

Dampak Atraksi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Domestik Yang Berkunjung Di Batu Love Garden Kota Batu Jawa Timur

Rio Rizky Priambudi¹, Stella Alvianna^{2*}, Estikowati³, Syarif Hidayatullah⁴

^{1,2,3}Program Diploma Kepariwisata, Universitas Merdeka Malang, Indonesia

⁴Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Merdeka Malang, Indonesia

*stellaalvianna03@gmail.com

Info Artikel

Riwayat Artikel

Diterima: 22-10-2021

Disetujui: 30-11-2021

Kata Kunci

Atraksi;

Fasilitas;

Kepuasan Wisatawan



stellaalvianna03@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh atraksi dan fasilitas yang disediakan terhadap kepuasan wisatawan domestik yang berkunjung. Teknik pengambilan sampel menggunakan cara *accidental sampling* dengan cara menyebarkan link kuesioner dalam bentuk google form kepada 150 responden yang berkunjung. Untuk penentuan skor jawaban pada kuesioner menggunakan skala likert yang akan diuji validitas dan reliabilitasnya dihitung dengan menggunakan koefisien *Split-Half*. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara atraksi terhadap kepuasan wisatawan, dan juga terdapat pengaruh signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan wisatawan, kedua variabel bebas yaitu atraksi dan fasilitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan wisatawan, serta dari kedua variabel tersebut diketahui variabel fasilitas yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan wisatawan. Kesimpulannya adalah kepuasan wisatawan yang berkunjung

PENDAHULUAN

Pariwisata yakni suatu industri yang sangat cepat perkembangannya dan merupakan jenis industri urutan kedua setelah industri minyak bumi (Spillane, 1987:40). Karena turut berkontribusi terhadap perekonomian negara tersebut, maka pariwisata dapat dikatakan sebagai katalisator. Dengan adanya wisatawan yang berkunjung pada Daerah Tujuan Wisata (DTW) maka dapat menambah perekonomian masyarakat dan kemakmuran masyarakat setempat. Pariwisata yakni suatu fenomena sosial yang sangat rumit, yang menyangkut kemanusiaan serta memiliki beberapa sudut pandang sosial, psikologi, ekonomi, dan sebagainya. Salah satu yang paling besar perhatiannya dan terbilang sangat penting adalah dari sudut pandang ekonominya (Wibowo et al. 2021)

Batu Love Garden (BALOGA) adalah salah satu destinasi wisata di bawah naungan Jawa Timur Park Group. Tempat wisata ini sudah terbuka guna memeriahkan wisatawan yang datang ketika libur akhir tahun 2020. BALOGA memiliki bermacam-macam jenis bunga, buah, dan sayur. Konsep BALOGA adalah taman bunga, yang dimana ingin mengangkat seluruh kekayaan tanaman bunga dengan perpaduan konsep edukasi, baik dari Indonesia sendiri maupun negara lain ke dalam berbagai bentuk rangkaian.

Tempat wisata ini dikemas di dalam dan luar ruangan. Untuk wahana bagian dalam, bunga yang disajikan adalah replika. Sedangkan wahana bagian luar dipenuhi tanaman bunga yang dirangkai ke dalam berbagai bentuk. Sehingga BALOGA dapat memanjakan mata pengunjung dengan wahana yang beragam dan dengan bentuk-bentuk tanaman yang menjadi satu edukasi untuk pengunjung, namun tempat wisata ini belum sepenuhnya selesai

dibangun. Terdapat berbagai rumusan masalah pada penelitian ini yakni Apakah atraksi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan domestik yang berkunjung di Batu Love Garden? Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan domestik yang berkunjung di Batu Love Garden? Apakah atraksi dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan domestik yang berkunjung di Batu Love Garden? Manakah di antara atraksi dan fasilitas yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung di Batu Love Garden?

