

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI OBYEK WISATA AIR TERJUN KEDUNG PEDUT GIRIMULYO KULONPROGO

Lufy Erliani Astuti

Program Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas PGRI Yogyakarta

e-mail : lufhyerliani7@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality, facilities, and prices on visitor satisfaction in Kedung Pedut Waterfalls Girimulyo Kulonprogo.

This research was quantitative research with a sample of 80 people. Data analysis using SPSS 16.0 with multiple linear regression analysis techniques at the significance level $\alpha = 0.05$. The results of the research concluded that partially the quality of service had a positive and significant effect as evidenced by the regression coefficient values of 0,284 and sig. 0,000. The positive and significant effect of the facilities is evidenced by the regression coefficient value of 0.193 and sig. 0.021. The price of positive and significant effect is evidenced by the regression coefficient value of 0.336 and sig. 0.002. Simultaneously the quality of service, facilities and prices affect the satisfaction of visitors as evidenced by the value of sig. F test 0,000 <0.05. The effect of service quality, facilities and prices on visitor satisfaction is shown by the Adjusted R Square value of 70.3%.

Keywords: service quality, facilities, and prices to visitor satisfaction.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri jasa saat ini mengalami pertumbuhan pesat di Indonesia, hal tersebut dikarenakan Indonesia memiliki kekayaan alam dan budaya yang beragam. Salah satunya industri jasa yang saat ini terus berkembang adalah pariwisata. Pekerjaan yang dilakukan hampir setiap hari dan secara terus menerus terkadang

membuat manusia cepat merasa bosan dengan pekerjaan yang dilakukan sehingga manusia memerlukan kegiatan yang dapat menghilangkan kebosanan dalam bekerja. Pergi berwisata bersama keluarga adalah salah satu yang bisa dilakukan untuk menghilangkan kebosanan dalam bekerja. Hal tersebut mengakibatkan pelaku jasa

pariwisata bersaing untuk menarik pengunjung.

Banyaknya pengunjung suatu obyek wisata menandakan obyek wisata tersebut lebih unggul dibanding dengan obyek wisata yang lain. Oleh karena itu penyedia jasa bersaing dalam menciptakan kepuasan terhadap para pengunjungnya, sebab kepuasan merupakan faktor penentu kesuksesan sebuah penyedia jasa. Menurut Kotler dan Keller (2012) kepuasan adalah suatu anggapan seseorang yang timbul kemudian menilai unjuk kerja produk atau jasa yang dibayangkan atas unjuk kerja yang diminta. Dengan terciptanya kepuasan pengunjung maka akan memberikan manfaat bagi penyedia jasa diantaranya adalah hubungan penyedia jasa dengan pengunjung dapat terjalin dengan baik, dapat memberi peluang yang baik untuk minat berkunjung ulang sehingga dapat terwujudnya pengunjung yang setia serta dapat menciptakan sugesti dari percakapan individu satu ke individu lain yang dapat memberikan laba bagi penyedia jasa (Tjiptono, 2008).

Dalam menciptakan kepuasan pengunjung di suatu obyek wisata penyedia jasa perlu memperhatikan diantaranya kualitas pelayanan yang diterima oleh pengunjung, fasilitas wisata yang tersedia, serta harga yang ditetapkan oleh penyedia jasa. Menurut Supranto (2016) kualitas

pelayanan merupakan segala sesuatu baik produk maupun jasa yang tergarap dengan maksimal oleh penyedia jasa. Kualitas pelayanan sebagaimana yang dialami oleh pengunjung serta merupakan suatu pertimbangan akan apa yang sudah diberikan oleh pihak penyedia jasa ialah keinginan serta tanggapan pengunjung atas unjuk kerja penyedia jasa.

Menurut Yoeti (2003) fasilitas pariwisata merupakan seluruh fasilitas yang dapat memenuhi semua kebutuhan pengunjung pada saat di daerah tempat wisata yang sedang dikunjunginya untuk sementara waktu. Pengunjung akan merasa puas dan nyaman apabila semua kebutuhan selama dilokasi objek wisata terpenuhi.

