

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT
KUNJUNGAN ULANG DI WISATA ALAM POSONG,
KABUPATEN TEMANGGUNG, JAWA TENGAH**

ARTIKEL ILMIAH

Disiapkan sebagai Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata



Disusun Oleh:

Nama : Fanisa Nur Latifa
NIM : 216582
Program Studi : Pariwisata
Jenjang : Strata Satu/ S-1

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA

2025

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT
KUNJUNGAN ULANG DI WISATA ALAM POSONG,
KABUPATEN TEMANGGUNG, JAWA TENGAH**

Disusun Oleh :

Fanisa Nur Latifa

216582

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Kunjungan Ulang di Wisata Alam Posong, Kabupaten Temanggung, Jawa Tengah. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas layanan dan variabel dependen adalah minat kunjungan ulang. Peningkatan kualitas layanan perlu dilakukan demi menarik minat wisatawan. Pendekatan yang digunakan yaitu kuantitatif deskriptif dengan *random sampling* yang digunakan sebanyak 100 responden yang diambil dari populasi wisatawan. Adapun data diperoleh dari observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Berdasarkan olah data yang dilakukan didapatkan hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel kualitas layanan terhadap variabel minat kunjungan ulang di Wisata Alam Posong.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Minat Kunjungan Ulang, Wisata Alam Posong.

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON INTEREST IN
REPEAT VISITS IN POSONG NATURE TOURISM,
TEMANGGUNG DISTRICT, CENTRAL JAVA***

Author:

Fanisa Nur Latifa

216582

ABSTRACT

This research was conducted to investigate the effect of service quality on repeat visit interest at Posong Nature Tourism, Temanggung Regency, Central Java. The independent variable in this research is service quality, and the dependent variable is repeat visit interest. Improving service quality is necessary to attract tourists. The approach used was descriptive quantitative with random sampling of 100 respondents taken from the tourist population. The data was obtained from observation, questionnaires, and documentation. Based on the data analysis, the results of the research showed that there was a positive and significant influence of the service quality variable on the repeat visit interest variable at Posong Nature Tourism.

Keywords: Service Quality, Repeat Visit Interest, Posong Nature Tourism.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pariwisata merupakan sektor penting dalam perekonomian yang berperan sebagai salah satu sumber devisa negara dan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia, baik bagi masyarakat maupun pemerintah. Dengan adanya sektor ini, diharapkan Indonesia dapat maju, karena melibatkan banyak pihak yang memperoleh dampak positif. Potensi pariwisata di Indonesia sangat diminati, baik oleh wisatawan domestik maupun mancanegara, menjadikan sektor ini sebagai salah satu kontributor devisa terbesar setelah beberapa sektor lainnya. Potensi wisata alam di Indonesia telah terbukti sebagai penggerak utama bagi perekonomian lokal. Dengan pengembangan pariwisata yang berfokus pada alam, daerah-daerah yang sebelumnya kurang maju dapat merasakan pertumbuhan ekonomi yang signifikan. Pariwisata alam tidak hanya menciptakan peluang kerja, tetapi juga memberikan kesempatan bagi masyarakat lokal untuk berperan dalam pengelolaan sumber daya alam mereka. Hal ini menumbuhkan kesadaran akan pentingnya konservasi dan keberlanjutan, yang pada akhirnya dapat memperkuat hubungan masyarakat dengan lingkungan.

Kekayaan alam di Indonesia sangat besar, dengan potensi yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran. Tidak hanya kaya akan sumber daya alam, tetapi juga memiliki pemandangan alam yang menakjubkan, sehingga menawarkan potensi wisata

yang signifikan. Hampir setiap sudut wilayah Indonesia menyimpan potensi wisata alam, yang menjelaskan mengapa hampir setiap daerah di nusantara memiliki objek wisata yang menarik (Soetopo, 2011). Keberagaman ini menunjukkan betapa luasnya wilayah geografis Indonesia, membentang dari Sabang hingga Merauke, dan kekayaan alam yang melimpah ini telah dimanfaatkan secara optimal sebagai bagian penting dari sektor ekonomi pariwisata. Sumber daya alam ini berperan sebagai destinasi wisata yang menarik perhatian wisatawan, baik domestik maupun internasional, terhadap keindahan serta keberlanjutannya khususnya wisata alam.

