

Pengaruh Fasilitas Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Pengunjung di Daya Tarik Wisata Sirukam *Dairy* Farm Kabupaten Solok

Aqila Fakhra Mufza¹, Nidia Wulansari²

Program Studi D4 Manajemen Perhotelan, Universitas Negeri Padang
e-mail: nidia.wulansari@fpp.unp.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung di daya tarik Wisata Sirukam *Dairy Farm* Kabupaten Solok, Penelitian ini berjenis deskriptif kuantitatif dengan metode survei bentuk hubungan kausal. Jumlah populasi sebanyak 9.247 orang dan sampel 100 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert yang sudah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data terdiri dari deskripsi data, uji persyaratan analisis dengan uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas serta pengujian hipotesis dengan uji regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa fasilitas dan citra destinasi berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, secara deskriptif fasilitas termasuk kedalam kategori baik dengan tingkat capaian responden 79,86%, citra destinasi dengan tingkat capaian responden 82,64% dan Kepuasan pengunjung dengan tingkat capaian responden 81,90% dengan kategori baik.

Kata kunci: *Citra Destinasi, Fasilitas, Kepuasan Pengunjung*

Abstract

This study aims to investigate the influence of facilities and destination image on visitor satisfaction at Sirukam Dairy Farm tourist attraction in Solok Regency. This descriptive quantitative study uses a survey method with a causal relationship form. The population consists of 9,247 people, and the sample of 100 respondents with the sampling technique using purposive sampling. The data collection technique used a validated and reliable Likert-scale questionnaire. The data analysis technique consists of data description, analysis requirements test with normality test, heteroscedasticity test, and multicollinearity test, as well as hypothesis testing using multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that facilities and destination image have a significant effect on visitor satisfaction. Descriptively, facilities fall into a good category with a respondent achievement rate of 79.86%, destination image with a respondent achievement rate of 82.64%, and visitor satisfaction with a respondent

achievement rate of 81.90%, all in the good category.

Keywords: *Destination Image, Facilities, Consumer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Di era globalisasi, Industri pariwisata adalah salah satu industri dengan pertumbuhan tercepat di dunia. Ekspansi fenomenal ini tidak lepas dari lingkungan yang semakin kompetitif di kalangan pengelola destinasi pariwisata. Pengelola destinasi wisata saling bersaing untuk menambah jumlah wisatawan. Kepuasan wisatawan terhadap wisata yang mereka lakukan merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung. Ketika seseorang melakukan atau menghasilkan hasil, mereka mungkin merasa puas atau kecewa dirasakannya jauh dari harapan mereka. Untuk menjamin kepuasan pengunjung, objek wisata harus memperhatikan berbagai elemen yang berkontribusi terhadap kepuasan pengunjung, salah satunya adalah fasilitas. Sarana adalah struktur dan prasarana yang menunjang beroperasinya tempat wisata dalam rangka memenuhi segala kebutuhan pengunjung. Ketika fasilitas pariwisata memberikan kepuasan yang maksimal kepada wisatawan, hal tersebut menciptakan landasan yang baik bagi mereka untuk kembali lagi di kemudian hari dan kesiapan mereka untuk bercerita kepada orang lain tentang pengalaman menyenangkan mereka, dengan kata lain menciptakan loyalitas. Transportasi, penginapan, makanan & minuman, dan layanan lainnya merupakan salah satu fasilitas yang disediakan. Sedangkan kebersihan, keindahan, kelengkapan, dan keamanan menjadi penanda fasilitas pariwisata. Selain fasilitas, citra destinasi merupakan aspek kunci dalam memastikan kebahagiaan pengunjung. Pengunjung akan puas jika persepsi mereka terhadap citra destinasi sesuai dengan yang mereka harapkan. Citra suatu destinasi didefinisikan sebagai keyakinan atau fakta pengunjung tentang suatu destinasi, serta pengalaman liburannya. Gambaran destinasi merupakan hasil penilaian rasional atau citra kognitif (cognitive image) dan penilaian emosional atau citra afektif (affective image) dari destinasi itu sendiri. Citra tujuan memainkan peran penting dalam membentuk persepsi individu dan, sebagai hasilnya, perilaku saat memilih tujuan. Aksesibilitas, suasana, dan relaksasi merupakan indikator citra destinasi.

