

**ANALISIS PENGARUH PENGALAMAN WISATA TERHADAP
KEPUASAN WISATAWAN DALAM PELAKSANAAN PAKET
WISATA PADA LABIRU TOUR DI YOGYAKARTA**

ARTIKEL ILMIAH

Disiapkan sebagai Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata



Disusun oleh:

Nama : Ayu Jane Christy
NIM : 2307654
Program Studi : Pariwisata
Jenjang : Strata Satu/S-1

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA

2024

**ANALISIS PENGARUH PENGALAMAN WISATA TERHADAP
KEPUASAN WISATAWAN DALAM PELAKSANAAN PAKET
WISATA PADA LABIRU TOUR DI YOGYAKARTA**

ARTIKEL ILMIAH

Disiapkan sebagai Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata



Disusun oleh:

Nama : Ayu Jane Christy
NIM : 2307654
Program Studi : Pariwisata
Jenjang : Strata Satu/S-1

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA

2024

ANALISIS PENGARUH PENGALAMAN WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DALAM PELAKSANAAN PAKET WISATA PADA LABIRU TOUR DI YOGYAKARTA

Ayu Jane Christy

(2307654)

ABSTRACT

This research analyzes the influence of tourism experience on tourist satisfaction in implementing the Labiru Tour tour package in Yogyakarta, with the background of the importance of quality tourism experience in encouraging satisfaction, customer loyalty and company competitiveness in the tourism industry. The experiential dimensions studied include entertainment, education, aesthetics, escapism, and social interaction. A quantitative approach with a survey of 102 respondents using a questionnaire was analyzed through simple linear regression with the IBM SPSS Statistics 30 tool. The results show that tourism experience has a positive and significant effect on tourist satisfaction with a significance level of 0.028 (<0.05) and a coefficient of determination of 83.2% , while 16.8% is influenced by other variables. In conclusion, a better tourism experience increases tourist satisfaction, so it is recommended that Labiru Tour continue to improve the quality of the tourism experience through personal service, innovative activities and aesthetic destination management.

Keywords : Tourism Experience, Tourist Satisfaction, Tour Packages

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh pengalaman pariwisata terhadap kepuasan wisatawan dalam pelaksanaan paket wisata Labiru Tour di Yogyakarta, dengan latar belakang pentingnya pengalaman wisata berkualitas dalam mendorong kepuasan, loyalitas pelanggan, dan daya saing perusahaan di industri pariwisata. Dimensi pengalaman yang diteliti meliputi hiburan, pendidikan, estetika, pelarian, dan interaksi sosial. Pendekatan kuantitatif dengan survei terhadap 102 responden menggunakan kuesioner dianalisis melalui regresi linier sederhana dengan alat bantu IBM SPSS Statistik 30. Hasilnya menunjukkan pengalaman pariwisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan dengan tingkat signifikansi 0,028 ($<0,05$) dan koefisien determinasi 83,2%, sedangkan 16,8% dipengaruhi oleh variabel lain. Kesimpulannya, pengalaman wisata yang lebih baik meningkatkan kepuasan wisatawan, sehingga Labiru Tour disarankan terus meningkatkan kualitas pengalaman wisata melalui layanan personal, aktivitas inovatif, dan pengelolaan destinasi yang estetis.

Kata Kunci : Pengalaman Pariwisata, Kepuasan Wisatawan, Paket Wisata

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia dengan lokasi geografis yang sangat strategis. Setiap provinsi memiliki keindahan alam, keanekaragaman budaya, serta tradisi yang berbeda sehingga banyak potensi destinasi pariwisata.

Pariwisata merupakan sektor yang berkontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan suatu negara. Hal ini disebabkan oleh potensi besar pariwisata sebagai sektor yang menguntungkan dan dapat dikembangkan menjadi salah satu aset utama untuk meningkatkan penghasilan suatu bangsa dan negara.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pariwisata didefinisikan sebagai berbagai jenis kegiatan wisata yang didukung oleh fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pelaku usaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Sebagaimana sektor pariwisata juga mempercepat pertumbuhan ekonomi serta memberikan dampak terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat.