Wisata alam adalah perjalanan yang bertujuan untuk menikmati keindahan dan keunikan alam di lokasi seperti suaka margasatwa, taman nasional, taman hutan raya, dan taman wisata alam. Komponen wisata alam terdiri atas berbagai elemen yang saling terhubung dan tidak dapat dipisahkan (Cooper, 2008). Sumber daya alam yang tersedia dapat diolah menjadi objek wisata menarik, yang akan mendorong wisatawan untuk kembali mengunjungi tempat yang sama. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, wisata didefinisikan sebagai kegiatan perjalanan yang bertujuan untuk rekreasi, pengembangan diri, atau mempelajari daya tarik pariwisata. Beberapa potensi Indonesia telah mendapat pengakuan di tingkat internasional dan memikat setiap wisatawan yang melihatnya. Misalnya, pegunungan yang menyejukkan menjadi destinasi favorit bagi pendaki, serta keanekaragaman flora dan fauna dan keindahan hutan Indonesia (Sendari, 2019). Daya tarik yang tinggi ini mendorong masyarakat untuk mengembangkan destinasi pariwisata yang ada,

sehingga dapat menarik lebih banyak pengunjung, yang dikenal sebagai usaha pariwisata. Elemen-elemen ini mencakup atraksi wisata, fasilitas dan pelayanan, akomodasi, aksesibilitas, serta faktor pendukung lainnya, termasuk pemasaran, keamanan, dan keselamatan bagi wisatawan di lokasi wisata. Menjadi kewajiban bagi setiap pengelola wisata untuk memberikan, menjaga, dan mempertahankan pelayanan dengan kualitas terbaik. Pengelola wisata harus memberikan pelayanan yang prima dan memenuhi harapan pengunjung, sehingga mampu menciptakan daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung dan menikmati layanan yang tersedia.

Kualitas layanan adalah keseluruhan karakteristik barang dan jasa yang mencerminkan kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, baik yang terlihat maupun yang tersembunyi (Kotler, 2012). Kualitas layanan merujuk pada sejauh mana terdapat perbedaan antara ekspektasi pelanggan dan persepsi mereka terhadap layanan yang diberikan. Dalam industri pariwisata, pengukuran kualitas layanan biasanya menggunakan model SERVQUAL yang dikembangkan oleh (Parasuraman et al., 1988) dalam (Wantara dan Irawati, 2021). Kualitas layanan diukur dengan melihat kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi mereka terhadap kinerja layanan yang diterima (Parasuraman et al, 1989). Pada dimensi SERVQUAL ini terdapat 5 indikator kualitas pelayanan yaitu *Reliability* (keandalan), kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan secara konsisten dan akurat; *Responsiveness* (daya tanggap), kesediaan dan kemampuan petugas untuk membantu wisatawan serta memberikan layanan secara cepat; *Assurance* (jaminan), yang mencakup pengetahuan, kesopanan, serta

kemampuan petugas dalam membangun rasa percaya dan keamanan; *Empathy* (empati), yakni perhatian dan kepedulian personal yang diberikan kepada wisatawan; serta *Tangibles* (bukti fisik), yang mencakup aspek-aspek layanan seperti fasilitas, peralatan, dan penampilan petugas (Parasuraman, 1988). Kelima dimensi ini saling berhubungan dan berperan dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diterima. Lingkungan pelayanan juga memainkan peran kunci dalam mencapai profitabilitas, khususnya di sektor pariwisata (Macintosh & Doherty, 2007). Dalam pengelolaan pariwisata, sangat penting untuk memperhatikan kualitas layanan yang baik untuk memenuhi kebutuhan dan harapan wisatawan, serta menjaga keseimbangan yang sesuai antara ekspektasi wisatawan dan realitas yang dialami sehingga dapat menciptakan minat.

