

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Wisatawan di Pulau Mandeh, Sumatera Barat

*Zulwida Rahmayeni¹, Cahyana Agung Mulyana², Syafran³, Haviz Emriadi⁴,
Putri Puspita Sari⁵
UPI YPTK Padang, UIN SMDD Bukittinggi, Institut Seni Indonesia Padang
Panjang
rzulwida.mm@gmail.com

Hal | 42

Article Info	Abstract
<p>Keywords: service quality, tourist interest, Mandeh Island, tourism.</p> <p>Received: June 04, 2025</p> <p>Approved: June 12, 2025</p> <p>Published: June 14, 2025</p>	<p>This study aims to analyze the role of service quality in increasing tourists' interest in visiting the Mandeh Island tourist destination, West Sumatra. A quantitative approach was applied through a survey of 50 purposively selected tourists. Service quality was measured using the five SERVQUAL dimensions: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. Tourist interest was assessed based on intentions to return, give recommendations, and engage in other tourism activities. The results show that all service quality dimensions were rated as good, with reliability scoring the highest (96%) and tangibles the lowest (86%). Tourist interest was also high, with intentions to return (90%), give recommendations (92%), and try other activities (80%). Regression analysis indicates that service quality has a significant influence on tourist interest. These findings highlight the importance of improving overall service quality to enhance the competitiveness and sustainability of the Mandeh Island tourist destination.</p>

* rzulwida.mm@gmail.com

PENDAHULUAN

Pulau Mandeh merupakan salah satu destinasi wisata alam yang sedang berkembang pesat di Indonesia, khususnya di wilayah Provinsi Sumatera Barat. Terletak di Kabupaten Pesisir Selatan, kawasan wisata Pulau Mandeh menawarkan keindahan alam yang memukau, terdiri dari gugusan pulau-pulau kecil, pantai pasir putih, terumbu karang yang masih alami, dan air laut yang jernih. Kawasan Pulau Mandeh dikenal sebagai “Raja Ampat-nya Sumatera Barat” karena keindahan bawah lautnya yang eksotis, gugusan pulau-pulau kecil yang menawan, serta ekosistem bawah laut yang kaya akan keanekaragaman hayati, menarik minat wisatawan lokal maupun mancanegara.

Selain pesona alamnya, Kawasan Pulau Mandeh juga memiliki potensi wisata bahari yang kaya, seperti *snorkling*, *diving*, berperahu, dan menikmati panorama matahari terbenam. Keunikan budaya masyarakat pesisir yang ramah dan tradisi lokal juga menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Dalam beberapa tahun terakhir, sektor pariwisata di Kawasan Pulau Mandeh menunjukkan perkembangan yang pesat dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan. Pemerintah daerah Kabupaten Pesisir Selatan secara aktif mengembangkan infrastruktur pendukung pariwisata di Kawasan Pulau Mandeh, termasuk fasilitas akomodasi, akses transportasi laut, dan pelayanan wisata, guna mendukung pertumbuhan sektor pariwisata sebagai salah satu sumber pendapatan daerah.

Meskipun Pulau Mandeh memiliki keunggulan alam yang luar biasa, keberlanjutan sektor pariwisata di kawasan ini tidak dapat hanya mengandalkan potensi alam semata. Daya tarik wisata yang bersifat alami, seperti keindahan laut, gugusan pulau, dan kekayaan bawah laut, memang menjadi faktor utama dalam menarik wisatawan. Namun, seiring meningkatnya ekspektasi wisatawan terhadap kualitas pengalaman wisata secara menyeluruh, aspek pelayanan menjadi semakin krusial. Wisatawan saat ini tidak hanya mencari pemandangan yang indah, tetapi juga menilai kenyamanan, keamanan, dan kualitas interaksi selama mereka berada di destinasi. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi salah satu pilar utama dalam memastikan keberlanjutan pertumbuhan sektor pariwisata di Pulau Mandeh.

Kualitas pelayanan mencakup berbagai dimensi penting, seperti keramahan dan profesionalisme staf pariwisata, kebersihan dan kenyamanan akomodasi dan fasilitas umum, kejelasan dan kelengkapan informasi wisata, serta kemudahan akses transportasi dari dan menuju lokasi wisata. Selain itu, kesiapan pengelola dalam merespons kebutuhan dan keluhan wisatawan, baik secara langsung maupun

melalui sistem pengaduan yang efektif, juga menjadi indikator penting dalam menilai mutu pelayanan. Pelayanan yang mampu memenuhi atau bahkan melebihi harapan wisatawan akan menciptakan pengalaman yang positif dan berkesan. Sebaliknya, pelayanan yang buruk dapat menurunkan citra destinasi, mengurangi kepuasan wisatawan, dan berdampak negatif terhadap keputusan untuk kembali berkunjung atau memberikan rekomendasi.

