

Pengaruh Sapta Pesona, Citra Destinasi dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru

Annisa Ayu Triyastutik¹, Muhammad Syarif Hidayatullah Elmas², Mufid Andrianata³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Panca Marga, Probolinggo, Indonesia^{1,2,3}

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan Sapta Pesona, Citra Destinasi, serta Aksesibilitas terhadap kepuasan wisatawan di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Populasi target adalah wisatawan yang telah berkunjung dalam enam bulan sebelum penelitian dan berusia minimal 17 tahun, dengan jumlah populasi yang tidak diketahui. Sampel sebanyak 114 responden dipilih melalui teknik purposive sampling. Data primer diperoleh dari kuesioner dan didukung oleh data sekunder. Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS 23. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa Sapta Pesona, Citra Destinasi, dan Aksesibilitas secara individual memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Kata Kunci: Sapta Pesona, Citra Destinasi, Aksesibilitas, Kepuasan Wisatawan

Corresponding Author:

Annisa Ayu Triyastutik
(annisaayutriyastutik27@gmail.com)

Received: February 25, 2025

Revised: March 18, 2025

Accepted: April 10, 2025

Published: April 30, 2025



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan banyak pemandangan alam yang indah seringkali, wisatawan tertarik untuk mengunjungi suatu daerah terutama karena keindahan alam yang dimilikinya. Sebagai gambaran banyaknya wisatawan berwisata di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS) tersaji pada data berikut:

Objek Wisata / Tourism Object			Wis
Bulan / Month	Gunung Bromo / Bromo Mountain	Pantai Bentar / Bentar Beach	Air Terjun Madakaripura / Madakaripura Waterfall
(1)	(2)	(3)	(4)
1. Januari/January	6.015	11.271	177
2. Februari/February	4.335	9.824	122
3. Maret/March	8.064	4.150	379
4. April/April	5.510	4.298	348
5. Mei/May	8.026	5.521	371
6. Juni/June	12.22	6.188	395
7. Juli/July	6.662	2.63	275
8. Agustus/August	34.951	4.268	873
9. September/September	16.588	2.841	863
10. Oktober/October	9.255	5.547	589
11. November/November	6.404	5.466	299
12. Desember/December	9.990	3.181	294
Jumlah / Total	128.020	65.185	4.945

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Probolinggo

Data dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Probolinggo dapat dilihat bahwasannya kunjungan wisatawan lebih banyak ke TNBTS. Salah satu motivasi utama wisatawan adalah untuk menghilangkan kejenuhan akibat rutinitas sehari-hari, merelaksasi pikiran dan

mencari ketenangan dari ramainya ibu kota. Salah satu kunci sukses pengelola tempat wisata adalah kepuasan wisatawan, yang terwujud saat pengalaman kunjungan mereka memenuhi atau melampaui ekspektasi. Taman Nasional Bromo menawarkan pengalaman yang mengesankan bagi para wisatawan melalui keindahan alam dan fasilitas wisata yang memadai. Pengembangan sektor pariwisata di Indonesia harus bertujuan untuk mengoptimalkan pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi (Safarani et al., 2024). Elmas (2019) Umumnya, wisatawan tertarik datang apabila tempat wisata menawarkan kenyamanan untuk relaksasi dan dilengkapi dengan beragam fasilitas menarik, seperti area untuk berfoto. Kepuasan konsumen adalah hasil evaluasi subjektif konsumen terhadap produk/jasa yang diterima dan diharapkan (Indrasari, 2019). Kepuasan wisatawan dapat diperoleh dari berbagai aspek, seperti menikmati panorama matahari terbit, merasakan sensasi menjelajahi lautan pasir yang luas, hingga menyaksikan keindahan padang savana dan bukit teletubbies.

Semua pengalaman tersebut, ditambah dengan suasana pegunungan yang sejuk dan tenang dapat menciptakan kepuasan bagi wisatawan yang datang ke TNBTS. Sesuai dengan (Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomo:PM04/UM001/MKP/2008) “*Sapta Pesona* merupakan jabaran konsep sadar wisata khususnya yang terkait dengan dukungan dan peran masyarakat sebagai tuan rumah dalam upaya untuk menciptakan lingkungan dan suasana kondusif yang mampu mendorong tumbuh dan berkembangnya industri pariwisata, melalui perwujudan unsur aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah dan kenangan”. Penelitian dari Gede et al. (2022), Wahyuni et al. (2023) dan Mulya et al. (2024) yang menyimpulkan kepuasan wisatawan dibentuk dari *sapta pesona*.