Provinsi Sumatera Barat memiliki cukup banyak wisata di masing-masing daerahnya. Salah satunya yaitu objek wisata Sirukam *Dairy Farm*. Sirukam *Dairy Farm* merupakan objek wisata yang masih terbilang baru dan merupakan objek wisata bertemakan edukasi peternakan dan perkebunan. Sirukam *Dairy Farm* berlokasi di Nagari Sirukam, Kecamatan Payung Sekaki, Kabupaten Solok. Wisata Sirukam *Dairy Farm* menargetkan jumlah pengunjungnya berkisar 12.000-15.000 perbulan. Namun target tersebut belum tercapai, belum tercapainya target kunjungan diduga karna beberapa faktor seperti fasilitas wisata dan citra destinasi. Hasilnya, penulis melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata Sirukam Dairy Farm Solok.

METODE

Penelitian ini digolongkan kepada jenis penelitian deskriptif dengan metode survei bentuk hubungan kausal. Penelitian kausal merupakan penelitian hubungan interaksi dua atau lebih variabel. Faktor-faktor Fasilitas (X1), citra destinasi (X2), dan kepuasan pengunjung (Y) semuanya diteliti dalam penelitian ini. Dengan sampel sebanyak 100 responden, demografi yang digunakan adalah konsumen yang pernah mengunjungi Peternakan Sapi Sirukam dalam 6 bulan sebelumnya. Kuisisioner dengan skala likert yang terverifikasi dan akurat merupakan salah satu pendekatan pengumpulan data. Proses analisis data meliputi deskripsi data, pengujian persyaratan analitik dengan uji normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas, serta pengujian hipotesis dengan uji regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan berisi hasil-hasil temuan penelitian dan pembahasannya..

A. Hasil

a. Deskripsi Variabel Fasilitas (X1)

Variabel fasilitas dengan 27 pertanyaan yang disebarakan melalui kuisisioner kepada 100 responden dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 1. Tingkat Pencapaian Responden Variabel Fasilitas (X1)

Variabel	Kode Indikator	Skor Total	TCR %
Fasilitas	X ₁ 1	404	80.8
	X ₁ 2	442	88.4
	X ₁ 3	354	70.8
	X ₁ 4	408	81.6
	X ₁ 5	406	81.2
	X ₁ 6	416	83.2
	X ₁ 7	388	77.6
	X ₁ 8	398	79.6
	X ₁ 9	434	86.8
	X ₁ 10	355	71
	X ₁ 11	417	83.4
	X ₁ 12	407	81.4
	X ₁ 13	411	82.2
	X ₁ 14	390	78
	X ₁ 15	381	76.2
	X ₁ 16	430	86
	X ₁ 17	338	67.6
	X ₁ 18	396	79.2
	X ₁ 19	391	78.2
	X ₁ 20	399	79.8

X ₁ 21	376	75.2
X ₁ 22	416	83.2
X ₁ 23	415	83
X ₁ 24	390	78
X ₁ 25	407	81.4
X ₁ 26	407	81.4
X ₁ 27	405	81
Rata-rata		79.86
Kriteria		Baik

Berdasarkan tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa rata-rata skor tingkat capaian responden variabel Fasilitas adalah 79,86% kategori baik. Tingkat capaian responden yang tinggi pada pertanyaan tingkat kebersihan masjid dengan skor 88,4% kategori sangat baik, tingkat capaian responden yang terendah adalah 67,6% pada pertanyaan 17 yaitu pernyataan mengenai tempat sampah susah ditemukan kategori cukup. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Fasilitas di Sirukam Dairy Farm tergolong baik.