Minat beli ulang adalah ketika pelanggan ingin membeli atau memilih produk berdasarkan pengalaman mereka dengan menggunakan atau bahkan menginginkannya (Kotler, 2016). Sedang minat wisata merupakan perhatian, kesukaan terhadap suatu tempat, serta keinginan untuk mengunjunginya. Minat juga bisa menjadi sumber motivasi bagi individu dalam memilih tempat wisata untuk dikunjungi sesuai dengan harapan mereka. Minat berkunjung ulang adalah dorongan seseorang untuk melakukan kegiatan berkunjung ulang ke tujuan yang pernah mereka kunjungi (Nuraeni, 2014). Sikap seseorang terhadap pengalaman masa lalu mereka memengaruhi keinginan mereka untuk melakukan perjalanan di masa depan. Tingginya minat kunjungan ulang dapat menunjukkan bahwa destinasi tersebut berhasil

memenuhi harapan wisatawan dan memberikan pengalaman yang positif, sehingga mereka ingin kembali untuk menikmati destinasi tersebut lagi di masa mendatang.

Minat kunjungan ulang dapat diartikan sebagai kecenderungan atau keinginan pelanggan untuk kembali, yang tercermin dalam perilaku seperti menyebarkan rekomendasi secara lisan, menghabiskan waktu lebih lama, atau melakukan pembelian melebihi rencana awal. Selain itu, minat ini juga mencerminkan faktor pendorong yang menarik seseorang untuk mengunjungi kembali suatu objek wisata tertentu (Wulanjani & Derriawan, 2017). Hal ini dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia jasa tersebut. Semakin baik pengalaman yang didapatkan konsumen, semakin besar kemungkinan mereka akan kembali menggunakan jasa tersebut. Pada dasarnya, minat kunjung ulang merupakan dorongan internal seseorang yang mencerminkan keinginan untuk mengunjungi objek atau wilayah yang menarik perhatian individu atau kelompok secara berkelanjutan (Putri et al., 2020). Beberapa faktor yang dapat memengaruhi minat berkunjung ulang, yaitu *Attention* (Menarik Perhatian), *Interest* (Menumbuhkan Minat Lebih Dalam), *Desire* (Keinginan Untuk Berkunjung), *Action* (Melakukan Kunjungan) (Kotler, 2016). Tahapan-tahapan ini kemudian digunakan sebagai acuan atau indikator dalam menentukan proses minat kunjung ulang pada sebuah objek wisata. Indikator-indikator tersebut, meliputi *Revisiting Intention*, *Recommendation Intention*, *Promotion Intention* (Cheng & Lu, 2013).

Salah satu objek wisata alam yang sedang berkembang pesat adalah Wisata Alam Posong di Kabupaten Temanggung, Jawa Tengah. Temanggung menawarkan banyak potensi pariwisata, khususnya dalam sektor wisata alam. Karakteristik alamnya yang berupa dataran tinggi dan pegunungan memungkinkan wisatawan menikmati udara sejuk dan pemandangan yang menawan. Hampir di seluruh wilayah Kabupaten Temanggung terdapat lokasi-lokasi yang dapat dikembangkan menjadi objek wisata yang berpotensi menarik pengunjung (Lintang, 2019). Wisata Alam Posong semakin populer dengan jumlah pengunjung yang meningkat setiap tahunnya. Adanya tren pariwisata saat ini banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Temanggung adalah karena potensi wisata alam. Berikut adalah tabel jumlah wisatawan pada objek wisata yang dikelola oleh masyarakat Posong:

Tabel 1.1 Banyaknya Pengunjung Objek Wisata Posong

No	Bulan	Jumlah Wisatawan
1.	Juli	24113
2.	Agustus	18941
3.	September	19478
4.	Oktober	12724
5.	November	11276