Menurut Yoeti (2003) harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan seseorang agar dapat membeli sesuatu produk jasa yang diinginkan. Oleh sebab itu untuk meningkatkan jumlah pengunjung pengelola obyek wisata Air Terjun Kedung Pedut Girimulyo Kulonprogo berupaya menyediakan fasilitas dan kualitas pelayanan yang maksimal. Obyek wisata Air Terjun Kedung Pedut juga berusaha menjangkau semua kalangan untuk berkunjung dengan menerapkan beberapa tarif yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan pengunjung.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti ingin mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan pengunjung di obyek wisata Air Terjun Kedung Pedut Girimulyo Kulonprogo dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung di Obyek Wisata Air Terjun Kedung Pedut Girimulyo Kulonprogo”.

Rumusan Masalah

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengunjung di Obyek Wisata Air Terjun Kedung Pedut Girimulyo Kulonprogo?
2. Apakah Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung di Obyek Wisata Air Terjun Kedung Pedut Girimulyo Kulonprogo?
3. Apakah Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung di Obyek Wisata Air Terjun Kedung Pedut Girimulyo Kulonprogo?
4. Apakah Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pengunjung di Obyek Wisata Air terjun Kedung Pedut Girimulyo Kulonprogo?

KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS

1. Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu kesibukan bisnis yang disusun guna mendesain, menargetkan harga, mempublikasikan dan mengalokasikan barang maupun jasa serta tanggapan yang dapat memberikan kepuasan dalam memenuhi keinginan pasar sasaran dalam rangka menggapai tujuan organisasional. Pemasaran bertujuan untuk menjalin, mengembangkan, dan mengkomersilkan hubungan dengan pelanggan untuk jangka panjang sedemikian rupa sehingga tujuan masing-masing pihak dapat terpenuhi. Hal ini dilakukan melalui proses pertukaran dan saling memenuhi janji (Tjiptono, 2011).

2. Kepuasan Pengunjung.

Kepuasan merupakan fase pandangan seseorang selepas memadankan antara unjuk kerja atau hasil yang ia alami dibandingkan dengan hasratnya (Kotler, 2001). Kepuasan terjadi apabila seseorang merasakan kesan yang positif dari produk atau jasa yang telah digunakannya. Sebaliknya apabila jasa atau produk yang telah

digunakannya tidak sesuai dengan apa yang diharapkan maka hal tersebut menunjukkan ketidakpuasan (Tjiptono, 2000).

3. Kualitas Pelayanan

Menurut Putra dkk (2014) Kualitas pelayanan merupakan segala bentuk usaha yang diberikan oleh penyedia jasa untuk memuaskan harapan serta ekspektasi pengunjung melalui hubungan, kecepatan, kemudahan, kesopanan, sifat, dan sikap yang diberikan kepada pengunjung dalam mencapai kepuasan pengunjung. Setiap penyedia jasa harus bisa memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dibutuhkan pengunjung agar harapan pengunjung akan pelayanan yang berkualitas bisa terpenuhi sehingga penyedia jasa bisa memenangkan persaingan. Kualitas yang baik dinilai dari sudut pandang atau persepsi pengunjung bukan berdasarkan persepsi penyedia jasa (Tjokowibowo, 2013).

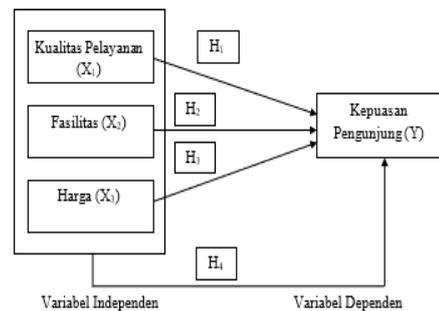
4. Fasilitas

Fasilitas pariwisata merupakan segala pelayanan yang dapat memenuhi semua keperluan pengunjung saat berada di daerah wisata yang

dikunjunginya, sehingga pengunjung bisa dengan santai menikmati dan berperan serta dalam aktivitas yang sudah disediakan di obyek wisata tersebut (Yoeti, 2016). Sumayang (dalam Herdiyanti, 2017) menjelaskan bahwa fasilitas adalah pengadaan keperluan fisik yang menunjang aktivitas pengunjung sehingga dapat memenuhi kebutuhan pengunjung.