b. Deskripsi Variabel Citra Destinasi (X₂)

Variabel Citra Destinasi dengan 8 pertanyaan yang di dapat dari 100 responden pengunjung Sirukam Dairy Farm dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 2. Tingkat Pencapaian Responden Variabel Citra destinasi (X₂)

Variabel	Kode Indikator	Skor Total	TCR %
Citra Destinasi	X ₂ 1	416	83.2
	X ₂ 2	425	85
	X ₂ 3	401	80.2
	X ₂ 4	411	82.2
	X ₂ 5	425	85
	X ₂ 6	403	80.6
	X ₂ 7	412	82.4
	X ₂ 8	419	83.8
	X ₂ 9	407	81.4
	Rata-rata		82.64
	Kriteria		Baik

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa rata-rata skor tingkat capaian responden variabel citra destinasi adalah 82,64% kategori baik. Pada tabel diatas terlihat bahwa tingkat pencapaian

responden tertinggi pada pertanyaan 5 indikator *interior point unique image* dengan skor 85% kategori sangat baik. Tingkat capaian responden terendah pada pertanyaan 3 indikator *cognitive image* dengan skor 80,2% kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian pengunjung mengenai citra destinasi secara keseluruhan dikategorikan baik.

c. Deskripsi Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

Variabel Kepuasan Pengunjung dengan 9 pertanyaan yang didapat dari kuesioner yang di sebar kepada 100 responden pengunjung Sirukam *Dairy Farm* dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 3. Tingkat Pencapaian Responden Kepuasan Pengunjung (Y)

Variabel	Kode Indikator	Skor Total	TCR %
Kepuasan Pengunjung	Y1	403	80.6
	Y2	417	83.4
	Y3	400	80
	Y4	424	84.8
	Y5	424	84.8
	Y6	390	78
	Y7	409	81.8
	Y8	409	81.8
	Rata-rata		81,90
	Kategori		Baik

Berdasarkan tabel tersebut, rata-rata skor tingkat keberhasilan responden terhadap variabel kepuasan pengunjung adalah 81,90% kategori baik. Tingkat pencapaian tertinggi responden pada pertanyaan 4 dan 5 tentang keinginan untuk menyarankan dan mempromosikan keindahan Peternakan Sapi Perah Sirukam dapat dilihat pada tabel di atas. Tingkat balasan terendah puas dengan layanan tersebut, dengan skor 78% dalam kategori baik pada pertanyaan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan pengunjung Sirukam Dairy Farm dinilai baik.

d. Uji Persyaratan Analisis

1) Uji Normalitas

Fasilitas Peternakan Sapi Perah Sirukam, citra destinasi, dan kepuasan wisatawan diuji normalitasnya menggunakan uji Kolmogorov-smirnov dan SPSS 26. Tingkat signifikansi seperti yang dinyatakan pada tabel di bawah ini, digunakan dalam penelitian ini untuk menolak dan menerima pilihan adalah $> 0,05$:

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N	100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.05249478
Most Extreme Differences	Absolute	.123
	Positive	.083
	Negative	-.123
Kolmogorov-Smirnov Z		1.234
Asymp. Sig. (2-tailed)		.095
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Berdasarkan tabel diatas Asymp Sig adalah sebesar 0,095. Berdasarkan uji yang telah dilakukan, maka dapat dikatakan bahwa ketiga variabel tersebut berdistribusi normal.

