

The effect of tourist destination attractiveness, customer experience, and service form on return visit interest using tourist satisfaction in Pujon Kidul tourist village

Pengaruh daya tarik tujuan wisata, pengalaman pelanggan dan bentuk pelayanan terhadap minat kunjungan kembali melalui kepuasan wisatawan di desa wisata Pujon Kidul

Atyanta Rahma Mahiru*, Respati Hariyanto, Andini Risfandini
Program Pascasarjana, Universitas Merdeka Malang, Indonesia

ARTICLE INFO

Keywords:

customer experience; servicescape; return visit intention; tourist destination attraction; tourist satisfaction

Katakunci:

daya tarik destinasi wisata; kepuasan wisatawan pengalaman pelanggan; minat berkunjung kembali; servicescape

DOI:

<https://doi.org/10.26905/jpp.v9i2.14572>

Corresponding Author:

Atyanta Rahma Mahiru
atyanta.mahiru@unmer.ac.id

ABSTRACT

Tourist destination attractiveness, customer experience, service views and visitor satisfaction can influence repeat visit interest. The aim of this research is to find the influence of tourist destination attractiveness, customer experience and servicescape on tourist satisfaction in the Pujon Kidul tourist village. Apart from that, to determine the influence of tourist destination attractiveness, customer experience and servicescape on tourists' interest in returning to visit the Pujon Kidul tourist village. Then look for the influence of tourist satisfaction on interest in returning to the Pujon Kidul tourist village. This research aims to determine the influence of tourist destination attractiveness, customer experience and servicescape on intention to visit again through tourist satisfaction in Pujon Kidul Tourism Village. The method used is quantitative, which aims to find relationships related to service quality and competitive advantage in relation to tourist satisfaction, using questionnaires for data collection. The findings show that there is a significant positive influence of tourist destination attractiveness, customer experience, and servicescape on tourists' willingness to return to the Pujon Kidul tourist village. In addition, this research reveals that there is a significant positive influence between tourist satisfaction and interest in returning to the Pujon Kidul Tourism Village. Overall, the research shows that the attractiveness of the tourist destination, customer experience, and servicescape have a significant effect on the intention to return which is mediated by tourist satisfaction in the Pujon Kidul Tourism Village.

HOW TO CITE ITEM

Mahiru, A. R., Hariyanto, R., & Risfandini, A. (2025). The effect of tourist destination attractiveness, customer experience, and service form on return visit interest using tourist satisfaction in pujon kidul tourist village. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 9(2). Retrieved from <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jpp/article/view/14572>

ABSTRAK

Daya Tarik Tujuan Wisata, Pengalaman Pelanggan, Bentuk Layanan dan kepuasan pengunjung dapat mempengaruhi minat kunjungan kembali. Penelitian mencari pengaruh Daya Tarik Destinasi Wisata, Customer Experience dan Servicescape terhadap Kepuasan Wisatawan di Desa Wisata Pujon Kidul. Selain itu untuk mengetahui pengaruh Daya Tarik Destinasi Wisata, Customer Experience dan Servicescape terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Desa Wisata Pujon Kidul. Kemudian mencari pengaruh Kepuasan Wisatawan terhadap Minat Berkunjung Kembali di Desa Wisata Pujon Kidul. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Daya Tarik Destinasi Wisata, Customer Experience dan Servicescape terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Wisatawan di Desa Wisata Pujon Kidul. Metode yang digunakan adalah kuantitatif yang mempunyai tujuan dalam mencari hubungan yang berkaitan dengan kualitas layanan dan keunggulan kompetitif dalam

kaitan kepuasan wisatawan dengan menggunakan kuesioner untuk pengumpulan data. Temuan menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan dari daya tarik destinasi wisata, pengalaman pelanggan dan *servicescape* terhadap kemauan wisatawan berkunjung kembali ke desa wisata Pujon Kidul. Selain itu, penelitian ini mengungkapkan adanya pengaruh positif yang signifikan antara kepuasan wisatawan terhadap minat kembali ke Desa Wisata Pujon Kidul. Secara keseluruhan penelitian menunjukkan bahwa daya tarik destinasi wisata, pengalaman pelanggan, dan *servicescape* berpengaruh signifikan terhadap niat untuk kembali yang dimediasi oleh kepuasan wisatawan di Desa Wisata Pujon Kidul.