Sumber: Pengelola Objek Wisata Posong, 2024

Dari data kunjungan wisata di atas tampak adanya fluktuasi selama beberapa bulan terakhir. Kunjungan tertinggi terjadi pada musim liburan, kemudian mengalami penurunan pada bulan-bulan berikutnya. Tren ini mengindikasikan bahwa waktu kunjungan sangat dipengaruhi oleh faktor musiman seperti libur sekolah dan kondisi cuaca. Di sisi lain, penurunan jumlah pengunjung pada bulan-bulan tertentu juga dapat menjadi refleksi dari

kepuasan wisatawan terhadap pelayanan yang diterima. Penurunan ini dapat dikaitkan dengan berakhirnya masa liburan serta mulai masuknya musim hujan yang berdampak pada kenyamanan wisatawan dalam berkunjung. Data ini menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke Posong tidak hanya dipengaruhi oleh faktor waktu dan musim, tetapi juga berpotensi dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan. Oleh karena itu, pemahaman terhadap dinamika kunjungan ini penting untuk menilai sejauh mana kualitas layanan dapat memengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke objek wisata alam Posong.

Wisata alam Posong memiliki ciri khas berupa pemandangan indah *golden sunrise* dengan panorama sekitar tujuh gunung yang dapat dinikmati oleh para wisatawan. Keunikan ini menjadi daya tarik tersendiri yang jarang ditemukan di destinasi wisata lain. Namun, seiring waktu, masyarakat mulai mengasosiasikan wisata alam Posong sebagai objek wisata dengan berbagai fasilitas yang lengkap. Posong telah dilengkapi dengan akses yang memadai menuju lokasi, serta penginapan atau *homestay* di sekitar area. Fasilitas pendukung lainnya seperti warung makan, gazebo, dan area terbuka juga tersedia bagi para wisatawan untuk meningkatkan kenyamanan selama berkunjung. Menjadi kewajiban bagi setiap pengelola wisata untuk memberikan, menjaga, dan mempertahankan pelayanan dengan kualitas terbaik. Pengelola wisata harus memberikan kualitas pelayanan yang prima dan memenuhi harapan pengunjung, sehingga mampu menciptakan daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung dan menikmati layanan yang tersedia.

Dengan memahami pengaruh berbagai elemen kualitas layanan terhadap minat pengunjung untuk berkunjung ulang, pengelola objek wisata dapat menyusun strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan pengalaman pengunjung dan menarik lebih banyak wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap minat kunjungan ulang di Wisata Alam Posong, Kabupaten Temanggung, Jawa Tengah. Secara khusus, penelitian ini akan mengukur seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap keinginan wisatawan untuk berkunjung ulang ke destinasi tersebut. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang bermanfaat bagi pengelola wisata dalam meningkatkan kualitas layanan guna menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung kembali. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti melakukan penelitian yang berjudul **"PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT KUNJUNGAN ULANG DI WISATA ALAM POSONG, KABUPATEN TEMANGGUNG, JAWA TENGAH"**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas maka rumusan masalah yang akan menjadi topik bahasan penelitian yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap minat kunjungan ulang di Wisata Alam Posong ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap minat kunjungan

ulang di Wisata Alam Posong.

1.4. Manfaat Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak yakni:

1.4.1. Manfaat Teoretis

1. Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang ingin mengeksplorasi pengaruh kualitas layanan dan aspek-aspek lain dalam pariwisata.
2. Penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai kualitas layanan dengan menganalisis dimensi-dimensi kualitas layanan yang berpengaruh di sektor pariwisata, khususnya dalam konteks wisata alam.
3. Hasil penelitian ini dapat membantu memperdalam pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat kunjungan ulang wisatawan yaitu dengan mengidentifikasi pengaruh kualitas layanan terhadap minat kunjungan ulang,

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Dengan memahami pengaruh kualitas layanan terhadap minat kunjungan ulang, pengelola dapat menciptakan pengalaman wisata yang lebih memuaskan, yang pada gilirannya akan mendukung pengembangan destinasi wisata yang berkelanjutan.
2. Dengan memahami dimensi kualitas layanan yang berpengaruh, pengelola dapat fokus pada aspek-aspek tertentu yang dapat

diperbaiki, seperti fasilitas, keramahan staf, dan responsivitas terhadap kebutuhan pengunjung.

3. Dengan mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi minat kunjungan ulang, pengelola dapat menyusun kampanye promosi yang lebih menarik dan sesuai dengan harapan pengunjung.

1.4.3. Manfaat Bagi Wisatawan

1. Wisatawan akan menikmati pengalaman wisata yang lebih memuaskan, termasuk pelayanan yang ramah, fasilitas yang memadai, dan respons yang cepat terhadap kebutuhan mereka
2. Wisatawan akan merasa lebih aman dan nyaman dalam melakukan kunjungan, serta cenderung merekomendasikan Wisata Alam Posong kepada teman dan keluarga.
3. Wisatawan dapat merencanakan kunjungan mereka dengan lebih baik, termasuk mengetahui apa yang dapat diharapkan selama pengalaman wisata mereka.

1.4.4. Manfaat Bagi Masyarakat

1. Dengan meningkatkan kualitas layanan di Wisata Alam Posong diperkirakan akan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, yang dapat berdampak positif pada ekonomi lokal dengan meningkatkan pendapatan pelaku usaha seperti pedagang makanan, penyedia transportasi, dan penginapan, sehingga masyarakat dapat memanfaatkan peluang ekonomi yang dihasilkan dari perkembangan pariwisata.

2. Meningkatnya kunjungan wisatawan dan fokus pada kualitas layanan membuka peluang bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam pelestarian budaya dan lingkungan di sekitar Posong, melalui pengenalan program yang mempromosikan budaya lokal dan keberlanjutan, yang tidak hanya memperkaya pengalaman wisatawan tetapi juga memberdayakan masyarakat dalam menjaga warisan budaya dan sumber daya alam mereka.
3. Kualitas layanan yang baik dapat mendorong pengelola dan pemerintah daerah untuk meningkatkan infrastruktur dan fasilitas umum, seperti jalan, sistem sanitasi, dan ruang publik, yang juga akan memberikan manfaat bagi kehidupan masyarakat sehari-hari.

1.5. Sistematika Penulisan

Penulisan dalam penelitian ini memiliki 5 bab dan juga memiliki sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Penulisan penelitian pada Bab I ini terdiri atas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Penulisan penelitian pada Bab II terdiri atas kajian literatur dan kajian teori penelitian. Keduanya menjelaskan tentang penelitian-penelitian sebelumnya serta teori-teori dalam penulisan Artikel Ilmiah.

BAB III METODE PENELITIAN

Penulisan penelitian pada Bab III ini berisikan tentang jenis penelitian, tempat dan waktu, populasi dan sampel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penulisan penelitian pada Bab IV ini berisikan tentang hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Penulisan penelitian pada Bab V ini berisikan tentang kesimpulan dan saran.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat kunjungan ulang wisatawan di Wisata Alam Posong. Namun masih terdapat beberapa dimensi kualitas layanan *responsiveness*, *assurance*, dan *tangible* seperti proses reservasi, pemahaman yang lebih mendalam terhadap kebutuhan wisatawan, serta kebersihan dan keamanan fasilitas umum masih perlu ditingkatkan lagi.

Pengalaman layanan yang berkualitas memengaruhi tingkat kunjungan wisatawan. Wisatawan yang merasa puas dengan pelayanan yang mereka terima cenderung menunjukkan keinginan untuk berkunjung kembali, merekomendasikan destinasi kepada orang lain, dan menjadikan tempat tersebut sebagai prioritas dalam perjalanan wisata selanjutnya.