Dilihat dari jumlah kunjungan, wisatawan yang berkunjung ke kawasan pulau mandeh juga dari tahun ke tahun meningkat.

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Kawasan Pulau Mandeh

Nomor	Tahun	Jumlah Kunjungan
1	2017	375.460
2	2018	418.454
3	2019	329.214
4	2023	265.269
5	2024	795.747

Sumber : Disparporapesisirs selatan.go.id

Berdasarkan dari tabel di atas, terjadi kenaikan jumlah pengunjung walaupun jumlah kunjungan dari tahun ke tahun ke tahun sifatnya fluktuatif, ditambah dengan situasi wabah pandemi Covid-19 yang menyebabkan destinasi wisata di tutup sementara, namun kalau dilihat secara keseluruhan tren jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke kawasan pulau mandeh meningkat dengan signifikan.

Namun demikian, belum banyak penelitian yang secara mendalam mengkaji bagaimana kualitas pelayanan di Pulau Mandeh berpengaruh terhadap minat wisatawan untuk berkunjung kembali dan merekomendasikan kawasan wisata ini. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memberikan gambaran secara empiris mengenai kualitas pelayanan dan dampaknya terhadap minat wisatawan, sehingga hasilnya dapat menjadi masukan bagi pengelola dan pemangku kepentingan dalam mengoptimalkan pengembangan wisata Pulau Mandeh. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memahami sejauh mana peran kualitas pelayanan yang diberikan oleh berbagai elemen dalam industri pariwisata di Kawasan Pulau Mandeh berpengaruh terhadap minat wisatawan. Minat wisatawan tidak hanya mencakup keputusan untuk berkunjung, tetapi juga mencakup keinginan untuk kembali serta memberikan rekomendasi kepada orang lain. Berbagai penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan erat dengan kepuasan pelanggan dan minat berulang terhadap suatu produk atau jasa, termasuk dalam sektor pariwisata. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah daerah, pelaku usaha wisata, serta komunitas lokal untuk memahami aspek-

aspek yang perlu ditingkatkan guna menciptakan pengalaman wisata yang positif. Penelitian ini diharapkan dapat membantu memperkuat posisi Kawasan Pulau Mandeh sebagai destinasi wisata unggulan di Provinsi Sumatera Barat yang tidak hanya mengandalkan keindahan alam, tetapi juga pelayanan berkualitas yang mampu meningkatkan minat wisatawan.

Berdasarkan hal diatas, dapat dirumusan permasalahan sebagai berikut : Bagaimana kualitas pelayanan wisata di Kawasan Pulau Mandeh dari aspek bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati? Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat wisatawan berkunjung ke Kawasan Pulau Mandeh? Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas pelayanan wisata di Kawasan Pulau Mandeh dan untuk menilai pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat wisatawan.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang dilaksanakan di kawasan wisata Pulau Mandeh pada 17 – 18 Mei 2025. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Pulau Mandeh, dengan pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling*, yaitu wisatawan yang bersedia mengisi kuesioner, dengan jumlah 50 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang memuat indikator variabel kualitas pelayanan berdasarkan lima dimensi Servqual (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati) serta indikator minat wisatawan (intensi untuk kembali, memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan minat mencoba aktivitas wisata lainnya).

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan statistik yang melibatkan pengolahan data kuantitatif. Pertama, analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui persentase respon “Ya” dari setiap indikator. Rumus ini berguna untuk menggambarkan sejauh mana indikator-indikator kualitas pelayanan dan minat wisatawan terpenuhi berdasarkan tanggapan responden. Rumus yang digunakan untuk menghitung persentase adalah :
Persentase (%) = (Jumlah respon “Ya” / Jumlah responden) × 100.

Selanjutnya, untuk memastikan bahwa instrumen kuesioner layak digunakan, dilakukan uji validitas dengan rumus korelasi Product Moment Pearson Sugiyono (2019), yang dirumuskan : $r = \frac{[n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)]}{\sqrt{[(n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)]}}$

Nilai koefisien korelasi (r) dibandingkan dengan nilai r tabel pada taraf signifikansi tertentu, dan suatu item dinyatakan valid jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Setelah validitas dipastikan, dilakukan pula uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi antar item

dengan rumus Cronbach's Alpha : $\alpha = [k / (k - 1)] \times [1 - (\sum \sigma_i^2 / \sigma^2 \text{ total})]$

Jika nilai alpha (α) lebih besar atau sama dengan 0,60, maka instrumen dinyatakan reliabel. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat wisatawan. Jika terdapat lebih dari satu dimensi kualitas pelayanan yang diuji secara simultan, maka digunakan regresi linier berganda dengan rumus : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat wisatawan secara keseluruhan, digunakan koefisien determinasi (R^2). Nilai R^2 menunjukkan proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat wisatawan. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mengetahui kekuatan hubungan antara pelayanan wisata di Pulau Mandeh dengan minat pengunjung untuk kembali, merekomendasikan, dan mencoba aktivitas wisata lainnya.

Uji Hipotesis Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah:

a. H_0 (Hipotesis Nol): Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap permintaan wisatawan di Kawasan Pulau Mandeh.

b. H_1 (Hipotesis Alternatif): Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap permintaan wisatawan di Kawasan Pulau Mandeh. Uji hipotesis dilakukan menggunakan uji F dan uji t, dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$. Jika nilai p-value < 0.05, maka hipotesis alternatif diterima, yang berarti terdapat hubungan signifikan antara kualitas pelayanan dan permintaan wisatawan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) diartikan sebagai sejauh mana pelayanan yang diberikan mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Konsep ini menekankan pentingnya kesenjangan antara harapan pelanggan sebelum menerima layanan dan persepsi mereka setelah layanan diterima. Dalam konteks pariwisata, kualitas pelayanan menjadi elemen kunci yang mempengaruhi kepuasan, loyalitas, dan minat wisatawan untuk berkunjung kembali, sebagaimana diungkapkan oleh Prayag et al. (2020). Pelayanan yang berkualitas tidak hanya menciptakan pengalaman wisata yang menyenangkan, tetapi juga membentuk persepsi positif terhadap suatu destinasi.

Dalam penelitian ini, populasi yang ditetapkan adalah seluruh wisatawan yang berkunjung ke Kawasan Wisata Pulau Mandeh, Kabupaten Pesisir Selatan, pada saat survei dilakukan pada bulan Mei 2025. Karena jumlah total populasi tidak diketahui secara pasti (karena terus berubah setiap hari dan tidak ada data kunjungan real-time), maka peneliti menggunakan teknik non-probability sampling jenis

accidental sampling, yaitu dengan cara mengambil responden dari wisatawan yang secara kebetulan dijumpai dan bersedia mengisi kuesioner.

Pemilihan teknik ini dilakukan karena keterbatasan data pasti tentang populasi dan juga keterbatasan waktu serta sumber daya. Penentuan jumlah sampel mengacu pada teori Hair et al. (1998) yang menyarankan bahwa jumlah sampel minimal adalah 5–10 kali jumlah indikator. Dalam penelitian ini terdapat total 20 indikator (16 dari variabel kualitas pelayanan dan 4 dari variabel minat berkunjung), sehingga jumlah sampel minimal adalah 100. Oleh karena itu, peneliti menetapkan 100 orang wisatawan sebagai sampel utama dalam penelitian ini.

Berdasarkan data hasil penelitian mengenai variabel kualitas pelayanan wisata di Pulau Mandeh yang mencakup lima dimensi Servqual, seluruh dimensi menunjukkan kategori "Baik", dengan persentase responden yang menyatakan "Ya" terhadap indikator pelayanan berkisar antara 86% hingga 96%. Hal ini mengindikasikan bahwa secara umum, pelayanan wisata di Pulau Mandeh telah memenuhi harapan wisatawan dalam lima aspek utama yang diidentifikasi oleh model Servqual.

Dimensi Keandalan (X^1) memperoleh persentase tertinggi, yaitu 96%, yang mencerminkan bahwa mayoritas wisatawan menilai layanan yang dijanjikan oleh pengelola wisata telah dilaksanakan secara akurat dan tepat waktu. Temuan ini sejalan dengan pendapat Al-Msallam (2015) yang menyatakan bahwa keandalan merupakan dimensi paling mendasar dari kualitas pelayanan karena berhubungan langsung dengan kepercayaan wisatawan.

Dabholkar & Sheng (2022) juga menambahkan bahwa ketepatan waktu dan konsistensi dalam memenuhi janji sangat berpengaruh dalam membentuk persepsi positif terhadap suatu destinasi wisata.