Proses interpretasi individu terhadap sifat-sifat unik sebuah tempat wisata, yang dipengaruhi oleh informasi promosi, berbagai kanal media, serta sejumlah elemen kontekstual lain, menghasilkan apa yang disebut *citra destinasi* (Elvera, 2020). Strategi pencitraan kota yang dijalankan dengan baik akan mempengaruhi ekspektasi dan pengalaman wisatawan secara positif (Astuti et al., 2025). Meskipun tidak selalu berakar pada pengalaman atau kenyataan, *citra* suatu destinasi menjadi faktor pendorong bagi perjalanan wisatawan ke tempat pariwisata tersebut (Mardani et al., 2024). Penelitian dari Ma'nunah et al. (2022), Mardani et al. (2024), dan Elmas et al. (2024) membuktikan pengaruh positif dari *citra destinasi* pada kepuasan wisatawan secara signifikan.

Aksesibilitas merujuk pada ketersediaan sarana dan prasarana untuk mencapai suatu destinasi. Jalan raya yang memadai, ketersediaan transportasi, serta rambu petunjuk jalan yang jelas merupakan aspek-aspek krusial bagi sebuah destinasi (Isdarmanto, 2016). Di samping itu, aksesibilitas juga berarti kemudahan wisatawan mencapai destinasi pariwisata melalui beragam pilihan transportasi, baik udara, laut, maupun darat (Muljadi & Warman, 2019). Dalam (Elmas, 2019) menyatakan akses yang baik dapat terlihat dari mudah atau tidaknya jalan dan sarana transportasi menuju objek wisata yang dituju. Pembahasan ini selaras dengan temuan Amalia et al. (2022), Khotimah & Astuti (2022), dan Tamara & Herwanto (2024), membuktikan adanya pengaruh signifikan dari aksesibilitas terhadap kepuasan wisatawan dengan positif.

Studi ini dirancang untuk menginvestigasi pengaruh *sapta pesona*, *citra destinasi*, dan aksesibilitas terhadap kepuasan wisatawan yang mengunjungi Taman Nasional Bromo Tengger Semeru, dengan mengajukan hipotesis, meliputi:

H₁: *Sapta pesona* diduga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan TNBTS.

H₂: *Citra destinasi* diduga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan TNBTS.

H₃: Aksesibilitas diduga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan TNBTS.

2. METODE

Penelitian ini menerapkan metodologi kuantitatif, sebuah kerangka kerja riset yang bertujuan untuk menghasilkan pemahaman melalui pengolahan data statistik atau bentuk-bentuk kuantifikasi lainnya dan pendekatan asosatif kausal (Sujarweni, 2024). Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru, pengambilan sampel memakai teknik purposive sampling sehingga ditunjukkan kepada wisatawan yang sebelumnya pernah berwisata selama 6 bulan sebelum penelitian dilakukan dan berusia 17 tahun.

Menurut (Hair Jr et al., 2014), Analisis terhadap faktor sampel yang berjumlah kurang dari 50 pengamatan perlu dihindari, dan idealnya sampel adalah ≥ 100 . Sebagai pedoman umum, jumlah observasi sebaiknya minimal 5 hingga maksimal 10 kali lipat dari jumlah variabel yang diamati. Maka, dari teori tersebut penelitian ini menggunakan sampel minimum 5 kali sampai 10 kali lebih banyak dari jumlah indikator yaitu $19 \times 6 = 114$ responden. Kuesioner dengan skala Likert 1-5 digunakan untuk mengumpulkan data. Penelitian ini menganalisis data menggunakan IBM SPSS Statistic 23 untuk menguji statistik deskriptif responden, validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, serta Uji asumsi klasik

