



## **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tarif terhadap Kepuasan Wisatawan Cimory On The Valley**

**Ria Kharismawati<sup>1</sup> Febryantahanuji<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Department of Management, Universitas Sains dan Teknologi Komputer Semarang, Indonesia

Email author: [ria.asman2@gmail.com](mailto:ria.asman2@gmail.com), [febryan@stekom.ac.id](mailto:febryan@stekom.ac.id)

### **Article Info**

#### **Article history:**

Received Januari 3, 2025

Revised Februari 17, 2025

Accepted June 28, 2025

#### **Keywords:**

Service Quality

Tariff

Tourist Satisfaction

### **ABSTRACT**

This study aims to determine and analyze the direct effect of Service Quality on Tourist Satisfaction at Cimory on the Valley, to determine and analyze the direct effect of Tariff on Tourist Satisfaction at Cimory on the Valley, and to determine and analyze the simultaneous effect of Service Quality and Tariff on Tourist Satisfaction at Cimory on the Valley. This study uses a quantitative method with a sample of 80 Customer respondents. The data were analyzed using data analysis techniques of validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple regression analysis test, T test, F test, R2 determination coefficient test. The results of the study indicate that directly Service Quality has a significant effect on Tourist Satisfaction at Cimory on the Valley, directly Tariff has a significant effect on Tourist Satisfaction at Cimory on the Valley, and directly and simultaneously Service Quality and Tariff have a significant effect on Tourist Satisfaction at Cimory on the Valley.

### **Corresponding Author:**

Ria Kharismawati,  
Universitas Sains dan Teknologi Komputer  
Jl. Majapahit No. 605 Semarang  
Email: [ria.asman2@gmail.com](mailto:ria.asman2@gmail.com)



### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan wisatawan di Cimory on the valley, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung Tarif terhadap Kepuasan wisatawan di Cimory on the valley, dan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan Kualitas pelayanan dan Tarif terhadap Kepuasan wisatawan di Cimory on the valley. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel 80 responden Pelanggan. Data dianalisis dengan menggunakan teknik analisis data uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji analisis regresi berganda, uji T, uji F, uji koefisien determinasi R2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara langsung Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan wisatawan di Cimory on the valley, secara langsung Tarif berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan wisatawan di Cimory on the valley, dan

secara langsung dan simultan Kualitas pelayanan dan Tarif berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan wisatawan di Cimory on the valley.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan, Tarif, Kepuasan wisatawan

## 1. INTRODUCTION

Pariwisata adalah gabungan gejala dari hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan, bisnis, pemerintah, tuan rumah, serta masyarakat tuan rumah dalam proses menarik dan melayani wisatawan-wisatawan serta para pengunjung lainnya (Rakha, 2020). Salah satu destinasi wisata yang terus berkembang dan menarik minat wisatawan adalah Cimory On The Valley, yang terletak di kawasan Semarang, Jawa Tengah. Cimory On The Valley adalah sebuah destinasi wisata yang menawarkan pengalaman yang unik dengan menggabungkan wisata edukasi dan rekreasi. Tempat ini tidak hanya menawarkan pemandangan alam yang indah, tetapi juga fasilitas yang mendukung kenyamanan wisatawan seperti restoran, area bermain anak, serta tur pabrik susu. Keberhasilan Cimory On The Valley dalam menarik pengunjung tentunya tidak terlepas dari berbagai faktor, termasuk kualitas pelayanan yang diberikan serta tarif wisata yang ditawarkan. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada analisis pengaruh kualitas pelayanan dan tarif wisata terhadap kepuasan wisatawan di Cimory On The Valley.

Kepuasan wisatawan merupakan faktor penting dalam menentukan minat mereka untuk berkunjung kembali. Menurut Primadi et al. (2021, p. 111), beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan wisatawan antara lain bukti fisik, faktor emosional, daya tarik, aksesibilitas, fasilitas, kelembagaan, dan tarif. Kepuasan wisatawan dapat ditingkatkan dengan memaksimalkan pengalaman pengunjung yang tidak puas, menghadirkan inovasi baru, dan meningkatkan kualitas pelayanan. Kepuasan wisatawan adalah tingkat perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh wisatawan setelah membandingkan harapan mereka sebelum perjalanan dengan pengalaman nyata yang mereka alami selama berwisata. (Astrawan, 2023; Rahmat, 2022). Sebagaimana dijelaskan oleh Sangadji dalam (Khoerul Nisa Sunerlan et al., 2023) kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang timbul ketika konsumen membandingkan antara kinerja produk dan layanan yang mereka terima dengan harapan yang mereka miliki. Tjiptono dalam (Siahaan, 2019) juga menyebutkan bahwa terdapat beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan wisatawan, yaitu kesesuaian harapan, minat untuk berkunjung kembali, dan kesediaan untuk merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain.

