

Evaluasi Daya Tarik Wisata: Sejauh Mana Kualitas Pelayanan Menentukan Kepuasan Wisatawan di Bospro Rafting & Outbound

Esa Riandy Cardias^{1*}, Putu Ngurah Rusmawan², Zebina Arruum Adenin³, Eka Afrida Ermawati⁴, Khoirunnisa⁵, Aprilia Divi Yustita⁶

^{1,2,3,4,5,6}Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Banyuwangi

Email Penulis Korespondensi: ¹cardias.esa@poliwangi.ac.id.

Abstrak– Banyuwangi Outbound Sutar (BosPro) merupakan salah satu pelopor kegiatan outdoor di Songgon Banyuwangi, BosPro terletak di kaki Gunung Raung. Pada perkembangannya BosPro telah memiliki lebih dari 5 paket wisata yang dapat dinikmati para wisatawan, diantaranya rafting, tubing, outbound, camping, fun jeep, paintball, gelblaster, hingga flying fox. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan pada BosPro. Penelitian ini disajikan secara deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Data diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada wisatawan BosPro. Teknik analisis data menggunakan uji Instrumen, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $4,604 > 1,987$ dengan nilai signifikan $< 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$. Nilai dari uji koefisien korelasi sebesar 0,422 yang termasuk dalam tingkat hubungan sedang (cenderung kuat). Nilai dari uji koefisien determinasi sebesar 0,178 atau 17,80% sehingga dapat diketahui bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan sebesar 17,80%.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Wisatawan, Daya Tarik Wisata, Bospro Rafting & Ootbound

Abstract–Banyuwangi Outbound Sutar (BosPro) is one of the pioneers of outdoor activities in Songgon Banyuwangi, BosPro is located at the foot of Mount Raung. In its development, BosPro has had more than 5 tour packages that can be enjoyed by tourists, including rafting, tubing, outbound, camping, fun jeep, paintball, gelblaster, to flying fox. This study aims to determine the effect of service quality on tourist satisfaction at BosPro. This study is presented in a quantitative descriptive manner, with a sample of 100 respondents and a purposive sampling technique. Data were obtained from questionnaires distributed to BosPro tourists. Data analysis techniques used include Instrument tests, classical assumption tests, and hypothesis tests. The results of the study indicate that service quality has a significant influence on tourist satisfaction, as evidenced by the value of $t_{hitung} > t_{tabel}$, which is $4.604 > 1.987$, with a significant value of < 0.05 ($0.000 < .$). The value of the correlation coefficient is 0.422, which falls within the moderate range of relationships (tends to be strong). The value of the determination coefficient is 0.178, or 17.80%, indicating that service quality accounts for 17.80% of the variance in tourist satisfaction.

Keywords: Service Quality, Tourist Satisfaction, Tourist Attraction, Bospro Rafting & Ootbound

1. PENDAHULUAN

Banyuwangi Outbound Sutar/ BosPro merupakan salah satu pelopor kegiatan outdoor di Songgon Banyuwangi, BosPro terletak di kaki Gunung Raung. BosPro berada di Desa Sumberbulu, Songgon yang memiliki suhu udara cenderung dingin. Pada mulanya BosPro hanya berfokus pada kegiatan rafting dan outbound saja, tetapi seiring dengan perkembangan pariwisata BosPro telah memiliki lebih dari 5 paket wisata yang dapat dinikmati para wisatawan, diantaranya rafting, tubing, outbound, camping, fun jeep, paintball, gelblaster, hingga flying fox. Dengan bertambahnya paket yang ditawarkan, tentunya BosPro terus berupaya untuk menarik para wisatawan, salah satu upaya yang dilakukan adalah memberikan kepuasan kepada wisatawan yang telah menggunakan jasa pelayannya dengan kualitas pelayanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan sangatlah penting, karena melalui pelayanan, wisatawan dapat menilai suatu jasa pelayanan wisata atau produk wisata. Kualitas pelayanan dalam industri pariwisata sangat mempengaruhi persepsi wisatawan terhadap nilai dari pengalaman mereka, jika kualitas pelayanan memadai atau melebihi ekspektasi, wisatawan akan lebih mungkin untuk kembali dan merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain, yang meningkatkan loyalitas jangka panjang [1]. Hal ini tentu sangat baik bagi perusahaan karena secara langsung keuntungan perusahaan akan meningkat karena konsumen yang merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kemungkinan besar akan kembali dan akan merekomendasikan produk tersebut ke orang lain. Terdapat 10 Indikator yang dirangkum menjadi 5 indikator kualitas pelayanan, yaitu keandalan (reliability), daya tangkap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (emphaty), dan bukti fisik (tangible). Sehingga, tingkat kepuasan wisatawan dapat dilihat dari indikator yang telah disebutkan [2].

Desa Sumberbulu, Songgon memiliki 3 provider kegiatan outdoor yang memiliki paket atau produk serupa, bahkan lokasi atau basecamp dari provider tersebut berdekatan. Provider tersebut yaitu Pinus Camp 2, BosPro Rafting dan Outbound, dan Kalisawah Adventure. Ketiga provider tersebut memiliki produk yang sama, maka BosPro Rafting dan Outbound diharuskan untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan, agar setiap wisatawan yang telah melakukan

kegiatan di BosPro Rafting dan Outbound merasa puas dan diharapkan dapat melakukan kegiatan di BosPro kembali dan juga dapat merekomendasikan BosPro Rafting dan Outbound pada orang-orang terdekatnya. BosPro Rafting dan Outbound harus memperhatikan setiap masukan, komplain, komentar dan kritik dari wisatawan agar dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi, inovasi, dan dasar perencanaan dengan tujuan untuk kepuasan tamu. Hal tersebut bisa didapat dari berbagai media secara online, bahkan ketika berkomunikasi dengan wisatawan secara langsung.

Komplain wisatawan dalam menggunakan jasa pelayanan BosPro Rafting dan Outbound dipicu karena beberapa hal, seperti kamar yang akan digunakan wisatawan untuk menginap belum siap padahal tamu sudah booking jauh-jauh hari sebelumnya; terjadi salah komunikasi perihal harga yang disepakati wisatawan dengan PIC, berbeda dengan harga yang diberikan oleh admin, hal tersebut dikarenakan PIC wisatawan belum menginformasikan kesempatan harga yang disepakati. Hal ini tentu dapat menjadi salah satu bahan pertimbangan bagi calon wisatawan lainnya untuk menggunakan jasa pelayanan BosPro Rafting dan Outbound. Oleh karena itu BosPro Rafting dan Outbound harus memberikan pelayanan yang prima agar mampu meningkatkan kepuasan tamu, serta diharapkan dapat meminimalisir adanya komplain oleh wisatawan di masa depan, baik secara lisan maupun tulisan.

Kepuasan wisatawan merupakan situasi yang ditunjukkan melalui sikap atau ekspresi oleh wisatawan ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya secara pribadi telah terpenuhi dengan baik dan sesuai dengan apa yang diharapkan [3]. BosPro Rafting dan Outbound sendiri selalu berusaha untuk meminimalisir ketidakpuasan wisatawan dengan cara memberikan pelayanan yang maksimal untuk setiap kegiatan yang wisatawan lakukan. Salah satu usaha BosPro Rafting dan Outbound untuk memberikan pelayanan yang maksimal adalah dengan memberikan tambahan paket wisata, snack, atau pelayanan lainnya. Secara sederhananya wisatawan diharapkan dapat melakukan repeat order atau menggunakan jasa layanan BosPro Rafting dan Outbound lagi, serta dapat merekomendasikannya kepada orang lain. Kepuasan wisatawan memiliki tiga indikator yaitu, kesesuaian harapan, keinginan berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan [4].

Meskipun industri pariwisata minat khusus seperti rafting dan outbound mengalami pertumbuhan yang pesat, studi akademis yang mengeksplorasi kualitas pelayanan di sektor ini masih sangat terbatas. Sebagian besar literatur mengenai kualitas pelayanan pariwisata sejauh ini masih didominasi oleh sektor akomodasi konvensional, seperti perhotelan dan destinasi wisata massal. Akibatnya, terdapat kesenjangan penelitian yang signifikan dalam memahami bagaimana dimensi kualitas pelayanan seharusnya diterapkan pada wisata berbasis petualangan. Karakteristik unik dari wisata rafting dan outbound yang memadukan unsur tantangan fisik, pengelolaan risiko, dan ketergantungan yang tinggi pada kompetensi pemandu lapangan membuat model evaluasi pelayanan standar tidak dapat diadopsi secara mentah-mentah. Oleh karena itu, penelitian yang berfokus pada kualitas pelayanan di sektor pariwisata minat khusus ini menjadi sangat krusial untuk memberikan panduan empiris bagi para pengelola dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas wisatawan.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan penelitian merupakan sebuah rancangan bagaimana penelitian dilakukan, rancangan tersebut yang digunakan untuk mendapatkan jawaban terhadap pertanyaan yang peneliti rumuskan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif dilakukan untuk mengetahui nilai masing-masing variabel, baik satu variabel atau lebih, dimana variabel tersebut dapat menggambarkan secara sistematis dan akurat mengenai populasi tertentu. Sedangkan, pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan data konkret, data penelitian berupa angka-angka yang diukur menggunakan statistik sebagai alat uji [5]. Data primer diperoleh melalui observasi dan melalui kuesioner, sedangkan data sekunder diambil dari literatur atau dokumen lain yang terkait dengan penelitian ini. Penentuan sample dipilih secara *purposive*, karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti, maka sampel yang dipilih sengaja ditentukan berdasarkan kriteria tertentu oleh peneliti untuk mendapatkan sampel yang dapat mewakili populasi yang ada. Kriteria yang telah peneliti tentukan yaitu: responden merupakan wisatawan yang telah melakukan kegiatan atau menggunakan jasa pelayanan BosPro Rafting dan Outbound dan berusia 17 tahun keatas, karena dianggap dapat memberikan jawaban yang bijak. Dari hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin, diketahui bahwa sampel yang diambil sebanyak 100 sampel dari 4.435 wisatawan yang berkegiatan atau menggunakan pelayanan BosPro Rafting dan Outbound.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

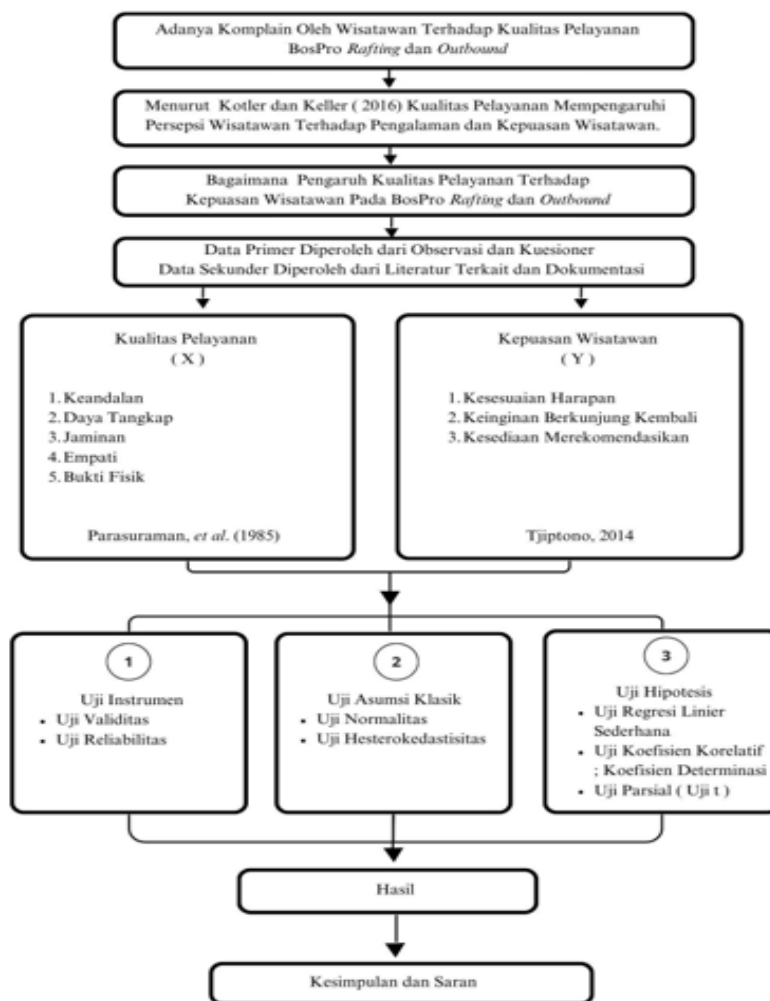
n = Jumlah/ukuran sampel

N = Populasi

e = Persentasi atau batas toleransi kesalahan pengambilan sampel yang digunakan (10%)

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Tahapan analisis dimulai dengan uji asumsi klasik—mencakup uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas—untuk memastikan model bersifat Best Linear Unbiased

Estimator (BLUE), kemudian dilanjutkan dengan uji signifikansi parameter individual (uji t), serta analisis koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur sejauh mana model mampu menjelaskan variasi variabel dependen [6][7].



3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Instrumen penelitian ini telah dinyatakan layak digunakan setelah melalui uji validitas dan reliabilitas dengan hasil yang memenuhi kriteria yang ditetapkan. Uji validitas menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan memiliki nilai Corrected Item-Total Correlation yang lebih besar dari r tabel, sehingga instrumen mampu mengukur parameter penelitian secara akurat. Selain itu, hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60, yang mengindikasikan bahwa instrumen tersebut konsisten dan handal untuk digunakan dalam pengumpulan data [6][7].

3.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui sebaran data yang diperoleh dari hasil penelitian apakah data tersebut terdistribusi dengan normal atau tidak terdistribusi dengan normal. Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan menggunakan bantuan program SPSS versi 25 for windows. Uji ini dilakukan secara statistik One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test. Pada uji statistik One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dikatakan normal bila nilai One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test lebih dari 0,05. Berikut ini merupakan tabel uji normalitas.

Tabel 1. Uji Normalisasi

Variabel	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X)	0,358	Normal
Kepuasan Wisatawan (Y)		

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah ada ketidaksamaan varian dan residual untuk semua pengamatan pada model regresi linier. Uji ini merupakan salah satu uji asumsi klasik yang harus dilakukan. Apabila uji asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi, maka model regresi dikatakan tidak valid sebagai alat peramalan. Berdasarkan ketentuan pada uji Glajser, bila nilai signifikan > 0,05 maka dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, dan sebaliknya. Berikut disajikan hasil dari uji glajser:

Tabel 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas.

Variabel	Signifikan	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X)	0.942	Bebas Heteroskedastisitas

3.3 Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linier

Analisis regresi linier adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan variabel independen (bebas), dengan tujuan untuk memprediksi rata-rata populasi atau nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Analisis regresi linier ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Pengujian regresi linier ini diolah menggunakan program SPSS versi 25 for windows. Adapun hasil analisis data yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier

Variabel	Unstandarized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	12,038	2,999
Kualitas Pelayanan	0,320	0,069

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai konstanta (a) sebesar 12,038, sedangkan nilai variabel (X) kualitas pelayanan sebesar 0,320 sehingga persamaan regresinya dapat ditulis.

$$Y = a + bX$$

$$Y = 12,038 + 0,320X$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan: Konstanta (a) sebesar 12.038 menunjukkan adanya pengaruh variabel independen (X) kualitas pelayanan terhadap variabel dependen (Y) kepuasan wisatawan. Apabila variabel independen (X) kualitas pelayanan tersebut bernilai 0 (nol) maka variabel dependen (Y) kepuasan wisatawan sebesar 12,038; dan Nilai variabel (X) kualitas pelayanan sebesar 0,320 dimana koefisien regresinya mempunyai arah yang positif dalam pengaruhnya terhadap variabel (Y) kepuasan wisatawan.

3.4 Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (R²)

Koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel atau lebih. Arah dinyatakan dalam bentuk positif atau negatif. Sedangkan kuat dan lemahnya hubungan dinyatakan dalam besar koefisien korelasi [7]. Koefisien determinasi pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0-1. Nilai R yang besar berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen tidak terbatas, begitupun sebaliknya.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,422	0,178	0,169	2,13119

Berdasarkan tabel 3.4 menunjukkan hasil koefisien korelasi atau R sebesar 0,422 dan nilai R Square 0,178. Setelah diketahui nilainya, maka untuk mengetahui bagaimana hubungan keduanya adalah dengan pedoman berikut:

Tabel 5. Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang (cenderung kuat)
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Nilai koefisien korelasi sebesar 0,422 merujuk pada rentang interval koefisien 0,40 – 0,599 dengan tingkat hubungan yang sedang (cenderung kuat). Sehingga dapat dikatakan bahwa hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan memiliki tingkat hubungan sedang (cenderung kuat). Sementara koefisien determinasi didapatkan nilai R Square sebesar 0,178 atau 17,80% yang berarti bahwa kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan (Y), sedangkan sebesar 0,822 atau 82,20% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3.5 Uji Parsial

Uji statistik t digunakan untuk mengukur berapa jauh pengaruh variabel bebas secara individual dan menerangkan variasi variabel terikat. Jika nilai signifikan $t < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa variabel secara individual berpengaruh signifikan terhadap variabel tersebut. Berdasarkan hipotesis yang sudah dikemukakan sebelumnya, bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di BosPro Rafting dan Outbound.

Tabel 6. Hasil Uji-t Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1	Constanta	12,038		4,014	0,000
	X	0,320	0,422	4,604	0,000

Dari Tabel diatas maka dapat disusun, diantaranya: nilai signifikan (sig) diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa variabel (X) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel (Y) kepuasan wisatawan; dan nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ sebesar $4,604 \geq 1,987$ maka hipotesis yang diajukan H1 dapat diterima dan H0 ditolak, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel (X) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y) kepuasan wisatawan.

Upaya yang sedang dilakukan guna meminimalisir komplain dari wisatawan di BosPro Rafting dan Outbound adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan, seperti adanya pelayanan bonus yang diberikan kepada wisatawan yang melakukan repeat order atau wisatawan yang mengambil beberapa paket wisata sekaligus. BosPro Rafting dan Outbound selalu mengutamakan kepentingan wisatawan dan melayani keinginan wisatawan. BosPro Rafting dan Outbound juga memberikan permintaan maaf dan kompensasi ketika terjadi komplain yang dapat menimbulkan ketidakpuasan wisatawan. Berdasarkan hasil yang diperoleh, penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan wisatawan [8][9][10], serta memungkinkan wisatawan bertahan lama pada pelayanan yang telah diterima [11]. Kualitas pelayanan juga meliputi ketersediaan fasilitas yang representatif dan terintegrasi, yaitu sebagai fondasi utama dalam membentuk kepuasan wisatawan [12][13]. Kepuasan yang melampaui ekspektasi membuat wisatawan tidak ragu membayar lebih, karena mereka menyadari bahwa kualitas layanan dan pengalaman emosional yang didapat jauh lebih berharga daripada angka yang tertera di label harga [14].

4. KESIMPULAN

Temuan ini menegaskan bahwa penyediaan pelayanan yang berkualitas terhadap kebutuhan wisatawan berdampak langsung pada optimalisasi kepuasan mereka. Secara praktis, kontribusi pengaruh sebesar 17,80% ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan merupakan fondasi awal yang tidak boleh diabaikan oleh manajemen BosPro Rafting dan Outbound. Di tengah ketatnya persaingan industri wisata petualangan, kemampuan untuk beradaptasi dengan ekspektasi konsumen seperti pelayanan sikap sopan hingga keramahan fasilitator menjadi kunci pembeda, sehingga harus ditingkatkan. Sementara pelayanan yang berkaitan dengan kesesuaian paket yang diterima oleh wisatawan harus dipertahankan. Dengan mengoptimalkan dimensi pelayanan yang paling sensitif bagi wisatawan, perusahaan tidak hanya berhasil memenuhi standar keselamatan dasar, tetapi juga mampu melampaui ekspektasi pengunjung yang bermuara pada terciptanya kepuasan jangka panjang.

REFERENCES

- [1] P. Kotler dan Keller. Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta : PT. Indeks, 2016.
- [2] L.L.B. Parasuraman and Zeithaml. A Conceptual Model Of Services Quality And Its Implications For Future Research: Journal Of Marketing, Vol. 49, P.41-50, 1985.
- [3] F. Tjiptono. Service Management, Mewujudkan Layanan Prima. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012.
- [4] F. Tjiptono, Fandy. Strategi Pemasaran Edisi 4. Yogyakarta : CV Andi Offset, 2014.
- [5] I.L. M. Jaya. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Yogyakarta : Quadrant, 2020.



- [6] I. Ghozali. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS.25.Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2023.
- [7] Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung : Alfabeta, 2017
- [8] E.A. Ermawati, E.R. Cardias Ermawati, dan D.S. Prakoso. Implikasi Kualitas Pelayan Guest Relation Officer (Gro) Dalam Meningkatkan Kepuasan Tamu Di Sheraton Surabaya Hotel & Towers. Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata. 7(2): 62-69, 2024.
- [9] N.G. Karisma. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Anak Usaha PT. Pratama Wisata Lintasnusa Jalan Ke Bromo. Banyuwangi: Politeknik Negeri Banyuwangi, 2024.
- [10] A. Saripudin, W. Oktariawan, dan N. Kurniasih. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Saung Manglid. Muttaqien. 2(1): 48-57, 2021.
- [11] R. Ardista. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Langit Membiru Wisata Bogor. Jurnal Parameter. 7(1): 38-49, 2021.
- [12] E.A. Ermawati dan E.R. Cardias. Eksplorasi Potensi Fasilitas Wisata Guna Meningkatkan Daya Tarik Wisata Waduk Londo Desa Tamansari Banyuwangi. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara 4 (4), 4782-4788, 2023.
- [13] J. Kurniawan, R. Brian dan S.T. Mulyono. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Museum Macan, Jakarta. Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata. 5(2): 38-43, 2022.
- [14] E.R. Cardias, A.W. Sanjaya, E.A. Ermawati, A.D. Yustita. Analysis Of Tourists'willing To Pay Ijen Crater Natural Tourism Park.Jurnal Kepariwisata 23 (1), 61-66, 2024.