

## PENGARUH ATRIBUT, KUALITAS PELAYANAN, AKSESIBILITAS, DAN GETOK TULAR ELEKTRONIK TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG MERAPI PARK

Fikri Farhan<sup>1\*</sup>, Akromul Fajri<sup>2</sup>, Guruh Ghifar Zalzal<sup>3</sup>, Adhi Prakosa<sup>4</sup>

<sup>1\*,2,3,4</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas PGRI Yogyakarta,  
Indonesia

E-mail: [fikrifarhan@upy.ac.id](mailto:fikrifarhan@upy.ac.id)<sup>1\*)</sup>  
[akromulfajri62@gmail.com](mailto:akromulfajri62@gmail.com)<sup>2)</sup>  
[guruh@upy.ac.id](mailto:guruh@upy.ac.id)<sup>3)</sup>  
[adhi@upy.ac.id](mailto:adhi@upy.ac.id)<sup>4)</sup>

*Received dd Month yy; Received in revised form dd Month yy; Accepted dd Month yy (9pt)*

### Abstrak

Objek wisata Merapi Park merupakan salah satu destinasi yang sering dikunjungi oleh wisatawan Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh atribut, kualitas layanan, aksesibilitas, dan getok tular elektronik terhadap kepuasan pengunjung. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarluaskan melalui Google Forms. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling yang disebar kepada 283 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah partial least squares structural equation modelling (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SMART PLS versi 4.0.9.6. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa atribut, kualitas layanan, aksesibilitas, dan getok tular elektronik berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung.

**Kata kunci:** aksesibilitas; atribut; getok tular elektronik; kepuasan pengunjung; kualitas layanan.

### Abstract

*The Merapi Park tourist attraction is one of the destinations that Indonesian tourists frequently visit. This research examines the influence of attributes, service quality, accessibility, and electronic word of mouth on visitor satisfaction. The data collection method for this research used a questionnaire distributed through Google Forms. The sampling technique was purposive, with 283 respondents participating in the study. The data analysis technique used in this research was partial least squares structural equation modelling (PLS-SEM) utilizing SMART PLS version 4.0.9.6. The results of this study indicate that attributes, service quality, accessibility, and electronic word of mouth positively impact visitor satisfaction.*

**Keywords:** Accessibility, Attributes, Electronic Word of Mouth, Service Quality, Visitor Satisfaction.



This is an open access article under the [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

## PENDAHULUAN

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki banyak destinasi wisata. Berdasarkan laman dari Dinas Pariwisata DIY, [Jogjapro.go.id](http://Jogjapro.go.id), jumlah obyek wisata di DIY yang tercatat adalah 274 obyek wisata pertahun 2021. Banyaknya jumlah objek wisata yang ada di DIY membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung.

Salah satu objek wisata di DIY yang banyak dikunjungi wisatawan lokal adalah Taman Rekreasi Merapi Park atau yang dikenal dengan *The World Landmarks*. Tempat wisata ini berlokasi di Hargobinangun, Kecamatan Pakem, Kabupaten Sleman. Selain menghadirkan taman bunga indah dengan replika (*landmark*) dari berbagai negara di

DOI: <https://doi.org/10.24127/ajpm>

dunia seperti Big Ben (London), Menara Eiffel (Paris), kuil Surga (Cina), dan masih banyak lagi. Tempat wisata ini juga menyediakan Kids WaterPark dan Cowboy Town untuk meningkatkan pengalaman pengunjung.

Berdasarkan data yang dirilis oleh Dinas Pariwisata DIY total kunjung wisatawan terbanyak terdapat pada tahun 2018 yaitu sebanyak 164.000 dan pengunjung terendah terdapat pada tahun 2017 yang hanya 98.000. Terdapat peningkatan kunjungan wisatawan dari tahun 2017-2018 sebanyak 65.000. Data tersebut menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan meningkat dari tahun sebelumnya, peningkatan kunjungan tersebut salah satunya menurut pendapat peneliti dikarenakan mereka puas. Oleh karena itu menarik untuk dilakukan penelitian tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengunjung di Merapi Park.