PENDAHULUAN

Rasa puas saat berkunjung ke suatu tempat wisata sering ditunjukkan dengan seberapa sering wisatawan kembali lagi. Kepuasan wisatawan dapat tumbuh dengan akomodasi yang baik, keindahan alam, dan layanan yang berkualitas dari pengelola pariwisata. Pengelola pariwisata harus lebih fokus untuk menjaga kepuasan wisatawan saat ini daripada hanya menarik wisatawan baru. Wisatawan yang memiliki pengalaman positif akan merasa puas. Meyer dan Schwager (2007) menyatakan bahwa Customer Experience mencerminkan umpan balik langsung wisatawan berdasarkan interaksi mereka. Setelah mengunjungi Pujon Desa Wisata Kidul, wisatawan akan mengevaluasi pengalaman mereka untuk memutuskan apakah mereka ingin kembali. Sangat penting untuk memastikan bahwa pengunjung merasa puas dengan kualitas pengalaman mereka yang tinggi di tempat wisata (Rageh, 2019). Sandy (2017) menemukan bahwa Customer Experience merupakan cara yang efektif untuk mengukur kepuasan wisatawan dan mendorong orang lain untuk mengunjungi tempat-tempat seperti Kusuma Agrotourism dan Stone City.

Desa Pujon Kidul memiliki banyak objek wisata unik yang dapat dipilih oleh para wisatawan. Pengalaman wisatawan selama berkunjung memegang peranan penting dalam minat mereka untuk kembali berkunjung. Pengalaman yang memuaskan dapat mendorong wisatawan untuk kembali lagi ke lokasi yang pernah dikunjungi. Ada beberapa faktor yang memengaruhi keinginan untuk kembali berkunjung, di antaranya kualitas pengalaman wisatawan, baik positif maupun negatif, sebagaimana yang dikemukakan oleh Meyer & Schwager pada September 2021.

Pengelolaan daya, tarikan, dan destinasi wisata sangat penting untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan *servicescape*, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan dan mendorong kunjungan berulang ke Desa Wisata Pujon Kidul. Hal ini didukung oleh penelitian dari Wirata (2020), Salim (2022), Malau (2020), Shah (2022), dan Sulastri (2018). Selain itu, penelitian oleh Hello (2022) menyoroti bahwa atraksi wisata secara signifikan memengaruhi keinginan untuk berkunjung kembali ke Hutan Mangrove Kaliwlingi Brebes. Namun, penelitian Nurbaiti (2022) menunjukkan bahwa sementara komponen pariwisata dapat memengaruhi keinginan untuk berkunjung kembali, fasilitas saja tidak menjamin kepuasan di Danau Biru Cisoka di Tangerang, Banten. Hal ini menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut untuk mengeksplorasi kepuasan wisatawan sebagai faktor mediasi. Memahami pentingnya minat wisatawan sangat penting bagi manajer tur untuk memberikan layanan yang lebih baik.