2) Uji heteroskedastisitas

Uji gletser untuk heteroskedastisitas digunakan dalam penelitian ini, dan jika nilai Sig lebih dari 0,05, maka tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.401	1.453		1.653	.102
	Fasilitas	.002	.023	.016	.078	.938
	Citra Destinasi	-.034	.079	-.090	-.437	.663
a. Dependent Variable: Abs_RES						

Nilai signifikansi variabel fasilitas adalah 0,938, dan nilai signifikansi variabel citra destinasi adalah 0,663, seperti yang ditunjukkan pada tabel di atas, di mana nilainya menunjukkan > 0,05. Akibatnya, persamaan regresi dalam penelitian ini tidak memperhitungkan heteroskedastisitas.

3) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Fasilitas	,244	4,104
	Citra Destinasi	,244	4,104

Tabel di atas menunjukkan bahwa hasil tolerance pada variabel fasilitas (X1) dan variabel citra destinasi (X2) yaitu 0,24 > 0,10, Sedangkan nilai VIF yaitu 4,10 < 10,00. Sehingga dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

- e. Uji Hipotesis
1) Uji regresi linear berganda

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1331.179	2	665.590	154.803	.000 ^b
	Residual	417.061	97	4.300		
	Total	1748.240	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung						
b. Predictors: (Constant), Citra Destinasi, Fasilitas						

Berdasarkan temuan uji anova, nilai F yang dihitung adalah 154,803 dengan signifikansi 0,000 < 0,05, menunjukkan bahwa variabel X1 dan X2 berpengaruh besar terhadap Y, menyiratkan bahwa hipotesis (H3) diterima.

Tabel 8. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.596	1.906		.313	.755
	Fasilitas	.110	.030	.368	3.663	.000
	Citra Destinasi	.547	.103	.533	5.309	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung						

Menurut data pada tabel sebelumnya, nilai rata-rata variabel fasilitas (X1) adalah 3,663, dengan nilai signifikan 0,00 < 0,05. Variabel citra tujuan memiliki nilai T sebesar 5,309 dan nilai signifikansi sebesar 0,00 < 0,05. Ini menunjukkan bahwa H1 dan

H2 adalah keputusan yang diakui. Akibatnya, perubahan fasilitas dan citra destinasi berdampak besar pada kepuasan pengunjung di objek wisata Peternakan Sapi Perah Sirukam.

Tabel 9. Hasil R. Square

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.873 ^a	.761	.757	2.074
a. Predictors: (Constant), Citra Destinasi, Fasilitas				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung				

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai *Adjust R Square* sebesar 0,757 artinya pengaruh Variabel X1 dan Variabel X2 terhadap Y sebesar 75,7% sedangkan 24,3% dipengaruhi oleh faktor lain

Pembahasan Fasilitas

Fasilitas wisata Sirukam Dairy Farm berupa playground, masjid, toilet, cafe, taman bunga, hewan ternak, toilet, dan tempat sampah. Berdasarkan hasil pengolahan data dari 100 responden menggunakan SPSS 26.00 diketahui bahwa variabel fasilitas dapat dikategorikan baik dengan nilai persentase 79,86%. Artinya Berdasarkan temuan penelitian, fasilitas objek wisata Peternakan Sapi Perah Sirukam secara keseluruhan masuk dalam kategori baik. Artinya sarana dan prasarana yang ada di objek wisata Peternakan Sapi Perah Sirukam sudah memadai, terbukti dari penilaian konsumen terhadap kebersihan fasilitas, fungsi fasilitas, kemudahan penggunaan fasilitas, dan kelengkapan fasilitas di objek wisata Peternakan Sapi Perah Sirukam secara keseluruhan. Hal ini menandakan bahwa fasilitas dan infrastruktur Peternakan Sapi Perah Sirukam yang ada saat ini sudah memadai. Namun demikian, peneliti menyarankan pengelola pariwisata agar harus ada peningkatan yang dilakukan pengelola tempat wisata seperti tempat sampah yang disediakan lebih banyak agar pengunjung tidak sulit menemukannya, kondisi kandang ternak lebih diperhatikan kebersihan, Dibikin jadwal untuk membersihkannya dan tidak menunggu kotor baru dibersihkan.

Citra Destinasi

Citra situs sangat penting untuk keputusan kunjungan yang melibatkan perilaku pasca kunjungan. Berdasarkan hasil pengolahan data dari 100 responden menggunakan SPSS 26.00. Total variabel citra tujuan diketahui baik, dengan nilai persentase 82,64%. Hal ini terbukti dari evaluasi pengunjung terhadap citra kognitif, citra unik, dan citra efektif dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan menilai Peternakan Sapi Perah Sirukam sebagai tujuan wisata yang positif. Meski begitu, sedikit saran dari peneliti agar pengelola objek wisata Peternakan Sapi Perah Sirukam berupaya meningkatkan citra destinasi, terutama pada indikator citra afektif destinasi yaitu penilaian emosional atau citra afektif yang menjelaskan perasaan

terhadap suatu destinasi. Masukan yang peneliti berikan yaitu menambah lagi jenis-jenis hewan ternak yang ada supaya pengunjung lebih merasakan edukasi dalam berwisata sesuai dengan tema wisata yang diambil yaitu eduwisata, kemudian pengelola harus lebih menjaga kondisi kebersihan lingkungan disekitar wisata sehingga pengunjung merasa nyaman dan senang di daya tarik wisata Sirukam Dairy Farm.

Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 100 responden menggunakan SPSS 26.00. Diketahui bahwa variabel kepuasan pengunjung secara keseluruhan dapat dikategorikan baik dengan nilai persentase 81,90%. Hal ini dapat dilihat dari penilaian pengunjung tentang kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan dalam kategori baik. Yang berarti pengunjung sudah merasa puas dengan Sirukam Dairy Farm baik dari segi fasilitas, infrastruktur, dan sebagainya. Walaupun hasil dari penelitian ini baik peneliti juga menyarankan ke pengelola daya tarik wisata untuk lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan kepada pengunjung supaya pengunjung merasa puas ketika berada di daya tarik wisata. Jika pengunjung mendapat kepuasan pada pelayanan yang diberikan, maka akan menciptakan minat pengunjung untuk berkunjung kembali dan merekomendasikan kepada orang lain untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut.

Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung

Fasilitas yang memadai akan membuat pengunjung wisata merasakan puas karena pengunjung merasa ketersediaan kebutuhan yang diinginkan tersedia. Dari hasil uji penelitian, Fasilitas tersebut memiliki dampak yang menguntungkan Fasilitas (X1), citra destinasi (X2), dan kepuasan pengunjung (Y) semuanya termasuk dalam penelitian ini. Pengunjung yang baru-baru ini mengunjungi Peternakan Sapi Perah Sirukam menjadi target audiens, dan sampel terdiri dari 100 tanggapan. Kuesioner dengan skala likert yang diverifikasi dan divalidasi merupakan salah satu jenis alat pengumpul data. Deskripsi data, penilaian persyaratan analitik menggunakan uji normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas, serta pengujian hipotesis menggunakan uji regresi linier berganda merupakan bagian dari teknik analisis data

Pengaruh Citra destinasi Terhadap Kepuasan Pengunjung di daya tarik wisata Sirukam Dairy Farm

Menurut hasil pengujian, ada hubungan yang menguntungkan dan signifikan antara citra lokasi dan kebahagiaan konsumen. Hal ini terlihat pada koefisien regresi Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan di Peternakan Sapi Perah Sirukam dipengaruhi secara positif oleh reputasi destinasi, dengan koefisien korelasi 0,547 dan level signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya, yang menemukan bahwa citra lokasi secara signifikan dan menguntungkan memengaruhi pengalaman perjalanan. Selain itu menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kebahagiaan wisatawan di objek wisata Peternakan Sapi Perah Sirukam, semakin baik citra tempat tersebut. Sebaliknya, jika citra destinasi negatif maka akan berdampak negatif terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata Peternakan Sapi Perah Sirukam.