5. Harga

Harga yakni sejumlah dana yang digunakan guna mendapatkan suatu jasa yang memuat keuntungan tertentu yang diperlukan untuk mencapai suatu jasa yang mampu memuaskan kebutuhan dan keinginan tertentu (Tjiptono, 2011). Nurlaili (2013) berpendapat bahwa penyedia jasa yang ingin memperoleh keuntungan serta memberikan



kepuasan kepada pengunjungnya harus mampu menerapkan strategi penentuan harga.

Kerangka Berpikir

Perumusan Hipotesis

- H₁ : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung di Obyek Wisata Air Terjun Kedung Pedut Girimulyo Kulonprogo.
- H₂ : Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung di Obyek Wisata Air Terjun Kedung Pedut Girimulyo Kulonprogo.
- H₃ : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung di Obyek Wisata Air Terjun Kedung Pedut Girimulyo Kulonprogo.
- H₄ : Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung di Obyek Wisata Air Terjun Kedung Pedut Girimulyo Kulonprogo.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Peneliti memilih untuk memakai metode kuantitatif yaitu mengumpulkan data berupa angka. Subyek penelitiannya adalah seluruh Pengunjung Obyek Wisata di Air Terjun Kedung Pedut Girimulyo Kulonprogo, sedangkan untuk obyek penelitiannya berupa kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan kepuasan pengunjung.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Obyek Wisata Air Terjun Kedung Pedut Girimulyo Kulonprogo.

Selanjutnya pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*, adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2009). Dengan menggunakan metode *accidental sampling*, yakni teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Maka, dalam penelitian ini, peneliti menentukan jumlah sampel menurut Hair, et al., 2010 diketahui bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 80 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberi daftar pernyataan tertulis kepada responden (Suliyanto, 2009).

Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Regresi Linier Berganda. Analisis regresi linier berganda yaitu untuk mengetahui besarnya pengaruh minimal dua variabel independen terhadap satu variabel dependen (Sarwono, 2005).

Uji t (Parsial)

Menurut Sarwono (2005) uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial atau berhubungan.

Uji F (Simultan)

Menurut Sarwono (2005) uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan atau bersama-sama.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu) (Noor, 2011). Karena variabel independen pada penelitian ini lebih dari 2, maka nilai koefisien

determinasi yang digunakan adalah Adjusted R Square (Ghazali, 2018).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Variabel	No.	r hitung	r tabel	Sig (2-tailed)	Keterangan
Kualitas Pelayanan	1	0,534	0,361	0,002	Valid
	2	0,655	0,361	0,000	Valid
	3	0,580	0,361	0,001	Valid
	4	0,767	0,361	0,000	Valid
	5	0,689	0,361	0,000	Valid
	6	0,802	0,361	0,000	Valid
	7	0,608	0,361	0,000	Valid
	8	0,809	0,361	0,000	Valid
	9	0,660	0,361	0,000	Valid
	10	0,618	0,361	0,000	Valid
Fasilitas	1	0,716	0,361	0,000	Valid
	2	0,779	0,361	0,000	Valid
	3	0,650	0,361	0,000	Valid
	4	0,636	0,361	0,000	Valid
	5	0,680	0,361	0,000	Valid
	6	0,808	0,361	0,000	Valid
	7	0,690	0,361	0,000	Valid
	8	0,483	0,361	0,007	Valid
Harga	1	0,512	0,361	0,004	Valid
	2	0,637	0,361	0,000	Valid
	3	0,742	0,361	0,000	Valid
	4	0,702	0,361	0,000	Valid
	5	0,608	0,361	0,000	Valid
	6	0,596	0,361	0,001	Valid
	7	0,701	0,361	0,000	Valid
	8	0,539	0,361	0,002	Valid

Variabel	No.	r hitung	r tabel	Sig (2-tailed)	Keterangan
Kepuasan Pengunjung	1	0,736	0,361	0,000	Valid
	2	0,447	0,361	0,013	Valid
	3	0,811	0,361	0,000	Valid
	4	0,525	0,361	0,003	Valid
	5	0,784	0,361	0,000	Valid
	6	0,584	0,361	0,001	Valid
	7	0,820	0,361	0,000	Valid
	8	0,399	0,361	0,029	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan menunjukkan nilai r hitung > r tabel dengan tingkat signifikansi < 0,05 dan nilai r hitung lebih besar dari r tabel > 0,361. Maka dapat disimpulkan seluruh item pernyataan pada indikator setiap variabel diatas adalah valid.

Uji Realiabel

Variabel	Hasil Chronbach Alpha	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,878	≥0,60	Reliabel
Fasilitas	0,835	≥0,60	Reliabel
Harga	0,780	≥0,60	Reliabel
Kepuasan Pengunjung	0,794	≥0,60	Reliabel

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan indikator setiap variabel menunjukkan hasil *Chronbach alpha* lebih besar dari 0,60 maka dapat disimpulkan seluruh item pertanyaan indikator setiap variabel adalah reliabel.

Analisis Regesi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,124	2,118		1,947
	KUALITAS PELAYANAN	,284	,061	,427	4,692
	FASILITAS	,193	,082	,201	2,356
	HARGA	,336	,104	,321	3,245

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGNJUNG

Maka didapat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 4,124 + 0,284X_1 + 0,193X_2 + 0,336X_3$$

Persamaan regresi diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Konstanta (a) sebesar 4,124

Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X_1), Fasilitas (X_2), dan harga (X_3) bersifat konstan terhadap kepuasan pengunjung (Y) sebesar 4,124.

- b. Koefisien Regresi (X_1) sebesar 0,284

Koefisien regresi dari kualitas pelayanan

memiliki nilai 0,284 yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh searah (positif) terhadap kepuasan pengunjung. Artinya apabila kualitas pelayanan meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan pengunjung akan meningkat sebesar 0,284.

- c. Koefisien Regresi (X_2) sebesar 0,193

Koefisien regresi fasilitas memiliki nilai sebesar 0,193 yang menyatakan bahwa variabel fasilitas memiliki pengaruh searah (positif) terhadap kepuasan pengunjung. Artinya apabila fasilitas meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan pengunjung akan meningkat sebesar 0,193.

- d. Koefisien regresi (X_3) sebesar 0,336

Koefisien regresi harga memiliki nilai sebesar 0,336 yang menyatakan bahwa variabel harga memiliki pengaruh searah (positif) terhadap kepuasan pengunjung. Artinya apabila harga meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan pengunjung akan meningkat sebesar 0,336.

Uji t

Variabel	T _{hitung}	T _{tabel}	Sig	Keterangan	Hasil
Kualitas Pelayanan	4,692	1,991	,000	<0,05	Ha diterima
Fasilitas	2,356		,021		Ha diterima
Harga	3,245		,002		Ha diterima

Berlandaskan pada tabel diatas bisa didapatkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t_{hitung} 4,692 > 1,991 dan memiliki nilai sig 0,000 < 0,05, variabel fasilitas memiliki nilai t_{hitung} 2,356 > 1,991 dan memiliki nilai sig 0,021 < 0,05, variabel harga memiliki nilai t_{hitung} 3,245 > 1,991 dan memiliki nilai sig 0,002 < 0,05, sehingga ketika variabel tersebut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung di obyek wisata Air Terjun Kedung Pedut Girimulyo Kulonprogo.

Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	746,348	3	248,783	63,193	,000 ^b
	Residual	299,202	76	3,937		
	Total	1045,550	79			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGNJUNG

b. Predictors: (Constant), HARGA, FASILITAS, KUALITAS PELAYANAN

Berlandaskan pada tabel diatas bisa didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 63,193 dengan tingkat sig 0,000 < 0,05. Untuk memperoleh nilai F_{tabel} maka selanjutnya ditentukan derajat kebebasan (df1 dan df2) berserta menerapkan signifikansi 5%. Maka F_{tabel} yang diperoleh adalah 2.73 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel dari kualitas

pelayanan, fasilitas, dan harga secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di obyek wisata Air terjun Kedung Pedut Girimulyo kulonprogo.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,845 ^a	,714	,703	1,984

a. Predictors: (Constant), HARGA, FASILITAS, KUALITAS PELAYANAN

Berdasarkan tabel diatas apat dilihat nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,703 dengan kata lain bahwa variabel kepuasan pengunjung dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, fasilitas, harga sebesar 70,3%. Sedangkan sisanya sebesar 29,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,692 > t_{tabel} 1,991 dan memiliki nilai sig sebesar 0,000 < 0,05 dan koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,284. Maka

dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di obyek wisata Air Terjun Kedung Pedut Girimulyo Kulonprogo.

2. Pengaruh variabel fasilitas terhadap kepuasan pengunjung

Dapatan dari penelitian yang dilaksanakan bisa kedapatan bahwa variabel fasilitas diperoleh nilai t_{hitung} $2,356 > t_{tabel}$ $1,991$ dan memiliki nilai sig sebesar $0,021 < 0,05$ dan koefisien regresi mempunyai nilai positif dan signifikan sebesar $0,193$. Maka variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di obyek wisata Air Terjun Kedung Pedut Girimulyo Kulonprogo.

3. Pengaruh variabel harga terhadap kepuasan pengunjung

Dapatan dari penelitian yang dilaksanakan bisa kedapatan bahwa variabel harga diperoleh nilai t_{hitung} $3,245 > t_{tabel}$ $1,991$ dan memiliki nilai sig sebesar $0,002 < 0,05$ memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal tersebut didukung dengan hasil nilai koefisien regresi $0,336$. Maka

variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

4. Pengaruh variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan pengunjung.

Berdasarkan hasil dari penelitian dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} $63,193 > F_{tabel}$ $2,73$ dengan sig sebesar $0,000 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Simpulan

1. Diperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.
2. Berdasarkan hasil analisis data uji F diketahui bahwa ketiga variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga berpengaruh secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Saran

1. Bagi pengelola

Pada penelitian ini oleh karena variabel independen yaitu kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga yang paling sedikit kurang berpengaruh adalah fasilitas. Maka sebab itu fasilitas yang telah tersedia hendaknya dibenahi supaya manfaat fasilitas yang tersedia dapat dirasakan dengan maksimal oleh pengunjung sehingga tidak mengurangi kenyamanan pengunjung saat berekreasi di obyek wisata Air Terjun Kedung Pedut Girimulyo Kulonprogo.

2. Bagi peneliti Selanjutnya Diminta bisa mengaplikasikan besaran sampel yang lebih banyak, agar nantinya dapat memperantarai keseluruhan dari populasi sehingga akan lebih menambahkan ketepatan hasil penelitian ini.

Sebaiknya peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel lain diluar penelitian ini agar dapat memberikan penjelasan makin analitis perkara penyebab apa saja yang merajai terjadinya kepuasan pengunjung

DAFTAR PUSTAKA

- Ghazali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Undip
- Herdiyanti, Tuti, dkk. 2017. *Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi (Survei pada Mahasiswa Semester VI Tahun Akademik 2015/2016 STIE Sultan Agung Pematangsiantar)*. Jurnal MAKER, 3(1), 64-72.
- Hair, Joseph F, dkk. 2010. *Hair Multivariate Data Analysis 7th Ed.Pdf*. Pearson Prentice.
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran edisi ketiga belas jilid 1 dan 2*. Dalam Bob Sabran (Ed.), Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Noor, J. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kharisma Putra Utama.
- Putra, Shandy Widjoyo, dkk. 2014. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 2(1) 1-9.

- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sarwono, J. 2005. *Riset Pemasaran dengn SPSS*. CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono, Fandi. 2011. *Pemasaran Jasa. Yogyakarta* : Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandi, 2000. *Persepsi Manajemen dan Pemasaran Kontenporer*. Yogyakarta, Andi.
- Tjokrowibowo, Laura. 2013. *Analisis Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Rangka Membangun Minat Transaksi Ulang*. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 7(2), 149-156.
- Yoeti, Oka A. 2003. *Tours and Travel Marketing*. Jakarta. Pradnya paramita.
- Yoeti, Oka A. 2016. *Tours and Travel Marketing*. Jakarta : PT Pradnya Pramita Jakarta.