada indikator kesesuaian harapan tentang fasilitas di daya tarik wisata Safari Lagoi secara rata-rata menunjukkan kategori puas yaitu dengan skor 4,12. Responden dari pengunjung nusantara menunjukkan kategori puas, yaitu dengan skor 4,13. Selanjutnya, nilai capaian responden pengunjung mancanegara juga berada pada kategori puas dengan skor 4,08. Artinya, baik pengunjung nusantara maupun pengunjung mancanegara merasa puas karena fasilitas yang tersedia telah memenuhi harapan pengunjung. Sejalan dengan pendapat [19] yang menyatakan bahwa harapan memainkan peran penting sebagai standar perbandingan dalam mengevaluasi kualitas atau kepuasan. Selain itu [20] berpendapat bahwa kepuasan dapat dicapai dengan cara memberikan fasilitas yang baik serta memadai. Fasilitas merupakan bagian dari strategi pemasaran yang dapat dikembangkan oleh pengelola [21]. Pengembangan fasilitas suatu daya tarik wisata hendanya dilakukan secara bekesinambungan.

Hasil olahan data yang didapat dari 4 pernyataan penelitian pada indikator minat berkunjung kembali membuktikan bahwa pengunjung merasa puas, yaitu dengan rata-rata skor keseluruhan 4,11. Respon dari pengunjung nusantara menunjukkan kategori sangat puas sebagai skor tertinggi, yaitu 4,15. Selanjutnya, minat berkunjung kembali pada pengunjung mancanegara juga menunjukkan kategori puas, dengan skor 3,96. Hal ini dapat berarti bahwa pengunjung berminat melakukan kunjungan kembali ke daya tarik wisata Safari Lagoi Bintang karena puas. Sejalan dengan pendapat [22], bahwa pengunjung atau wisatawan yang puas akan melakukan kunjungan ulang pada waktu yang akan datang dan memberitahukan kepada orang lain atas jasa dan fasilitas yang didapatkan selama berwisata. Niat konsumen untuk berkunjung Kembali ke suatu daya tarik wisata menunjukan bahwa konsumen memiliki kesan yang positif akan tempat tersebut[23][24][25]. Hal

ini juga penting untuk diperhatikan, mengingat sebanyak 213 atau 67% responden merupakan pengunjung yang baru pertama kali mengunjungi Safari Lagoi dan berpeluang untuk berkunjung kembali. Sedangkan sisanya sebanyak 33% responden adalah yang telah melakukan kunjungan ulang ke daya tarik wisata Safari Lagoi Bintan.

Selanjutnya pada indikator kesediaan merekomendasikan yang terdiri dari 3 pernyataan penelitian, diketahui bahwa rata-rata skor jawaban responden berada pada kategori sangat puas, yaitu dengan skor 4,22. Hasil pembagian nilai menunjukkan kategori sangat puas dari jawaban pengunjung nusantara, yaitu dengan skor 4,23 dan pengunjung mancanegara berada pada kategori puas, yaitu dengan skor 4,16. Hasil ini dapat berarti bahwa pengunjung nusantara dan mancanegara merasa puas dan berkenan untuk merekomendasikan daya tarik wisata Safari Lagoi Bintan kepada rekan, keluarga maupun orang lain. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian [26] yang mengindikasikan bahwa pengunjung yang merasa puas terhadap suatu daya tarik wisata akan merekomendasikan hal yang baik terkait dengan daya tarik wisata tersebut. Rekomendasi dapat berupa ulasan positif di platform *Google review*, berbagi pengalaman dan foto di sosial media, serta menyarankan kepada rekan dan keluarga untuk menjadikan Safari Lagoi Bintan sebagai tujuan berwisata. Rekomendasi positif yang disampaikan melalui media sosial akan menjadi pertimbangan bagi wisatawan lain untuk berkunjung ke suatu daya tarik wisata[27][28][29][30], khususnya Safari Lagoi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan penelitian dan pembahasan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kesesuaian Harapan. Berdasarkan indikator kesesuaian harapan dapat disimpulkan bahwa rata-rata sub indikator nya berada pada kategori puas, yaitu dengan skor 4,12. Adapun kesesuaian harapan pengunjung nusantara dan mancanegara, masing-masing berada pada kategori puas, yaitu dengan skor 4,13 dan 4,08.
2. Minat Berkunjung Kembali. Berdasarkan indikator minat berkunjung kembali dapat disimpulkan bahwa rata-rata sub indikator nya berada pada kategori puas, yaitu dengan skor 4,11. Selanjutnya minat berkunjung kembali pengunjung nusantara dan mancanegara juga berada pada kategori puas, yaitu dengan skor 4,15 dan 3,49.
3. Kesediaan Merekomendasikan. Hasil jawaban dari indikator kesediaan merekomendasikan menunjukkan bahwa rata-rata sub indikatornya berada pada kategori sangat puas, yaitu dengan skor 4,22. Kesediaan merekomendasikan pengunjung nusantara juga berada pada kategori sangat puas, yaitu dengan skor 4,23, sedangkan kesediaan merekomendasikan pengunjung mancanegara menunjukkan kategori puas dengan perolehan skor 4,16.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] J. Oktaranda, "Dampak Industri Pariwisata Lagoi Bertaraf Internasional Yang Dikelola Oleh PT. BRC Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Bintan Provinsi Kepulauan Riau," *J. Online Mhs.*, vol. 5, no. II, pp. 1–13, 2018.
- [2] A. Astriecia, "Kepuasan Pengunjung Museum Pusat TNI AD Dharma Wiratama Serta Konsep Pengembangannya," *Gajah Mada J. Tour. Stud.*, vol. 1, no. 1, pp. 45–54, 2018.
- [3] M. Zaenuri, *Perencanaan Strategis Kepariwisata Daerah Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: e-Gov Publishing, 2012.
- [4] A. Y. Putra and H. Suyuthie, "Persepsi Pengunjung tentang Fasilitas Daya Tarik Wisata Pantai Sako di Kota Padang," *J. Pendidik. Tambusai*, vol. 6, no. 1, pp. 2833–2839, 2022.

- [5] A. R. Fajrin, G. Wijayanto, and S. Endang Kornita, "Pengaruh Fasilitas dan Muara Takus Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar," *J. Ekon. KIAT*, vol. 32, no. 1, pp. 40–47, 2021.
- [6] M. Baiti, "Pengaruh lokasi, harga dan fasilitas hotel terhadap keputusan menginap pelanggan," pp. 47–58, 2018.
- [7] X. Zhang, C. Ryan, and J. Cave, "Residents, their use of a tourist facility and contribution to tourist ambience: Narratives from a film tourism site in Beijing," *Tour. Manag.*, vol. 52, pp. 416–429, 2016, doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.07.006>.
- [8] A. Wedi and Y. Abrian, "Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Menginap Di Hannah Hotel Syariah Painan," *J. Pendidik. Dan Kel.*, vol. 11, no. 1, p. 68, 2019, doi: [10.24036/jpk/vol11-iss1/582](https://doi.org/10.24036/jpk/vol11-iss1/582).
- [9] D. J. Priansa and R. Somad, *Manajemen Supervisi dan Kepemimpinan Kepala Sekolah*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- [10] L. N. Kartika, "MOTIVASI DAN PERILAKU WISATAWAN GENERASI MUDA SAAT BERWISATA DI YOGYAKARTA," *J. Ris. Manaj. dan Bisnis*, pp. 47–58, 2019, doi: <http://dx.doi.org/10.21460/jrmb.2018.131.303>.
- [11] N. P. Afifah and Y. Abrian, "Pengaruh Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Pada Coffe Shop V-COFFEE di Kota Padang," *J. Kaji. PARIWISATA DAN BISNIS PERHOTELAN*, vol. 2, no. 2, pp. 143–149, 2021, doi: <https://doi.org/10.24036/jkpbp.v2i2.26972>.
- [12] C.-K. Pai, Y. Liu, S. Kang, and A. Dai, "The Role of Perceived Smart Tourism Technology Experience for Tourist Satisfaction, Happiness and Revisit Intention," *Sustainability*, vol. 12, no. 16, 2020, doi: [10.3390/su12166592](https://doi.org/10.3390/su12166592).
- [13] W. R. Situmorang, E. S. Rini, and B. K. F. Sembiring, "The Effect of Social Media, Servicescape and Customer Experience on Revisit Intention with The Visitor Satisfaction as an Intervening Variables in The Tree House on Tourism Habitat Pamah Semelir Langkat Regency," *Int. J. Res. Rev.*, vol. 7, no. 2, 2020, [Online]. Available: www.ijrrjournal.com.
- [14] F. Tjiptono, *Service, Quality & Satisfaction. Edisi 3*. Yogyakarta: Andi, 2014.
- [15] Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- [16] B. Seetanah and V. Teeroovengadam, "Destination Satisfaction and Revisit Intention of Tourists: Does the Quality of Airport Services Matter?," *J. Hosp. Tour. Res.*, vol. 44, no. 1, pp. 134–148, 2020.
- [17] A. P. Budi, *Manajemen Marketing Perhotelan*. Yogyakarta: Andi Offset, 2013.
- [18] Sugiyono., *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- [19] lagza L. Putri, "Analisa Kesesuaian Harapan dan Persepsi Pengguna Mengenai Kualitas Layanan Arsip Berdasarkan Lima Dimensi Kualitas Jasa (Servqual) di Badan Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Jawa Timur," *J. Ilm. Univ. Airlangga*, vol. 3, no. 3, p. 25, 2014.
- [20] Sofyan dkk, "Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas , melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada Star Clean Car Wash Semarang," *Diponegoro J. Soc. Polit.*, pp. 1–12, 2013.
- [21] W. S. Astini and H. Suyuthie, "Strategi Pemasaran di Hotel Four Points by Sheraton Jakarta," *J. Kaji. PARIWISATA DAN BISNIS PERHOTELAN*, vol. 2, no. 2, pp. 116–126, 2021, doi: <https://doi.org/10.24036/jkpbp.v2i2.29372>.

- [22] B. S. Nuraeni, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang," *J. Bisnis Strateg.*, vol. 23, no. 1, pp. 1–20, 2014.
- [23] E. Sthapit, P. Björk, D. N. Coudounaris, and J. Jiménez-Barreto, "Memorable Halal Tourism Experience and Its Effects on Place Attachment," *Int. J. Hosp. Tour. Adm.*, pp. 1–27, Oct. 2022, doi: 10.1080/15256480.2022.2135666.
- [24] D. Sterchele, "Memorable tourism experiences and their consequences: An interaction ritual (IR) theory approach," *Ann. Tour. Res.*, vol. 81, p. 102847, 2020, doi: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102847>.
- [25] A. M. Elshaer and A. M. Marzouk, "Memorable tourist experiences: the role of smart tourism technologies and hotel innovations," *Tour. Recreat. Res.*, pp. 1–13, Jan. 2022, doi: 10.1080/02508281.2022.2027203.
- [26] N. Qomariah, *Pentingnya Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung (Studi Pengaruh Customer Value, Brand Image, dan Atribut Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung Pariwisata Pantai)*. Jember: CV Pustaka Abadi, 2020.
- [27] J. Meijerink and E. Schoenmakers, "Why are online reviews in the sharing economy skewed toward positive ratings ? Linking customer perceptions of service quality to leaving a review of an Airbnb stay," *J. Tour. Futur.*, vol. 7, no. 1, pp. 5–19, 2021, doi: <https://doi.org/10.1108/JTF-04-2019-0039>.
- [28] S. Chatterjee, R. Chaudhuri, D. Vrontis, and A. Thrassou, "The influence of online customer reviews on customers' purchase intentions: a cross-cultural study from India and the UK," *Int. J. Organ. Anal.*, vol. ahead-of-print, no. ahead-of-print, Jan. 2021, doi: 10.1108/IJOA-02-2021-2627.
- [29] A. Ahani *et al.*, "Revealing customers' satisfaction and preferences through online review analysis: The case of Canary Islands hotels," *J. Retail. Consum. Serv.*, vol. 51, pp. 331–343, 2019, doi: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.06.014>.
- [30] Y. Wardi, A. Abror, and O. Trinanda, "Halal tourism: antecedent of tourist's satisfaction and word of mouth (WOM)," *Asia Pacific J. Tour. Res.*, vol. 23, no. 5, pp. 463–472, May 2018, doi: 10.1080/10941665.2018.1466816.