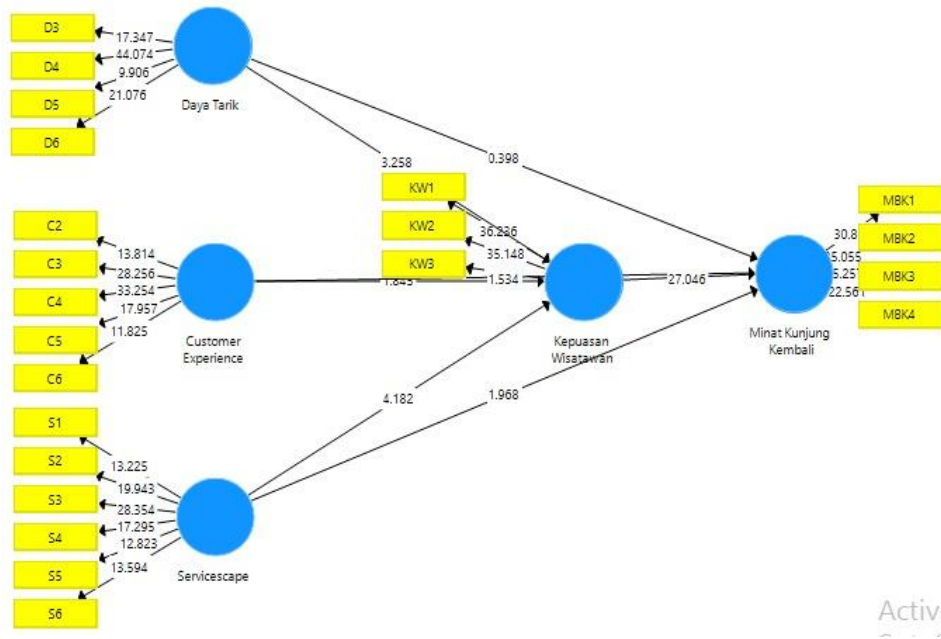
METODE

Pengelolaan data menggunakan pendekatan kuantitatif fokus pada penelitian eksplanatif untuk memperjelas hubungan. Penelitian ini menyoroti analisis data numerik karena data tersebut memengaruhi kualitas layanan dan keunggulan kompetitif dalam hal kepuasan wisatawan. Peneliti menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data dan menguji hipotesis yang diajukan, yang menyatakan bahwa kuesioner dapat digunakan secara efektif untuk wisatawan di Pujon Selatan, Kabupaten Malang. Populasi yang digunakan partisipan dalam penelitian ini adalah pengunjung Desa Wisata Pujon Selatan. Kriteria responden meliputi jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Metode yang digunakan Untuk menentukan jumlah sampel sedang menggunakan Rumus Slovin, jadi untuk *sample* yang akan diambil sebesar 120 responden. Perhitungan Slovin menunjukkan bahwa jumlah pengunjung mencakup pengunjung yang datang ke Desa Wisata Pujon Kidul pada saat pengambilan sampel menggunakan *sample* yaitu memukau mencicipi dengan metode acak sebanyak 120 sampel. Tipe data yang digunakan meliputi angka-angka dari kuesioner Power Pull Destination Tour (X1), Customer Experience (X2), dan *Servicescape* (X3) yang berhubungan dengan Minat Berkunjung Lagi (Y2) hingga Kepuasan (Y1). Pengumpulan data menggunakan kuisisioner dan dokumentasi. Analisis yang digunakan deskriptif yang bertujuan mencari keterkaitan antara item dalam kuisisioner. Teknik analisis data menggunakan PLS SEM (*Partial Least Square – Structural Equation Modeling*) dan menguji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

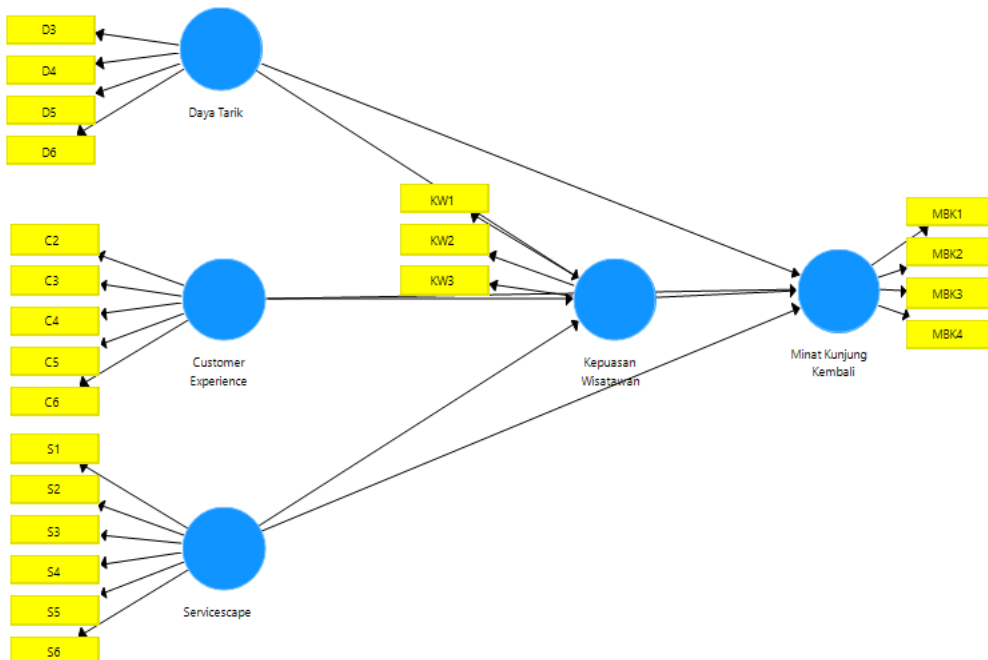
Outer Model

Nilai *outer loading* setiap indikator menunjukkan nilai > 0,7. Oleh karena itu, semua indikator dapat dimasukkan ke dalam penelitian dan tidak perlu dikecualikan dari proses penelitian.



Gambar 1. Pengujian Outer Model
Sumber : Output SmartPLS, (2024)

Inner Model



Gambar 2. Model Uji Inner Model
Sumber : Output SmartPLS, (2024)

Inner model penelitian diketahui berhubungan variabel yang diteliti. *Inner model* antara item penelitian dapat menguji hipotesis tentang hubungan antar variabel item penelitian dan menunjukkan hubungan signifikan dan diketahui hubungan antar variabel item signifikan. Pengujian hipotesis dalam SmartPLS dilakukan melalui *Path Coefficients* yang digunakan untuk mengetahui besarnya dan arah pengaruh variabel independen terhadap variabel

dependen. Berikut ini adalah hasil *pengujian Path Coefficients*:

Tabel 1. Hasil Uji Hipotesis

Pengaruh Langsung	Sampel Asli (O)	Statistik T (O/STDEV)	Nilai P	Hipotesis	Informasi
Daya Tarik → Kepuasan Wisatawan	0.293	3.258	0,001	H1	Diterima
Pengalaman Pelanggan → Kepuasan Wisatawan	0.180	1.845 Tahun	0,068 Tahun	H2	Ditolak
Servicescape → Kepuasan Wisatawan	0.472	4.182	0.000	H3	Diterima
Daya Tarik → Minat Kunjungan Kembali	0,011	0,398	0.691	H4	Ditolak
Pengalaman Pelanggan → Minat Kunjungan Kembali	0,041 Tahun	1.534 Tahun	0.128	H5	Ditolak
Servicescape → Minat Kunjungan Kembali	0,067 Tahun	1.968 Tahun	0,051 Tahun	H6	Ditolak
Kepuasan Wisatawan → Niat Berkunjung Kembali	0.881	27.046 Orang	0.000	H7	Diterima
Pengaruh Tidak Langsung					
Daya Tarik → Kepuasan Wisatawan → Minat Kunjungan Kembali	0,258	3.203	0,002	H8	Diterima
Pengalaman Pelanggan → Kepuasan Wisatawan → Minat Kunjungan Kembali	0,158	1.825 Tahun	0,071 Tahun	H9	Ditolak
Servicescape → Kepuasan Wisatawan → Niat Berkunjung Kembali	0.416	4.238	0.000	H10	Diterima

Berdasarkan tabel di atas, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruh berbagai faktor terhadap kepuasan wisatawan dan niat berkunjung kembali memiliki variasi signifikan. Daya Tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan dengan nilai sampel asli sebesar 0,293, T statistik 3,258, dan P value 0,001, sehingga H1 diterima. Sebaliknya, Pengalaman Pelanggan tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan (nilai sampel asli 0,180, T statistik 1,845, dan P value 0,068), sehingga H2 ditolak. Servicescape memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan (nilai sampel asli 0,472, T statistik 4,182, dan P value 0,000), yang mengarah pada penerimaan H3. Namun, Daya Tarik tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali (nilai sampel asli 0,011, T statistik 0,398, dan P value 0,691), sehingga H4 ditolak. Demikian pula, Customer Experience tidak memengaruhi Minat Berkunjung Kembali (nilai sampel asli 0,041, T statistik 1,534, dan P value 0,128), sehingga H5 ditolak. Servicescape menunjukkan pengaruh yang marginal terhadap Minat Berkunjung Kembali (nilai sampel asli 0,067, T statistik 1,968, dan P value 0,051), yang berarti H6 juga ditolak. Sementara itu, Kepuasan Wisatawan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berkunjung Kembali (nilai sampel asli 0,881, T statistik 27,064, dan P value 0,000), sehingga H7 diterima. Daya Tarik berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Wisatawan (nilai sampel asli 0,258, T statistik 3,203, dan P value 0,002), yang menyebabkan penerimaan H8. Terakhir, Servicescape berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Wisatawan (nilai sampel asli 0,416, T statistik 4,238, dan P value 0,000), sehingga H10 diterima. Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa Daya Tarik, Servicescape, dan Kepuasan Wisatawan merupakan faktor-faktor kunci dalam menentukan kepuasan dan niat berkunjung kembali wisatawan.

Pembahasan

Penelitian ini mengungkapkan berbagai faktor yang memengaruhi kepuasan dan niat berkunjung kembali wisatawan di Desa Wisata Pujon Kidul dengan temuan yang mencerminkan kompleksitas interaksi antar variabel. Daya tarik wisata terbukti memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan, di mana aspek atraksi, aksesibilitas dan fasilitas yang baik, seperti pemandangan indah dan aktivitas yang beragam, berkontribusi terhadap pengalaman yang memuaskan meskipun terdapat tantangan terkait kondisi jalan yang buruk dan terbatasnya transportasi umum. Temuan ini konsisten dengan penelitian Kasmaniar (2023), yang juga menyoroti dampak positif daya tarik terhadap kepuasan. Sebaliknya, pengalaman pelanggan tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan dengan rendahnya penilaian terhadap pengalaman sensorik, berpikir, dan bertindak yang disebabkan oleh infrastruktur dan fasilitas yang kurang memadai, seperti jalan yang tidak terawat dan transportasi yang buruk dengan demikian dinyatakan bertentangan dengan temuan Sandy (2017). Servicescape, meskipun berkontribusi positif terhadap kepuasan, terutama melalui fasilitas yang baik seperti toilet, papan petunjuk arah, dan pemandu wisata, namun tidak selalu konsisten dengan penelitian Ainun (2019) yang lebih menekankan pengaruh servicescape terhadap kepuasan pelanggan di lingkungan yang berbeda. Selain itu, daya tarik wisata tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan kembali yang disebabkan

oleh kondisi jalan yang buruk sehingga mengurangi minat wisatawan meskipun demikian bagi wisatawan atraksi yang tersedia tetap menarik perhatian, hal ini berbeda dengan temuan Salim (2022) yang menunjukkan pengaruh positif daya tarik terhadap minat kunjungan kembali. Pengalaman pelanggan juga tidak mempengaruhi minat kunjungan kembali, sejalan dengan kualitas layanan yang buruk dan infrastruktur yang kurang memadai, yang bertentangan dengan penelitian Malau (2020) yang menunjukkan hubungan positif pengalaman pelanggan dan niat kunjungan kembali. Namun, *servicescape* memiliki pengaruh kuat terhadap minat kunjungan kembali melalui kepuasan wisatawan, di mana fasilitas yang berkualitas dan keramahan staf berperan penting dalam menciptakan kepuasan wisatawan sehingga mampu mendorong niat kunjungan kembali, meskipun berbeda dengan temuan Shah (2022) yang melihat pengaruh *servicescape* terhadap minat kunjungan kembali. Kepuasan wisatawan yang dipengaruhi oleh kualitas layanan, fasilitas, dan harga tiket, terbukti memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat kunjungan kembali, sejalan dengan penelitian Fitria (2023) yang menunjukkan hubungan serupa di objek wisata lain. Daya tarik wisata, yang meningkatkan kepuasan, juga memengaruhi minat kunjungan kembali, dengan keindahan alam dan aktivitas yang tersedia sebagai faktor utama dalam mendorong wisatawan untuk kunjungan kembali, mendukung penelitian Cantika (2023) yang menyoroti peran daya tarik dalam menciptakan minat kunjungan kembali. Meskipun demikian, meskipun wisatawan merasa puas, pengalaman pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan kembali, yang menunjukkan bahwa kualitas layanan dan infrastruktur yang buruk tetap menjadi hambatan. Terakhir, *servicescape* berpengaruh positif terhadap minat kembali melalui kepuasan, dengan layanan dan fasilitas berkualitas yang meningkatkan pengalaman wisatawan, meskipun hasil ini bertentangan dengan penelitian Shah (2022) yang menunjukkan pengaruh *servicescape* terhadap minat kembali melalui kepuasan. Secara keseluruhan, faktor-faktor seperti daya tarik, *servicescape* dan kepuasan wisatawan memiliki peran yang signifikan dalam menentukan kepuasan dan minat kunjungan kembali di Desa Wisata Pujon Kidul, meskipun ada beberapa perbedaan dengan temuan penelitian sebelumnya yang menunjukkan kompleksitas dan dinamika dalam konteks pariwisata lokal.

Kesimpulan

Penelitian ini menyoroti faktor daya tarik wisata di Desa Wisata Pujon Kidul, di mana pengalaman pengunjung dipengaruhi oleh pemandangan indah, suara burung, serta fasilitas seperti rambu dan desain bangunan yang harmonis dengan alam. Harga tiket yang terjangkau juga menjadi aspek penting dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. Keinginan untuk kembali didorong oleh sistem umpan balik yang mengundang saran dan komentar. Hasil uji langsung menunjukkan bahwa daya tarik wisata dan *servicescape* berpengaruh langsung terhadap kepuasan wisatawan, sementara pengalaman pelanggan tidak berpengaruh. Daya tarik wisata juga tidak mempengaruhi minat kunjungan, tetapi kepuasan wisatawan memiliki dampak besar terhadap minat untuk kembali. Pengujian tidak langsung mengungkapkan bahwa daya tarik destinasi mempengaruhi minat berkunjung melalui kepuasan, sedangkan pengalaman pelanggan tidak berpengaruh secara langsung. Kualitas layanan terbukti memiliki dampak positif terhadap minat wisatawan untuk kembali melalui kepuasan mereka. Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa daya tarik dan kualitas layanan destinasi wisata sangat menentukan kepuasan dan niat kunjungan kembali, meskipun pengalaman pelanggan tidak memberikan pengaruh langsung terhadap kedua hal tersebut.

DAFTAR RUJUKAN

- Ailudin, M., and Sari, D., (2019), The Influence Of Customer Experience On Re-Purchase Intention (Study On Costumer One Eighty Coffe Bandung) *E-Proceeding Of Management*.
- Alvianna, Stella. 2017. "Analysis of the Influence of Product Price and Service Quality on Tourist Satisfaction at Wendit Water Park, Malang Regency". *Jurnal ISSN* Vol. 2 No. 01. <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jpp/article/view/1263>
- Alvianna, Stella. 2020. Previous research used, The Influence of Tourist Destinations and Tourist Satisfaction on the Interest in Revisiting the Malang Mask Tourism Village. *Tourism Diploma Program, Merdeka University of Malang*. <https://doi.org/10.34013/jk.v4i1.41>.
- Alfian, I., & Marpaung, M. (2017). Analysis of the Influence of Halal Labels, Brands and Prices on Purchasing Decisions in Medan City. *AT-Tawassuth: Journal of Islamic Economics*, 2(1). <https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tawassuth/article/view/777>.
- Chairunisa, Salsabila. 2023. The Influence of Service Quality, Experiential Marketing, and Destination Image on the Decision to Revisit Through Visitor Satisfaction as an Intervening Variable. *Diponegoro Journal Of Management* Volume 12, Number 1, Year 2023. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/38734>.

- Elhanisi, Victoria. 2023. Impact of Tourism and Community Attitudes Towards Tourist Arrivals in Pujon Kidul Tourism Village, Batu City. *Tourism Journal*, Vol 02 No 4, 2023. <https://paris.ipbipress.id/index.php/paris/article/view/381>.
- Hermawan, Hary. (2017). Pengaruh Keamanan Daya Tarik Wisata, dan Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan dan Dampaknya terhadap Loyalitas Wisatawan. Dalam *Jurnal Media Pariwisata*, Volume 15, Nomor 1. <http://jurnal.ampta.ac.id/index.php/MWS/article/view/57>.
- Malau, Exaramayana Hp. (2020). Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Minat Berkunjung Kembali di Pantai Paristigaras. *Manajemen: Jurnal Ekonomi USI* Vol. 2 NO. 2 (2020) EISSN: 2302-5964116. <http://jurnal.usi.ac.id/index.php/JEUSI/article/view/147>.
- Mayer, RC, Davis, JH, & Schoorman, DF (2017). Model Kepercayaan Organisasi Terpadu. *Jurnal Internasional Perdagangan Elektronik*, 3(3), 709–734. <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/AMR.2007.24348410>.
- Meyer & Schwager di Septian, Bernadita Purba. (2021). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kuliner Lokal Soto Mbok Geger Pedan Klaten. *Jurnal Bisnisman: Riset Bisnis dan Manajemen* Vol. 3, Nomor 2 Tahun 2021. <https://www.publish.ojs-indonesia.com/index.php/SINOMIKA/article/view/1616>.
- Musyaffi, AM, Zahra, SF, Yusuf, M., & Rachmadania, RF (2021). Bootcamp Penelitian: Meningkatkan Kualitas Penelitian Dasar. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/4867>.
- Nurbaeti. (2022). Pengaruh Komponen Pariwisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Di Telaga Biru Cisoka Kabupaten Tangerang Banten. *Jurnal Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti*, Jakarta. <https://dev.journal.ugm.ac.id/kawistara/article/view/69846>.
- Rageh, A., T, C Melewar, dan A. Woodside. (2013). Menggunakan metode penelitian netnografi untuk mengungkap dimensi yang mendasari pengalaman pelanggan/wisatawan. *Jurnal Manajemen*. Vol.16, No.2. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/13522751311317558/full/html>
- Ramadhan, Abdurrahman Hikmah; Suharyono; Kumadji, Srikandi. (2015). Pengaruh City Branding Terhadap Minat Berkunjung Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 28 Nomor 1 November 2015. <https://www.neliti.com/publications/86456>
- Rudika Hamingtyas, 2012, Analisis Faktor Pelayanan, Fasilitas, Promosi Lokasi Terhadap Kepuasan Penghuni Perumahan Permata Puri Ngalian, *Jurnal STIE Semarang*, Vol 4, No 3, Edisi (ISSN: 2252-7826). <https://www.neliti.com/publications/133997>.
- Ruki, Ulli Aulia. 2011. Pengantar Teori Servicescape dan Aplikasinya dalam Desain Interior. *Jurnal Humaniora* Vol.2 No.2 Oktober 2011. <https://journal.binus.ac.id/index.php/Humaniora/article/view/3174>
- Salim, Muhammad Nur Mialfi. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung ke Wisata Hutan Mangrove Kaliwlingi Brebes. *Gemilang: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*. Vol.2, No.4 Oktober 2022. <https://jurnal-stiepari.ac.id/index.php/gemilang/article/view/>.
- Sandy, Klara Noviantika. (2017). Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan dan Dampaknya terhadap Minat Berkunjung Kembali (Survei pada Pengunjung Kusuma Agrowisata, Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* | Vol. 50 No. 6 September 2017. <https://www.neliti.com/publications/189214>.
- Schmitt, B., & Zarantonello, L. (2013). *Pengalaman konsumen dan pemasaran eksperiensial: Tinjauan kritis. Dalam Tinjauan Riset Pemasaran* (Vol. 10). [https://doi.org/10.1108/S1548-6435\(2013\)0000010006](https://doi.org/10.1108/S1548-6435(2013)0000010006).
- Shah, Mohamed Ashraff. 2022. Pengaruh Servicescape terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal PPMK* Volume 01 No 1 Tahun 2022. <https://jmppk.ub.ac.id/index.php/jmppk/article/view>.
- Taskia dan Hayati dalam Apriliyanti, E., Hidayah, S., & Za, SZ (2020). Pengaruh daya tarik wisata, citra destinasi

dan fasilitas wisata terhadap kepuasan wisatawan, citra perdagangan sebagai pusat refleksi budaya khas Kota Samarinda. *Jurnal Manajemen*. <https://core.ac.uk/download/pdf/551422750.pdf>.

Wirata, I Nengah. (2020). Pengaruh Servicescape terhadap Kepuasan Pengunjung Festival Buleleng di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pariwisata* | P-ISSN 1412-5498 | E-ISSN 2581-1053 Vol. 19 No. 2 – September 2020. <https://ejournal.ppb.ac.id/index.php/jpar/article/view>

Yuliantina, Ghea Astri. (2013). Pengaruh Servicescape terhadap Loyalitas Tamu Asing di Alam Kukul Boutique Resort Bali, *Jurnal Esensi Pariwisata dan Perhotelan (THE Journal)*, Vol. III, No.1, 2013-547. <https://ejournal.upi.edu/index.php/thejournal/article/view>.