Dimensi Daya Tanggap (X^2) memperoleh skor 90%, menunjukkan bahwa wisatawan merasa bahwa staf pengelola cukup cepat dan tanggap dalam merespons kebutuhan maupun keluhan mereka. Ini menguatkan teori dari Putra & Hidayat (2018) yang menekankan bahwa daya tanggap mencerminkan orientasi nyata terhadap pelanggan, serta didukung oleh Kuo et al. (2017) yang menyatakan bahwa respons cepat terhadap keluhan berdampak langsung terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung kembali.

Selanjutnya, dimensi Jaminan (X^3) memperoleh 92%, yang berarti wisatawan merasa aman dan percaya terhadap kompetensi serta sikap staf pelayanan. Ryu & Han (2020) menyebutkan bahwa rasa aman selama berada di destinasi, khususnya dalam kegiatan berisiko, sangat

penting dalam membangun loyalitas wisatawan. Sari et al. (2021) juga menambahkan bahwa keramahan dan profesionalisme petugas berkontribusi besar dalam menciptakan rasa percaya.

Dimensi Empati (X^4) mendapatkan penilaian 94%, menunjukkan bahwa wisatawan merasa diperhatikan secara personal dan kebutuhan mereka dipahami. Hasil ini sesuai dengan pendapat Ismail & Yunan (2016) yang menyatakan bahwa perhatian personal dalam pelayanan menciptakan pengalaman yang lebih berkesan, dan Hakim & Zulkifli (2022) yang mengemukakan bahwa empati membangun kedekatan emosional yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Terakhir, dimensi Bukti Fisik (X^5) memperoleh nilai paling rendah tetapi tetap tinggi yaitu 86%, yang mengindikasikan bahwa fasilitas fisik, perlengkapan, dan penampilan staf dinilai cukup baik oleh pengunjung. Ini sejalan dengan pandangan Akbaba (2021) yang menyatakan bahwa aspek visual sangat memengaruhi kesan pertama wisatawan, serta Setiawan & Suharto (2019) yang menekankan bahwa kebersihan, kenyamanan, dan kelengkapan fasilitas merupakan indikator nyata dari profesionalisme pengelola destinasi wisata.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap variabel Y (Minat Pelanggan) di destinasi wisata Kawasan Pulau Mandeh, ditemukan bahwa minat wisatawan terhadap destinasi ini tergolong tinggi, khususnya dalam hal intensi untuk kembali, memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan minat mencoba aktivitas wisata lainnya. Secara umum, hasil menunjukkan bahwa pelayanan yang diterima telah berdampak positif terhadap perilaku dan sikap wisatawan pascakunjungan.

Pertama, elemen intensi untuk kembali memperoleh persentase 90% dan dikategorikan "Baik", yang menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan memiliki keinginan kuat untuk mengunjungi kembali Pulau Mandeh di masa depan. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman wisata yang dirasakan telah memenuhi ekspektasi mereka. Temuan ini konsisten dengan teori Prayag et al. (2020) yang menegaskan bahwa kepuasan atas kualitas pelayanan mendorong loyalitas dan kunjungan ulang wisatawan.

Kedua, elemen memberikan rekomendasi kepada orang lain mendapat persentase 92%, juga termasuk dalam kategori "Baik". Artinya, wisatawan cenderung menyebarkan pengalaman positif mereka kepada teman, keluarga, maupun melalui media sosial. Rekomendasi ini merupakan bentuk word of mouth yang sangat penting dalam mempromosikan destinasi wisata secara organik. Menurut Kuo et al. (2017), loyalitas pelanggan seringkali diwujudkan dalam bentuk promosi tidak langsung melalui cerita pengalaman, yang memiliki dampak besar terhadap keputusan kunjungan orang lain.

Ketiga, elemen minat mencoba aktivitas wisata lainnya memperoleh nilai 80%, yang termasuk dalam kategori "Cukup Baik". Meski masih positif, hasil ini mengindikasikan adanya ruang perbaikan dalam hal pengembangan dan promosi aktivitas wisata tambahan. Wisatawan mungkin belum sepenuhnya mengetahui atau tertarik pada variasi aktivitas lain yang tersedia di Pulau Mandeh. Menurut Ryu & Han (2020), keberagaman dan daya tarik aktivitas wisata berperan penting dalam mempertahankan minat wisatawan dan memperpanjang masa tinggal mereka di suatu destinasi.

Berdasarkan teori dan temuan data, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X) memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap minat pelanggan (Y). Artinya: Semakin baik persepsi wisatawan terhadap kualitas pelayanan yang mereka terima, maka semakin besar kemungkinan mereka : 1). Ingin kembali berkunjung ke destinasi wisata (loyalitas), 2). Merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain (*word of mouth*), dan 3). Memiliki minat lebih tinggi untuk mengeksplorasi aktivitas wisata lainnya yang ditawarkan. Hubungan ini diperkuat oleh berbagai kajian teori Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988): menyatakan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan memengaruhi kepuasan dan perilaku lanjutan, termasuk loyalitas dan minat ulang. Prayag et al. (2020) : dalam konteks pariwisata, kualitas pelayanan terbukti menjadi faktor utama dalam membentuk niat untuk kembali dan memberi rekomendasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan wisata di Kawasan Pulau Mandeh berada dalam kategori baik pada seluruh dimensi *Servqual*, yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Dimensi keandalan memperoleh nilai tertinggi, menunjukkan bahwa wisatawan merasa layanan yang dijanjikan telah dilaksanakan secara akurat dan konsisten. Meskipun dimensi bukti fisik memperoleh nilai paling rendah di antara kelima dimensi, nilainya tetap menunjukkan persepsi positif dari wisatawan. Secara keseluruhan, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat wisatawan untuk kembali berkunjung, merekomendasikan destinasi, serta mencoba aktivitas wisata lainnya. Hal ini menegaskan bahwa pelayanan yang berkualitas tidak hanya berdampak pada kepuasan sesaat, tetapi juga pada loyalitas dan promosi dari mulut ke mulut.

Dari hasil penelitian yang menunjukkan skor tinggi pada semua dimensi *Servqual* (86%–96%) dan skor baik pada variabel minat pelanggan (80%–92%), maka dapat disimpulkan bahwa terdapat

hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan (*Servqual*) dengan minat pelanggan. Kualitas pelayanan yang tinggi mendorong intensi kunjungan ulang, rekomendasi positif, dan minat mengeksplorasi aktivitas wisata lainnya. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan secara menyeluruh—terutama pada dimensi bukti fisik dan keragaman aktivitas—merupakan strategi penting untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan destinasi wisata Pulau Mandeh.

SARAN

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar pengelola wisata Pulau Mandeh terus meningkatkan kualitas pelayanan, terutama dalam aspek fisik seperti fasilitas, kebersihan, dan kenyamanan destinasi. Perhatian khusus juga perlu diberikan pada pelatihan staf agar semakin profesional dan responsif dalam melayani wisatawan. Pemerintah daerah dan pemangku kepentingan pariwisata sebaiknya memperkuat sinergi dalam pengembangan infrastruktur, promosi, serta pengawasan mutu pelayanan untuk memastikan pengalaman wisata yang memuaskan dan berkesan. Selain itu, keterlibatan masyarakat lokal dalam mendukung layanan berbasis budaya dan keramahan juga menjadi nilai tambah yang perlu terus dikembangkan guna meningkatkan daya saing Pulau Mandeh sebagai destinasi wisata unggulan di Sumatera Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbaba, A. (2021). *Service quality in tourism and hospitality industry: A review*. *International Journal of Hospitality Management*, 94, 102891.
- Al-Msallam, S. (2015). The effects of customer expectation and perceived service quality on customer satisfaction. *International Journal of Business and Management Invention*, 4(6), 79-84.
- Dabholkar, P. A., & Sheng, X. (2022). Service quality delivery and customer satisfaction: The role of expectations and performance. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 65, 102875.
- Ismail, A., & Yunan, Y. M. (2016). Service quality as a predictor of customer satisfaction and customer loyalty. *LogForum*, 12(4), 269–283.
- Kuo, N.-T., Wu, C.-C., & Deng, W.-J. (2017). The relationships among service quality, perceived value, customer satisfaction, and post-purchase intention in the hotel industry. *International Journal of Organizational Innovation*, 9(4), 106–118.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Prayag, G., Hosany, S., & Odeh, K. (2020). The role of service quality and perceived value in the hotel industry. *Journal of Travel Research*, 59(4), 623–640.
- Putra, A., & Hidayat, R. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada industri pariwisata. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(2), 187–196.
- Ryu, K., & Han, H. (2020). The influence of quality dimensions in customer loyalty in tourism: A study on safety and assurance. *Tourism Management*, 76, 103961.
- Sari, D., Nurhayati, T., & Ridwan, M. (2021). Service quality and destination image on satisfaction and revisit intention. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 15(1), 11–20.
- Setiawan, B., & Suharto, A. (2019). Analisis pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan wisatawan. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(2), 210–218.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.