Beberapa penelitian terdahulu sudah meneliti tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengunjung di tempat wisata. Kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh atribut (Auliya & Prianti, 2022; Diarta & Sarjana, 2020), kualitas pelayanan (Rahayu & Hendro, 2014; Sari & Maftukhah, 2017), aksesibilitas (Alvianna et al., 2020; Handayani et al., 2019; Masjhoer & Dzulkifli, 2019), dan getok tular elektronik (Ahlunnazak & Abror, 2019; Damanik et al., 2021; Itasari et al., 2020; Muis et al., 2020).

Meskipun penelitian terdahulu sudah meneliti tentang kepuasan pengunjung yang dipengaruhi oleh atribut, kualitas pelayanan, aksesibilitas, dan getok tular elektronik tetapi masih terdapat hasil yang tidak konsisten. Penelitian

Selain itu, merujuk pada penelitian terdahulu, penelitian tentang pariwisata sudah banyak dilakukan dalam beberapa tahun terakhir (Alvianna et al., 2020; Diarta & Sarjana, 2020; Karim et al., 2024; Muis et al., 2020; Zhao et al., 2024). Akan tetapi, penelitian yang meneliti tentang kepuasan pengunjung pada taman rekreasi Merapi Park menggunakan model penelitian yang diusulkan dalam penelitian ini masih terbatas.

Berdasarkan fenomena dan hasil penelitian terdahulu dari uraian diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh atribut, kualitas pelayanan, aksesibilitas, dan getok tular elektronik terhadap kepuasan pengunjung wisata taman rekreasi Merapi Park Kabupaten Sleman.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, pendekatan tersebut merupakan sebuah metode ilmiah yang digunakan untuk menyajikan informasi dalam bentuk angka atau variabel-variabel yang dapat diukur, diolah dan dianalisis menggunakan perhitungan statistika (Sekaran & Bougie, 2016). Objek dalam penelitian ini adalah tempat wisata taman rekreasi Merapi Park. Dimensi waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi *cross-sectional*. Teknik pengumpulan data menggunakan *Self-Administered Survey*, merupakan metode pengumpulan data primer dengan memberikan pernyataan-pernyataan kepada responden individu. Salah satu teknik tersebut adalah menggunakan kuesioner, didistribusikan secara daring melalui Google formulir. Pada penelitian ini unit analisis yang digunakan adalah individu, pengunjung objek wisata Merapi Park yang tinggal di Indonesia.

Pengambilan sampel di dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel non probabilitas dengan metode *purposive sampling*, pengambilan sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu (Hartono, 2017). Kriteria yang digunakan dalam penelitian adalah adalah pengunjung objek wisata taman rekreasi Merapi Park berusia 17-

DOI: <https://doi.org/10.24127/ajpm>

60 tahun, bertempat tinggal di Indonesia, dan sudah pernah berkunjung ke Merapi Park lebih dari dua kali dalam setahun terakhir.

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 283 responden. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *inverse square root method* dengan asumsi tingkat signifikansi 5% dan koefisien jalur minimum sebesar 0,2, ukuran sampel minimum adalah 155 (Kock & Hadaya, 2018). Namun untuk mendapatkan hasil yang presisi diperlukan jumlah sampel yang lebih besar (Hair Jr et al., 2021). Selain itu, jumlah sampel yang baik terdiri dari 30-500 sampel (Sekaran & Bougie, 2016).

Penelitian ini menerapkan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* untuk melakukan evaluasi terhadap model penelitian dan menguji hipotesis. Dalam penelitian ini, alat analisis yang digunakan adalah Smart PLS versi 4.0.9.6. Analisis ini melibatkan dua model utama: *measurement model* dan *structural model*. Tujuan dari *measurement model* adalah untuk memastikan bahwa indikator-indikator dari masing-masing variabel secara efektif mencerminkan variabel laten yang dimaksud. Uji ini melibatkan penilaian reliabilitas indikator, validitas konvergen, dan validitas diskriminan. *Structural model* berfokus pada hubungan antar variabel laten. Model struktural mengevaluasi jalur atau hubungan kausal yang dihipotesiskan dalam model penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Responden

Total jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 283 orang. Berdasarkan usia, mayoritas responden berusia 21-30 tahun dengan jumlah 223 (78,8%). Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir pada penelitian ini didominasi oleh responden dengan pendidikan terakhir SMA/Sederajat berjumlah 125 orang (44,2%). Berdasarkan tempat tinggal mayoritas bertempat tinggal di pulau Jawa berjumlah 256 (90,5%). Terakhir, responden penelitian ini merupakan pelajar/mahasiswa 135 (47,7%). Informasi lebih lengkap bisa dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Profil Responden.