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	$r_{\text{statistik}}$	$r_{\text{tabel 5\% df}} = (114-2) = 112$	Keterangan
Sapta Pesona (X_1)	X_{111}	0,859	0,1548	Valid
	X_{112}	0,849		
	X_{121}	0,871		
	X_{122}	0,854		
	X_{131}	0,842		
	X_{132}	0,870		
	X_{141}	0,866		
	X_{142}	0,887		
	X_{151}	0,871		
	X_{152}	0,855		
	X_{161}	0,880		
	X_{162}	0,879		
	X_{171}	0,894		
	X_{172}	0,888		
Citra Destinasi (X_2)	X_{211}	0,866	0,1548	Valid
	X_{212}	0,884		
	X_{213}	0,878		
	X_{214}	0,862		
	X_{221}	0,849		
	X_{222}	0,863		
	X_{223}	0,848		
	X_{224}	0,848		
	X_{231}	0,852		
	X_{232}	0,881		

Variabel	Item	r _{statistik}	r tabel 5% df = (114-2) = 112	Keterangan
Aksesibilitas (X ₃)	X ₂₃₃	0,885	0,1548	Valid
	X ₂₃₄	0,881		
	X ₃₁₁	0,858		
	X ₃₁₂	0,853		
	X ₃₁₃	0,846		
	X ₃₂₁	0,863		
	X ₃₂₂	0,890		
	X ₃₂₃	0,859		
	X ₃₃₁	0,853		
	X ₃₃₂	0,860		
	X ₃₃₃	0,880		
	X ₃₄₁	0,858		
	X ₃₄₂	0,865		
	X ₃₄₃	0,867		
Kepuasan (Y)	Y ₁₁	0,747	0,1548	Valid
	Y ₁₂	0,743		
	Y ₂₁	0,745		
	Y ₂₂	0,706		
	Y ₃₁	0,722		
	Y ₃₂	0,710		
	Y ₄₁	0,702		
	Y ₄₂	0,726		
	Y ₅₁	0,734		
	Y ₅₂	0,772		

Interpretasi dari tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan dalam kuesioner memenuhi kriteria validitas, karena nilai r hitungnya lebih besar daripada nilai r tabel. Hasil uji validitas untuk setiap item dari setiap variabel menunjukkan nilai yang melampaui nilai r tabel = 0,1548. Berdasarkan hal ini, dapat disimpulkan bahwa kuesioner ini valid untuk semua item pernyataan.

Uji Reliabilitas

Tingkat reliabilitas suatu kuesioner dinilai berdasarkan konsistensi atau stabilitas jawaban responden terhadap pernyataan yang sama dalam periode waktu yang berbeda. Pengujian reliabilitas menggunakan teknik analisis Cronbach Alpha dengan kriteria nilai > 0.60.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Item	α	Kesimpulan
X ₁	14 item	0,975	Reliabel
X ₂	12 item	0,970	
X ₃	12 item	0,969	
Y	10 item	0,902	

Interpretasi dari tabel adalah bahwa semua variabel yang dianalisis pada penelitian memiliki reliabilitas yang memadai. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian memberikan hasil yang stabil dan dapat diandalkan.

Uji Normalitas

Pemeriksaan asumsi normalitas dalam model regresi bertujuan untuk memastikan bahwa data untuk variabel respons dan prediktor mengikuti pola distribusi normal atau menyimpang darinya. Metode Kolmogorov Smirnov dapat digunakan untuk melakukan pengujian normalitas data ini.

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		114
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.72100263
Most Extreme Differences	Absolute	.044
	Positive	.038
	Negative	-.044
Test Stat		.044
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Hasil uji statistik One-Sample Kolmogorov-Smirnov membuktikan data pada penelitian terdistribusi secara normal, yang dibuktikan dengan nilai signifikansi yang melampaui batas signifikansi yang ditetapkan.

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah situasi yang terjadi dalam model regresi ketika varians dari residual tidak sama untuk semua nilai variabel bebas.

Tabel 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.811	1.037		.782	.436
X1	.009	.010	.084	.870	.386
X2	.004	.012	.030	.318	.751
X3	-.002	.012	-.016	-.164	.870

Nilai signifikansi yang diperoleh dari uji Glejser untuk semua variabel independen membuktikan tidak ada gejala heteroskedastisitas di model regresi, karena nilai signifikansi setiap variabel melebihi batas kritis yang ditetapkan.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas didesain untuk mengidentifikasi apakah variabel-variabel penjelas dalam model regresi menunjukkan adanya keterhubungan satu sama lain.