“Wonderful Indonesia” merupakan slogan khusus yang melekat pada sektor pariwisata Indonesia. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia, menteri pariwisata Arief Yahya (2019), dalam suatu kesempatan menyatakan bahwa logo Wonderful atau pesona Indonesia adalah janji pariwisata Indonesia kepada dunia bahwa Indonesia kaya dengan ketakjuban, baik dari segi alam maupun budaya.

Indonesia menjadi tempat bagi semua orang untuk menikmati *'World of Wonderful'* untuk memberikan pengalaman baru yang menyenangkan dan tentu mengesankan kepada setiap wisatawan. Secara tidak langsung menegaskan makna bahwa Indonesia itu sangat indah, karena memiliki potensi sumber daya alam melimpah dari Sabang hingga Merauke, keindahan alam, keanekaragaman flora & fauna, peninggalan sejarah, dan budaya merupakan faktor yang menjadi daya tarik minat dimata dunia.

Keindahan alam Indonesia memang tidak perlu diragukan lagi. Kunjungan wisatawan yang semakin meningkat ini dikarenakan banyaknya destinasi wisata di Indonesia yang menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan. Tidak hanya wisatawan lokal, wisatawan mancanegara pun telah mengakui kekayaan alam Indonesia.

Wisatawan berkunjung ke suatu tempat karena suatu hal atau keadaan tertentu menarik minat wisatawan. Hal atau keadaan tertentu yang menarik minat wisatawan disebut sebagai daya tarik atau atraksi wisata. Salah satu kota pariwisata terkemuka di Indonesia yang terkenal dengan keindahan alam, kekayaan budaya, dan tradisi yang terpelihara dengan baik adalah Yogyakarta, kota ini dijuluki sebagai "Kota Istimewa" karena memiliki status yang unik di Indonesia. Hal ini berkaitan dengan peran penting yang dimiliki Kesultanan Yogyakarta dalam sejarah Indonesia, terutama selama masa perjuangan.

Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Kota Yogyakarta

Tahun	Jumlah Wisatawan
2021	1.276.828
2022	7.444.893
2023	7.589.582

(Sumber : Website Resmi Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta)

Dari tabel tersebut menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Yogyakarta selamat tiga tahun berturut-turut, yaitu 2021, 2022, dan 2023.

Terdapat peningkatan yang signifikan dalam jumlah wisatawan setelah pandemi Covid-19 melanda. Pada tahun 2021, jumlah wisatawan tercatat sebanyak 1.276.828 orang. Angka ini cukup rendah, kemungkinan besar disebabkan oleh pembatasan mobilitas dan kebijakan pemerintah yang membatasi perjalanan selama pandemi. Pada tahun 2022, jumlah wisatawan melonjak menjadi 7.444.893 orang, yang menunjukkan pemulihan pariwisata setelah pembatasan Covid-19 dilonggarkan. Hal ini menunjukkan bahwa minat wisatawan untuk kembali berkunjung ke Yogyakarta semakin tinggi. Pada tahun 2023, jumlah wisatawan meningkat menjadi 7.589.582 orang, meskipun angkanya tidak jauh berbeda dengan tahun sebelumnya, namun tetap menunjukkan tren positif dan stabil dalam perkembangan pariwisata pasca-pandemi dengan tingkat kunjungan yang semakin mendekati kondisi normal.

Sebagai destinasi pariwisata, kota ini menawarkan pengalaman yang tidak terlupakan bagi wisatawan yang ingin menikmati kekayaan budaya Indonesia serta pesona alam yang luar biasa. Pengalaman dapat memberikan nilai yang berbeda kepada seseorang, baik dari segi nilai sensorik, emosional, kognitif, perilaku dan rasional yang menggantikan nilai-nilai fungsional.

Salah satu faktor yang sangat mempengaruhi keberhasilan dalam bisnis pariwisata adalah pengalaman wisatawan selama mengikuti paket wisata. Pengalaman yang baik tidak hanya akan meningkatkan kepuasan wisatawan, tetapi juga berdampak positif terhadap reputasi perusahaan, menciptakan loyalitas, serta meningkatkan kemungkinan wisatawan untuk merekomendasikan layanan kepada orang lain.

