



<http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/accounting>

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan Berdampak kepada Perilaku Masa Depan Wisatawan Domestik

Ferryal Abadi¹, Herwin²

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengkaji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan serta dampaknya kepada perilaku masa depan wisatawan domestik di Keraton Yogyakarta. Populasi dan sampel penelitian ini adalah wisatawan domestik yang berkunjung ke Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan analisis jalur dalam pengolahan data. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan selanjutnya kepuasan wisatawan berpengaruh kepada perilaku masa depan wisatawan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Wisatawan, Perilaku Masa Depan

Abstract

The purpose of this study is to analyze and examine the effect of service quality on tourist satisfaction and its impact on the future behavior of domestic tourists at the Yogyakarta Palace. The population and sample of this study were domestic tourists visiting Yogyakarta. This research is a quantitative research that uses path analysis in data processing. The results in this study indicate that the quality of service affects the satisfaction of wasatawa then tourist satisfaction affects the behavior of future tourists.

Keywords: Service Quality, Tourist Satisfaction, Future Behavior Intention

¹ Universitas Esa Unggul
ferryal@esaunggul.ac.id

² Institut Teknologi dan
Bisnis Kalbis

PENDAHULUAN

Perkembangan industri pariwisata merupakan suatu fenomena yang menarik, meskipun pariwisata juga merupakan sektor yang sangat sensitif terhadap perubahan yang terjadi baik secara internal maupun eksternal yang sangat berpengaruh terhadap jumlah dan minat wisatawan untuk mengunjungi suatu negara, wilayah/provinsi maupun daerah. Industri tersebut secara langsung berdampak terhadap ekonomi, sosial, dan budaya (Gegel, 2006).

Sejumlah pelaku wisata maupun pemerintahan di Yogyakarta mengeluhkan minimnya wisatawan mancanegara yang berlibur ke lokasi-lokasi wisata di sana. Berdasarkan data Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Yogyakarta, jumlah turis asing yang menginap selama 2015 hanya sekitar 250 ribu orang, sedangkan sebanyak 3,3 juta orang adalah wisatawan domestik.

Kementerian Pariwisata sudah ikut memasarkan event dan festival di Yogya, antara lain ArtJog, festival layang-layang, dan Jogja Fashion Week. Yogyakarta membutuhkan asistensi dari pusat untuk menjadi Jogja Festival City. Sayangnya, hingga saat ini usulan itu masih diabaikan. Berdasarkan data Bappeda DIY, anggaran APBN untuk pariwisata Yogyakarta pada 2016 hanya senilai Rp 20 miliar, sedangkan anggaran dana keistimewaan untuk pariwisata dari bidang kebudayaan senilai Rp 14 miliar. Dana sebesar itu dinilai tak cukup untuk membuat pariwisata di Yogyakarta lebih menarik (tempo.co.id).

Yogyakarta merupakan daerah tujuan wisata terbesar kedua setelah Bali. Berbagai jenis obyek wisata dikembangkan di wilayah ini, seperti wisata alam, wisata sejarah, wisata budaya, wisata pendidikan, dan wisata belanja. Pariwisata menurut UU No. 10 Tahun 2009 adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Menurut Subadra (2006), pariwisata merupakan industri perdagangan jasa yang memiliki mekanisme pengaturan yang kompleks karena mencakup pengaturan pergerakan wisatawan dari negara asalnya, di daerah tujuan wisata hingga kembali ke negara asalnya yang melibatkan berbagai hal seperti transportasi, penginapan, restoran, pemandu wisata dan lain-lain.

Tabel 1. Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan Ke DIY Tahun 2010-2014

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Pertumbuhan (%)	Wisatawan Nusantara	Pertumbuhan (%)	Wisatawan Manca dan Nusantara	Pertumbuhan (%)
2010	152.843	9,57	1.304.137	1,37	1.456.980	2,17
2011	169.565	10,94	1.438.129	10,27	1.607.694	10,34
2012	197.751	16,62	2.162.422	50,36	2.360.173	46,80
2013	235.893	19,29	2.602.074	20,33	2.837.967	20,24
2014	254.213	7,77	3.091.967	18,83	3.346.180	17,91

Sumber: Dinas Pariwisata, 2016.

