



ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT KUNJUNG PADA OBYEK WISATA PANTAI WIDURI DI PEMALANG

Willi Yunantias, Amie Kusumawardhani¹

willi.yunantias@gmail.com

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

ABSTRACT

The establishment of interesting attractions is one way that can be done to increase the number of visitors or tourists with attention to the quality of the services provided such as building, cleaning, and security. This research was conducted that analyze whether service quality and customer satisfaction have an influence on visit intention the tourists go to the Widuri beach.

In this study, the sample size used was 143 respondents. Respondents used is that ever visited the Widuri beach more than once. Data analysis using SEM (Structural Equation Modeling).

The analysis results the environment and services have significant and positive effect on customer satisfaction, accessibility have negative effect on customer satisfaction, and customer satisfaction have significant and positive effect on the visit intention.

Keywords: Service Quality, customer satisfaction, visit intention.

PENDAHULUAN

Kecanggihan teknologi saat ini sangat membantu berbagai kegiatan manusia. Namun hal ini mengakibatkan manusia terlalu asik dengan rutinitas mereka. Hampir setiap hari mereka disibukkan dengan pekerjaan yang tidak ada hentinya. Pada umumnya setiap manusia membutuhkan waktu luang yang dapat mereka manfaatkan untuk menyegarkan kembali pikiran mereka agar tidak terlalu stres melakukan hal yang monoton setiap hari. Melakukan kunjungan pariwisata dapat menjadi pilihan yang tepat. Menurut Undang-undang No.10 tahun 2009 tentang Kepariwisata, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah. Berikut adalah data perkembangan wisatawan nusantara tahun 2009 – 2013:

Tabel 1
Perkembangan jumlah perjalanan wisatawan nusantara, rata-rata perjalanan, pengeluaran per perjalanan dan total pengeluaran

Tahun	Perjalanan (ribuan)	Rata-rata Perjalanan (kali)	Pengeluaran Per Perjalanan (ribu Rp)	Total Pengeluaran (triliun Rp)
2009	229,731	1.92	600.30	137.91
2010	234,377	1.92	641.76	150.41
2011	236,752	1.94	679.58	160.89
2012	245,290	1.98	704.68	172.85
2013	250,036	1.92	711.26	177.84

Sumber :Pusdatin Kemenparekraf & BPS

Berdasarkan data pada tabel 1, maka berbagai tempat wisata belomba-lomba membenahi diri untuk menarik minat pengunjung, termasuk obyek wisata pantai Widuri di Pemalang. Pantai Widuri merupakan obyek wisata yang cukup diminati oleh penduduk di daerah Pemalang dan

sekitarnya. Berikut ini adalah data kunjungan wisatawan nusantara di obyek wisata pantai Widuri, Pemalang, Jawa Tengah dari tahun 2012 - 2014:

Tabel 2
Jumlah Pengunjung Obyek Wisata Pantai Widuri Tahun 2012-2014

Bulan	Tahun		
	2012	2013	2014
Januari	32.224	33.359	26.986
Februari	9.330	7.932	3.231
Maret	15.422	17.224	14.035
April	18.226	9.167	9.879
Mei	31.164	19.160	18.110
Juni	46.497	32.244	31.199
Juli	25.426	10.098	53.335
Agustus	96.041	86.778	38.389
September	14.860	8.943	7.332
Oktober	16.346	14.434	24.281
November	11.133	7.914	6.993
Desember	30.421	27.176	28.080
Jumlah (Orang)	347.090	274.429	261.850

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang

Berdasarkan tabel 2, dapat diketahui bahwa jumlah pengunjung pada pantai Widuri mengalami penurunan. Oleh karena itu, pengelola obyek wisata pantai Widuri harus meningkatkan kembali kualitas pelayanannya untuk dapat menarik minat konsumen untuk berkunjung.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan konsumen untuk menciptakan minat konsumen untuk melakukan kunjungan ke obyek wisata Pantai Widuri.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa pada seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan terhadap ekspektasi mereka (Kotler dan Keller, 2008). Kepuasan pelanggan juga dapat diartikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah melakukan pemakaian (Rangkuti, 2002).