Pengalaman wisata kini menjadi perhatian utama para peneliti dan praktisi di bidang pariwisata. Secara umum, wisatawan memilih destinasi tertentu karena nilai yang ditawarkan, di mana destinasi tersebut berperan sebagai penyedia nilai bagi mereka. Nilai yang dirasakan oleh wisatawan merupakan alat strategis yang dapat dikelola untuk mencapai keunggulan kompetitif bagi organisasi atau pengelola destinasi. Kunci keberhasilan dalam industri pariwisata terletak pada penciptaan pengalaman bernilai tinggi, yaitu menghadirkan perjalanan yang unik dan berkesan sehingga mampu

memberikan kepuasan maksimal bagi wisatawan. Pengalaman wisata menjadi salah satu faktor yang dapat dimanfaatkan oleh setiap perusahaan untuk mendorong kunjungan berulang, baik dari wisatawan yang sama maupun dari wisatawan lainnya.

Pengalaman wisata atau pengalaman pengunjung saat ini menjadi medan persaingan utama bagi setiap perusahaan. Dengan melampaui ekspektasi konsumen dan menyediakan pengalaman yang sempurna serta lintas saluran tanpa hambatan, perusahaan dapat mendorong loyalitas pelanggan (inet.detik.com, 2024). Setiap wisatawan dapat memiliki pengalaman positif maupun negatif yang secara alami muncul dari konsumsi suatu produk atau layanan.

Pengalaman wisatawan pada suatu grup tertentu akan dapat menciptakan kunjungan kembali ke tempat wisata yang mereka kunjungi sebelumnya jika mereka mendapatkan kesan dan pengalaman yang positif. Pengalaman positif yang wisatawan peroleh menjadi hal yang penting mengingat pengalaman positif dapat menciptakan kepuasan yang positif pula.

Pengalaman pariwisata yang positif merupakan hasil dari kesan yang ditinggalkan pada wisatawan, di mana kesan tersebut berkaitan dengan kepuasan dan memberikan dampak positif. Sebaliknya, pengalaman pariwisata yang negatif muncul akibat kekecewaan atau ketidakpuasan yang berdampak buruk pada wisatawan. Dengan demikian, dimensi pengalaman wisatawan mencakup aspek positif dan negatif, yang memiliki makna lebih luas daripada sekadar pengalaman yang memuaskan atau tidak memuaskan. Hal ini karena kepuasan atau ketidakpuasan hanya mencerminkan apakah harapan wisatawan terpenuhi atau tidak.

Kepuasan merupakan faktor utama yang harus diperhatikan oleh pengelola destinasi wisata. Hal ini tidak terlepas dari fakta bahwa tujuan utama wisatawan adalah memperoleh kepuasan melalui pelayanan yang diberikan. Perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapannya dikenal

sebagai kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan juga diartikan sebagai evaluasi keseluruhan setelah pembelian (Tjiptono & Diana, 2019: 126).

Selain itu, seiring dengan perkembangan tren wisata yang semakin mengutamakan wisata berbasis pengalaman (*experience-based tourism*), wisatawan modern tidak hanya mencari kunjungan ke objek wisata, tetapi juga interaksi yang bermakna dengan destinasi. Wisatawan ingin merasakan keunikan budaya lokal, berinteraksi dengan penduduk setempat, dan mendapatkan pengalaman emosional yang memuaskan.

Wisatawan yang puas cenderung lebih mempercayai produk dibandingkan dengan wisatawan yang tidak puas. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan adalah pengalaman wisata itu sendiri. Menurut Kotler dalam Nasution (2010), kepuasan pelanggan atau wisatawan adalah tingkat perasaan yang dirasakan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan yang dimilikinya. Hal ini berarti bahwa ketika suatu produk atau layanan memberikan kinerja yang lebih baik dari yang diharapkan pengunjung, pengunjung akan memberikan penilaian puas terhadap kinerja produk atau layanan tersebut.

Ketika seorang pengunjung memberikan penilaian puas, perusahaan berharap pengunjung tersebut akan datang kembali atau menceritakan pengalaman menyenangkan mereka kepada orang lain, yang pada gilirannya dapat menarik kunjungan dari pihak lain ke destinasi tersebut. Dengan menciptakan pengalaman hedonis yang berkualitas tinggi, bermakna, unik dan berkesan dapat meningkatkan keuntungan dalam industri pariwisata dan memunculkan retensi pelanggan.

Industri pariwisata memainkan peran yang sangat penting dalam pengembangan industri. Untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, industri pariwisata harus mematuhi konsep, peraturan, dan standar pengembangan yang berlaku agar dapat menjalankan perannya dengan baik dan menghasilkan keuntungan ekonomi bagi industri pariwisata dan masyarakat setempat. Selain itu, industri lain yang mendukung pariwisata juga berkontribusi pada pertumbuhan industri ini.

Biro perjalanan wisata berfungsi sebagai penghubung antara wisatawan dan penyedia seperti akomodasi, restoran, tur petualangan, operator pariwisata, dan lainnya. Wisatawan biasanya menggunakan layanan biro perjalanan untuk merencanakan perjalanan mereka (*tour itinerary*) sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Selain itu, memberikan berbagai kemudahan dan kenyamanan bagi wisatawan.

Labiru Tour merupakan perusahaan penyedia jasa paket wisata yang berlokasi di Yogyakarta. Untuk menciptakan pengalaman dengan kualitas tinggi dan berkesan, Labiru Tour juga berupaya menyediakan paket wisata yang bervariasi dengan mengunjungi berbagai tempat yang indah kepada konsumen.

Produk dan jasa yang ditawarkan oleh Labiru Tour adalah paket wisata yang melayani wisatawan baik wisatawan nusantara maupun mancanegara. Mengingat persaingan yang semakin ketat, perusahaan harus meningkatkan pengalaman pelanggan dan meningkatkan kepuasan wisatawan melalui paket wisata yang ditawarkan yang tidak hanya menarik secara harga tetapi juga memberikan pengalaman yang berkesan bagi para wisatawan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan calon pelanggan ataupun pelanggan lainnya.

Paket wisata yang ditawarkan seperti *Corporate Gathering, Outbound Package, Meeting Package, Honeymoon Package, Family Tour, Study Tour, Privat Tour, Regular Tour, Open Trip, Tour Luar Negeri*. Dengan paket wisata *best seller* yang ditawarkan adalah Paket *Tour Jogja 3D2N Heritage & Adventure Activities* yang cocok untuk menikmati kekayaan budaya, warisan sejarah yang khas, Gunung Merapi menawarkan pesona alam yang menenangkan dan menantang. Selanjutnya paket wisata *Corporate Gathering* dirancang khusus untuk perusahaan atau organisasi yang ingin mengadakan acara kumpul bersama dengan tujuan mempererat kerja sama tim, meningkatkan komunikasi, atau sekadar bersantai dari rutinitas kerja. Yogyakarta menjadi pilihan ideal karena memiliki berbagai lokasi menarik dan fasilitas yang mendukung untuk kegiatan perusahaan.

Pengalaman wisata yang memuaskan menjadi faktor krusial dalam menentukan kepuasan wisatawan, yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas pelanggan serta citra perusahaan. Pengalaman wisata dapat melibatkan berbagai aspek, mulai dari kualitas pelayanan, kenyamanan, aktivitas yang disediakan, hingga interaksi dengan budaya lokal. Kebutuhan dan keinginan masing-masing pelanggan berbeda-beda, setiap pelanggan dapat mengalami pengalaman yang tak terhindarkan dengan menggunakan produk atau layanan, yang dapat menghasilkan pengalaman yang positif atau negatif.

Berkaitan dengan pentingnya pengalaman dan kepuasan, hal ini perlu menjadi perhatian bagi perusahaan Labiru Tour untuk mengantisipasi persaingan yang semakin ketat dengan perusahaan jasa travel lainnya dan untuk terus meningkatkan pengalaman wisatawan.

Oleh karena itu, peneliti ingin mengkaji lebih dalam dengan judul penelitian **"Analisis Pengaruh Pengalaman Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Dalam Pelaksanaan Paket Wisata Pada Labiru Tour Di Yogyakarta"**. Penelitian ini akan mengeksplorasi apakah pengalaman pariwisata terhadap kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan. Dengan demikian, akan dilakukan evaluasi atas pengalaman pariwisata dan kepuasan wisatawan melalui paket wisata yang ditawarkan Labiru Tour di Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini yaitu: Apakah pengalaman pariwisata memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan dalam pelaksanaan paket wisata pada Labiru Tour di Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan yaitu: Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang positif dan signifikan antara pengalaman pariwisata terhadap kepuasan wisatawan dalam pelaksanaan paket wisata pada Labiru Tour di Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

A. Manfaat Teoritis

Penelitian ini akan menambah pengetahuan tentang pengaruh pengalaman pariwisata terhadap kepuasan wisatawan dalam konteks paket wisata, yang berkontribusi pada pengembangan literatur di bidang pariwisata. Selain itu, penelitian ini juga membantu mengembangkan atau memperkuat model evaluasi tentang bagaimana pengalaman wisata memengaruhi kepuasan wisatawan, yang dapat digunakan oleh akademisi dan peneliti lain untuk penelitian lebih lanjut.

B. Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan wawasan yang mendalam bagi penyedia jasa pariwisata Labiru Tour, mengenai pengaruh pengalaman pariwisata terhadap kepuasan wisatawan. Dengan informasi ini dapat memperbaiki paket wisata yang ditawarkan, meningkatkan kualitas layanan, serta meningkatkan kepuasan dan loyalitas wisatawan. Selain itu, penyedia jasa wisata dapat menggunakan temuan dari penelitian ini untuk pengembangan produk pariwisata dengan merancang pengalaman wisata yang lebih menarik dan sesuai keinginan wisatawan, misalnya menyesuaikan aktivitas, layanan, atau fasilitas yang ditawarkan. Dengan meningkatkan kepuasan wisatawan, penyedia jasa wisata bisa meningkatkan daya saing bisnis dalam industri pariwisata, baik secara lokal maupun internasional. Serta memberikan arahan bagi pengembangan strategi bisnis pariwisata di masa mendatang.

1.5 Sistematikan Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, sistematika penulisan.

BAB II: KAJIAN LITERATUR DAN KAJIAN TEORI

Bab ini berisi tentang pembahasan dari penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan, teori-teori yang menjadi dasar penelitian, kerangka pemikiran yang menyajikan hubungan antara variabel.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang pendekatan penelitian yang digunakan, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, teknik analisis data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang penyajian data yang dikumpulkan, analisis penulis terkait pokok pembahasan dalam penelitian, interpretasi hasil data yang diperoleh.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan ringkasan temuan utama dari penelitian, serta saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengalaman wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan dalam pelaksanaan paket wisata di Labiru Tour Yogyakarta. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji regresi linier sederhana dengan nilai koefisien 0,282 dan signifikansi 0,028 ($<0,05$).
2. Kepuasan wisatawan didominasi oleh pengalaman positif yaitu aspek hiburan, *educational*, *escapism* (pelarian), estetika, dan interaksi sosial menjadi elemen penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang berkesan. Mayoritas wisatawan merasa puas karena pengalaman mereka melampaui ekspektasi.
3. Profil wisatawan didominasi oleh generasi muda (18–35 tahun) dengan tingkat pendidikan tinggi (sarjana). Segmen ini memiliki kebutuhan tinggi terhadap pengalaman yang informatif, estetik, dan menyenangkan.
4. Kontribusi pengalaman pariwisata sebesar 83,2% variasi dalam kepuasan wisatawan dapat dijelaskan oleh pengalaman wisata. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman wisata adalah faktor utama yang memengaruhi kepuasan wisatawan.

5.2 Saran

1. Pengalaman pariwisata yang dirasakan oleh wisatawan dalam pelaksanaan paket wisata pada Labiru Tour yang didapatkan dari penilaian wisatawan agar tetap dipertahankan. Namun produk, fasilitas dan pelayanan yang diberikan perlu ditingkatkan untuk menciptakan pengalaman pariwisata yang positif seperti membuat paket wisata yang berinovasi terutama dalam aktivitas wisata perlu memberikan pengalaman baru dan berbeda serta berkesan yang dapat mempengaruhi persepsi pengalaman pariwisata yang lebih baik bagi wisatawan.