5.2 Saran

Setelah melakukan seluruh proses dalam penelitian ini, adapun saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola dan Masyarakat di Objek Wisata Alam Posong

Pengelola Wisata Alam Posong perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan, terutama pada aspek jaminan keamanan seperti adanya petugas yang *standby* di area tanjakan menuju Posong, daya tanggap staf, serta rutin mengevaluasi fasilitas fisik agar tetap nyaman bagi pengunjung.

Masyarakat sekitar juga diharapkan aktif dalam pengembangan wisata melalui usaha lokal, menjaga kelestarian lingkungan, serta mengikuti pelatihan pelayanan dan etika bisnis guna meningkatkan kualitas layanan dan mendukung keberlanjutan destinasi.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian ke destinasi wisata lain di Kabupaten Temanggung atau kawasan serupa guna membandingkan hasil dan memperkaya literatur pariwisata lokal. Selain itu, penelitian mendatang sebaiknya menggabungkan variabel lain seperti citra destinasi, harga, atau kepuasan wisatawan agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat kunjungan ulang.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti, E. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Tarik, Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Umbul Sibirak Sidowayah Polanharjo.
- Arikunto, S. (2017). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Baroroh, H. (2019). Pengaruh experiential marketing terhadap revisit intention melalui customer.
- Ce Gunawan. (2020). Mahir Menguasai SPSS . Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian. Sleman: Deepublish CV. Budi Utama.
- Cheng, C. K., & Lu, Y. (2013). *The Influence of Customer Experience on Revisit Intention: A Study of the Tourism Industry*. Journal of Tourism and Hospitality Management, 1(1), 1-10.
- Cooper, C. (2008). *Tourism: Principles and Practice*. Pearson Education Limited.
- Didi Riadi, L. A., & Retnowati, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Desa Wisata Hijau Bilebante yang Dimediasi Oleh Kepuasan Wisatawan. Jurnal Riset Pemasaran, Vol. 2, No. 2 Juni, 41.
- Erwani, V. (2023). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang Ekowisata Gua Pancur Desa Jimbaran Kecamatan Kayen Kabupaten Pati. In *Seminar Nasional Keindonesiaan (FPIPSKR)* (Vol. 8).
- Fadoli, M. A. (2024). Pengaruh Citra Destinasi, Promosi, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan (Studi Kasus Pada Wisatawan D'Las Serang Purbalingga). *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto*.
- Faturrahman, F. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata, dan Promosi terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan pada Objek Wisata Pantai. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 3(1), 68-75.
- Febriansyah, F. N. (2021). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan di Pantai Sadranan Gunungkidul* (Doctoral dissertation, STP AMPTA Yogyakarta).

- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016) Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ika Barokah, A. S., & Handriana, T. (2020). Manajemen Pemasaran Pariwisata dan Indikator Pengukuran. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru.
- Islamiyah, A. R., Fathor, A. S., & Islam, D. (2024). Kualitas Layanan dan Experiential Marketing: Implikasi Terhadap Minat Kunjung Ulang. *Ar-Ribhu: Jurnal Manajemen dan Keuangan Syariah*, 5(2), 1-18.
- Kiswanto, A., & Damiasih, D. (2018). Persepsi Kualitas Pelayanan Museum Sebagai Sarana Edukasi Masyarakat (Studi Kasus: Museum Gunung Api Merapi Yogyakarta). *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 12(2), 57-70.
- Kotler, P. (2012). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* 16 Edition. Pearson, New Jersey.
- Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 bergerak dari tradisional ke digital*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kurniawan, A. E., Purwanto, H., & Asmike, M. (2022). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Pada Mojosemi Forest Park Kabupaten Magetan. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 4).
- Lintang, A. (2019). *Potensi Wisata Alam di Kabupaten Temanggung*. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 6(1), 78-89.
- Macintosh, G., & Doherty, A. (2007). *The Role of Service Quality in the Tourism Industry*. *Journal of Travel Research*, 46(1), 1-12.
- Manan, A. (2021). *Metode Penelitian Etnografi*. Aceh Besar: AcehPo Publishing.
- Margono, S. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Neuman, W. L. (2011). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Pearson Education.
- Nuraeni BS. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang. *Jurnal Bisnis Strategi* 23(1):120.
- Octaviani, D. (2020). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat kunjung kembali wisatawan di kabupaten kubu kalimantan barat (studi kasus pada wisatawan di qubu resort). *E-Jurnal Equilibrium Manajemen*, 6(1), 1-6.
- Pertiwi, R. D. (2021). Pemasaran Jasa Pariwisata (Dilengkapi Dengan Model Penelitian Pariwisata Gedung Heritage di Bandung Raya). Sleman Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Puad, A., Som, M., Marzuki, A., Yousefi, M., & Khalifeh, A. (2012). Factors influencing visitors revisit behavioral intentions: A case study of Sabah, Malaysia. *International Journal of Marketing Studies*. 4(4), 39-50.
- Putra, J. O. N., & Cahyoadi, B. (2023). Pengaruh Periklanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjung Ulang pada Waterpark Singapura Tulungagung. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 6(2), 97-110.
- Putri, A., Suhartono, C., & Kristanti, M. (2023). Pengaruh kualitas layanan terhadap minat kunjung kembali di restoran Kaizen BBQ Grill & Shabu-Shabu Surabaya dengan customer experience sebagai variabel mediasi. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 9(1), 46-54.
- Putri, R. D., Sari, D. P., & Rahmawati, A. (2020). *Minat Kunjungan Ulang Wisatawan: Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi*. *Jurnal Ilmu Pariwisata*, 5(2), 112-123.
- Sendari, S. (2019). *Keindahan Alam Indonesia dan Potensi Wisata*. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 5(2), 123-135.
- Setyanto, I., & E. P. (2019). Pengaruh Komponen Destinasi Wisata (4A) Terhadap Kepuasan Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 72 No 1, 157-167.
- Sinollah, S., & Masruroh, M. (2019). Pengukuran Kualitas Pelayanan (Servqual-Parasuraman) Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan. *Dialektika*, 4(1), 45-64.
- Som, A., Yusof, M. S., & Rahman, A. (2012). *The Influence of Customer*

Experience on Revisit Intention: A Study of the Tourism Industry. Journal of Tourism and Hospitality Management, 1(1), 1-10.

- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D. Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta. *Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research and Treatment*. New York: Plenum Press, Yudistira P, Chandra.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suhartapa, A. S. (2021). Pengaruh Persepsi dan Motivasi Wisatawan Terhadap Minat Kunjung Ulang Di Pantai Baru Yogyakarta. *Khasanah Ilmu : Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, Volume 12 Nomor 2, September 2021, 117-118.
- Sumiyarsih, S., & Prihatnawan, A. B. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (Studi Pada Desa Wisata Di Kawasan Balkondes Borobudur). *Jurnal Nusa Manajemen*, 1(1), 81-93.
- Tjiptono, F. (2012). *Service, Quality & Satisfaction*. Andi Offset.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. (2009). Jakarta: Sekretariat Negara Republik Indonesia.
- Wantara, I. G. A., & Irawati, N. (2021). *Pengukuran Kualitas Layanan Menggunakan Model SERVQUAL dalam Industri Pariwisata*. *Jurnal Ilmu Pariwisata*, 7(2), 123-135.
- Widaningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang Di Kota Bandung Tahun 2020. *eProceedings of Applied Science*, 6(2).
- Wulanjani, H., & Derriawan, D (2017). Dampak Utilitarian Value Dan Experiential Marketing Terhadap Customer Satisfaction dan *Revisit Intention*. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(2), 121-130.
- Zeithaml, V. A. (2018). *Service Quality, Profitability, and the Economic Worth of Customers: What We Know and What We Need to Learn*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25(2), 225-248.