Menurut Haerul Isra Harun (2013), kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas jasa yang dikehendaki sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama dan dijadikan tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Menurut Tjiptono (2006), terdapat tiga komponen utama dalam definisi kepuasan pelanggan, yaitu tipe respon, fokus respon, dan *timing* respons.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2006). Menurut John Sviokla (dalam Lupiyoadi, 2006), salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Model kualitas jasa yang banyak dijadikan acuan dalam penelitian adalah model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988). Lima dimensi kualitas jasa tersebut meliputi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

Menurut Middleton dan Clarke (dalam Al-Ababneh, 2001), ada lima komponen utama dalam produk wisata secara keseluruhan, yaitu penentuan tujuan wisata dan lingkungan, fasilitas

dan pelayanan, aksesibilitas, penggambaran mengenai tempat tujuan wisata, serta biaya yang harus dikeluarkan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Al-Ababneh (2013) mengenai *Service Quality and its Impact on Tourist Satisfaction*, menyampaikan bahwa kualitas pelayanan pariwisata memiliki dampak positif pada tingkat kepuasan wisatawan dengan meningkatkan fasilitas, aksesibilitas dan penentuan tujuan wisata. Dengan demikian dirumuskan hipotesis:

H1 : Lingkungan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

H2 : Aksesibilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

H3 : Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Minat Kunjung

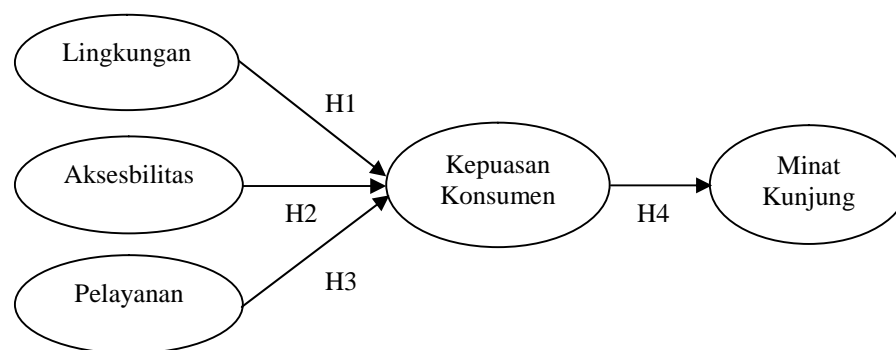
Minat kunjung merupakan keinginan dalam benak konsumen untuk melakukan kunjungan ke suatu tempat. Apabila harapan konsumen tidak sesuai dengan kenyataan yang mereka peroleh, maka mereka akan kehilangan minat untuk menggunakan jasa yang diberikan oleh sebuah perusahaan. Namun, apabila jasa yang dinikmati oleh konsumen dapat memenuhi atau bahkan melebihi tingkat kepentingan mereka, maka mereka akan cenderung memakai kembali produk jasa tersebut (Freddy Rangkuti, 2002).

Apabila seseorang telah memiliki minat untuk berkunjung, maka ia akan berkunjung dan tidak menutup kemungkinan apabila dikemudian hari akan melakukan kunjungan kembali. Sehingga minat kunjung ulang dapat dilihat sebagai antisipasi perilaku perjalanan seseorang dimasa yang akan datang (Chang dkk, 2014).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ahmad Raza, dkk (2012) mengenai *Relationship Between Service Quality, Perceived Value, Satisfaction and Revisit Intention In Hotel Industry*, menyampaikan bahwa kepuasan konsumen memiliki dampak positif pada minat kunjung ulang atau *behavioral intention*. Dengan demikian dirumuskan hipotesis:

H4 : Kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap minat kunjung

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



Sumber : Mukhles Al-Ababneh (2013) dan Muhammad Ahmad Raza, Ahmad Nabeel Siddiquei, Hayat M. Awan, dan Khurram Bukhari (2012)

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Menurut Ferdinand (2006), populasi adalah gabungan dari semua elemen yang memiliki karakteristik yang sama dan memiliki daya tarik bagi seorang peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengunjung obyek wisata pantai Widuri. Sedangkan Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi yang bersifat representatif (Sugiyono, 2001). Sampel dalam penelitian adalah wisatawan yang sudah melakukan kunjungan ke obyek wisata pantai Widuri minimal satu kali. Menurut Ferdinand (2006), dalam analisis SEM membutuhkan sampel paling sedikit 5 kali jumlah indikator yang digunakan. Dalam penelitian ini menggunakan 22 indikator. Jadi sampel yang digunakan dalam penelitian minimal 110 sampel yang diperoleh dari 22x5.

Penelitian ini menggunakan teknik Nonprobability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2001). Dan jenis teknik yang digunakan adalah Sampling Aksidental yaitu teknik pengambilan sampel kepada siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti yang dirasa cocok untuk dijadikan sumber data (Sugiyono, 2001).

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung dari narasumber dengan cara membagikan kuesioner. Pengukuran kuesioner menggunakan skala likert 10 point untuk menghindari jawaban responden yang cenderung netral. Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara langsung kepada responden karena kuesioner yang dibagikan menggunakan pertanyaan yang bersifat tertutup.

Teknik Analisis Data

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Persamaan Struktural (SEM), karena SEM dapat menganalisis hubungan antara beberapa variabel dependen dan beberapa variabel independen. Sedangkan software yang digunakan adalah AMOS versi 21.0.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kuesioner dibagikan kepada 148 responden untuk dijadikan sampel. Namun, yang dapat digunakan adalah 143 responden. Berikut adalah karakteristik demografi responden:

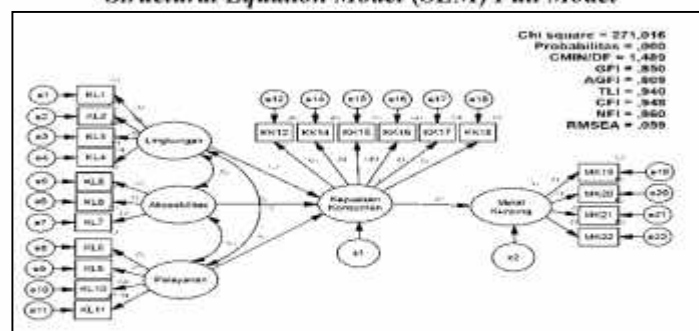
Tabel 3
Karakteristik demografi responden

Deskripsi	Kategori	Jumlah	Prosentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	80	56%
	Perempuan	63	44%
Usia	15-24 tahun	84	59%
	25-34 tahun	21	15%
	35-44 tahun	22	15%
	45-54 tahun	15	10%
	≥ 55 tahun	1	1%
Pekerjaan	Pelajar/mahasiswa	64	45%
	Pekerja Swasta	29	20%
	PNS	9	6%
	Wiraswasta	24	17%
	TNI/Polri	1	1%
	Ibu Rumah Tangga	15	10%
	Lainnya	1	1%

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Penelitian ini menggunakan 22 indikator, namun setelah dilakukan uji CFA terdapat satu indikator yang harus dihilangkan karena tidak memenuhi kriteria, sehingga indikator yang digunakan adalah 21 indikator.

Gambar 2
Structural Equation Model (SEM) Full Model



Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Tabel 4
Regression Weights

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Kepuasan_Konsumen	<---	Pelayanan	,482	,192	2,513	,012	par_1
Kepuasan_Konsumen	<---	Lingkungan	,628	,162	3,866	***	par_2
Kepuasan_Konsumen	<---	Aksesibilitas	-,185	,181	-1,023	,306	par_4
Minat_Kunjung	<---	Kepuasan_Konsumen	,653	,077	8,488	***	par_15

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Hipotesis 1 adalah hubungan lingkungan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan analisis hipotesis, nilai *Critical Ratio* (CR) 1,96 yaitu sebesar 3,866 dan probabilitas (P) 0,05, yaitu sebesar 0,000. Pengaruh lingkungan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,162. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis 1 diterima. Jadi, semakin baik kondisi lingkungan pada obyek wisata pantai Widuri maka akan menciptakan kepuasan pada benak konsumen yang tinggi. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan terhadap pengunjung obyek wisata pantai Widuri mengenai kondisi lingkungan disekitar pantai Widuri dan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Al-Ababneh (2013) juga menunjukkan bahwa kondisi lingkungan pada tempat pariwisata memiliki dampak positif pada tingkat kepuasan wisatawan.