Oleh sebab itu industri pariwisata memegang peranan yang sangat penting dalam mengembangkan pariwisata. Secara luas pariwisata dipandang sebagai kegiatan yang mempunyai multidimensi dari rangkaian suatu proses pembangunan. Pembangunan sektor pariwisata menyangkut aspek sosial budaya, ekonomi dan politik (Spillane, 2014). Hal tersebut sejalan dengan yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisataan yang menyatakan bahwa Penyelenggaraan Kepariwisataan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan

Ferryal Abadi, Herwin

ditujukan untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan dan mendayagunakan obyek dan daya tarik wisata di Indonesia serta memupuk rasa cinta tanah air dan mempererat persahabatan antar bangsa.

Tabel 1 menunjukkan bahwa wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara mengalami pertumbuhan walau setiap tahun pertumbuhannya fluktuatif atau tidak stabil. Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis dan mengkaji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan serta dampaknya kepada perilaku masa depan wisatawan domestik di Keraton Yogyakarta.

TINJAUAN PUSTAKA

Keraton Yogyakarta mulai didirikan oleh Sultan Hamengku Buwono I beberapa bulan pasca Perjanjian Giyanti pada tahun 1755. Lokasi keraton ini konon adalah bekas sebuah pesanggrahan yang bernama Garjitawati. Pesanggrahan ini digunakan untuk istirahat iring-iringan jenazah raja-raja Mataram (Kartasura dan Surakarta) yang akan dimakamkan di Imogiri. Versi lain menyebutkan lokasi keraton merupakan sebuah mata air, Umbul Pacethokan, yang ada di tengah hutan Beringan. Sebelum menempati Keraton Yogyakarta, Sultan Hamengku Buwono I berdiam di Pesanggrahan Ambar Ketawang yang sekarang termasuk wilayah Kecamatan Gamping Kabupaten Sleman.

Selain itu Keraton Yogyakarta memiliki berbagai warisan budaya baik yang berbentuk upacara maupun benda-benda kuno dan bersejarah. Di sisi lain, Keraton Yogyakarta juga merupakan suatu lembaga adat lengkap dengan pemangku adatnya. Oleh karenanya tidaklah mengherankan jika nilai-nilai filosofi begitu pula mitologi menyelubungi Keraton Yogyakarta. Untuk itulah pada tahun 1995 Komplek Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat dicalonkan untuk menjadi salah satu Situs Warisan Dunia UNESCO.

Tabel 2. Objek Wisata Unggulan Yogyakarta

No	Objek Wisata	Jumlah
1	Pantai Parangtritis	2.179.000
2	Gembira Loka	1.775.936
3	Candi Prambanan	1.576.988
4	Pantai Baron	1,051.040
5	Taman Pintar	1.010.345
6	Kaliurang	888.780
7	Kraton Yogyakarta	880.442
8	Taman Sari	439.395

Sumber : Dinas Pariwisata, 2019.

Tabel 2 menunjukkan bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kraton Jogyakarta tidak sebanyak tempat wisata lain. Padahal keraton adalah objek wisata yang sangat identik dengan Jogyakarta dan keraton adalah kediaman Sultan Hamengku Buwono X. Berdasarkan tinjauan pustaka dan hasil penelitian sebelumnya, maka dirumuskan hipotesis bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan, selanjutnya kepuasan wisatawan berpengaruh positif terhadap perilaku masa depan wisatawan domestik di Keraton Yogyakarta.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan metode survei. Metode survei dilakukan dengan kuesioner terstruktur yang diberikan ke responden dan dirancang untuk menghasilkan informasi spesifik. Penelitian dilakukan di area Keraton Yogyakarta. Penelitian dilakukan dalam rentan waktu Mei 2018 hingga Oktober 2018 meliputi tahap pengajuan proposal, pengumpulan data, analisa dan pelaporan data. Pengumpulan data atau penyebaran kuesioner dilakukan dari tanggal 4 Juli 2018 sampai dengan 15 Juli 2018.

Populasi adalah gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa yang mencakup semesta untuk kepentingan riset pemasaran (Maholtra, 2009). Sampel merupakan sub kelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi (Maholtra, 2009), yaitu wisatawan domestik pengunjung Keraton Yogyakarta selama periode penelitian yang berusia di atas 17 tahun berjumlah 200 responden.

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel adalah *Non Probability Sampling* yaitu teknik sampling yang tidak menggunakan prosedur pemilihan peluang melakukan *judgment* pribadi peneliti (Malhotra, 2009). Ini berarti tidak semua elemen dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Metode pengambilan sampel menggunakan *Metode Convenience Sampling* dengan responden yang ditentukan berdasarkan kriteria peneliti. Responden yang menjadi sampel ini adalah wisatawan domestik yang berusia minimal 17 tahun. Penentuan responden berusia 17 tahun ditujukan agar peneliti mendapatkan jawaban yang akurat dari responden sehubungan pada usia tersebut seorang telah dewasa serta mampu menganalisis dan memberikan keputusan. Kriteria responden adalah wisatawan domestik, karena dikhawatirkan pemberian kuesioner ke wisatawan asing mengganggu mereka menikmati Yogyakarta dan menimbulkan persepsi yang buruk.

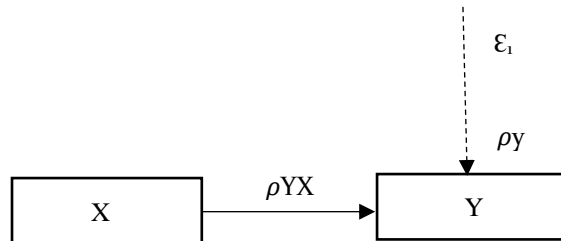
Sugiyono (2013) menyatakan instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dapat dilihat dari indikasi nilai *loading factor* untuk tiap indikator variabel. Adapun uji reabilitas atau kehandalan suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item dalam instrumen. Uji Reliabilitas menggunakan metode Cronbach's Alpha. Semakin dekat koefisien keandalan dengan 1,0; semakin baik. Keandalan kurang dari 0,60 dianggap buruk dan keandalan bisa diterima pada kisaran 0,70. Dengan demikian, instrumen dikatakan reliabel jika memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar daripada 0,7.

Analisis jalur adalah suatu teknik pengembangan dari regresi linier ganda. Teknik ini digunakan untuk menguji besarnya kontribusi yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal antar variabel X terhadap Y serta dampaknya terhadap Z. Analisis jalur ialah suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung (Sandjojo, 2011).

Dalam teknik analisis jalur tersebut, analisis akan dibagi menjadi dua. Pertama, melihat pengaruh secara gabungan (simultan). Kedua, melihat pengaruh secara parsial (individual). Dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai probabilitas lebih kecil daripada atau sama dengan nilai probabilitas Sig. ($0,05 \leq \text{Sig.}$), hipotesis diterima; dan sebaliknya jika nilai probabilitas lebih besar daripada nilai probabilitas Sig. ($0,05 \leq \text{Sig.}$), hipotesis ditolak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Jalur Substruktural I. Gambar 1 berikut menunjukkan hasil analisis persamaan sub-struktural I. Pada bagian ini, analisis dibagi dua untuk menganalisis pengaruh secara simultan dan parsial.



Gambar 1. Sub-struktural I

Tabel 3 berikut menunjukkan pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Kepuasan Wisatawan (Y) secara simultan, berikut hasil perhitungan dalam tabel 3.

Tabel 3. Hasil Perhitungan R Square

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.674 ^a	.454	.452	1.16352

Sumber : data diolah, 2018.