Kategori	Frekuensi	Presentase
<b>Usia</b>		
17-20 Tahun	3	1.1%
21-30 Tahun	223	78.8%
31-40 Tahun	49	17.3%
41-50 Tahun	8	2.8%
51-60 Tahun	0	0.0%
<b>Pendidikan terakhir</b>		
SMP/Sederajat	0	0.0%
SMA/Sederajat	125	44.2%
D3/Sederajat	73	25.8%
S1/Sederajat	81	28.6%

DOI: <https://doi.org/10.24127/ajpm>

S2/Sederajat	4	1.4%
S3/Sederajat	0	0.0%
<b>Tempat Tinggal</b>		
Pulau Jawa	256	90,5%
Pulau Sumatra	15	5,3%
Kepulauan Bangka Belitung	6	2,1%
Pulau Kalimantan	1	0,4%
Kepulauan Maluku	1	0,4%
Pulau Nusa Tenggara	3	1,1%
Pulau Papua	1	0,4%
<b>Tempat Tinggal</b>		
Pencari Kerja	27	9.5%
Pelajar/Mahasiswa	135	47.7%
Pekerja Lepas	11	3.9%
Pegawai Negeri Sipil (PNS)	24	8.5%
Karyawan Swasta	50	17.7%
Wiraswasta	25	8.8%
Ibu Rumah Tangga	11	3.9%

### Uji Model Pengukuran

Validitas konvergen adalah suatu ukuran yang digunakan untuk menilai besarnya korelasi antara konstruk dengan variabel tersembunyi. Pengukuran yang digunakan untuk mengevaluasi validitas konvergen adalah rata-rata varians yang diekstraksi (*AVE*) untuk semua item pada setiap konstruk (Haryono, 2016). Pengujian validitas konvergen dinilai berdasarkan *outer loading* yaitu antara 0,40-0,70 dan nilai *Average Variance Extracted (AVE)* minimal 0,50 (Hair Jr et al., 2021). Berdasarkan hasil olah data semua butir pernyataan memiliki nilai *outer loadings* > 0,40-0,70 dan nilai *AVE* > 0,50. Hal ini berarti semua item pernyataan dalam kuesioner penelitian ini valid.

Selain itu penelitian ini juga menguji validitas diskriminan. Uji validitas diskriminan bertujuan untuk memastikan ketepatan indikator dalam melakukan pengukuran variabel yang diukurnya. Validitas diskriminan dalam penelitian ini dapat diketahui dari nilai kriteria *Fornell-Lacker* < 0,90. Berdasarkan hasil olah data diketahui bahwa nilai atribut  $0,763 < 0,90$ , nilai kualitas pelayanan  $0,746 < 0,90$ , nilai aksesibilitas  $0,799 < 0,90$ , nilai getok tular elektronik  $0,794 < 0,90$ , dan nilai kepuasan pengunjung  $0,760 < 0,90$ . Dengan demikian kriteria *Fornell-Lacker* validitas diskriminan dalam penelitian ini terpenuhi.

Koefisien reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan nilai *cronbach's alpha*, *composite reliability* dan *Rho\_A* > 0,70 (Dijkstra & Henseler, 2015). Sebuah kuesioner dianggap memiliki tingkat reliabilitas atau konsistensi yang baik jika nilai dari *Cronbach's alpha*, *composite reliability*, dan *Rho\_A* melebihi angka 0,70. Demikian sebaliknya, Suatu keusioner dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten jika nilai

DOI: <https://doi.org/10.24127/ajpm>

*Cronbach's alpha*, *composite reliability* dan *Rho\_A* bernilai antara <0,70 dan Nilai diatas 0,95 juga tidak diinginkan karena akan menunjukkan bahwa semua variabel indikator mengukur fenomena yang sama (Hair Jr et al., 2021). Nilai *cronbach's alpha*, *Rho\_A*, dan *composite reliability* pada penelitian ini lebih dari 0,70 dan kurang dari 0,95 sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