Pengaruh Fasilitas Dan Citra destinasi Terhadap Kepuasan pengunjung di daya tarik wisata Sirukam Dairy Farm

Nilai SIG untuk variabel fasilitas pada uji regresi linier berganda adalah $0,000 < 0,05$, sedangkan nilai SIG untuk variabel citra tujuan adalah $0,000 < 0,05$, menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut berpengaruh terhadap peringkat kepuasan pengunjung di objek wisata Dairy Farm Sirukam. Jika R Square (R^2) disesuaikan sebesar 0,757, kepuasan pengunjung (Y) sebesar 75,7% dipengaruhi oleh fitur fasilitas (X1) dan citra destinasi (X2), dan 24,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Hal ini mengarah pada kesimpulan bahwa ada hubungan yang kuat antara fasilitas, reputasi destinasi, dan kepuasan pelanggan. Pengunjung yang menunjukkan bahwa wisatawan memperhitungkan seberapa puas wisatawan lain dengan fasilitas dan reputasi lokasi tersebut yang dimilikinya dimana setiap terjadinya peningkatan fasilitas dan citra destinasi yang baik dari pengunjung maka dapat meningkatkan kepuasan pengunjung di daya tarik wisata Sirukam Dairy Farm. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya khususnya dampak fasilitas dan reputasi destinasi terhadap kebahagiaan para pelancong dengan kebun pemetik stroberi agrowisata yang sebenarnya

SIMPULAN

Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa derajat pencapaian responden pada variabel fasilitas (X1) dari indikator yang teridentifikasi secara keseluruhan dengan nilai persentase sebesar 79,86% pada kategori baik. Variabel citra tujuan indikator yang ditentukan (X2) memiliki nilai keseluruhan sebesar 82,64% pada kategori baik. Variabel kepuasan pengunjung (Y) dari indikator teridentifikasi memiliki nilai keseluruhan sebesar 81,90 pada kategori baik. Kepuasan pelanggan sebesar 75,7% dipengaruhi oleh fasilitas dan citra destinasi, sedangkan 24,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Ady kurniawan, Indra. (2016). Pengaruh Fasilitas dan citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung agro wisata kebun stroberi petik sendiri di Rini colia Brastagi. Jurnal Unimed <http://digilib.unimed.ac.id/id/eprint/23359> (diakses Juni 2023)
- Anam, Chairul. (2021). Pengaruh citra destinasi, Fasilitas wisata dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada wisata parimas waterpark Mojokerto. Jurnal Ekonomi dan perkembangan bisnis Vol 4 no 2.
- Coban, S.2012. The effects of the image of destination on tourist satisfaction and loyalty the case of Cappadocia. *Europeam Journal of Social Sciences*, 29 (2) : 222-232.
- Echtner, C. M & Ritchie, J. R. B. 2003. The Meaning and Measurement of Destination Image. *The Journal of Tourism Studies*. 14 (1): 37-48.
- Gusneli. (2016). Pengaruh fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung di obek wisata air terjun bayang sani di Kabupaten Pesisir selatan. Jurnal UNP vol 11 no 1.

- Hanif A, Kusumawati A, Mawardi K. 2016. Pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan serta dampaknya terhadap loyalitas wisatawan studi pada wisatawan nusantara yang berkunjung ke kota batu. *Jurnal Administrasi bisnis (JAB)*, Vol.38 No.1
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran 1* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Paludi, Salman, 2016. Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E- Wom) Terhadap Citra Destinasi, Kepuasan Wisatawan, Dan Loyalitas Destinasi Perkampungan Budaya Betawi (PBB) Setu Babakan Jakarta Selatan. Tesis, MM IBN Jakarta.
- Putri, R. A., Farida, N., & Dewi, R. S. (2015). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata Dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan (Studi Pada Pengunjung Domestik Taman Wisata Candi Borobudur). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(1), 225-235.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta.