

## **ANALISIS PENGARUH HARGA, PRODUK, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI TAMAN WISATA AIR WENDIT KABUPATEN MALANG**

**Stella Alvianna**

Program Diploma Kepariwisata Universitas Merdeka Malang  
Jl. Bandung No. 1 Malang

Korespodensi dengan Penulis:

**Stella Alviana:** Telp : 082257877111

E-mail : stellaalvianna03@gmail.com

### **Abstract**

*The purpose of research is to describe the price, product, and service quality to tourist satisfaction, to analyze the effect of pricing, product, and service quality, and to analyze between the price of the product, and the quality of service which the dominant influence on tourist satisfaction. The method used in this research is descriptive quantitative research methods survey technique which aims to clarify leverage causal relationship between variables through hypothesis testing verification. The data analysis in research used multiple linear regression followed by hypothesis testing. The results showed that the price, product, and quality of service simultaneously significant effect on satisfaction tourist in Taman Wisata Air Wendit Kabupaten Malang, this suggests that the price is comparable to rides that are enjoyed by tourists, products that meet the desires and needs of tourists, and services present optimally, then the tourists can obtain an enjoyable experience so that tourists are interested to come and visit again. Price is dominant influence on tourist satisfaction, the results showed that the price of the dominant influence, not a product. This is because the tourist assumes that the expenditure during a trip to Taman Wisata Air Wendit is in accordance with the travel benefits which are gained by tourists*

**Keywords:** Price, Product, Service quality, Tourist satisfaction.

Pariwisata merupakan segala rangkaian kegiatan yang dilakukan baik oleh pemerintah, dunia usaha atau swasta dalam menyediakan, menata, mengatur, mengelola, dan

melayani kebutuhan orang-orang yang melakukan perjalanan atau kebutuhan wisatawan untuk menikmati daya tarik wisata. Dengan melihat pandangan masyarakat yang

menganggap pariwisata merupakan suatu kebutuhan, maka setiap daerah tujuan wisata di Indonesia membangun dan mengembangkan industry pariwisata di daerah- daerah masing- masing. Adanya kegiatan pariwisata yang baik dinilai sangat penting, karena baik secara langsung maupun tidak langsung akan dapat mengangkat derajat daerah tujuan wisata tersebut, banyaknya manfaat dan keuntungan yang dapat diperoleh dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata apabila direncanakan dan diarahkan dengan baik.

Manfaat dan keuntungan dari adanya kegiatan pariwisata, dapat dilihat dan dirasakan dari berbagai segi, baik dari segi ekonomi, sosial, budaya, politik, maupun bagi lingkungan hidup. Pembangunan dan pengembangan suatu daya tarik wisata tentu tidak terlepas dari adanya kegiatan pemasaran, seperti yang kita ketahui selama ini, kegiatan pemasaran mempunyai pengaruh yang begitu kuat terhadap banyak hal, salah satunya adalah kegiatan wisata. Dalam perjalanan suatu daur hidup daya tarik wisata tentu tidak terlepas

dari adanya kegiatan pemasaran, seperti yang kita ketahui selama ini, kegiatan pemasaran mempunyai pengaruh yang begitu kuat terhadap banyak hal salah satunya adalah kegiatan wisata. Dalam perjalanan suatu daur hidup daya tarik wisata akan membutuhkan beberapa strategi yang ada dalam kegiatan pemasaran, salah satunya adalah strategi bauran pemasaran atau lebih dikenal dengan strategi *marketing mix*. Strategi bauran pemasaran merupakan salah satu strategi dalam kegiatan pemasaran yang sering digunakan, karena strategi bauran pemasaran dapat membantu pengelola daya tarik wisata untuk menentukan strategi pemasaran yang akan digunakan, dengan begitu akan dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan dari wisatawan. Kepuasan wisatawan, juga merupakan kunci keberhasilan suatu daya tarik wisata, hal ini dikarenakan apabila wisatawan merasa puas dengan segala yang ditawarkan oleh suatu daya tarik wisata, maka wisatawan tersebut akan melakukan kunjungan ulang atau setidaknya seorang wisatawan tersebut akan menceritakan pengalamannya kepada orang lain.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan pada saat wisatawan berada di suatu daya tarik wisata, seperti; harga, produk wisata yang ditawarkan, pelayanan selama wisatawan berkunjung ke daya tarik wisata tersebut, akomodasi untuk menuju ke daya tarik wisata tersebut, dan lain sebagainya. Faktor-faktor tersebut yang dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan, apabila manfaat selama wisatawan berkunjung ke daya tarik tersebut sama dengan atau lebih baik dengan harapan maka wisatawan akan mendapatkan kepuasan (*satisfaction*) selama berkunjung, begitu juga sebaliknya apabila manfaat selama wisatawan berkunjung lebih buruk dari pada yang diharapkan, maka wisatawan tidak puas (*dissatisfaction*). Harga yang menjadi salah satu faktor untuk mengetahui tingkat kepuasan wisatawan bukanlah harga dari segi ekonomi melainkan harga dari sisi manfaat yang didapat oleh wisatawan, oleh karena itu manfaatlah yang menjadi salah satu penilaian untuk mengetahui kepuasan wisatawan, seperti yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2001 : 339)

bahwa Harga adalah sejumlah nilai yang dapat ditukar dengan produk dan jasa. Selain harga, ada juga produk wisata yang ada diartikan bagaimana produk wisata yang ada di daya tarik wisata tersebut ditata sedemikian indahnya untuk menarik minat berkunjung wisatawan sehingga wisatawan dapat merasa puas dengan produk wisata yang sudah ditawarkan oleh pihak pengelola daya tarik wisata tersebut, selain harga dan produk wisata, pelayanan dalam arti kualitas layanan yang terdiri dari 5 dimensi diantaranya adalah *tangibles*, *realibility*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*, maka dari itu untuk menganalisis diantara harga, produk, dan layanan, mana yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan wisatawan, perlu dilakukannya penelitian yang mengukur tingkat kepuasan wisatawan dilihat dari sisi harga, produk wisata, dan kualitas layanan.

#### **METODE**

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif, dalam desain penelitian ini dapat berupa deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif menggunakan alat analisis data berupa statistik deskriptif, namun

selain statistik deskriptif, penulis juga menggunakan analisis regresi linier berganda. Lokasi penelitian ini dilakukan di Taman Wisata Air Wendit Kabupaten Malang yang beralamat di Jalan raya Wendit, Mangliawan, Pakis- Malang. Pada penelitian ini definisi operasional yang digunakan pada variabel harga adalah manfaat yang diperoleh oleh wisatawan sebanding dengan pengorbanan, selain itu penulis juga menggunakan harga yang ditawarkan oleh pengelola dapat dijangkau oleh wisatawan. Pada variabel produk indikator pengukuran yang digunakan yaitu produk inti dari Taman Wisata Air Wendit. Pada variabel kualitas layanan indikator pengukuran yang digunakan adalah keandalan (*reability*), Ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*). Pada variabel kepuasan wisatawan indikator pengukuran yang digunakan yaitu minat untuk kembali berwisata dan mengajak orang lain untuk berwisata di Taman Wisata Air Wendit.

Penelitian ini menggunakan jenis data subjek, yaitu berupa respons tertulis dari responden berkaitan dengan

butir- butir pertanyaan atau pernyataan yang dielaborasi dari masing- masing indikator pada setiap variabel, untuk itu sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah sumber data primer. Selain itu, instrument penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner yang disusun secara berurutan menurut indikator- indikator variabel penelitian, dan untuk menjamin validitas dan realibilitas, maka akan dilakukan juga uji validitas dan uji realibilitas. Target populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Taman Wisata Air Wendit, wisatawan yang berkunjung ke Taman Wisata Air Wendit mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi sampel dalam penelitian ini, dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel akan menggunakan teknik *Accidental sampling*, karena jumlah populasi yang tidak pasti, atau tidak diketahui. Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data utama dengan cara menyebarkan kuesioner kepada wisatawan yang berkunjung ke Taman Wisata Air Wendit, sedangkan untuk teknik analisis data

yang digunakan untuk penelitian ini menggunakan beberapa tahapan analisis yaitu: analisis deskriptif, dengan menampilkan tabel- tabel frekuensi dan rata- rata, analisis untuk menentukan model matematis yang mencerminkan hubungan sebab akibat antara variabel tergantung dan variabel bebas, analisis uji asumsi klasik untuk melihat gejala heterokedastisitas, gejala autokorelasi, gejala multikolinieritas, penelitian ini juga menggunakan uji model dengan menggunakan nilai F, dan uji hipotesis untuk mengetahui signifikansi terhadap masing-masing koefisien regresi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Taman Wisata Air Wendit, terletak di Desa Mangliawan, Kec Pakis, Kabupaten Malang, beberapa sejarah menyatakan bahwa nama Wendit berasal dari kata Wendito yang berarti Pendito atau Pendeta. Asal Usul Wendit ini terjadi dikarenakan adanya pergeseran gunung Widodaren, yang merupakan salah satu gugusan Pegunungan Bromo. Pergeseran gunung Widodaren membuat masyarakat

suku Tengger kesulitan mengambil air suci yang berada di mata air Widodaren karena curamnya lereng. Deskripsi responden dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Taman Wisata Air Wendit, dan difokuskan kepada wisatawan domestic atau dengan kata lain wisatawan nusantara. Dari hasil penelitian telah diperoleh sebanyak 50 responden yang mengisi kuesioner.

Dari hasil uji validitas dan realibilitas instrument penelitian dapat diketahui bahwa masing- masing indikator pada variabel harga memiliki koefisien korelasi ( $r$  hitung)  $\geq$  ( $r$  tabel: 0.2787), hal ini menandakan bahwa semua indikator dari variabel harga dinyatakan valid. Sedangkan masing- masing indikator pada variabel produk memiliki koefisien korelasi ( $r$  hitung)  $\geq$  ( $r$  tabel : 0.2787), hal ini menandakan bahwa semua indikator dari variabel produk dinyatakan valid. Untuk masing- masing indikator pada variabel kualitas layanan memiliki koefisien korelasi ( $r$  hitung)  $\geq$  ( $r$  tabel : 0.2787), hal ini menandakan bahwa semua indikator dari variabel kualitas layanan dinyatakan valid. Untuk

masing- masing indicator pada variabel kepuasan wisatawan memiliki koefisien korelasi (  $r$  hitung )  $\geq$  (  $r$  tabel : 0.2787), hal ini menandakan bahwa semua indikator pada variabel kepuasan pelanggan dinyatakan valid. Selain menggunakan uji validitas pada penelitian ini penulis juga menggunakan uji realibilitas, pada uji realibilitas menunjukkan bahwa keseluruhan data dari variabel harga, produk, kualitas layanan dan variabel kepuasan wisatawan, dimana semua variabel mempunyai koefisien alpha yang cukup besar yaitu di atas 0,6 atau dapat dikatakan semua variabel kuesioner adalah reliable. Sehingga untuk selanjutnya item- item pada variabel dapat digunakan sebagai alat ukur.

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan jawaban responden tentang variabel- variabel yang diteliti dengan jalan menganalisis distribusi frekuensi jawaban responden pada masing- masing indicator/ item, berdasarkan deskripsi variabel terlihat gambaran kecenderungan jawaban semua responden terhadap butir kuesioner, untuk selanjutnya dari

distribusi frekuensi jawaban responden di hitung *mean* (rata- rata). Setiap indikator mempunyai beberapa item pertanyaan, pada indikator manfaat yang diperoleh sebanding dengan harga yang ditawarkan terdapat dua pertanyaan, yang setelah dilakukan uji deskriptif responden mengatakan setuju dengan rata- rata sebesar 4,45 bahwa manfaat rekreasi di Taman Wisata Air Wendit tercapai, selain itu untuk variabel harga indikator yang kedua adalah harga yang ditawarkan sebanding dengan manfaat yang diperoleh, dari indicator ini terdapat dua pertanyaan, yang setelah dilakukan uji deskriptif responden mengatakan setuju dengan rata- rata sebesar 3,43 bahwa harga yang ditawarkan oleh manajemen Taman Wisata Air Wendit dapat dijangkau oleh wisatawan. Uji deskriptif juga dilakukan pada variabel produk, pada variabel produk untuk indikator berwisata di Taman Wisata Air Wendit memberikan pengalaman berwisata sebagai produk yang ditawarkan terdapat tiga pertanyaan, yang setelah dilakukan uji deskriptif responden mengatakan setuju dengan rata- rata sebesar 3,65

bahwa berwisata di Taman Wisata Air Wendit memberikan pengalaman berwisata sebagai produk wisata yang ditawarkan, selain itu untuk variabel produk dengan indicator kedua bahwa fasilitas yang disediakan tidak melebihi dari apa yang diharapkan wisatawan terdapat dua pertanyaan, yang setelah dilakukan uji deskriptif responden cenderung menyatakan netral dengan rata-rata sebesar 2,42 bahwa fasilitas yang disediakan tidak melebihi dari apa yang diharapkan wisatawan. Pada variabel kualitas layanan untuk indicator yang pertama yaitu kecepatan dan ketepatan yang dimiliki oleh karyawan Taman Wisata Air Wendit terdapat dua pertanyaan, yang setelah dilakukan uji deskriptif responden cenderung menyatakan setuju dengan rata-rata sebesar 4,14 bahwa kecepatan dan ketepatan yang dimiliki oleh karyawan Taman Wisata Air Wendit sudah sesuai dengan yang diharapkan oleh wisatawan, pada indicator kedua terdapat dua pernyataan, yang setelah dilakukan uji deskriptif responden cenderung menyatakan tidak setuju dengan rata-rata sebesar 1,76 yang maknanya, responden cenderung sangat tidak

setuju bahwa berwisata di Taman Wisata Air Wendit dapat membentuk pengalaman berekreasi, pada indicator ketiga terdapat dua pernyataan, yang setelah dilakukan uji deskriptif responden cenderung netral dengan rata-rata sebesar 2,54 bahwa jaminan dan kepastian yang diberikan oleh pengelola Taman Wisata Air Wendit sesuai dengan apa yang diharapkan oleh wisatawan, pada indicator keempat terdapat dua pernyataan, yang setelah dilakukan uji deskriptif responden cenderung menyatakan tidak setuju atau dengan rata-rata 1,89 bahwa karyawan di Taman Wisata Air Wendit kurang berempati kepada wisatawan. Pada variabel kepuasan wisatawan, indicator pertama terdapat dua pernyataan yang setelah dilakukan uji deskriptif responden cenderung sangat setuju dengan rata-rata sebesar 6,68 bahwa kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan dapat membuat minat wisatawan untuk kembali berwisata sangat besar, sedangkan pada indicator kedua yaitu wisatawan akan mengajak orang lain untuk kembali berwisata ke Taman Wisata Air Wendit, dan setelah dilakukan uji deskriptif responden

cenderung sangat setuju dengan rata-rata sebesar 6,01 bahwa dengan kepuasan yang didapat oleh wisatawan berwisata ke Taman Wisata Air Wendit.

Analisis uji asumsi klasik atau dapat dikatakan uji multikolinearitas dilakukan bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas dengan melihat apakah ada hubungan linier yang sempurna atau tidak, dan setelah dilakukan uji dapat diketahui model regresi tidak mengalami gangguan multikolinearitas dalam model regresi. Pada uji normalitas yang dilakukan dengan cara melihat sebaran data titik pada sumbu diagonal pada grafik normal *probability plot*, dan setelah dilakukan uji tersebut dapat dijelaskan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa data dalam variabel- variabel ini berdistribusi normal. Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan atau problem autokorelasi, dan berdasarkan pengujian dapat

diketahui bahwa nilai Durbin Watson (DW) yang dihasilkan memiliki nilai sebesar 2.076, dan yang memiliki nilai di antara -2 sampai dengan +2 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi. Pengujian heterokedastisitas dilakukan dengan menggunakan *Scatterplot*, berdasarkan hasil pengujian heterokedastisitas dapat diketahui bahwa titik- titik menyebar di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y, hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi heterokedastisitas, jadi dapat diartikan bahwa data yang dijawab responden tentang harga, produk, dan kualitas layanan tidak mempunyai standar deviasi atau penyimpangan data yang sama terhadap kepuasan wisatawan.

Selain uji validitas dan realibilitas, uji deskriptif dan juga uji asumsi klasik, penelitian ini juga menggunakan analisis regresi berganda, metode analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, yang setelah dilakukan uji didapatkan hasil dari persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$Y = -4.122 + (0.586)X_1 + (0.400) X_2 + (0.259)X_3$ , Persamaan regresi berganda tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta (a) sebesar -4.122 Artinya apabila variabel harga ( $X_1$ ), produk ( $X_2$ ), dan kualitas layanan ( $X_3$ ) diasumsikan tidak memiliki pengaruh sama sekali ( 0 ) maka pengaruh kepuasan wisatawan sebesar (-4.122)
- b. Variabel harga ( $X_1$ ) memiliki koefisien regresi sebesar 0.586. Ini menunjukkan bahwa jika variabel harga naik 1 satuan, sedangkan variabel produk dan kualitas layanan tetap maka kepuasan wisatawan akan naik sebesar 0.586 satuan
- c. Variabel produk ( $X_2$ ) memiliki koefisien regresi sebesar 0.400. Ini menunjukkan bahwa jika variabel produk naik 1 satuan, sedangkan variabel harga dan kualitas layanan tetap maka kepuasan wisatawan akan naik sebesar 0.400 satuan.
- d. Variabel kualitas layanan ( $X_3$ ) memiliki koefisien regresi sebesar 0.259. Ini menunjukkan bahwa jika

variabel kualitas layanan naik 1 satuan, sedangkan variabel harga dan produk tetap maka kepuasan wisatawan akan naik sebesar 0.259 satuan

Selain itu penelitian ini juga menggunakan uji F, uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Berdasar Uji F pada Tabel 26 di atas diketahui besaran  $F_{hitung} (35.382) > F_{tabel} (3,23)$  dan  $Sig = 0,000$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti secara simultan variabel harga, produk, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Kaitan antar variabel yang dilihat dari nilai  $R^2$  (Adjust R Square) diperoleh sebesar 0.678, hal ini dikarenakan bahwa 67,8 % harga, produk, dan kualitas layanan dalam mempengaruhi kepuasan wisatawan. Sedangkan sisanya 32,2 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diketahui.

Setelah melakukan beberapa uji untuk mengetahui besar pengaruh variabel bebas dan variabel terikat,

dan juga untuk mengetahui bahwa harga, produk, dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Taman Wisata Air Wendit Kabupaten Malang. Pada pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F menunjukkan bahwa Harga, Produk, dan Kualitas Layanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Taman Wisata Air Wendit Kabupaten Malang. Harga yang sebanding dengan wahana yang dinikmati wisatawan, produk yang memenuhi keinginan dan kebutuhan berwisata serta layanan yang disajikan optimal, maka wisatawan menjadi memperoleh pengalaman yang menyenangkan sehingga wisatawan berminat untuk datang berkunjung kembali ke Taman Wisata Air Wendit karena memperoleh kepuasan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan adalah, Harga, produk,

dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Taman Wisata Air Wendit Kabupaten Malang, hal ini bermakna bahwa harga yang ditawarkan oleh pengelola Taman Wisata Air Wendit sebanding dengan wahana yang dinikmati oleh wisatawan. Produk yang memenuhi keinginan dan kebutuhan berwisata yang juga dilengkapi dengan pelayanan yang disajikan secara optimal, maka wisatawan memperoleh pengalaman yang menyenangkan dan berminat untuk berkunjung ke Taman Wisata Air Wendit.

## DAFTAR RUJUKAN

- A.J., Muljadi, 2010. *Kepariwisata dan Perjalanan*. PT Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Cannon, Joseph P., William D. Perreault Jr. dan Jerome McCarthy. 2008. *Pemasaran Dasar-Dasar : Pendekatan Manajerial Global*. Buku 2. Edisi 16. Salemba Empat. Jakarta.
- Elita Mieke Wijaya, Intan Ratnawati. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Pada WaterParkSemawis Semarang)*. 2011.

- <http://eprints.undip.ac.id/32610/1/JURNAL.pdf>. Diakses 03 April 2016 pukul 20.32
- I Gede Pitana & I Ketut Surya Diarta. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Kotler, philip, and kevin lane keller. 2009. *Manajemen pemasaran*. Edisi kedua belas. Jilid 2. PT. Indeks. Jakarta
- Kotler, P., Bowen, J., and Makens, J., (2003), *Marketing or Hospitality & Tourism*. Edisi 3. Prentice Hall. New Jersey.
- Kotler, Philip dan Gary, Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Indeks : Jakarta
- Lamb, Hair, dan McDaniel. 2001. *Pemasaran*. Buku1 dan 2. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Salemba Empat: Jakarta
- Marpaung, Happy. 2000. *Pengetahuan Kepariwisata*. Alfabeta. Bandung
- Mc Carthy dan Perrefault, 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Nawawi, H, Handari. 1995. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Gajah Mada Universitas Press. Yogyakarta
- Pendit, Nyoman S.2003. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Pradnya Paramita. Jakarta
- Pikkemaat dan Markus Schuckert. *Success factor of theme parks- An exploratory study*. 2007
- Priyatno, Duwi. (2012). *Belajar Praktis Analisis Parametrik dan Non Parametrik Dengan SPSS*. Penerbit: Gava Media. Yogyakarta
- Ratminto dan Atik Winarsih. 2005. *Manajemen Pelayanan*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta
- Ratih Hardiyati. *Analisis Pengaruh Pelayanan harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pengunjung di Museum Ronggowarsito Semarang*. 2010
- RendyKurniawan, dkk. *Analisa Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Kualitas Layanan yang Diberikan Ciputra Waterpark*. 2010.  
<http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/manajemenperhotelan/article/viewFile/1010/909>
- Rezki Teguh Sulistiyana, dkk. *Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (studi pada Museum Satwa)*. 2015
- Selvy Normasari dkk. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan*, Citra

- Perusahaan, dan Loyalitas Pelanggan* (Survey pada tamu yang menginap di hotel Pelangi Malang).2013
- Supranto, J. 2006.*Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*.Cetakan Ketiga. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Suwantoro, Gamal. 2004.\_*Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta. Indonesia.
- Umar, Husein. 1997. *Study Kelayakan Bisnis*. Edisi Ketiga. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta
- Zeithaml, Valarie A. and Bitner, Mary Jo. 2003. *Service Marketing., Int'l Edition*. McGraw Hill Inc. New York.