KAJIAN PUSTAKA

Pariwisata

Pariwisata dapat dibilang selaku industri jasa sebab terdiri dari sebagian industri yang silih bersinergi dalam dalam menciptakan produk ataupun jasa yang diperlukan turis di kala melaksanakan kegiatan wisata pada sesuatu atraksi wisata. Produk-produk tersebut silih memenuhi satu sama lain guna menghasilkan kepuasan kepada turis (Wahab and Yoeti 1996)(Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia 2009) mengenai kepariwisataan, penafsiran pariwisata merupakan bermacam rupa aktivitas wisata serta didukung bermacam sarana dan layanan yang disiapkan dari warga, pengusaha, serta pemerintah.

Atraksi

Atraksi merupakan hal yang sangat penting pada suatu destinasi wisata karena dari sinilah sumber destinasi wisata tersebut dapat menarik wisatawan agar mau datang berkunjung dan menikmati suatu tempat wisata. Atraksi itu sendiri memiliki arti sebuah daya tarik pertunjukan atau tontonan yang unik dan tidak biasa dijumpai di kebanyakan tempat sehingga wisatawan akan mendekati sumber pertunjukan tersebut.

Menurut (Saway et al. 2021) (Alvianna, Patalo, et al. 2020) (Ningtiyas and Alvianna 2021) atraksi ataupun daya tarik merupakan segala perihal yang menjadi pusat perhatian baik itu terdapat pada keindahan alam maupun pada objek wisata supaya wisatawan tertarik mengunjungi tempat tersebut dengan indikator sebagai berikut:

1. Panorama
Meliputi keadaan alam, kontur lingkungan dan gambaran pemandangan pada suatu destinasi wisata.
2. Keunikan
Suatu konsep desain dan tema dari destinasi wisata yang menarik wisatawan untuk berkunjung.
3. Keindahan
Suatu destinasi wisata dapat menarik minat pengunjung jika keindahannya tetap terjaga.
4. Kesenian Objek Wisata
Wisatawan dapat tertarik karena suatu destinasi menyuguhkan objek wisata yang memiliki nilai seni.

Fasilitas

(Santosa, Ernawati, and Santosa 2016) berargumen jika salah satu perihal pokok bagi perkembangan pariwisata yakni dengan adanya fasilitas atau sarana pendukung. Maka banyak sekali wisatawan yang datang ke suatu tempat wisata karena tidak hanya tertarik pada atraksi yang ditawarkan, namun juga fasilitas yang disediakan sebagai penunjang. Fasilitas sendiri merupakan sebuah sarana atau alat untuk mendukung sebuah fungsi supaya berjalan dengan mudah dan efisien. Fasilitas adalah unsur tersendiri dan bisa ditambah atau

dikurangi atau dimodifikasi tanpa mengubah konsep dan jenis jasa tersebut. (Rokhim and Benny 2017) menjabarkan ada beberapa indikator dalam penyediaan fasilitas yang digunakan pada penelitian yakni:

1. Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan yaitu mencakup keadaan fasilitas dan unsur-unsur pendukungnya termasuk kerapian dan kebersihan konsumen setelah memakai sarana itu.
2. Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan yang dimaksud yakni fungsi sarana itu apakah masih bagus tanpa ada kecacatan atau tidak.
3. Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan yaitu apakah sarana tersebut sering dijumpai atau belum sehingga konsumen bisa dengan mudah menggunakan sarana tersebut.

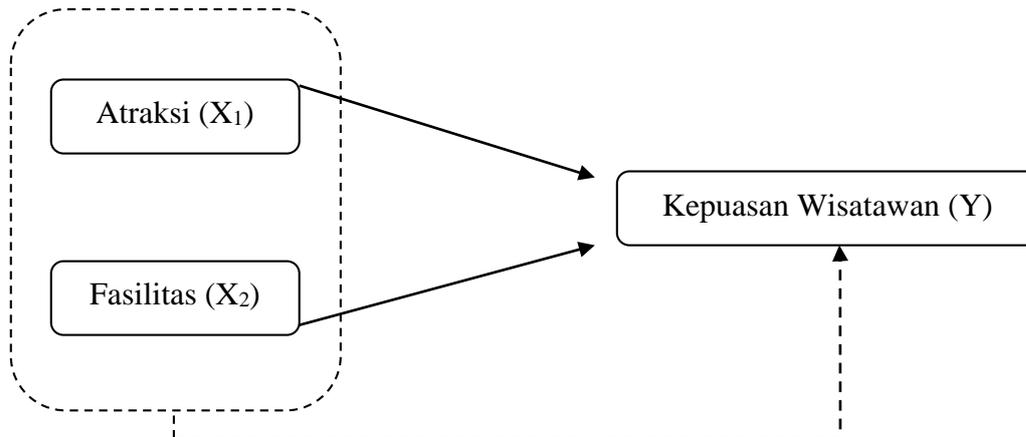
Kepuasan Wisatawan

Menurut (Alvianna 2017) (Alvianna, Earlike, et al. 2020) definisi kepuasan pelanggan merupakan perasaan seorang yang mencuat baik bahagia maupun kecewa sehabis menyamakan kesan terhadap produk ataupun hasil serta bermacam harapannya. Sebaliknya (Tjiptono 2000) mengatakan jika puas atau tidaknya pelanggan merupakan reaksi yang dirasakan kala menghadapi ketidakpuasan terhadap harapan tadinya dengan hasil yang didapat serta dialami sehabis konsumsinya.

Indikator pengukuran kepuasan pelanggan penting adanya untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan pada perusahaan tersebut dan pihak lain yang berkaitan dengan perusahaan tersebut. (Tjiptono and Chandra 2011) menjabarkan bahwa terdapat 6 indikator kepuasan konsumen yaitu:

1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan
Diukur berdasarkan pada produk atau jasa perusahaan terkait terhadap kepuasan keseluruhan pada produk ataupun jasa tersebut.
2. Dimensi Kepuasan Pelanggan
Pelanggan diminta untuk menilai sesuatu produk atau jasa secara rinci dan khusus seperti kemampuan karyawan, kinerja pelayanannya, dan kemudahan fasilitas yang ditawarkan.
3. Konfirmasi Harapan
Membandingkan kesesuaian ataupun ketidaksesuaian harapan pelanggan dengan fungsi produk atau kinerja produk tersebut.
4. Minat Berkunjung Kembali
Mengukur perilaku pelanggan apakah akan datang lagi mengkonsumsi produk tersebut atau tidak.
5. Kesiediaan Untuk Merekomendasi
Jika pelanggan mengkonsumsi lagi atau memakai kembali produk atau jasa dalam jangka waktu yang lama dan lebih dari sekali pembelian karena merasa puas, sehingga pelanggan bakal mau memberikan rekomendasi kepada kerabat, keluarga, dan orang lain.
6. Ketidapuasan Pelanggan
Pelanggan yang merasa tidak puas pasti bakal berpindah kepada produk saingan milik industri lain karena produk tersebut tidak dapat memuaskan pelanggan dari berbagai faktor seperti biaya garansi, penarikan produk, dan keluhan negatif konsumen.

Kerangka Konsep Penelitian



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian
Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2021

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh atraksi dan fasilitas yang ditawarkan pada suatu destinasi wisata BALOGA terhadap kepuasan wisatawan domestik yang berkunjung dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Tempat yang akan digunakan untuk penelitian adalah Batu Love Garden yang berlokasi di Jalan Raya Pandanrejo No. 91, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu, Jawa Timur 65332. Populasi pada penelitian ini yakni sebagian besar wisatawan domestik yang berkunjung pada destinasi wisata Batu Love Garden yang tidak terduga, dimana jumlah wisatawan yang diteliti belum diketahui. Maka untuk mencari sampel dari populasi tersebut ditetapkan dengan cara *Accidental Sampling* yang mengacu pada kemungkinan kebetulan yang mudah dijumpai dan dijangkau bisa digunakan sebagai sampel dengan menentukan jumlahnya menggunakan rumus menurut Malhotra (2006:291) dikemukakan pada buku riset pemasaran setidaknya ada empat atau lima kali dari total item pernyataan pada kuesioner. Jumlah item pernyataan pada penelitian ini berjumlah 30 butir, sehingga dapat ditentukan jumlah sampel pada penelitian ini adalah $5 \times 30 = 150$. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, serta uji hipotesis.

Definisi Operasional Variabel

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
Atraksi (X ₁)	Unsur-unsur pada suatu destinasi wisata yang membuat wisatawan tertarik untuk mengunjungi suatu destinasi wisata.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Panorama 2. Keunikan 3. Keindahan 4. Kesenian obyek wisata 	Roger dan Slinn (1998 : 12) dalam Abdul Haji dan Yusuf (2016 : 137)
Fasilitas (X ₂)	Sarana dan prasarana pendukung pada suatu destinasi wisata yang digunakan untuk menunjang kegiatan wisata.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas 2. Kondisi dan fungsi fasilitas 3. Kemudahan menggunakan fasilitas 	Sumayang (2003 : 124)
Kepuasan Wisatawan (Y)	Perasaan senang atau kecewa wisatawan terhadap hasil yang didapat setelah berkunjung di suatu destinasi wisata.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan pelanggan keseluruhan 2. Dimensi kepuasan pelanggan 3. Konfirmasi harapan 4. Minat berkunjung kembali 5. Kesiediaan untuk merekomendasikan 6. Ketidakpuasan pelanggan 	Tjiptono (2011 : 453)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebanyak 150 responden melengkapi kuesioner penelitian ini melalui google form. Hasil analisis hipotesis masing-masing variabel dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

Hasil Profil Responden

Tabel 2. Profil Responden

Item	Optional	Frekuensi	Persentase
Usia	15-20 Tahun	9	6,0
	21-25 Tahun	102	68,0
	26-30 Tahun	21	14,0
	>30 Tahun	18	12,0
Kota Asal	Batu	85	56,7
	Malang	50	33,3
	Luar Malang	15	10,0
Pekerjaan	Mengurus Rumah Tangga	21	14,0
	PNS	7	4,7
	Pelajar/Mahasiswa	39	26,0
	Petani	4	2,7
	Swasta	79	52,7
	Jenis Kelamin	Laki-laki	65
	Perempuan	85	56,7

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2021

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Var	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
Atraksi	X ₁	0,454	0,109	0,330	4,148	0,000
Fasilitas	X ₂	0,744	0,135	0,439	5,512	0,000
Dependent Variable	Kepuasan Wisatawan (Y)					
R	0,706					
R ₂	0,499					
Adjusted R ₂	0,492					
F _{hitung}	73,080					
Sig	0,00					
Model Regresi	Y=a+b ₁ X ₁ +b ₂ X ₂ +e					
Result	Y = 18,879 + 0,454 X ₁ + 0,744 X ₂					

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2021

Pada tabel 3 tersebut dapat diketahui model regresi linear berganda dimana koefisien regresi variabel atraksi (X₁=0,454) dan variabel fasilitas (X₂=0,744) yang artinya variabel atraksi dan fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan karena nilai

signifikansi lebih kecil dari 0,05. Besarnya nilai *adjusted R square* yang terdapat pada tabel 2 senilai 0,492 yang artinya kemampuan variabel atraksi dan fasilitas guna mendefinisikan variasi pada variabel terikat senilai 49,2% serta sisanya 50,8% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti.

Untuk mengetahui pengaruh model regresi secara bersama-sama atau simultan, maka dilakukan uji F. Hasilnya diperoleh F_{hitung} sebesar 73,080 dengan sigifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ yang berarti bahwa variabel atraksi dan fasilitas berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel kepuasan wisatawan.

Pembahasan

1. Pengaruh Atraksi Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan

Hasil penelitian ini memperlihatkan adanya pengaruh variabel atraksi secara parsial atau terpisah terhadap variabel kepuasan wisatawan berdasarkan hasil t_{hitung} sebesar 4,148 dan signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ dari output SPSS. Atraksi digunakan sebagai indikator suatu destinasi wisata dalam menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Eka Rosyidah Aprilia (2017) dalam penelitiannya yang berjudul (Saway et al. 2021)

2. Pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan

Hasil penelitian ini memperlihatkan adanya pengaruh variabel fasilitas secara parsial atau terpisah terhadap variabel kepuasan wisatawan berdasarkan hasil t_{hitung} sebesar 5,512 dengan signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ dari output SPSS. Fasilitas yang disediakan sangat memadai dan berfungsi dengan baik pada saat wisatawan menggunakannya. Hasil ini berkebalikan dari hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Marianti (2019) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Sarana Prasarana Pariwisata terhadap Kepuasan Wisatawan pada Objek Wisata Pemandian Air Panas Lejja di Kabupaten Soppeng” dimana hasil penelitiannya adalah terdapat pengaruh sarana dan prasarana di kategori rendah terhadap kepuasan wisatawan.

3. Pengaruh Atraksi dan Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan

Berdasarkan hasil output SPSS nilai F_{hitung} variabel bebas sebesar 73,080 dengan angka signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ yang berarti bahwa terdapat pengaruh antara variabel atraksi dan fasilitas terhadap variabel kepuasan wisatawan secara simultan atau bersamaan. Dari output SPSS ditemukan angka *Adjusted R Square* senilai 0,492. Angka itu berarti jika kedua variabel bebas yaitu atraksi serta fasilitas mampu mendefinisikan variasi variabel terikat yaitu kepuasan wisatawan senilai 49,2%. Sedangkan bersisa 50,8% terpengaruh variabel lain yang tak diteliti. Hal ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pertiwi (2018) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Harga, Fasilitas Wisata, dan Atraksi Wisata terhadap Kepuasan Konsumen Objek Wisata Konservasi (Studi pada Pengunjung Taman Safari Indonesia II Prigen, Pasuruan)” dimana hasil penelitiannya yakni variabel atraksi wisata dan fasilitas wisata berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

4. Fasilitas Wisata berpengaruh Dominan terhadap Kepuasan Wisatawan

Bersumber dari hasil pengujian regresi dengan membandingkan angka koefisien regresi variabel atraksi (X_1) sebesar 0,454 dan variabel fasilitas (X_2) sebesar 0,744 yang artinya variabel fasilitas berpengaruh dominan terhadap kepuasan wisatawan dimana yang menjadi tolak ukur kepuasan wisatawan yang berkunjung adalah fasilitas yang disediakan sangat memadai dan mendukung kegiatan berwisata. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Deviana

(2019) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Aksesibilitas, Tarif, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan yang Berkunjung ke Pantai Nglambor Gunungkidul Yogyakarta” dimana hasil penelitiannya adalah variabel fasilitas berpengaruh dominan terhadap kepuasan wisatawan.

SIMPULAN DAN SARAN

Bersumber dari hasil analisa data yang sudah diuji pada kesemua data yang didapatkan maka diperoleh kesimpulan bahwa variabel atraksi berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan domestik yang berkunjung di BALOGA berdasarkan uji t pada variabel atraksi dari hasil olah SPSS. Hal ini menunjukkan jika keberagaman atraksi yang ditawarkan lebih banyak maka wisatawan akan semakin tertarik berkunjung ke BALOGA.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan domestik yang berkunjung di BALOGA berdasarkan hasil uji t pada hasil output SPSS. Hal ini menunjukkan jika fasilitas yang disediakan lebih lengkap akan menunjang wisatawan dalam melakukan kegiatan berwisata, merasa nyaman dan puas mengunjungi suatu destinasi wisata.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel atraksi dan fasilitas berpengaruh secara simultan atau bersamaan terhadap variabel kepuasan wisatawan domestik yang berkunjung di BALOGA berdasarkan uji F pada hasil output SPSS. Hal ini menunjukkan bahwa atraksi dan fasilitas termasuk komponen yang membantu terciptanya kepuasan pengunjung melalui banyaknya atraksi serta lengkapnya fasilitas yang tersedia untuk wisatawan guna memenuhi keinginan wisatawan untuk berwisata.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas dominan berpengaruh terhadap variabel kepuasan wisatawan domestik yang berkunjung di BALOGA berdasarkan dari hasil analisis regresi yang memperlihatkan jika koefisien regresi fasilitas lebih besar daripada koefisien regresi atraksi. Hal ini berarti bahwa fasilitas menjadikannya komponen yang paling menonjol supaya pengunjung merasa puas menjalankan aktivitas berwisata karena fasilitas yang tersedia sangat lengkap.

Saran

Bagi peneliti lain sebaiknya perlu diadakan penelitian lebih lanjut ataupun mengembangkan variabel penelitian supaya bisa diperoleh variabel-variabel berikutnya yang berguna untuk perkembangan ilmu pengetahuan. Selain itu perlu dipertimbangkan variabel lainnya dalam melakukan kajian lebih lanjut seperti sistem informasi pemasaran seperti yang dilakukan oleh (Hidayatullah et al. 2019) (Hidayatullah et al. 2020) serta promosi melalui sosial media marketing seperti istagram dan media lainnya seperti yang diteliti oleh (Amelia, Rizka ; Hidayatullah 2020) (Respati and Hidayatullah 2021) (Zharfaningrum, Hidayatullah, and Khourh 2020), pemasaran secara online dilakukan untuk menarik minat berkunjung wisatawan khususnya generasi millennial (Hidayatullah et al. 2021) (Sandrio et al. 2020) (Pratama, Hidayatullah, and Alvianna 2021). Selanjutnya yang tidak kalah pentingnya adalah perlunya menggandeng keberadaan kelompok sadar wisata yang ada pada daerah setempat guna meningkatkan kebersamaan dan ekonomi daerah (Hidayatullah et al. 2018) selain itu perlu juga kesadaran dan pelayanan yang baik dalam meningkatkan kunjungan wisatawan seperti yang dilakukan oleh (Alvianna et al. 2021)(Rachmawati et al. 2019)(Patalo et al. 2021).

DAFTAR PUSTAKA

- Alvianna, Stella. 2017. "ANALISIS PENGARUH HARGA, PRODUK, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI TAMAN WISATA AIR WENDIT KABUPATEN MALANG." *Jurnal Pariwisata Pesona*. <https://doi.org/10.26905/jpp.v2i1.1263>.
- Alvianna, Stella, Fitria Earlike, Anwar Sani, Alwin Lasarudin, and Syarif Hidayatullah. 2020. "The Impact of Visitor Satisfaction Mediation from the Relationship between Marketing Information Systems , Tourist Destinations and Service Quality towards Returning Interest in Malang Topeng Village Tourism Destinations" 4413 (12): 332–38. <https://doi.org/10.36349/easjmb.2020.v03i12.003>.
- Alvianna, Stella, Ika Husnita, Syarif Hidayatullah, Alwin Lasarudin, and Estikowati Estikowati. 2021. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Panderman Coffee Shop Di Masa Pandemi Covid-19." *Journal of Management and Business Review* 18 (2). <https://doi.org/10.34149/jmbr.v18i2.286>.
- Alvianna, Stella, Ryan Gerry Patalo, Syarif Hidayatullah, and Ike Kusdyah Rachmawati. 2020. "Pengaruh Attraction , Accessibility , Amenity , Ancillary Terhadap Kepuasan Generasi Millenial Berkunjung Ke Tempat Wisata" 4: 53–59. <https://doi.org/10.34013/jk.v4i2.41>.
- Amelia, Rizka ; Hidayatullah, Syarif. 2020. "The Effect of Instagram Engagement to Purchase Intention and Consumers ' Luxury Value Perception as the Mediator in the Skyounge Restaurant" 5 (4): 958–66.
- Hidayatullah, Syarif, Universitas Merdeka Malang, Umu Khourah, Universitas Merdeka Malang, Irany Windhyastiti, and Universitas Merdeka Malang. 2018. "Development of Tourist Village Model Through 'Pokdarwis' Empowerment and Information Technology Utilization." *European Journal of Business and Management*, no. January. <https://doi.org/10.7176/ejbm-10-23-12>.
- Hidayatullah, Syarif, Ryan Gerry Patalo, Achmad Firdianjah, Abdul Waris, Unmer Malang, and Polinema Malang. 2019. "Pengaruh Sistem Informasi Pemasaran, Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Terhadap Keunggulan Bersaing Jatim Park Group," no. September.
- Hidayatullah, Syarif, Ike Kusdyah Rachmawati, Eko Aristanto, Abdul Waris, and Ryan Gerry Patalo. 2020. "Peran Sistem Informasi Pemasaran , Kualitas Pelayanan Dan Entrepreneurial Marketing Serta Kepuasan Terhadap Loyalitas Generasi Milenial Berkunjung Ke Tempat Wisata." <https://doi.org/10.32812/jibeka.v14i1.148>.
- Hidayatullah, Syarif, Sutikno Sutikno, Stella Alvianna, and Ike Kusdyah Rachmawati. 2021. "THE RELATIONSHIPS BETWEEN DESTINATION IMAGE, TOURIST INTEREST IN TRAVELLING AND PROMOTION: THE CASE OF BEDENGAN, MALANG, INDONESIA." *Journal of Event, Tourism and Hospitality Studies (JETH)*. <https://doi.org/10.32890/jeth2021.1.7>.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. 2009. "Penjelasan UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan." *Undang Undang Tentang Kepariwisataaan*.
- Ningtiyas, Elinda Anandar, and Stella Alvianna. 2021. "Analisis Pengaruh Attraction,

- Accessibility, Amenity, Ancillary Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Melalui Loyalitas Wisatawan Sebagai Variabel Mediasi.” *Media Wisata* 19 (1): 83–96. <https://doi.org/10.36276/mws.v19i1.69>.
- Patalo, Ryan Gerry, Ike Kusdyah Rachmawati, Stella Alvianna, and Syarif Hidayatullah. 2021. “Analisis Kualitas Sistem Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Sosial Media Instagram Pada Akun @ Bbtbnromotenggersemeru” 2 (1): 65–77.
- Pratama, Bestio Putra, Syarif Hidayatullah, and Stella Alvianna. 2021. “Mediation Effect of Customer Satisfaction from the Relationship between System Quality , Information Quality , and Service Quality towards Interests of Tourist Visiting in East Java Park 3” 6 (1): 95–100.
- Rachmawati, Ike Kusdyah, Yunus Handoko, Fenia Nuryanti, Maulidia Wulan, and Syarif Hidayatullah. 2019. “Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Pelanggan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online,” no. September.
- Respati, Harianto, and Syarif Hidayatullah. 2021. “Implementation of the DeLone and McLean Information System Success Models for Information Systems Based on Social Media” 9 (2): 4361. www.ijcrt.org.
- Rokhim, Fatkhur, and Ir Benny. 2017. “Fasilitas Wisata Konservasi Mangrove Wonorejo Di Surabaya.” *JURNAL EDIMENSI ARSITEKTUR*.
- Sandrio, Laurensius, Syarif Hidayatullah, Bambang Supriadi, and Ryan Gerry Patalo. 2020. “Effect Of Tourism Satisfaction As A Mediator Variable Of Images Of Destination And Facilities To Loyalties On Millennial Generation To Visit Bromo Tengger Semeru” 9 (05): 183–87.
- Santosa, U Bayu, Jenny Ernawati, and Herry Santosa. 2016. “Penataan Fasilitas Wisata Waduk Selorejo.” *Jurnal Mahasiswa Jurusan Arsitektur Universitas Brawijaya*.
- Saway, Winny Virginia, Stella Alvianna, Estikowati, Alwin Lasarudin, and Syarif Hidayatullah. 2021. “Dampak Atraksi, Amenitas Dan Aksesibilitas Pantai Pasir Putih Kabupaten Manokwari Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung.” *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama Dan Budaya*.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Andi, Yogyakarta. <https://doi.org/10.1136/qhc.11.3.233>.
- Tjiptono, Fandy, and Gregorius. Chandra. 2011. “Service, Quality & Satisfaction.” In *Edisi 4*. <https://doi.org/10.3389/fgene.2015.00293>.
- Wahab, Salah, and Oka A. Yoeti. 1996. “Pengertian Pariwisata.” *Jurnal Saintek Perikanan*.
- Wibowo, Riefka, Stella Alvianna, Syarif Hidayatullah, Widji Astuti, and Muhammad Danang Setioko. 2021. “Analysis of the Influence of Tourist Destinations and Service Quality on Tourist Satisfaction Visiting the Jawa Timur Park in the New Normal Era” 6 (1).
- Zharfaningrum, Dhia, Syarif Hidayatullah, and Umu Khourh. 2020. “Determinan Keputusan Pembelian Online Di Instagram : Perspektif Promosi , Kemudahan, Kualitas Informasi Dan Kepercayaan.” *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*.