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa besarnya R Square (R^2) adalah 0,454. Angka tersebut bermakna bahwa variabel Kualitas Pelayanan berkontribusi dapat menjelaskan Kepuasan Wisatawan sebesar 45,5 persen. Sementara sisanya sebesar 54,5 persen ditentukan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini. Selanjutnya, untuk menguji tingkat signifikansi konstanta, terdapat dalam Tabel 4.

Tabel 4. Hasil perhitungan Anova

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	278.909	1	278.909	206.024	.000 ^b
Residual	335.735	248	1.354		
Total	614.644	249			

Sumber : data diolah, 2018.

Hasil uji signifikansi pada tabel 4 menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,000. Dengan demikian, H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Ini bermakna koefisien regresi adalah signifikan, jadi variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Kepuasan Wisatawan (Y).

Selanjutnya untuk menganalisis besarnya pengaruh secara parsial antara variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Kepuasan Wisatawan (Y), dapat dilihat dalam Tabel 5 berikut.

Tabel 5. Hasil Variabel X ke Y

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.497	.606		5.771	.000
	Total SQ	.121	.008	.674	14.354	.000

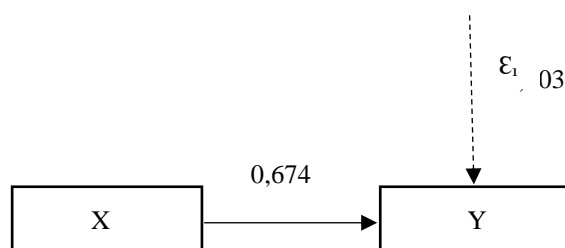
Sumber : data diolah, 2018.

Nilai t_{tabel} pada taraf signifikansi 0,05 di mana d.f. = jumlah sampel – jumlah variabel = $200 - 3 = 197$. Oleh karena itu, nilai t_{tabel} pada d.f. = 197 adalah 1,652. Nilai t_{hitung} diperoleh pada tabel *Coefficients*, di mana dari tabel *Coefficients* sebelumnya diketahui bahwa besarnya t_{hitung} variabel Kualitas Pelayanan terhadap variabel Kepuasan Wisatawan adalah 14,354. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($14,354 > 1,652$). Dengan demikian, hipotesis diterima yaitu Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan.

Berdasarkan Tabel 5 juga diketahui bahwa signifikansi dan besarnya Beta (koefisien) jalur variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan adalah 0,674 (ρ_{yx}) sehingga diperoleh persamaan:

$$Y = \rho_{YX} + \rho_y \epsilon_1$$

$$Y = 0,674X + 0,303\epsilon_1$$



Gambar 2 Sub-struktural I beserta Koefisien Jalur

Analisis Jalur Substruktural II. Sebagaimana halnya persamaan sub-struktural I, pada analisis jalur substruktural II juga dibagi dua untuk menganalisis pengaruh secara simultan dan parsial.

$$Z = \rho_{zx}X + \rho_{zy}Y + \rho_z \epsilon_2$$

Untuk melihat kontribusi Kualitas Pelayanan (X) dalam menjelaskan variasi Kepuasan Wisatawan (Y) secara simultan, dapat dilihat dari hasil perhitungan dalam Tabel 6 berikut. Nilai R Square (R^2) adalah 0,601. Ini bermakna pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Wisatawan secara simultan terhadap Kinerja Karyawan adalah 60,1 persen. Adapun sisanya sebesar 60,1 persen dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 6. Hasil R Square X ke Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.775 ^a	.601	.571	1.67040

Sumber : data diolah, 2018.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan

Ferryal Abadi, Herwin

Selanjutnya, untuk menguji tingkat signifikansi konstanta terdapat dalam Tabel 7. Hasil uji signifikansi pada tabel 7 menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian, hipotesis diterima, artinya Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Wisatawan (Y) berpengaruh signifikan terhadap Future Behaviour Intention (Z).

Tabel 7. Hasil Anova

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	184.132	1	184.132	155.697	.000 ^b
Residual	293.292	248	1.183		
Total	477.424	249			

Sumber : data diolah, 2018.

Adapun untuk melihat besarnya pengaruh secara parsial variabel Kualitas Pelayanan (X) dan variabel Kepuasan Wisatawan (Y) terhadap variabel Future Behaviour Intention (Z), dapat dilihat dalam Tabel 8 berikut.

Tabel 8. Hasil Parsial X,Y dan Z

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.815	.562		6.784	.000
Total SQ	.061	.010	.389	6.196	.000
Total TS	.316	.055	.359	5.719	.000

Sumber : data diolah, 2018.

Nilai t_{tabel} pada taraf signifikansi 0,05 di mana d.f. = jumlah sampel – jumlah variabel = $200 - 3 = 197$. Oleh karena itu, nilai t_{tabel} pada d.f. = 197 adalah 1,652. Nilai t_{hitung} diperoleh pada tabel *Coefficients*, di mana dari tabel *Coefficients* sebelumnya diketahui bahwa besarnya t_{hitung} variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Future Behaviour Intention (Z) adalah 6,196. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,196 > 1,687$), dengan demikian hipotesis diterima, variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel Future Behaviour Intention (Z).

Dari Tabel 8 juga diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,000. Jika dibandingkan dengan nilai α ($0,000 < 0,05$) artinya hipotesis diterima. Dengan demikian, terdapat pengaruh signifikan variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Future Behaviour Intention (Z) dan besar Beta (koefisien jalur) variabel X terhadap Z adalah 0,389.

Nilai t_{tabel} pada taraf signifikansi 0,05 di mana d.f. = jumlah sampel – jumlah variabel = $40 - 3 = 37$. Oleh karena itu, nilai t_{tabel} pada d.f. = 37 adalah 1,687. Nilai t_{hitung} diperoleh pada tabel *Coefficients*, di mana dari Tabel 9 diketahui bahwa besarnya t_{hitung} variabel Kepuasan Wisatawan (Y) terhadap variabel Future Behaviour Intention (Z) adalah 5,719. Artinya, $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,719 > 1,687$) dengan demikian, hipotesis diterima yang bermakna bahwa variabel (Y) Kepuasan Wisatawan berpengaruh secara individual terhadap variabel Future Behaviour Intention (Z).

Dari tabel 8 juga diketahui bahwa variabel Kepuasan Wisatawan (Y) mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,000. Jika dibandingkan dengan nilai α ($0,000 < 0,05$), artinya hipotesis diterima. Dengan demikian, terdapat pengaruh signifikan variabel Kepuasan Wisatawan (Y)

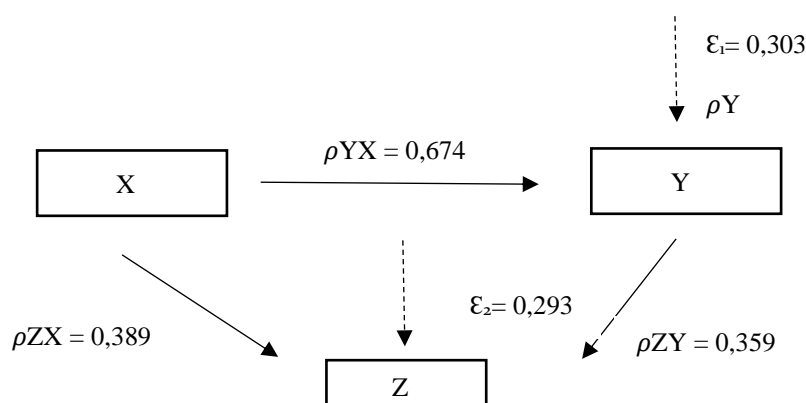
terhadap variabel Future Behaviour Intention (Z) dan besar Beta (koefisien jalur) variabel Y terhadap Z adalah 0,359.