### Uji Model Struktural

Tabel 2. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Pengaruh variabel	Path Coeficients	T Statistics (>1,96)	P Values (<0,05)	Keterangan
H1	Atribut -> Kepuasan Pengunjung	0.238	3.188	0.002	terdukung
H2	Kualitas Pelayanan -> Kepuasan Pengunjung	0.237	3.609	0.000	terdukung
H3	Aksesibilitas -> Kepuasan Pengunjung	0.263	3.756	0.000	terdukung
H4	Getok Tular Elektronik -> Kepuasan Pengunjung	0.213	4.701	0.000	terdukung

Berdasarkan Tabel 1 yang menunjukkan hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS menunjukkan seluruh hipotesis dalam penelitian ini terdukung. Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa variabel atribut berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai *path coeficients* sebesar 0,238, nilai *t-statistics* sebesar 3,188 (*t-statistics* >1,96) dan nilai *p-values* sebesar 0,002 (*p-values* <0,05) (Hair Jr et al., 2021). Hal ini berarti bahwa atribut memiliki peranan penting terhadap kepuasan pengunjung.

Atribut positif dapat menghilangkan keraguan pengunjung terhadap objek wisata taman rekreasi Merapi Park. Semakin baik atribut yang dimiliki sebuah destinasi wisata maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengunjung. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa atribut berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung diterima. Semakin objek wisata memiliki atribut destinasi yang bagus akan meningkatkan dan memungkinkan pengunjung merasa puas (Moon & Han, 2018). Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan (Auliya & Prianti, 2022; Diarta & Sarjana, 2020) menunjukkan bahwa atribut berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai *path coeficients* sebesar 0,237, nilai *t-statistics* sebesar 3,609 (*t-statistics* >1,96) dan nilai *p-values* sebesar 0,000 (*p-values* <0,05) (Hair Jr et al., 2021). Hal ini berarti bagusnya kualitas pelayanan yang ada di objek wisata taman rekreasi Merapi Park terekam di benak pengunjung sehingga muncul persepsi positif terhadap objek wisata

DOI: <https://doi.org/10.24127/ajpm>

taman rekreasi Merapi Park. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung terdukung. Ketika objek wisata yang mengalami peningkatan kualitas pelayanan dapat memaksimalkan pengalaman wisatawan, yang akan meningkatkan kepuasan mereka secara keseluruhan (Lee et al., 2011). Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan (Rahayu & Hendro, 2014; Sari & Maftukhah, 2017) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Dalam konteks penelitian ini ketika pengunjung merasa objek wisata tersebut bersih, cepat dalam menanggapi keluhan pengunjung dan komunikasi pengelola dengan pengunjung berjalan baik maka tingkat kepuasannya akan tinggi.

Selanjutnya hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai *path coefficients* sebesar 0,263, nilai *t-statistics* sebesar 3,756 (*t-statistics* >1,96) dan nilai *p-values* sebesar 0,000 (*p-values* <0,05) (Hair Jr et al., 2021). Hal ini berarti aksesibilitas menuju objek wisata Merapi Park memiliki peranan penting untuk mengukur tingkat kepuasan pengunjung. Aksesibilitas yang bagus dapat membuat pengunjung puas dan kemungkinan besar akan datang kembali setelah mengunjungi objek wisata taman rekreasi Merapi Park. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung terdukung. Hasil penelitian ini menunjukkan aksesibilitas merupakan hal penting dalam menunjang kelancaran berwisata (Handayani et al., 2019). Wisatawan akan merasakan kualitas wisata yang lebih nyaman pada saat aksesibilitas dalam kondisi baik dan kegiatan wisata yang mereka lakukan menjadi lancar, karena hal tersebut akan membuat semakin tingginya tingkat kepuasan. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan (Alvianna et al., 2020; Masjhoer & Dzulkifli, 2019) menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel getok tular elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai *path coefficients* sebesar 0,213, nilai *t-statistics* sebesar 4,701 (*t-statistics* >1,96) dan nilai *p-values* sebesar 0,000 (*p-values* <0,05) (Hair Jr et al., 2021) ini berarti ulasan dan informasi yang dibuat pengunjung lain melalui internet terbukti cukup kuat untuk memotivasi responden untuk mengunjungi objek wisata taman rekreasi Merapi Park. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis keempat (H4) yang menyatakan bahwa getok tular elektronik berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa getok tular elektronik memengaruhi kepuasan pengunjung untuk menciptakan persepsi mereka terhadap sebuah destinasi wisata. Semakin tinggi pernyataan positif getok tular elektronik maka kepuasan wisatawan akan semakin baik pula (Muis et al., 2020; Prayogo et al., 2016).

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa atribut, kualitas pelayanan, aksesibilitas, dan getok tular elektronik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Taman Rekreasi Merapi Park. Atribut memiliki pengaruh positif dengan nilai *t-statistics* sebesar 3,188 dan *path coefficients* 0,238, sementara kualitas pelayanan juga menunjukkan pengaruh positif dengan *t-statistics* sebesar 3,609 dan *path coefficients* 0,237. Aksesibilitas memberikan kontribusi terbesar

DOI: <https://doi.org/10.24127/ajpm>

dengan t-statistics 3,756 dan *path coefficients* 0,263, serta getok tular elektronik menunjukkan pengaruh positif signifikan dengan t-statistics 4,701 dan *path coefficients* 0,213. Temuan ini memberikan wawasan penting bagi pengelola wisata untuk meningkatkan kepuasan pengunjung dengan memperhatikan aspek-aspek tersebut, dan juga menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang ini.

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa saran dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya. Pertama, penelitian di masa depan sebaiknya tidak hanya dilakukan pada Taman Rekreasi Merapi Park, tetapi juga pada destinasi wisata serupa, baik di Indonesia maupun di luar negeri, agar model penelitian ini dapat diuji dalam berbagai konteks. Kedua, disarankan untuk meningkatkan jumlah sampel penelitian guna memungkinkan hasil yang lebih dapat digeneralisasikan. Ketiga, penelitian selanjutnya perlu melibatkan responden dari rentang usia yang lebih luas, seperti usia 31-60 tahun, karena kelompok usia ini cenderung memiliki kebutuhan wisata yang berbeda, terutama karena faktor pekerjaan dan waktu luang (Fransiska et al., 2022). Terakhir, mengingat nilai Adjusted R Square dalam penelitian ini hanya sebesar 69,1%, disarankan untuk menambahkan variabel independen lain, seperti daya tarik wisata (Handayani et al., 2019) dan citra destinasi (Huete Alcocer & López Ruiz, 2020), guna memperkuat pengaruh variabel independen terhadap kepuasan pengunjung. Kesimpulan hendaknya merupakan jawaban atas pertanyaan atau tujuan penelitian. Kesimpulan menggambarkan jawaban dari hipotesis dan/atau tujuan penelitian atau temuan yang diperoleh. Kesimpulan bukan berisi perulangan dari hasil dan pembahasan, tetapi lebih kepada ringkasan hasil temuan seperti yang diharapkan di tujuan atau hipotesis. Sebaiknya dituliskan dalam bentuk paragraf, bukan dalam bentuk *item list/numbering*. Jika terpaksa ada *item list/numbering*, tetap dalam bentuk paragraph.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahlunnazak, A. I., & Abror, A. (2019). The Influence Of Electronic Word-Of-Mouth, Service Quality, Destination Image And Satisfaction Toward Revisit Intention (Study On Bukittinggi City, West Sumatera). *Jurnal Ecogen*, 2(2), 92–102.
- Alvianna, S., Patalo, R. G., Hidayatullah, S., & Rachmawati, I. K. (2020). Pengaruh attraction, accessibillity, amenity, ancillary terhadap kepuasan generasi millennial berkunjung ke tempat wisata. *Jurnal Kepariwisataaan: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 4(1), 53–59.
- Auliya, A., & Prianti, D. M. (2022). Influence of destination attributes on tourists' satisfaction and their impact on tourists' loyalty, Pramuka Island. *Proceedings*, 83(1), 28.
- Damanik, D. M., Iranita, I., & Kurniawan, R. (2021). Dampak Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Citra Destinasi dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus pada Objek Wisata Tanjung Setumu Pulau Dompok Kota Tanjungpinang). *Student Online Journal (SOJ) UMRAH-Ekonomi*, 2(2), 1025–1039.
- Diarta, I. K. S., & Sarjana, I. M. (2020). Pengaruh atribut dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengunjung daya tarik wisata pertanian subak di Kota Denpasar Bali. *Media Konservasi*, 25(2), 113–123.
- Dijkstra, T. K., & Henseler, J. (2015). Consistent partial least squares path modeling. *MIS quarterly*, 39(2), 297–316.
- Fransiska, N., Gunarto, T., Ratih, A., Emalia, Z., & Suparta, I. W. (2022). Estimasi Nilai