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.974	1.027
	X2	.983	1.018
	X3	.980	1.021

Uji Multikolinearitas menghasilkan nilai tolerance yang tinggi untuk semua variabel independen, yang mengkonfirmasi tidak adanya korelasi yang mengkhawatirkan antar variabel. Selain itu, nilai VIF untuk setiap variabel juga berada dalam batas yang aman, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.236	1.843		1.214	.227
	X1	.231	.018	.542	12.662	.000
	X2	.257	.021	.530	12.418	.000
	X3	.270	.022	.533	12.481	.000

Persamaan koefisien regresi berganda yaitu :

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + e$$

$$Y = 2,236 + 0,231X_1 + 0,257X_2 + 0,270X_3$$

Analisis regresi menghasilkan persamaan yang menunjukkan bahwa nilai kepuasan wisatawan adalah 2,236 ketika variabel Sapta Pesona, Citra Destinasi, dan Aksesibilitas tidak ada pengaruhnya atau bernilai nol. Kemudian, koefisien regresi yang positif untuk Sapta Pesona (0,231), Citra Destinasi (0,257), dan Aksesibilitas (0,270) secara berurutan menandakan bahwa setiap peningkatan satu tingkat pada masing-masing variabel ini akan berkorelasi positif dengan peningkatan kepuasan sebesar nilai koefisiennya.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R ²	R ² Adjusted	Std. Error
1	.896 ^a	.803	.798	1.744

Nilai R-squared yang diperoleh adalah 0,798. Hal ini mengartikan bahwa semua variabel X dengan simultan memengaruhi variabel kepuasan wisatawan yaitu 79,8%. Terisisa 20,2%, akibat pengaruh faktor diluar penelitian

Uji Hipotesis

Tabel 8 Hasil Uji Hipotesis

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.236	1.843		1.214	.227
X1	.231	.018	.542	12.662	.000
X2	.257	.021	.530	12.418	.000
X3	.270	.022	.533	12.481	.000

Penelitian ini diketahui (n) = 114 dengan signifikan (a) 5% atau 0,05 dan (k) 4 variabel

$$\begin{aligned}
 t_{tabel} &= (a(df = n - k)) \\
 &= (0.05(df = 114 - 4)) \\
 &= 1,658 \text{ (dilihat dari t tabel)}
 \end{aligned}$$

a. Hipotesis Pertama

Diketahui nilai t_{hitung} Sapta Pesona sebesar 12,662 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,658. Artinya variabel Sapta Pesona berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan.

b. Hipotesis Kedua

Diketahui nilai t_{hitung} Citra Destinasi sebesar 12,418 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,658. Artinya variabel Citra Destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan.

c. Hipotesis Ketiga

Diketahui nilai t_{hitung} Aksesibilitas sebesar 12,481 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,658. Artinya variabel Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan.

Pembahasan

a. Pengaruh Sapta Pesona Terhadap Kepuasan Wisatawan

Analisa membuktikan adanya pengaruh positif dari sapta pesona pada kepuasan hal ini dikarenakan wisatawan yang terpesona terhadap keindahan serta adanya Bukit Teletubbies yang didukung oleh pelayanan kota seperti tersedianya restaurant dan tempat menginap yang tidak jauh dari lokasi wisata Gunung Bromo. Selain itu wisatawan juga dapat menikmati udara pagi yang segar dan menyejukkan pada saat wisatawan menginap di hotel sekitar destinasi.

Penduduk suku Tengger yang ramah terhadap wisatawan dalam membantu menunjukkan lokasi destinasi serta wisatawan yang disambut baik, sehingga dapat mendorong kepuasan wisatawan saat berwisata di TNBTS. Setiap perjalanan menuju destinasi wisata pengelola menyediakan papan petunjuk arah dan rambu - rambu lalu lintas termasuk rambu rawan longsor, serta wisatawan diberikan informasi batas - batas yang aman untuk dijelajahi. Dengan banyaknya informasi tersebut wisatawan merasa aman dan puas.

Temuan ini diperkuat oleh Gede et al. (2022), memaparkan adanya pengaruh sapta pesona pada kepuasan wisatawan. Demikian juga penelitian oleh (Wahyuni et al., 2023) yang menunjukkan sapta pesona memiliki dampak terhadap kepuasan wisatawan, dan penelitian oleh (Mulya et al., 2024) yang menyimpulkan kepuasan wisatawan dibentuk dari sapta pesona.

b. Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan

Analisa membuktikan adanya pengaruh dari citra destinasi pada kepuasan hal ini terlihat dari citra unik pada TNBTS seperti, fenomena matahari terbit yang menakjubkan di pagi hari, landscape Gunung Bromo yang berbeda dengan wisata alam lainnya dan identik dengan adanya Gunung Batok yang berdampingan dengan Gunung Bromo. Selain itu, di kaki Gunung Bromo juga terdapat pura sebagai tempat ibadah masyarakat Hindu yang menambah keunikan wisata.

Suasana sejuk di Gunung Bromo sangat menyenangkan, karena dengan keindahan dan keunikan yang dimiliki menjadikan wisata TNBTS layak untuk dikunjungi. Selain itu, tersedianya lahan parkir yang luas dan toilet umum disekitar Gunung Bromo dapat menumbuhkan rasa puas karena wisatawan mendapatkan pengalaman yang sesuai dengan harapan mereka.

Bagi wisatawan yang ingin menikmati sesuatu yang baru seperti berkeliling di lautan pasir dengan menaiki kuda, di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru juga menyediakan persewaan kuda dan bisa booking fotografer agar memperoleh foto yang terbaik selama berwisata. Biaya yang diberikan terjangkau sesuai dengan kualitas layanan yang diperoleh, hal ini juga dapat mendorong rasa puas wisatawan selama berwisata di Gunung Bromo.

Temuan ini diperkuat oleh (Ma'nunah et al., 2022) membuktikan adanya pengaruh citra destinasi pada kepuasan wisatawan. Demikian juga penelitian oleh (Mardani et al., 2024) yang menunjukkan citra destinasi memiliki dampak terhadap kepuasan wisatawan, dan penelitian oleh (Elmas et al., 2024) yang menyimpulkan kepuasan wisatawan dibentuk dari citra destinasi.

c. Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan

Analisa membuktikan adanya pengaruh dari aksesibilitas pada kepuasan hal ini terlihat dari akses yang mudah dicapai karena rute ke Gunung Bromo dapat ditemukan melalui google maps dan disetiap jalur terdapat papan petunjuk jalan sehingga wisatawan tidak kesulitan pada saat diperjalanan. Minimnya keramaian menciptakan lingkungan yang tenang dan tidak berdesakan, sehingga wisatawan dapat menikmati panorama dengan lebih leluasa dan merasa lebih nyaman.

Selain itu kondisi jalan menuju Gunung Bromo yang sudah beraspal sehingga memudahkan wisatawan menjangkau lokasi wisata tanpa hambatan. Fasilitas kendaraan seperti layanan sewa jeep dan keberadaan tempat istirahat yang memadai di beberapa titik semakin menambah kenyamanan selama berwisata. Ketersediaan informasi terkait status aktivitas Gunung Bromo yang cepat dan mudah diakses di media sosial membantu wisatawan merencanakan perjalanan dengan baik dan meminimalkan risiko, hal itu dapat mendorong kepuasan wisatawan selama berwisata.

Papan petunjuk jalan dapat dilihat dengan jelas yang dibantu dengan pencahayaan jalan di area umum memadai untuk mencegah potensi kejahatan. Kombinasi tersebut memberikan pengalaman wisata yang menyenangkan dan pada akhirnya berdampak positif pada kepuasan wisatawan. Hasil ini didukung oleh penelitian (Amalia et al., 2022), demikian juga penelitian oleh (Khotimah & Astuti, 2022) yang menunjukkan aksesibilitas memiliki dampak terhadap kepuasan wisatawan, dan penelitian oleh (Tamara & Herwanto, 2024) yang menyimpulkan kepuasan wisatawan dibentuk dari aksesibilitas.

4. KESIMPULAN

Sebagai penutup dari rangkaian penelitian ini, bagian ini akan mengemukakan kesimpulan akhir yang didasarkan pada hasil analisis dan interpretasi data.

- Ditemukan sapta pesona berdampak terhadap kepuasan wisatawan, karena mampu menciptakan pengalaman wisata yang berkesan.
- Ditemukan citra destinasi berdampak terhadap kepuasan wisatawan, karena persepsi yang baik terhadap suatu destinasi dapat meningkatkan kenyamanan, minat kunjungan ulang dan kepuasan.
- Ditemukan aksesibilitas berdampak terhadap kepuasan wisatawan, karena kemudahan dalam mencapai dan menjelajahi destinasi juga menjadi faktor utama kepuasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, P. A. I., Wijaya, N., & Eka Mahadewi, N. P. (2022). Pengaruh Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Millennial Di Paralayang Wayu, Sulawesi Tengah. *Jurnal IPTA*, 10(1), 100. <https://doi.org/10.24843/ipta.2022.v10.i01.p11>
- Astuti, W., Natsir, M., Syarif, M., Elmas, H., Malang, U. M., Panca, U., & Probolinggo, M. (2025). *Exploring The Paradoxes Of Tourism : How Memorable Experiences , City Branding , And Destination Image Influence Revisit Intentions ?* 18(1), 95–105. <https://doi.org/https://doi.org/10.23969/jrbm.v18i1.17579>
- Elmas, M. S. H., Astuti, W., & Natsir, M. (2024). Batu City Tourist Village: the Effect of Destination Image on Tourist Satisfaction and Revisit Intention. *Indonesian Journal of Business Analytics (IJBA)*, 4(3), 1268–1279. <https://doi.org/https://doi.org/10.55927/ijba.v4i3.9188>
- Elvera. (2020). *Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan* (Elvera (ed.)). PT Scopindo Media Pustaka.
- Gede, M., Althalests, F., & Putera, M. (2022). Pengaruh Penerapan Sapta Pesona terhadap Kepuasan Pengunjung di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v2i2.53>
- Hair Jr, J., Black C, W., Babin, B. J., & Anderson, E. R. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Hidayatullah Elmas, M. S. (2019). The Influence Of Green Marketing, Attribute Tourism Products, E-Wom The Visit Decision. *International Journal of Social Science and Business*, 3(1), 46. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v3i1.17254>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (Pertama). Unitomo Press.
- Isdarmanto. (2016). *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata* (Isdarmanto (ed.); Pertama). Gerbang Media Aksara dan STiPrAm.
- Khotimah, K., & Astuti, P. B. (2022). Pengaruh Aksesibilitas dan Physical Evidence Terhadap Revisit Intention dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(4), 547–566. <https://doi.org/10.32639/jimmmba.v4i4.148>
- Ma'nunah, Z., Sari, M., & Winahyu, P. (2022). Pengaruh Citra Destinasi, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Dira Swimming Pool Ambulu. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20. <https://doi.org/https://doi.org/10.36841/growth-journal.v20i1.1765>
- Mardani, M., Zahara, Z., & Muzakir. (2024). Pengaruh Citra Destinasi Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung ke Destinasi Kepulauan Togean. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 21. <https://doi.org/https://doi.org/10.31851/jmwe.v21i2.15374>
- Muljadi, & Warman, A. H. (2019). *Kepariwisata dan Perjalanan* (Enam). PT Rajagrafindo Persada.
- Mulya, S. A., Neswardi, S., & Haries, A. (2024). Pengaruh Penerapan Sapta Pesona terhadap

- Kepuasan Pengunjung di Objek Wisata Pantai Padang. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Perhotelan*, 02(02), 6–13.
- Pariwisata, M. K. dan. (n.d.). Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata. No.04/UM.001/MKP/2008.
- Safarani, E., Elmas, & Tumini. (2024). Pengaruh sapta pesona, citra destinasi dan promosi terhadap niat berkunjung kembali pada wisata beejay bakau resort kota probolinggo. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 12(2), 146–161.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (23rd ed.). Alfabeta, cv.
- Sujarweni, W. V. (2024). *Metodologi Penelitian*. Pustaka Baru Press.
- Tamara, A. M., & Herwanto. (2024). Economics and Digital Business Review Pengaruh Promosi , Aksesibilitas Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Pantai Setigi Heni Kecamatan Rajabasa Lampung Selatan. *Economics and Digital Business Review*, 5(2), 555–569.
- Wahyuni, H. S., Suyuthie, H., & Kasmita. (2023). Pengaruh Penerapan Sapta Pesona Terhadap Kepuasan Wisatawan di Lokasi Wisata Taman Muko-Muko Kecamatan Tanjung Raya Kabupaten Agam. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 4(1), 54–62. <https://doi.org/https://doi.org/10.24036/jkpbp.v4i1.61272>