Hipotesis 2 adalah hubungan aksesibilitas terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan analisis hipotesis, nilai *Critical Ratio* (CR) 1,96 yaitu sebesar -1,023 dan probabilitas (P) 0,05, yaitu sebesar 0,306. Pengaruh aksesibilitas terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,181. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis 2 ditolak. Jadi, semakin baik aksesibilitas pada obyek wisata pantai widuri, maka kepuasan konsumen akan menurun. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan terhadap pengunjung obyek wisata pantai Widuri mengenai aksesibilitas pantai Widuri dan kepuasan yang mereka rasakan. Berdasarkan data dan hasil wawancara yang diperoleh, penelitian ini didominasi oleh remaja, sehingga ketersediaan lahan parkir, ketersediaan WC umum, dan ketersediaan kamar mandi bilas tidak begitu diperhatikan. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Mukhles Al-Ababneh (2013) dimana respondennya lebih didominasi oleh orang dewasa sehingga aksesibilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Hipotesis 3 adalah hubungan pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan analisis hipotesis, nilai *Critical Ratio* (CR) 1,96 yaitu sebesar 2,513 dan probabilitas (P) 0,05, yaitu sebesar 0,012. Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,192. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis 3 diterima. Jadi, semakin baik pelayanan yang diberikan pada obyek wisata pantai Widuri, maka dapat semakin meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan terhadap pengunjung obyek wisata pantai Widuri mengenai pelayanan pada obyek wisata pantai Widuri dan kepuasan yang mereka rasakan. Penelitian yang dilakukan oleh Al-Ababneh (2013) juga menunjukkan bahwa *facilities* atau *service* pada tempat wisata memiliki dampak positif pada tingkat kepuasan wisatawan.

Hipotesis 4 adalah hubungan kepuasan konsumen terhadap minat kunjung. Berdasarkan analisis hipotesis, nilai *Critical Ratio* (CR) 1,96 yaitu sebesar 8,488 dan probabilitas (P) 0,05, yaitu sebesar 0,000. Pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat kunjung sebesar 0,077. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis 2 diterima. Jadi, semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen, maka minat kunjung ulang terhadap obyek wisata pantai Widuri juga akan meningkat. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan terhadap pengunjung obyek wisata pantai Widuri mengenai kepuasan yang mereka rasakan saat mengunjungi pantai Widuri dan keinginan untuk melakukan kunjungan ke pantai Widuri. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ahmad Raza (2012) juga menyampaikan bahwa kepuasan konsumen memiliki dampak positif pada minat kunjung ulang (*behavioral intention*).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Lingkungan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik keadaan lingkungan di pantai Widuri, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen.
2. Aksesibilitas memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen yang berkunjung ke pantai Widuri. Semakin baik aksesibilitas pada obyek wisata pantai Widuri, maka akan tingkat kepuasan konsumen akan menurun.
3. Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik pelayanan yang diberikan pada pantai Widuri, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen.
4. Kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat kunjung. Semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen maka minat kunjung pengunjung akan semakin tinggi.

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah dari 143 sampel yang digunakan dari 148 sampel, serta terdapat 3 (tiga) indikator yang tidak berdistribusi dengan normal, yaitu KK13, MK21, dan MK22.

Saran untuk pengelola obyek wisata panatai Widuri, diantaranya:

1. Pengelola harus selalu memperhatikan kebersihan, kenyamanan, dan keamanan pantai. Jangan sampai terdapat tumpukan sampah yang dapat merusak pemandangan dan menyebabkan pengunjung enggan untuk berkunjung.
2. Penyediaan lahan parkir, toilet dan kamar mandi bilas yang memadai dapat menunjang dan memberikan nilai positif untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan menjadi daya tarik agar konsumen berkunjung. Namun dalam penelitian ini, hal ini kurang mendapatkan perhatian.
3. Petugas obyek wisata pantai Widuri harus selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada pengunjung, seperti berpenampilan rapi, ramah, dan siap membantu pengunjung.
4. Pengelola obyek wisata pantai Widuri harus selalu memberikan kesan yang baik kepada pengunjung agar mereka memperoleh pengalaman yang menarik saat berkunjung ke pantai Widuri.
5. Pengelola obyek wisata pantai Widuri harus dapat meningkatkan kepuasan pengunjung.

Untuk penelitian yang akan datang, sebaiknya dalam penelitian kuantitatif perlu diperbanyak wawancara lebih mendalam kepada responden untuk menghasilkan datayang lebih baik.

REFERENSI

- Al-Ababneh, Mukhles. 2013. "Service Quality and its Impact on Tourist Satisfaction". *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*, Vol. 4, No. 12, h. 164-177.
- Aritonang R., Lerbin R. 2005. "Kepuasan Pelanggan". Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Berezina, Katerina, dkk. 2012. "The Impact of Information Security Breach on Hotel Guest Perception of Service Quality, Satisfaction, Revisit Intentions and Word-of-Mouth". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 24, No. 7, h. 991-1010.
- Chang, Lan-Lan, dkk. 2014. "Creative Tourism : A Preliminary Examination of Creative Tourists' Motivation, Experience, Perceived Value and Revisit Intention". *International Journal Of Culture, Tourism And Hospitality Research*, Vol. 8, No. 4, h. 401-419.
- Fathoni, Abdurrahmat. 2006. "Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi". Jakarta: Rineka Cipta.



- Ferdinand, Augusty. 2006. "Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen". Semarang: BP. Undip.
- Ferdinand, Augusty. 2014. "Structural Equation Modeling". Semarang: BP. Undip.
- Ghozali, Imam. 2011. "Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 21.0". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Happy, Wendi Ardiawan. 2009. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Luwes Loji Wetan Solo)". Skripsi S-1 Program Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Solo.
- Harun, Haerul Isra. 2013. "Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Pengguna Game Pointblank". *Empathy Jurnal Fakultas Psikologi*, Vol. 2, No. 1, h..n.p.
- [http://www.parekraf.go.id/userfiles/file/B_1%20Rekapitulasi%20Wisnus%202009%20-2013\(1\).pdf](http://www.parekraf.go.id/userfiles/file/B_1%20Rekapitulasi%20Wisnus%202009%20-2013(1).pdf). Diunduh pada 2 Maret 2015.
- Indriantoro, Nurdan Bambang Supomo. 2013. "Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen". Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta.
- Jen, William.,Rungting Tu, Tim Lu. 2010. "Managing Passenger Behavioral, Intention: an Integrated Framework for Service Quality, Satisfaction, Perceived Value, and Switching Barriers". *Transportation* (2011) 38:321 - 342.
- Joewono, Tri Basuki, dkk. 2012. "The Casual Relationship of the Service Quality of the Trans Jakarta Busway". *Public Transp*4:77-100.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. "Manajemen Pemasaran Edisi Ketigabelas Jilid 1". Jakarta: Erlangga.
- Lai, Wen-Tai danChing-Fu Chen. 2010. "Behavioral Intentions of Public Transit Passengers – The Roles of Service Quality, Perceived Value, Satisfaction and Involvement". *Transport Policy* 18 (2011) 318-325.
- Luo, S. J. dan L. Y. Hsieh. 2013. "Reconstructing Revisit Intention Scale in Tourism". *Journal of Applied Sciences*, Vol. 13, No. 18, h. 3638-3648.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. "Manajemen Pemasaran Jasa". Jakarta. Salemba Empat.
- Marinkovic, Veljko, dkk. 2013. "The Antecedents of Satisfaction and Revisit Intentions for Full-Services Restaurants". *Marketing Intelligence & Planning* (2014) Vol. 32, No. 3, h. 311-327.
- Mosahab, Rahim, dkk. 2010. "Service Quality, Consumer Satisfaction and Loyalty: A Test of Mediation". *Internal Business Research*, Vol. 3, No. 4, h. 72-80.
- Naser K. Jamal A. Al-Khatib K. 1999. "Islamic Banking: A Study of Customer Satisfaction and Preferences in Jordan". *The International Journal of Bank Marketing*, Vol. 17, No. 3, h. 135-151.



- Parasuraman, A., dkk. 1988. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Jurnal of Retailing*, Vol. 64, No. 1, h. 12-39.
- Polczynski, Aleksandra dan Vanessa A. Quintal. 2010. "Factors Influencing Tourists' Revisit Intentions". *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 22, No. 4, h. 554-578.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Raza, Muhammad Ahmad, dkk. 2012. "Relationship Between Service Quality, Perceived Value, Satisfaction and Revisit Intention in Hotel Industry". *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*, Vol. 4, No. 8, h. 788-804.
- Sekaran, Uma. 2006. "Metodologi Penelitian untuk Bisnis". Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono, 2001. "Metode Penelitian Bisnis". Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, dkk. 2005. "Service, Quality & Satisfaction". Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2006. "Pemasaran Jasa". Yogyakarta: Andi.
- Undang-undang No.10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.
- Wu, Wann-Yihdan Man-Ling Chang. 2007. "The Role of Risk Attitude on Online Shopping: Experience, Customer Satisfaction, and Repurchase Intention". *Social Behavior and Personality*, Vol. 35, No. 4, h. 453-468.