DOI: <https://doi.org/10.24127/ajpm>

- Ekonomi Objek Wisata Pantai Sebalang Di Kabupaten Lampung Selatan Dengan Pendekatan Travel Cost Method. *BULLET: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1(06), 1081–1094.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (Third Edit). Sage publications.
- Handayani, S., Wahyudin, N., & Khairiyansyah, K. (2019). Fasilitas, Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20(2), 123–133.
- Hartono, J. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman. Edisi 6*. Yogyakarta: BPFE.
- Huete Alcocer, N., & López Ruiz, V. R. (2020). The role of destination image in tourist satisfaction: the case of a heritage site. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 33(1), 2444–2461.
- Itasari, A. A., Hastuti, N. H., & Supriyadi, A. (2020). Pengaruh word of mouth, electronic word of mouth dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *ETTISAL: Journal of Communication*, 5(2), 260–271.
- Karim, R. Al, Rabiul, M. K., & Arfat, S. M. (2024). Factors influencing tourists' behavioural intentions towards beach destinations: the mediating roles of destination experience and destination satisfaction. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 7(4), 2033–2054.
- Kock, N., & Hadaya, P. (2018). Minimum sample size estimation in PLS-SEM: The inverse square root and gamma-exponential methods. *Information Systems Journal*, 28(1), 227–261. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/isj.12131>
- Lee, J.-H., Kim, H.-D., Ko, Y. J., & Sagas, M. (2011). The influence of service quality on satisfaction and intention: A gender segmentation strategy. *Sport Management Review*, 14(1), 54–63.
- Masjhoer, J. M., & Dzulkifli, M. (2019). Analisis Kepuasan Wisatawan Di Desa Ekowisata Pancoh, Kabupaten Sleman. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 4(2), 105–115.
- Moon, H., & Han, H. (2018). Destination attributes influencing Chinese travelers' perceptions of experience quality and intentions for island tourism: A case of Jeju Island. *Tourism management perspectives*, 28, 71–82.
- Muis, M. R., Gultom, D. K., Jufrizen, J., & Azhar, M. E. (2020). Model Elektronik Word of Mouth: Citra Destinasi, Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 1–19.
- Prayogo, R. R., Ketaren, F. L. S., & Hati, R. M. (2016). Electronic word of mouth, destination image, and satisfaction toward visit intention: An empirical study in Malioboro Street, Yogyakarta. *1st International Conference on Social and Political Development (ICOSOP 2016)*, 209–218.
- Rahayu, S., & Hendro, O. (2014). The Effect of Promotion, Service Quality, Brand Image on the Satisfaction of the Tourists Visiting the City Palembang and the Implication on Their Loyalty to the Visited Resorts. *STIE Multi Data Palembang*, 98.
- Sari, C. S., & Maftukhah, I. (2017). Pengaruh kualitas layanan, promosi dan citra destinasi terhadap kepuasan melalui keputusan pengunjung. *Management Analysis Journal*, 6(3), 310–319.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business : a skill-building approach* (Seventh Ed). John Wiley & Sons.

DOI: <https://doi.org/10.24127/ajpm>

Zhao, Y., Zhan, Q., Du, G., & Wei, Y. (2024). The effects of involvement, authenticity, and destination image on tourist satisfaction in the context of Chinese ancient village tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 60, 51–62.