Kualitas pelayanan dalam konteks pariwisata merujuk pada sejauh mana penyedia jasa mampu memenuhi harapan wisatawan (Silvianita et al., n.d.). Menurut Lathifah & Anita (2023) kualitas pelayanan dapat diukur melalui dimensi-dimensi seperti tangibility (keberwujudan), reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (empati). Studi oleh Ryu, Lee, dan Kim (2019) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik secara signifikan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan dan niat untuk berkunjung kembali.

Selain kualitas pelayanan, tarif juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi kepuasan wisatawan. Tarif wisata mengacu pada tingkat kualitas pelayanan yang dibebankan kepada wisatawan untuk menikmati fasilitas dan layanan yang ditawarkan oleh destinasi tersebut. Menurut (Anggraeni, P. W. P., Antara, M., & Ratna Sari, N. P., 2022) tarif wisata yang sesuai dengan tarif dan pengalaman yang ditawarkan dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas yang lebih tinggi dari wisatawan. Dalam konteks Cimory On The Valley, tarif wisata yang kompetitif namun tetap mencerminkan nilai dari fasilitas dan layanan yang disediakan dapat menjadi kunci dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi wisatawan.

Fenomena yang terjadi di Cimory On The Valley menunjukkan adanya antusiasme wisatawan yang tinggi, namun tidak semua wisatawan merasa puas dengan pengalaman yang mereka dapatkan. Terdapat beberapa keluhan terkait kualitas pelayanan yang dianggap belum memenuhi ekspektasi, seperti lambatnya pelayanan di restoran, keterbatasan fasilitas, serta ketidaknyamanan saat kunjungan

pada waktu puncak. Selain itu, tarif wisata yang dianggap kurang sebanding dengan kualitas pengalaman yang diterima juga menjadi keluhan yang sering diungkapkan oleh wisatawan. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana kualitas pelayanan dan tarif wisata yang ada saat ini mampu memenuhi harapan dan kebutuhan wisatawan.

Tabel 1. Kunjungan Wisatawan

Bulan	Jumlah Pengunjung (Angka)	Jumlah Pengunjung Yang Puas (%)	Jumlah Pengunjung Yang Tidak Puas (%)	Jumlah Keluhan (Angka)	Presentase Keluhan
Januari – Juni	100.000	70%	30%	15.000	15%
Juli – Desember	115.000	70%	30%	17.250	15%

Sumber: (Disporapar, 2023).

Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Cimory On The Valley, namun di sisi lain terdapat laporan yang menunjukkan adanya keluhan terkait kualitas pelayanan dan tarif wisata yang kurang memuaskan. Kunjungan wisatawan ke destinasi ini meningkat sebesar 15% setiap tahunnya, namun survei internal yang dilakukan oleh manajemen Cimory menunjukkan bahwa hanya 70% pengunjung yang merasa puas dengan pengalaman mereka (Disporapar, 2023). Angka ini menunjukkan adanya *gap* antara peningkatan popularitas destinasi dan tingkat kepuasan wisatawan yang masih relatif rendah. Berdasarkan penjabaran latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ***“Pengaruh kualitas pelayanan, dan tarif wisata terhadap kepuasan wisatawan Cimory On The Valley”*** dengan harapan dapat memberikan rekomendasi yang berbasis data untuk perbaikan layanan dan penyesuaian tarif wisata di Cimory On The Valley.

## 2. METHOD

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2019), yakni berlandaskan pada filsafat positivisme yang menekankan pada pengumpulan dan analisis data secara numerik guna memperoleh informasi yang objektif. Tujuan utama pendekatan ini adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan serta mengidentifikasi pola dan hubungan antar variabel dalam konteks penelitian yang dikaji, sehingga mampu memberikan gambaran terukur mengenai fenomena yang diamati.

Adapun populasi dalam penelitian ini terdiri atas seluruh wisatawan yang mengunjungi objek wisata Cimory On The Valley Semarang selama periode penelitian berlangsung. Populasi ini dipilih karena mereka memiliki pengalaman langsung terhadap kualitas pelayanan dan tarif yang diberlakukan di destinasi tersebut, sehingga relevan untuk dijadikan sumber data dalam menilai tingkat kepuasan wisatawan. Mengingat jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, maka penentuan ukuran sampel dilakukan menggunakan rumus Lemeshow. Dengan tingkat kepercayaan 90% ( $Z = 1,64$ ), proporsi estimasi maksimum sebesar 0,5, dan margin of error sebesar 10% ( $e = 0,1$ ), diperoleh jumlah sampel minimum sebesar 67,24 yang kemudian dibulatkan menjadi 80 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan metode convenience sampling. Teknik ini dipilih karena memberikan kemudahan dalam pengumpulan data, efisiensi waktu dan biaya, serta keterbatasan akses terhadap populasi yang lebih luas. Responden yang dijadikan sampel dipilih berdasarkan kemudahan dijangkau oleh peneliti serta kesediaan mereka untuk berpartisipasi.

Dalam penelitian ini, sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner kepada wisatawan yang menjadi responden,

sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumentasi dan referensi yang relevan, seperti laporan tahunan Cimory On The Valley, hasil penelitian terdahulu, serta literatur ilmiah terkait. Kuesioner dirancang untuk mengukur tiga variabel utama, yaitu kualitas pelayanan, tarif wisata, dan kepuasan wisatawan. Variabel kualitas pelayanan mencakup lima dimensi, yakni keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Sementara itu, tarif wisata dievaluasi dari sudut biaya masuk dan layanan tambahan, dan kepuasan wisatawan diukur melalui indikator kesesuaian harapan, niat kunjungan ulang, serta keinginan merekomendasikan destinasi.

Metode pengumpulan data yang digunakan meliputi penyebaran kuesioner dan survei. Kuesioner menggunakan skala Likert 1 hingga 5, dengan item-item yang dirancang untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap berbagai aspek layanan dan tarif. Survei dilakukan secara daring maupun langsung di lokasi wisata untuk memperoleh data yang lebih representatif dari populasi yang lebih luas.

Instrumen utama dalam penelitian ini terdiri dari kuesioner dan formulir survei. Selain pertanyaan tertutup, beberapa pertanyaan berskala digunakan untuk menilai persepsi dan tingkat kepuasan wisatawan secara kuantitatif. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik SPSS versi 21. Tahapan analisis data meliputi uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, serta pengujian hipotesis.

Uji validitas dilakukan menggunakan teknik korelasi Pearson Product Moment dengan kriteria bahwa pernyataan dinyatakan valid apabila nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel. Uji reliabilitas menggunakan metode Cronbach's Alpha, dengan nilai reliabilitas minimum sebesar 0,60. Selanjutnya, uji asumsi klasik mencakup uji multikolinearitas (dengan kriteria  $VIF < 10$  dan  $Tolerance > 0,10$ ), uji heteroskedastisitas (dengan memeriksa pola penyebaran residual), dan uji normalitas (menggunakan Kolmogorov-Smirnov, dengan kriteria signifikansi  $> 0,05$ ).

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan dan tarif wisata) terhadap variabel dependen (kepuasan wisatawan). Persamaan model regresi yang digunakan adalah:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

dengan  $Y$  sebagai kepuasan wisatawan,  $X_1$  sebagai kualitas pelayanan,  $X_2$  sebagai tarif wisata,  $\alpha$  sebagai konstanta,  $b_1$  dan  $b_2$  sebagai koefisien regresi, serta  $e$  sebagai error.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji  $t$  untuk mengetahui pengaruh parsial masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, serta uji  $F$  untuk mengetahui pengaruh simultan variabel bebas terhadap variabel terikat. Kriteria pengambilan keputusan didasarkan pada nilai  $t$  hitung,  $F$  hitung, dan tingkat signifikansi ( $p$ -value). Terakhir, koefisien determinasi ( $R^2$ ) dihitung untuk mengetahui proporsi variasi kepuasan wisatawan yang dapat dijelaskan oleh variasi kualitas pelayanan dan tarif wisata. Nilai  $R^2$  yang tinggi menunjukkan kemampuan prediktif yang baik dari model regresi terhadap variabel terikat.

Dengan pendekatan dan metodologi yang sistematis ini, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dan praktis dalam memahami pengaruh kualitas pelayanan dan tarif terhadap kepuasan wisatawan di destinasi wisata Cimory On The Valley Semarang.

### 3. RESULT DAN ANALISIS

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwa:

Tabel 2. Hasil Penelitian

No.	Aspek yang Diukur	Hasil	Keterangan Ringkas
1	Jenis Kelamin Responden	Laki-laki: 35 (43,5%) Perempuan: 45 (56,5%)	Mayoritas responden adalah perempuan.
2	Umur Responden	20-30 th: 49 (61,5%) 30-40 th: 19 (23,5%) 40-50 th: 8 (10%) >50 th: 4 (5%)	Mayoritas responden berusia 20-30 tahun.
3	Uji Validitas	Seluruh item pertanyaan dari ketiga variabel memiliki nilai korelasi > r tabel (0,182).	Semua item valid.
4	Uji Reliabilitas	Cronbach's Alpha = 0,786 untuk semua variabel.	Ketiga variabel reliabel (> 0,60).
5	Uji Multikolinearitas	Tolerance = 0,665, VIF = 1,078 untuk semua variabel.	Tidak terjadi multikolinearitas.
6	Uji Heteroskedastisitas	Sig. Kualitas Pelayanan = 0,430 > 0,05 Sig. Tarif = 0,360 > 0,05	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
7	Uji Normalitas	Sig. Kolmogorov-Smirnov = 0,571 > 0,05	Data residual berdistribusi normal.
8	Analisis Regresi Linier Berganda	$Y = 10,097 + 0,418X_1 + 0,383X_2$	Kualitas pelayanan dan tarif berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan.
9	Uji t	X1: t = 2,378, Sig = 0,001 < 0,05 X2: t = 2,387, Sig = 0,003 < 0,05	Kedua variabel berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan wisatawan.
10	Uji F	F = 10,170 > F tabel (3,960), Sig < 0,001	Variabel X1 dan X2 berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Y.
11	Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> )	R <sup>2</sup> = 0,808 (80,8%)	Kualitas pelayanan dan tarif menjelaskan 80,8% variasi kepuasan wisatawan; sisanya (19,2%) dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Sumber : Data olahan 2025

Penelitian ini melibatkan 80 responden yang terdiri atas 35 orang laki-laki (43,5%) dan 45 orang perempuan (56,5%), sehingga mayoritas responden adalah perempuan. Berdasarkan usia, sebagian besar responden berusia 20-30 tahun sebanyak 49 orang (61,5%), diikuti oleh kelompok usia 30-40 tahun sebanyak 19 orang (23,5%), usia 40-50 tahun sebanyak 8 orang (10%), dan di atas 50 tahun sebanyak 4 orang (5%).

Uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan dari ketiga variabel penelitian memiliki nilai korelasi lebih besar dari r tabel (0,182), yang berarti seluruh item valid. Selanjutnya, uji reliabilitas menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,786, yang berarti seluruh variabel reliabel karena nilai tersebut berada di atas ambang batas 0,60.

Uji multikolinearitas menunjukkan nilai tolerance sebesar 0,665 dan VIF sebesar 1,078 untuk semua variabel, yang berarti tidak terdapat gejala multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas dengan nilai signifikansi masing-masing variabel di atas 0,05 (Kualitas Pelayanan = 0,430; Tarif = 0,360) juga menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Selain itu, hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,571 ( $> 0,05$ ), yang menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal.

Analisis regresi linier berganda menghasilkan persamaan:

$$Y = 10,097 + 0,418X_1 + 0,383X_2$$

yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan tarif ( $X_2$ ) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan ( $Y$ ). Hasil uji t menunjukkan bahwa kedua variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan wisatawan, yaitu kualitas pelayanan ( $t = 2,378$ ;  $\text{sig} = 0,001$ ) dan tarif ( $t = 2,387$ ;  $\text{sig} = 0,003$ ). Uji F menghasilkan nilai F sebesar 10,170, lebih besar dari F tabel (3,960) dengan signifikansi  $< 0,001$ , yang berarti secara simultan kedua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Terakhir, nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,808 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan tarif secara bersama-sama dapat menjelaskan 80,8% variasi kepuasan wisatawan, sedangkan sisanya sebesar 19,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam model ini.

#### 4. DISCUSSION/CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa mayoritas wisatawan Cimory on The Valley yang menjadi responden berjenis kelamin perempuan dan berada pada rentang usia 20–30 tahun. Hal ini mengindikasikan bahwa segmen wisatawan muda, khususnya perempuan, merupakan kelompok dominan dalam kunjungan ke objek wisata tersebut.

Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian yang digunakan telah memenuhi syarat validitas ( $r$  hitung  $> r$  tabel) dan reliabilitas (Cronbach's Alpha  $> 0,60$ ). Artinya, kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini mampu mengukur variabel-variabel secara konsisten dan akurat.

Uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan normalitas menunjukkan bahwa model regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi-asumsi dasar statistik, sehingga layak untuk dianalisis lebih lanjut.

Analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kedua variabel independen, yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan tarif ( $X_2$ ), memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan ( $Y$ ). Hal ini diperkuat dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikansi masing-masing variabel berada di bawah tingkat signifikansi 0,05. Uji F juga memperlihatkan bahwa model regresi secara simultan signifikan dalam menjelaskan variasi kepuasan wisatawan. Selanjutnya, nilai koefisien

determinasi (Adjusted  $R^2$ ) sebesar 0,808 menunjukkan bahwa 80,8% variasi dalam kepuasan wisatawan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan tarif, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dengan demikian, hasil penelitian ini konsisten dengan teori dan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan tarif merupakan faktor penting dalam membentuk tingkat kepuasan pelanggan, khususnya dalam konteks pariwisata.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Cimory on The Valley. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan wisatawan.
2. Tarif juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Tarif yang sesuai dan terjangkau akan meningkatkan kepuasan pengunjung terhadap objek wisata.
3. Secara simultan, kualitas pelayanan dan tarif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan dengan kontribusi sebesar 80,8%. Artinya, kedua variabel tersebut merupakan faktor dominan yang menentukan tingkat kepuasan wisatawan di Cimory on The Valley.
4. Hasil pengujian asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan telah memenuhi semua asumsi, sehingga hasil analisis dapat dipercaya dan digunakan untuk pengambilan keputusan.

## 5. ACKNOWLEDGEMENTS (10 PT)

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga laporan penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing atas bimbingan dan arahnya, pihak Cimory on The Valley yang telah memberikan izin serta data yang dibutuhkan, serta seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada keluarga dan teman-teman atas dukungan dan motivasi yang diberikan selama proses penyusunan laporan ini. Semoga laporan ini bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan.

**Surakarta, April 2025**

Ria Kharismawati

## REFERENCES

- Anggraeni, P. W. P., Antara, M., & Ratna Sari, N. P. (2022). *Pengaruh tarif wisata terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan domestik*. Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata), 10(2), 123–134.
- Astrawan, I. K. O., Sanjaya, I. W. K., & Ekasani, K. A. (2023). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 2(8), 1712–1728.
- Disporapar. (2023). *Laporan Statistik Pariwisata Jawa Tengah 2023*. Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah.

- Khoerul Nisa Sunerlan, D., Purnamasari, D. L., & Rachman, A. (2023). *Analisis kepuasan pelanggan pada sektor pariwisata*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 78–87.
- Lathifah, Umami Khoiri., & Silvianita Anita. (2023). *Loyalitas Pelanggan Kopi Kenangan dari Segi Pengalaman Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Konsumen di Bandung)*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 24(1), 55-71
- Primadi, H. R., Nugroho, M. S., & Nurlaela, S. (2021). *Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan wisatawan terhadap destinasi wisata alam*. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 15(2), 110–119.
- Rahmat, D. B., & Arianto, N. (2022). *Pengaruh kualitas pelayanan dan tarif terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya pada loyalitas pada PT Delta Waras Wisata (Dallas Tour & Travel) Kota Jakarta*. *Journal of Research and Publication Innovation*, 1(5), 45–60.
- Rakha, H. (2020). *Dasar-dasar Ilmu Pariwisata*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Ryu, K., Lee, H. R., & Kim, W. G. (2019). *The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions*. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(1), 79–96.
- Siahaan, H. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.