2. Membuat program loyalitas seperti diskon atau bonus untuk pelanggan yang menggunakan jasa lebih dari sekali. Dengan demikian dapat mengembangkan aspek-aspek yang berhubungan dengan penilaian wisatawan untuk meningkatkan kepuasan wisatawan melalui paket wisata yang ditawarkan lebih bervariasi dengan harapan wisatawan memiliki pengalaman positif sehingga dapat diwujudkan melalui niat untuk berkunjung kembali dengan membeli paket wisata di Labiru Tour.
3. Menargetkan segmen wisatawan baru, seperti wisatawan mancanegara, dengan menyediakan layanan multibahasa dan pengalaman unik yang tidak mudah ditemukan di tempat lain.
4. Pelatihan rutin bagi tim operasional dan staf dalam handle tour untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan pengalaman pelanggan.
5. Lakukan analisis lebih mendalam untuk menentukan dimensi pengalaman pariwisata mana yang memiliki kontribusi terbesar terhadap kepuasan wisatawan.
6. Penelitian selanjutnya dapat fokus pada bagaimana penggunaan teknologi, seperti aplikasi perjalanan, ulasan online, atau fitur interaktif digital dalam paket wisata, memengaruhi pengalaman wisatawan. Ini relevan mengingat peningkatan digitalisasi dalam industri pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Amsal, A. A., & Mahardika, H. (2017). Pendekatan Experience Economy Pada Pemasaran Festival Pariwisata: Pengaruh Terhadap Kepribadian Festival Yang Dirasakan Pegunjung Dan Reputasi Festival. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 153752.
- Ardiawan, K. N., Sari, M. E., Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., & Hasda, S. PENELITIAN KUANTITATIF.
- Aydın, Ünal., Sinan, Baran, Bayar. (2020). 9. Destinasyonlara İlişkin Hatırlanabilir Deneyimlerin Turistlerin Tekrar Seyahat Niyetlerine Etkileri: Side Örneği. doi: 10.37847/TDTAD.715848
- Basiya, R., & Rozak, H. A. (2012). Kualitas dayatarik wisata, kepuasan dan niat kunjungan kembali wisatawan mancanegara di jawa tengah. *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata*, 11(2).
- Bryman, A. 2021. *Social Research Methods* (6th ed.). Oxford University Press
- Camilleri, M. A. (Ed.). (2024). *Tourism planning and destination marketing*. Emerald Publishing Limited.
- Chen, Chen. (2020). 8. The Influence of Smart Tourism on Tourist Experience Toward Travel Intention and Satisfaction: Evidence from China. *International Journal of Marketing Studies*, doi: 10.5539/IJMS.V12N3P65
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications Asia-Pacific Pte. Ltd.
- Damayanti, C., Rossi, FN, & Alfaianto, MA (2024). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN WISATA DI TAMAN SASTRA MARTHA CHRISTINA TIAHAHU. *Jurnal Pariwisata* , 11 (1), 40-50.
- Dewi, L. P. T. A., & Musmini, L. S. (2023). A Literature Review: Pengalaman dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Niat Berkunjung Kembali ke Desa Wisata. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(2), 700-703.

- Fitriya, S. (2023). Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Objek Wisata Kabupaten Kerinci. *Business, Economics and Entrepreneurship*, 5(2), 184-195.
- Ghoitsa, Rohmah, Nurazizah., Sri, Marhanah. (2020). 6. Influence of destination image and travel experience towards revisit intention in yogyakarta as tourist destination. doi: 10.17509/JITHOR.V3I1.23016
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Irsyadi, N. A., & Andriani, N. (2024). Pengaruh Pengalaman Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan Di Pantai Sembilan Kecamatan Gili Genting Kabupaten Sumenep. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(1), 308-319.
- Lumanauw, N. (2020). Perencanaan paket wisata pada biro perjalanan wisata inbound (Studi kasus di PT. Golden Kris Tours, Bali). *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 9(1), 19-30.
- Lumanauw, N. (2020, June). Manajemen Operasional Paket Wisata Perjalanan Insentif Di PT. Golden Kris Tours (Studi Kasus Rombongan Perusahaan Gunung Madu Lampung). In *Journey: Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management* (Vol. 2, No. 2, pp. 47-62).
- Manggala, H., & Adirinekso, G. P. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 19(1), 39-53.
- NURAENI, I. (2022). *PENGARUH PENGALAMAN DAN CITRA DESTINASI TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN WISATAWAN PADA OBYEK WISATA LEDOK SAMBI SLEMAN* (Doctoral dissertation, UPN" Veteran" Yogyakarta).
- Nurindasari, R. D., Budiwati, H., & Irwanto, J. (2020). Pengaruh Dimensi Tourism Experience Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Destinasi Wisata Alam

- Gunung Semeru Di Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 2(3), 190-193.
- Prakasa, A. B. (2022). *Pengaruh Citra Destinasi Dan Pengalaman Wisata Terhadap Niat Berkunjung Kembali Ke Kawah Putih, Kabupaten Bandung* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Prakosa, A., Arroyani, Y. J. N., & Sudaryana, A. (2024). Pengaruh Edukasi, Entertain, Eskapisme, dan Estetika pada Pelajar dan Mahasiswa sebagai Determinan Re-Intensi Kunjungan di Desa Wisata Nglanggeran. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 5(2), 2040-2050.
- Pujiastuti, E. E. (2020). Pengaruh Pengalaman Wisatawan Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Serta Niat Berkunjung Kembali. *Dialektika*, 5(2), 370354.
- Pujiastuti, E. E., Utomo, H. J. N., & Hidayati, N. (2022). Pengaruh Tourist Motivation dan Tourist Attraction Terhadap Tourist Satisfaction Serta Dampaknya Pada Tourist Benefit di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnla Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 6(1), 31-50.
- Ramadhan, M. R., & Arifiansyah, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Sofia Restaurant Jakarta. *Humantech: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1(11), 1667-1682. <https://doi.org/10.32670/ht.v1i11.2118>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
- Satria, F., & Fadillah, F. (2021). Konsep City Branding dan Identifikasi Nilai Lokal pada Kota-Kota Indonesia dalam Mendukung Nation Branding Indonesia. *Jurnal Desain*, 8(2), 147-158.
- Sinatria, N. (2023). *Pengaruh Pengalaman Wisata dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan dan Niat Untuk mengunjungi Kembali Pantai Daerah Istimewa Yogyakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of business research*, 104, 333-339.
- Sormin, S. A. (2021). PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN PENELITIAN. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, 35.

- Sulistiyanda, B., Sulistiyowati, L. N., & Fauzi, R. U. A. (2022, October). Pengaruh pengalaman pengunjung dan citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali dengan kepuasan sebagai variabel mediasi pada wisatawan Telaga Sarangan. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 4).
- Syamsu, M. N., Sasongko, G., Andadari, R. K., & Supramono, S. (2022). The Relationship of Experience, Satisfaction, and Trust of Y Generation Tourist Instagram Social Media Users to Tourism Destination Loyalty in Yogyakarta. *Technium Social Sciences Journal*, 33(1), 516–527. <https://doi.org/10.47577/tssj.v33i1.6775>
- Topang, A. P., Pasulu, I., & Rambulangi, A. C. (2023, September). Analisis Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Tilanga. In *Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Ekonomi* (Vol. 2, No. 2, pp. 01-13).
- Trisna, P. V., & Ritonga, R. M. (2023). Analisis Pengaruh Tourist Experience Terhadap Behavioral Intention Di Objek Wisata Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan. *Jurnal sosial dan sains*, 3(6), 609-618.
- Ulfa, F. F. (2021). PENGARUH DIMENSI TOURISM EXPERIENCE TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN PADA DESTINASI WISATA ALAM AIR TERJUN TUMPAK SEWU DI LUMAJANG.
- Utama, I. (2022). Prisca Yuniar Sigo.
- Wijaya, Darsyaf, Hadi., Ery, Anda, Prasetyo., Rahmawati. (2020). 9. Tourist characteristics, tourism product attributes, and tourist satisfaction on visiting tourism object of Rammang-Rammang Limestone Forest Park, Maros district of South Sulawesi, Indonesia.. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, doi: 10.18551/RJOAS.2020-03.01
- Wirajaya, Y. (2013). Analisis Kepuasan Wisatawan Mancanegara Terhadap Kualitas Pelayanan Pariwisata. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 2(3).
- Banerjee, Abhijit. (2015). Melampaui Kepuasan Konsumen. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3004395/melampaui-kepuasan-konsumen> (diakses pada 20 September 2024)
- Nahal, An. (2022). Makna Logo Wonderful Indonesia. <https://salsawisata.com/makna-logo-wonderful-indonesia> (diakses pada 9 September 2024)