Kerangka hubungan jalur variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap Future Behaviour Intention (Z) dan variabel Kepuasan Wisatawan (Y) terhadap Future Behaviour Intention (Z) dirumuskan melalui persamaan struktural berikut :

$$Z = \rho_{zx}X + \rho_{zy}Y + \rho_z\varepsilon_2$$

$$Z = 0,389X + 0,359Y + 0,293\varepsilon_2$$

Berdasarkan Gambar 3 diketahui koefisien jalur tersebut adalah sebagai berikut :



Gambar 3. Struktur Pengaruh X dan Y terhadap Z beserta koefisien jalur

Persamaan sub-struktural I:

$$Y = \rho_{YX} + \rho_Y\varepsilon_1$$

$$Y = 0,674X + 0,303\varepsilon_1$$

Persamaan sub-struktural II:

$$Z = \rho_{zx}X + \rho_{zy}Y + \rho_z\varepsilon_2$$

$$Z = 0,389X + 0,359Y + 0,293\varepsilon_2$$

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dikemukakan kesimpulan berikut. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Kepuasan wisatawan berpengaruh signifikan terhadap Future Behaviour Intention. Kepuasan Wisatawan berpengaruh secara signifikan terhadap *Future Behaviour Intention*.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah didapatkan, maka usaha yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen dan pemimpin Keraton Yogyakarta adalah sebagai berikut:

1. Pertanyaan wisatawan dijawab dengan lebih maksimal. Dalam hal ini para petugas yang berjaga di dalam kraton harus lebih mengenal konsep melayani konsumen.
2. Minat wisatawan kembali berkunjung masih rendah karena bagi generasi milineal kraton tempat yang membosankan dan wisata sejarah. Keraton harus mempunyai inovasi dalam membuat acara yang mengundang generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Buchari, A. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- David A. A., V. Kumar & George S. D. (2004). *Marketing Research*.
- Gaspersz, V. (1997). *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Gaspersz, V. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Ibrahim, E. E. (2005). *A Positioning Strategy for a Tourist Destination, based on Analysis of Customers' Perceptions and Satisfaction, Marketing Intelligence & Planning*; 2005;23,2/3 ProQuest pd 172.
- Ivyan, C. U. (2013). An Empirical Investigation of Service Quality, Tourist Satisfaction and Future Behavioral Intentions among Domestic Local Tourist at Borobudur Temple, *International Journal of Trade, Economics and Finance*. 4(2).
- Kim, S. & Yoon, Y. (2003). The Hierarchical Effects of Effective and Cognitive Components on The Tourism Destination Image. *Journal of Travel & Tourism Marketin*. 14(20), p.1-22.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing*, 13th ed. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education Inc.
- Malhotra, N. K. (2009). *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*. Jilid 1. Jakarta: Index.
- Sandjojo, N. (2011). *Metode Analisis Jalur (Path Analysis) dan Aplikasinya*, Cetakan Pertama. Jakarta : Pustaka Sinar Harapan.
- Putu, G. I. (2006). *Industri Pariwisata Indonesia Dalam Globalisasi Perdagangan Jasa*. Bandung : PT. Refika Aditama.
- S. Lee, S. Jeon, & D. Kim. 2011. The Impact of Tour Quality and Tourist Satisfaction on Tourist Loyalty: The Case of Chinese Tourist in Korea. *Tourism Management*. 32, p.1115-1124.
- Subadra, I. N. (2006). Ekowisata Hutan Mangrove dalam Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan : Studi Kasus di Mangrove Information Center, Desa Pemagon, Kecamatan Denpasar Selatan, Kota Denpasar. *Tesis*. Universitas Udayana.
- Spillane, J.J. (1987). *Pariwisata Indonesia Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta : Kanisius.
- Smith, S. L. S. (1998). *Tourism Analysis: A Handbook*, Harlow. England: Longman Group.
- Swastha, B., Handoko, T. H., & William J. Stanton. 2004. *Management Pemasaran Modern*. Jakarta : Grasindo Persada.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi