



## Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Perjalanan Wisata (Open Trip) C.V Gass Adventure, Sidoarjo

Bayu Arista<sup>1</sup>, Nur Aini Anisa<sup>2</sup>, Nur Farida<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Prodi S1 Manajemen STIE PEMUDA, Surabaya

Alamat : Jl Bung Tomo No 8 Kode Pos 60245 Surabaya, Indonesia

E-mail: [uyabatsira@gmail.com](mailto:uyabatsira@gmail.com)<sup>1</sup>, [nurainianisa.stiepemuda@gmail.com](mailto:nurainianisa.stiepemuda@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[nurfarida.stiepemuda@gmail.com](mailto:nurfarida.stiepemuda@gmail.com)<sup>3</sup>

**Abstrac:** *The purpose of this study was to determine the effect of tourist facilities and service quality partially on customer satisfaction for travel services C.V Gass Adventure, Sidoarjo. As well as to find out between the Tourism Facilities and Service Quality significantly influence Customer Satisfaction of C.V Gass Adventure Travel Services, Sidoarjo. This research was conducted using a questionnaire method using a sampling technique on 100 customers who are or have used C.V Gass Adventure travel services, Sidoarjo. The results of this study indicate that tourist facilities (X1) have a positive effect on customer satisfaction with a significance value of 0.02 which is smaller than the significance value of  $\alpha$  of 0.05. Service Quality (X2) has a positive effect on customer satisfaction with a significance value of 0.04 which is smaller than the significance value of  $\alpha$  of 0.05.*

**Keywords:** *Tourism Facilities, Service Quality, Customer Satisfaction*

**Abstrak:** Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan jasa perjalanan wisata C.V Gass Adventure, Sidoarjo. Serta untuk mengetahui diantara Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan jasa perjalanan wisata C.V Gass Adventure, Sidoarjo. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner yang menggunakan Teknik sampling terhadap 100 pelanggan yang sedang atau yang pernah menggunakan jasa perjalanan wisata C.V Gass Adventure, Sidoarjo. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Fasilitas Wisata (X1) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai signifikansi 0,02 lebih kecil di banding nilai signifikansi  $\alpha$  0,05. Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai signifikansi 0,04 lebih kecil disbanding nilai signifikansi  $\alpha$  0,05.

**Kata kunci:** Fasilitas Wisata, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

### LATAR BELAKANG

Berlibur dengan melakukan perjalanan wisata pada era seperti saat ini telah jadi komponen dari kebutuhan ditengah-tengah publik. Kebutuhan akan berwisata seolah olah menjadi tren tersendiri dari pola sosial yang ada di masyarakat. Menurut Ridwan (2012) objek wisata ialah suatu destinasi yang memiliki berbagai ragam keunikan, dan memiliki nilai estetika tersendiri berupa keanekaragaman potensi alam, keragaman kultur budaya dan hasil karya masyarakatnya yang menjadi kredit tersendiri bagi wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah.(Pandaleke & Mananeke, 2019).

Sanjaya, Wulandari, Sumadi, & Sugianingrat (2019) sektor pariwisata memiliki peran yang sangat strategis dan berfungsi dalam pembangunan di berbagai banyak bidang di suatu daerah, dari infrastruktur hinga pembangunan sumber daya alamnya. (Sanjaya dkk., 2020). Selain itu sektor wisata juga berfungsi sebagai penyumbang terbesar bagi pendapatan negara

berupa devisa. Tingkat pendapatan daerah dapat meningkat sebagai pendapatan asli daerah, serta pertumbuhan perekonomian masyarakat juga akan semakin baik.

Sektor ini sangat dirasakan dapat memberikan kontribusi yang sangat nyata dalam upaya mendorong serta meningkatkan pergerakan di sektor perekonomian yang semakin meningkat yakni perdagangan, industri kecil / rumah tangga, sarana dan prasarana transportasi, komunikasi, pertanian, dan usaha jasa lainnya. Selain itu juga dapat membuka kesempatan seluas luasnya bagi daerah untuk membuka lapangan kerja baru dan memberi kesempatan yang lebih luas dan merata untuk masyarakatnya.

C.V Gass Adventure merupakan sebuah badan usaha yang bergerak di bidang pelayanan jasa *tour & travel* serta *event organizer*. Berlokasi di Jalan Raya Suko no 42 Kelurahan Suko Kecamatan Sidoarjo Kabupaten Sidoarjo Jawa Timur. Jasa yang ditawarkan dalam kegiatan usaha ini berupa wisata alam, *city tour*, *outbond training*, *mice* dan *adventure* yang menguji adrenalin. Adapun ruang lingkup kegiatan usaha yang dilakukan adalah seperti rekreasi laut dan kepulauan, serta pendakian gunung. Dalam perkembangan kegiatan perusahaan C.V Gass Adventure menjalankan tujuan perusahaan yakni mendorong serta meningkatkan perekonomian masyarakat dimana destinasi tersebut dijadikan objek sebuah kegiatan wisata dan kegiatan *adventure* dan selalu mengikut sertakan peran aktif masyarakat dengan memprioritaskan norma pelestarian alam. C.V Gass Adventure sebagai salah satu penggiat aktifitas wisata yang sadar lingkungan memiliki keterikatan dan komitmen dalam pelestarian lingkungan hidup serta mengupayakan dalam semua kegiatannya untuk sadar lingkungan di setiap yang kerap dilakukan dengan melaksanakan kegiatan - kegiatan pelestarian alam seperti penanaman seribu pohon di spot - spot pendakian gunung di pulau Jawa.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Pengertian Fasilitas Wisata**

Keller (2019) mendeskripsikan pengertian fasilitas ialah segala hal berwujud nyata yang telah direncanakan sebelumnya oleh perusahaan penyedia jasa untuk digunakan dan dinikmati pelanggan dalam tujuannya menciptakan tingkatan kepuasan pelanggan secara maksimal. (Anam & Laily Maghfiroh, 2021). Fasilitas merupakan bagian terpenting dari sebuah perusahaan jasa perjalanan wisata, oleh karenanya untuk selalu menjaga kondisi dan kelengkapan fasilitas yang akan disajikan kepada pelanggan, karena hal tersebut dapat dijadikan pertimbangan oleh perusahaan demi mencapai yang menjadi tujuan yakni kepuasan pelanggan karena sangat dekat hubungannya berkenaan dengan apa yang akan menjadi opini pelanggan.

Spillane dalam Akrom (2014) memaparkan bahwa fasilitas wisata ialah semua perangkat dan perlengkapan yang menunjang kinerja dan fungsional sebuah tempat tujuan wisata untuk menunjang atau menopang segala kebutuhan wisatawan. (Suryadana, 2015).

### **Pengertian Kualitas Pelayanan**

Untung Sanjaya dan Klemens Wedanaji Prasatyo (2016) mendeskripsikan bahwa kualitas pelayanan adalah pondasi untuk memasarkan pelayanan jasa, karena inti dari segala jenis produk yang akan ditawarkan dan akan dipasarkan adalah suatu hasil produk jasa yang berkualitas, dan dari hasil produk jasa tersebut yang akan dibeli oleh pelanggan. (Nuraeni, 2021). Maka dari itu kualitas pelayanan menjadikan pondasi awal dalam memasarkan layanan jasa pada sebuah perusahaan penyedia jasa. Tjiptono (2016) mendeskripsikan bahwa kualitas pelayanan merupakan sebuah parameter untuk mengukur seberapa baik pelayanan yang di sajikan sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan. (Mentang dkk., 2021).

### **Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan merupakan cerminan penilaian seseorang (pelanggan) dalam membeli sebuah produk dimana preferensi yang dipilih memberikan sebuah hasil sesuai dengan ekspektasinya. Lovelock, Christopher dan Wright Lauren (2014) mendeskripsikan kepuasan ialah satu bentuk perilaku yang diputuskan setelah mendapatkan sebuah pengalaman yang didapatkan sesuai dengan apa yang diharapkan. (Cahyono dkk., 2020). *Webster's Dictionary* dalam buku Lupiyoadi (2013) menyebutkan bahwa pelanggan adalah sebagai kelompok atau individu yang hadir ke tempat yang sama secara berulang kali dengan maksud sebagai pemenuhan kebutuhan dan memuaskan keinginan sesuai harapannya dengan memilih suatu produk atau mendapatkan suatu layanan jasa. (Fian & Yuniati, 2016).

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

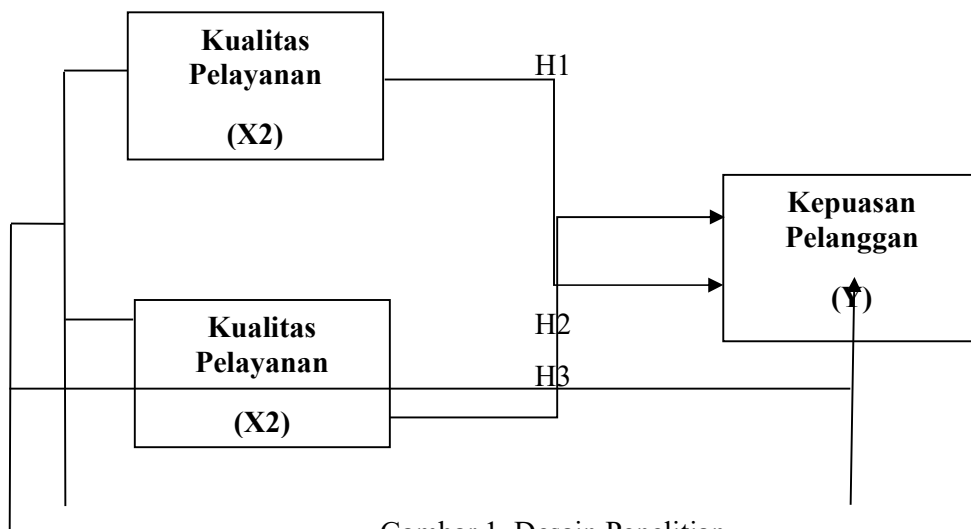
Berkenaan dengan ini penelitian yang akan dikerjakan oleh peneliti ialah dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif, dimana bentuk penelitian dengan menggunakan dua variabel yang dihubungkan, dalam penelitian ini akan menelaah pengaruh fasilitas wisata dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan jasa perjalanan wisata (*Open Trip*) C.V Gass Adventure, Sidoarjo. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2017), ialah salah satu metode penelitian yang berazaskan pada prinsip positif dan sebagai metode ilmiah, baik teoritis dan praktis atau keilmuan karena telah mempunyai bukti petunjuk ilmiah secara nyata atau realistis. (Aulia & Yulianti, 2019). Penelitian ini dapat dibuktikan secara obyektif, dan dapat diukur melalui tabel dan diagram yang disajikan secara rasional dan sistematis.

## Hipotesis Penelitian

Sugiyono (2010) berpendapat bahwa hipotesis adalah sebuah perkiraan sementara terhadap sebuah deskripsi permasalahan yang ada dalam sebuah penelitian, di mana deskripsi permasalahan tersebut telah dinyatakan berupa kalimat pernyataan. (Prastika, 2020). Hipotesis dinyatakan merupakan jawaban tentatif dikarenakan jawaban yang didapat ialah berlandaskan pada bukti-bukti sementara yang dihasilkan dari metode pengumpulan data. Berdasarkan uraian di atas maka rumusan hipotesis penelitian ini adalah:

Berdasarkan uraian di atas maka rumusan hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. H1: Terdapat pengaruh fasilitas wisata terhadap kepuasan pelanggan perjalanan wisata (Open Trip) C.V Gass Adventure, Sidoarjo.
- b. H2: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan perjalanan wisata (Open Trip) C.V Gass Adventure, Sidoarjo.
- c. H3: Secara bersamaan fasilitas wisata dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan perjalanan wisata (Open Trip) C.V Gass Adventure, Sidoarjo.



Gambar 1. Desain Penelitian

## POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN

### 1. Populasi Penelitian

Sugiyono (2010) mengatakan bahwa populasi ialah sebuah zona abstraksi yang di bangun atas sebuah objek ataupun subjek yang memiliki kapasitas, sifat, dan perilaku tertentu yang telah diterapkan oleh peneliti untuk dapat di telaah dan dipelajari kemudian akan ditarik kesimpulan. (Christian dkk., 2019). Dalam hal ini populasi yang diambil untuk penelitian

adalah semua pelanggan yang pernah dan yang sedang menggunakan jasa perjalanan wisata (*Open Trip*) C.V Gass Adventure, Sidoarjo.

## 2. Sampel Penelitian

Sugiyono (2010) mengatakan definisi sampel ialah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Christian dkk., 2019). Pengambilan sampel dari populasi akan dilakukan secara random tanpa melihat tingkatan atau level yang berada dalam populasi. Kuantitas sampel yang diambil akan menerapkan rumus *Slovin* yakni:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel (5%)

Dari rumus yang telah disebutkan di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini yaitu:

$$\begin{aligned} n &= \frac{200}{1 + (400 \times 0,05^2)} \\ n &= \frac{200}{200 \times 0,0025 + 1} \\ n &= \frac{200}{2} \\ n &= \mathbf{100} \end{aligned}$$

Berdasarkan pada perhitungan dengan menerapkan rumus *Slovin* di atas, maka total sampel yang ditetapkan dalam riset ini ialah 100 pelanggan yang pernah dan yang sedang menggunakan jasa perjalanan wisata (*Open Trip*) C.V Gass Adventure, Sidoarjo baik secara *online* ataupun *offline*.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **A. Penyajian Data**

Data yang disajikan dalam penelitian ini terdiri atas, penyajian fasilitas wisata yang ditawarkan serta bentuk kualitas layanan yang disajikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa perjalanan wisata C.V Gass Adventure, Sidoarjo

#### **1. Karakteristik Responden**

Karakteristik responden berperan untuk mengklarifikasikan presepektif responden secara personal melalui sampel dari sebuah penelitian yang telah dibuat sebelumnya. Maksud dari dibuatnya karateristik responden ialah agar dapat memvisualisasikan objek yang menjadi sampel dalam sebuah penelitian dengan dikelompok - kelompokkan menurut jenis kelamin, usia serta pekerjaan.

##### **a. Karakteristik responden menurut jenis kelamin**

**Tabel 1.1 Responden Menurut Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Laki laki	58	58%
Perempuan	42	42%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber diolah tahun 2023

Tabel 1.1 diatas menerangkan dari 100 responden sebagai sampel dalam penelitian ini, kebanyakan responden laki-laki yakni sejumlah 58 (58%), dan responden perempuan yakni sejumlah 42 (42%). Data di atas menerangkan laki-laki lebih cenderung melakukan perjalanan wisata adventure dibanding perempuan.

##### **b. Karakteristik responden menurut usia**

**Tabel 1.2. Responden Menurut Usia**

<b>Rentang Usia</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
15 - 25	7	7%
26 - 35	46	46%
36 - 45	35	35%
46 - 55	10	10%
56 - 65	2	2%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber diolah tahun 2023

Tabel 1.2 menerangkan 100 responden sebagai sampel dalam penelitian ini sebagian besar usia responden dengan rentang usia 15-25 tahun sejumlah 7 (7%), di susul rentang usia 26-35 tahun sejumlah 46 (46%), rentang usia 36-45 tahun sejumlah 35 (35%), kemudian

rentang usia 46-55 tahun sejumlah 10 (10%), dan yang terakhir rentang usia 56-65 sejumlah 2 (2%). Dari data di atas menunjukkan bahwa rentang usia 26-35 tahun sangat menunjang untuk melakukan perjalanan wisata.

c. Karakteristik responden menurut pekerjaan

**Tabel 1.3. Responden Menurut Pekerjaan**

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	3	3%
Pegawai Negeri/TNI	4	4%
Pegawai Swasta	77	77%
Wiraswasta	16	16%
<b>Total</b>	100	100%

Sumber diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 1.3 menerangkan dari 100 responden sebagai sampel dalam penelitian ini adalah responden pelajar / mahasiswa sejumlah 3 (3%), kemudian responden pegawai negeri / TNI sejumlah 4 (4%), lalu responden pegawai swasta sejumlah 77 (77%), dan terakhir responden wiraswasta sejumlah 16 (16%). Dari data di atas menunjukkan bahwa kelompok responden pegawai swasta lebih cenderung untuk melakukan perjalanan wisata.

**2. Frekuensi Data Responden Penelitian**

Bersumber pada hasil penelitian yang dilakukan kepada 100 responden lewat menyebar kuesioner agar di dapat tren tanggapan responden atas jawaban dari tiap - tiap variabel dalam penelitian dan akan di uraikan pada rentang poin jawaban.

**a. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Fasilitas Wisata (X1)**

Spillane dalam Akrom (2014) memaparkan bahwa fasilitas wisata ialah semua perangkat dan perlengkapan yang menunjang kinerja dan fungsional sebuah tempat tujuan wisata untuk menunjang atau menopang segala kebutuhan wisatawan, (Suryadana, 2015). Variabel fasilitas wisata (X1) dalam penelitian ini dapat diukur melalui sebuah instrumen penelitian yang tertuang dalam 7 pernyataan yaitu:

**Tabel 2.1. Tanggapan Responden Terhadap Fasilitas Wisata**

No	Pernyataan	Skor					Jumlah
		SS	S	R	TS	STS	
1	Fasilitas yang akan ditawarkan dapat menarik perhatian dan rasa ingin tahu calon pelanggan	28	46	24	2	-	100

2	Fasilitas yang akan disajikan dapat memenuhi ekspektasi pelanggan	22	56	20	2	-	100
3	Lokasi, tata ruang dan letak fasilitas yang di tawarkan dapat menarik perhatian calon pelanggan	28	42	28	2	-	100
4	Fasilitas yang akan disajikan dapat memenuhi ekspektasi dan kebutuhan pelanggan	26	48	25	1	-	100
5	Peralatan dan perlengkapan yang tersedia telah memenuhi semua kebutuhan pelanggan	30	48	22	-	-	100
6	Peralatan dan perlengkapan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan berfungsi sebagaimana mestinya	34	53	12	1	-	100
7	Peralatan dan perlengkapan telah memenuhi standar keamanan dalam penggunaannya	36	47	15	2	-	100

Sumber data diolah tahun 2023

Dalam data tabel 2.1 di atas menerangkan bahwa tanggapan responden terhadap fasilitas wisata dalam pernyataan fasilitas yang akan disajikan dapat memenuhi ekspektasi pelanggan memiliki nilai respon yang rendah yakni 22% responden menjawab sangat setuju, sedangkan pernyataan peralatan dan perlengkapan telah memenuhi standar keamanan dalam penggunaannya memiliki nilai respon tertinggi yakni 36% responden menjawab sangat setuju.

#### **b. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X2)**

Untung Sanjaya dan Klemens Wedanaji Prasatyo (2016) mendeskripsikan bahwa kualitas pelayanan adalah pondasi untuk memasarkan pelayanan jasa, karena inti dari segala jenis produk yang akan ditawarkan dan akan dipasarkan adalah suatu hasil produk jasa yang berkualitas, dan dari hasil produk jasa tersebut yang akan dibeli oleh pelanggan, (Nuraeni, 2021).



**Tabel 2.2. Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan**

No	Pernyataan	Skor					Jumlah
		SS	S	R	TS	STS	
1	Pelayanan yang disajikan telah memenuhi ekspektasi dan kebutuhan pelanggan	20	59	21	-	-	100
2	Pelayanan yang disajikan dapat dengan cepat memberikan respon dalam pemecahan/solusi pada setiap permasalahan yang dihadapi pelanggan	19	69	12	-	-	100
3	Dalam menyajikan pelayanan kepada pelanggan perusahaan telah memperhatikan <i>attitude dan</i> tata krama	16	56	27	1	-	100
4	Karyawan dapat memberikan atensi dan kepedulian tulus dan bersifat personal yang disajikan untuk memahami keinginan dan harapan pelanggan	16	56	26	2	-	100
5	Fasilitas yang ada, baik peralatan atau fasilitas pendukung dapat memberikan pelayanan sesuai kebutuhan pelanggan	22	59	19	-	-	100

Sumber data diolah tahun 2023

Dalam data tabel 2.2 di atas menerangkan tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan dalam pernyataan dalam menyajikan pelayanan kepada pelanggan perusahaan telah memperhatikan *attitude dan* tata krama, serta pernyataan karyawan dapat memberikan atensi dan kepedulian tulus dan bersifat personal yang disajikan untuk memahami keinginan dan harapan pelanggan memiliki nilai respon yang rendah yakni masing - masing 19% responden menjawab sangat setuju. Sedangkan pernyataan fasilitas yang ada, baik peralatan atau fasilitas pendukung dapat memberikan pelayanan sesuai kebutuhan pelanggan memiliki nilai respon tertinggi yakni 22% responden menjawab sangat setuju.

**c. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

Kepuasan pelanggan ialah cerminan penilaian seseorang (pelanggan) dalam membeli sebuah produk dimana preferensi yang dipilih memberikan sebuah hasil sesuai dengan ekspektasinya.

**Tabel 4.6. Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan**

No	Pernyataan	Skor					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1	Fasilitas yang ditawarkan dan pelayanan yang disajikan telah memenuhi ekspektasi dan kebutuhan pelanggan	21	58	20	1	-	100
2	Kesediaan dengan suka rela pelanggan untuk mengulang kembali dalam menggunakan jasa karena merasa puas dengan layanan yang diterimanya	19	69	12	-	-	100
3	Pelanggan secara sukarela untuk merekomendasikan kepada calon pelanggan lain berkenaan dengan layanan jasa yang pernah diterimanya	24	55	21	-	-	100

Sumber data diolah tahun 2023

Dalam data tabel 4.6 di atas menerangkan tanggapan responden terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan kesediaan dengan suka rela pelanggan untuk mengulang kembali dalam menggunakan jasa karena merasa puas dengan layanan yang diterimanya memiliki nilai respon yang rendah yakni 19% responden menjawab sangat setuju, sedangkan pernyataan pelanggan secara sukarela untuk merekomendasikan kepada calon pelanggan lain berkenaan dengan layanan jasa yang pernah diterimanya memiliki nilai respon tertinggi yakni 24% responden menjawab sangat setuju.

## B. Analisis Data

### 1. Uji Validitas

Uji validitas ialah sebuah instrumen penguji sejauh mana pengukuran yang akan digunakan dalam mengevaluasi sesuatu, dan apa yang akan di evaluasi. Pengujian ini berguna dalam menakar atau mengukur instrumen dalam kuesioner yang telah dibuat. Siregar (2012) memaparkan uji validitas ialah sebagai alat ukur yang membuktikan sejauh mana instrumen tersebut mampu mengukur apa yang ingin diukur. (Hutomo dkk., 2015). Jika tingkat signifikansi hasil perbandingan kurang atau sama dengan  $\leq 0,05$  (5%) dapat dikatakan valid. Namun bila terjadi kebalikannya, yakni tingkat signifikansi hasil perbandingan lebih besar atau sama dengan  $\geq 0,05$  (5%) dapat dikatakan tidak valid.

	Variabel	Nilai		Keterangan
		R Hitung	R Tabel	
Fasilitas Wisata (X1)	X1.1	0.630	0.195	VALID
	X1.2	0.549	0.195	VALID
	X1.3	0.533	0.195	VALID
	X1.4	0.523	0.195	VALID
	X1.5	0.567	0.195	VALID
	X1.6	0.477	0.195	VALID
	X1.7	0.386	0.195	VALID
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0.722	0.195	VALID
	X2.2	0.685	0.195	VALID
	X2.3	0.762	0.195	VALID
	X2.4	0.751	0.195	VALID
	X2.5	0.720	0.195	VALID
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1	0.809	0.195	VALID
	Y2	0.698	0.195	VALID
	Y3	0.776	0.195	VALID

Sumber data SPSS 27.0 diolah tahun 2023

Hasil uji validitas dapat terlihat bila seluruh item variabel dalam riset ini memiliki  $r_{hitung} > r_{tabel}$  yakni pada nilai signifikansi sebesar 5% (0.05) dan  $n = 100$  dan perolehan  $r_{tabel} = 0.195$ , dengan demikian didapatkan  $r_{hitung}$  pada tiap variabel adalah  $\geq 0.195$  oleh karena itu keseluruhan item variabel dalam penelitian ini adalah valid.

### 2. Uji Reliabilitas

Arikunto (2013) memaparkan uji reliabilitas ialah suatu perangkat yang kredibel dan terbukti dapat diaplikasikan sebagai instrumen pengumpulan data sebab peranti tersebut telah layak dipergunakan pada sebuah riset. (Elva Nuraina, 2017). Ghazali (2018) memaparkan bila

suatu instrument dikatakan reliabel apabila nilai  $\alpha > 0.6$  maka berarti reliabilitasnya mencukupi (*sufficient reliability*). (Christy dkk., 2020), maka dapat diasumsikan sesungguhnya keseluruhan item reliabel dan keseluruhan pengujian secara konstan mempunyai reliabilitas yang kuat. Namun bila terjadi sebaliknya yakni nilai  $\alpha < 0.6$  maka dapat diartikan bahwa keseluruhan item reliabel dan keseluruhan pengujian secara konstan mempunyai reliabilitas yang lemah.

No	Variabel	Croanbach	Keterangan
		Alpha	
1	Fasilitas Wisata (X1)	0.719	RELIABEL
2	Kualitas Pelayanan (X2)	0.778	RELIABEL
3	Kepuasan Pelanggan (Y)	0.634	RELIABEL

Sumber data SPSS 27.0 diolah tahun 2023

Hasil pengujian reliabilitas pada Fasilitas Wisata (X1) didapat nilai signifikansinya 0.719 kemudian Kualitas Pelayanan (X2) didapat nilai signifikansinya 0.778 serta Kepuasan Pelanggan (Y) didapat nilai signifikansinya 0.634. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa setiap item variabel memiliki nilai signifikansi  $> 0.6$  sehingga hasil dari penelitian dapat dikatakan reliabel.

### 3. Uji Asumsi Klasik

Sunjoyo, dkk (2013) memaparkan bahwa uji asumsi klasik ialah sebuah syarat statistika yang wajib terpenuhi pada uji regresi linear berganda dengan basis *Ordinary Least Squart* (OLS) sebelum melakukan pengujian hipotesis. (Yuni Anggriani & Ismunandar, 2022).

#### a) Uji Normalitas

Ghozali (2013) mendeskripsikan uji normalitas mempunyai tujuan mengevaluasi didalam interpretasi dari regresi variabel pengganggu berdistribusi normal atau tidak. (Almunawwaroh & Marlina, 2018).

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

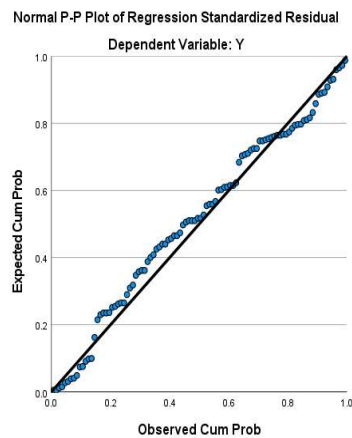
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.49209500
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.061
	Negative	-.074
Test Statistic		.074

Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.192
Monte Carlo Sig.(2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	.183
	99%ConfidenceInterval	LowerBound
		UpperBound
		.173
		.193

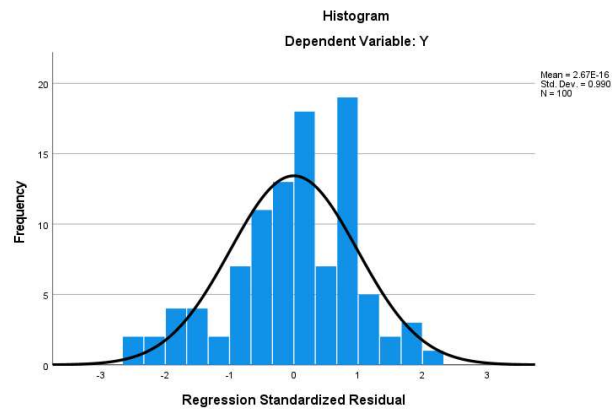
- Test Distribution Is Normal.
- Calculated From Data.
- Lilliefors Significance Correction.
- Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber data SPSS 27.0 diolah tahun 2023

Uji normalitas ini menerangkan bahwa (*Asymp.Sig.2-tailed*) pada uji normalitas *One-SampleKolmogorov-Smirnov* nilai signifikansinya  $0,192 > 0,05$ . Maka itu berkesimpulan data yang dipergunakan penelitian ini mempunyai distribusi normal.



Pengujian normalitas dengan menggunakan grafik P-P Plot ini menerangkan bila data atau titik-titik plot berposisi di sekitar garis diagonal dan searah mengikutinya maka dengan itu berkesimpulan data yang dipergunakan penelitian ini mempunyai distribusi normal



**b) Uji Multikolinearitas**

Uji Multikolinearitas memiliki arti bahwa diperoleh korelasi linier yang utuh pada tiap variabel yang telah ditentukan sebelumnya dengan memaparkan model regresinya. Untuk mendeteksi terdapat tidaknya multikolinearitas pada model regresi dapat di deteksi melalui besaran toleransi atau biasa disebut dengan besaran *variance inflation factor* (VIF). Besaran yang digunakan dari *variance inflation factor* (VIF) ialah pada besaran toleransi 0,10 atau besaran VIF diatas angka 10. Besaran Tolerance menguji variabilitas dari variabel bebas yang telah ditentukan. Bila besaran  $VIF \leq 10$  dapat diasumsikan tidak terjadi multikolinearitas dalam data. Namun bila terjadi sebaliknya yakni  $VIF \geq 10$ , dapat diasumsikan berlaku multikolinearitas dalam data.

Model		Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	7.996	1.654		4.834	.000		
	Fasilitas Wisata X1	.016	.050	.033	.322	.748	.920	1.087
	Kualitas Pelayanan X2	.185	.067	.279	2.749	.007	.920	1.087

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan Y

Sumber data SPSS 27.0 diolah tahun 2023

Uji Multikolinearitas ini menerangkan VIF Fasilitas Wisata (X1) bernilai 1.087 dengan nilai Tolerance 0.920. VIF Kualitas Pelayanan (X2) bernilai 1.087 dengan nilai Tolerance 0.920. VIF pada tiap variabel independen lebih keci dari ( $<$ )10, dengan poin Tolerance lebih dari ( $>$ ) 0,10. maka berkesimpulan tidak terjadi korelasi pada tiap variabel independen yang digunakan pada penelitian ini dan tidak terjadi multikolonieritas dalam data.

**c) Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas ialah sebuah pengujian yang memperkirakan terdapat disimilaritas model dalam sebuah residual pada model regresi linear. Bila besaran signifikansinya  $\geq 0.05$  maka dapat diasumsikan tidak berlaku heteroskedastisitas. Namun apabila terjadi sebaliknya, yakni besaran signifikansinya  $\leq 0.05$  berkesimpulan berlaku heteroskedastisitas.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	.532	1.045		.509	.612
	Fasilitas Wisata X1	.014	.031	.048	.454	.651
	Kualitas Pelayanan X2	.011	.043	.027	.251	.802

a. Dependent Variable: AbsRES\_2

Sumber data SPSS 27.0 diolah tahun 2023

Uji Multikolinearitas ini menerangkan Fasilitas Wisata (X1) nilai signifikansinya 0.651, dan Kualitas Pelayanan (X2) nilai signifikansinya 0.802. Kedua variabel bebas diatas memperlihatkan nilai signifikansinya  $> \alpha = 0,05$ . Sehingga berkesimpulan tidak terjadi heteroskedastisitas pada data penelitian.

#### d) Uji Autokorelasi

Ghozali (2017) memaparkan pengujian autokorelasi mempunyai tujuan mendeteksi dalam varian regresi linier berhubungan antara kesalahan pengganggu dalam periode t dengan kesalahan pengganggu terhadap periode t-1 (sebelumnya). (Ghozali, Imam dan Ratmono, 2017). Dalam riset ini indikasi pengujian terhadap autokorelasi dengan mengaplikasikan uji *Durbin-Watson (DW-test)*.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.289 <sup>a</sup>	.084	.065	1.507	1.763

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan X2, FasilitasWisata X1

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan Y

Sumber data SPSS 27.0 diolah tahun 2023

Uji Autokorelasi ini menerangkan ditemukan poin Durbin Watson test sebesar 1.720.

Dimana syarat berlakunya Autokorelasi adalah:

$$DU < DW < 4 - DU$$

diketahui N = 100 dan K (Variabel Independen) = 2

Nilai DL = 1,6337      maka Nilai DW = 4 – 1,7152

Nilai DU = 1,7152                      DW = 2,248

Dari tabel 4.13 berkesimpulan bahwa tidak terjadi gejala autokorelasi dimana  $1,7152 < 1,763 < 2,248$  ( $DU < DW < 4-DU$ )

**e) Uji Lineraritas**

Uji linearitas berguna untuk mengetahui terdapat hubungan yang linier atau tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y). Dalam mengambil keputusan dapat dilakukan dengan memperhatikan nilai signifikansinya  $> 5\%$  serta nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ .

**ANOVA Table**

			Sum of	df	Mean	F	Sig.
			Squares		Square		
Kepuasan	Between	(Combined)	24.238	14	1.731	.680	.787
Pelanggan *	Groups	Linearity	2.977	1	2.977	1.170	.283
Fasilitas Wisata		Deviation from Linearity	21.261	13	1.635	.643	.811
Within Groups			216.322	85	2.545		
Total			240.560	99			

Sumber data SPSS 27.0 diolah tahun 2023

Uji Lineritas ini menunjukkan bahwa pengujian linearitas menunjukkan bahwa *Deviation from linearity* Fasilitas Wisata (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) nilai signifikansinya  $0.811 > 0.05$ , dan dapat disimpulkan terjadi hubungan linear antara Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Pelanggan.

**ANOVA Table**

			Sum of	df	Mean	F	Sig.
			Squares		Square		
Kepuasan	Between	(Combined)	36.794	11	3.345	1.445	.168
Pelanggan *	Groups	Linearity	19.916	1	19.916	8.601	.004
Kualitas Pelayanan		Deviation from Linearity	16.878	10	1.688	.729	.695
Within Groups			203.766	88	2.316		
Total			240.560	99			

Sumber data SPSS 27.0 diolah tahun 2023

Uji Lineritas ini menunjukkan bahwa pengujian linearitas menunjukkan bahwa *Deviation from linearity* Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) nilai signifikansinya  $0.695 > 0.05$ , dan berkesimpulan terjadi hubungan linear antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.



#### 4. Uji Analisis Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda memiliki tujuan menguji besaran pengaruh beberapa variabel bebas (X) yang telah ditentukan sebelumnya berpengaruh signifikan pada variabel terikat (Y). (Ghozali, 2018).

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	7.996	1.654		4.834	.000
	Fasilitas Wisata X1	.016	.050	.033	.322	.748
	Kualitas Pelayanan X2	.185	.067	.279	2.749	.007

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan Y

Sumber data SPSS 27.0 diolah tahun 2023

- 1) Nilai Koefisien konstanta 7,996 mengindikasikan Kepuasan Pelanggan memiliki nilai 7,996 bila tiap variabel yakni Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan memiliki poin konstan / nol (0).
- 2) Fasilitas Wisata (X1), Kepuasan Pelanggan (Y) berubah bila Fasilitas Wisata (X1) naik satu satuan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) maka nilainya membesar 0,016. Fasilitas Wisata (X1) memiliki koefisien regresi yakni 0,016. Bila Nilai koefisien regresi menunjukkan angka positif maka Fasilitas Wisata berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.
- 3) Kualitas Pelayanan (X2), Kepuasan Pelanggan (Y) berganti bila Kualitas Pelayanan (X2) naik satu poin satuan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) maka poinnya akan bertambah sebesar 0,185. Kualitas Pelayanan (X2) memiliki koefisien regresi yakni 0,185. Bila poin koefisien regresi menunjukkan angka positif maka Fasilitas Wisata berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

#### C. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan sebuah pengujian dikerjakan pada suatu penjelasan dengan mengaplikasikan model statistik tertentu hingga dalam riset tersebut memperoleh hasil yang dipersepsikan signifikansinya menurut statistik.

**1) Uji T (Parsial)**

Ghozali (2018) memaparkan uji t (parsial) bertujuan menilai variable bebas atau independen (X) dalam model regresi mempengaruhi secara personal pada variable terikat atau dependen (Y) (Nainggolan dkk., 2022).

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std.Error	Beta		
1	(Constant)	4.514	1.501		3.007	.003
	Fasilitas Wisata X1	.140	.045	.296	3.139	.002
	Kualitas Pelayanan X2	.183	.063	.275	2.914	.004

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan Y

Sumber data SPSS 27.0 diolah tahun 2023

- 1) Nilai signifikansi pengaruh Fasilitas Wisata (X1) pada Kepuasan Pelanggan (Y)  $0.002 < 0.05$ , serta nilai  $t_{hitung} 3.139 > \text{nilai } t_{tabel} 2.625$ . Maka  $H_0$  di tolak,  $H_a$  di terima mengindikasikan fasilitas wisata (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).
- 2) Nilai signifikansi pengaruh kualitas pelayanan (X2) pada kepuasan pelanggan (Y)  $0.004 < 0.05$ , serta nilai  $t_{hitung} 2.914 > \text{nilai } t_{tabel} 2.625$ . Maka  $H_0$  di tolak,  $H_a$  di terima mengindikasikan kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

**2) Uji F (Simultan)**

F (Simultan) ialah metode uji bertujuan memperlihatkan seluruh variabel independen (X) yang telah ditentukan sebelumnya bersamaan mempengaruhi signifikan / tidak berpengaruh signifikan pada variabel dependen (Y). Dalam prakteknya tingkatan signifikansi yang digunakan beraneka macam bergantung pada kemauan peneliti sendiri, yakni 0.01 atau (1%), 0.05 atau (5%), dan 0.10 atau (10%).

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum Of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	50.978	2	25.489	13.011	.003 <sup>b</sup>
	Residual	190.023	97	1.959		
	Total	241.001	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan Y

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan X2, Fasilitas Wisata X1

Sumber data SPSS 27.0 diolah tahun 2023

Dalam uji F (Simultan) nilai signifikansi fasilitas wisata (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) yakni  $0.003 < 0.005$ , sedangkan  $F_{hitung}$  sebesar  $13.011 >$  dari  $F_{tabel}$  yakni sebesar  $3.09$ . Hal tersebut membuktikan menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ , mengindikasikan fasilitas wisata (X1) dan kualitas pelayanan secara bersama sama (Simultan) berpengaruh kepuasan pelanggan (Y).

### 3) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebuah model yang diaplikasikan untuk menentukan besaran variabel independen atau bebas (X) secara bersamaan mampu menjelaskan kontribusi pengaruhnya secara bersamaan pada variabel terikat (Y).

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate
1	.751 <sup>a</sup>	.564	.555	2.26067

a. Predictors:(Constant), Kualitas Pelayanan, Fasilitas Wisata

Sumber data SPSS 27.0 diolah tahun 2023

Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) menerangkan *R Square* (Koefisien Determinasi) bernilai  $0.564$  yang memiliki arti bahwa variabel bebas (X) mempengaruhi variabel terikat (Y) dengan besaran  $56.4\%$  dan sisanya yakni  $43.6\%$  dapat dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dilakukan dalam penelitian ini.

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Fasilitas Wisata (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan pada penelitian dan implementasi pada bab sebelumnya, fasilitas wisata (X1) mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y) C.V Gass Adventure, Sidoarjo. Hal ini sepaham dengan riset terdahulu oleh Peggy Rahma Alana dan Tanto Askriyandoko dalam Jurnal Manajemen Terapan yang berjudul Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Wisatawan Pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo, Kabupaten Trenggalek pada tahun 2020 membuktikan bahwa fasilitas wisata (X1) berpengaruh pada kepuasan Pelanggan (Y), (Alana & Putro, 2020).

### 2. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan pada penelitian dan implementasi pada bab sebelumnya, kualitas pelayanan(X2) mempengaruhi kepuasan pelanggan(Y) C.V Gass Adventure, Sidoarjo. Hal ini

sepaham dengan riset terdahulu oleh Andi Muhammad Irfan yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan pada tahun 2019. Riset ini membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan(X2) mempengaruhi kepuasan pelanggan(Y), (Irfan, 2019).

### **3. Pengaruh Fasilitas Wisata (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Berdasarkan pada penelitian dan implementasi pada bab sebelumnya, fasilitas wisata(X1) dan kualitas pelayanan(X2) bersamaan (Simultan) mempengaruhi kepuasan pelanggan(Y) C.V Gass Adventure, Sidoarjo. Hal ini sepaham dengan riset terdahulu oleh Arviana Wulandari, Pandu Adi Cakranegara, Wiwik Widyo Widjajanti, Andrea Yaelt Lemus Vergara pada tahun 2022 yang berjudul Pengaruh Fasilitas Wisata, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Wisatawan DiKabupaten Pesisir Selatan. Riset ini membuktikan fasilitas wisata(X1) dan kualitas pelayanan(X2) bersamaan (Simultan) mempengaruhi kepuasan pelanggan(Y), (Wulandari dkk., 2022).

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar fasilitas wisata (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada CV Gass Adventure, Sidoarjo. Berdasarkan hasil penelitian serta implementasi pada bab terdahulu maka dapat disimpulkan bahwa Fasilitas wisata (X1) dan Kualitas pelayanan (X2) secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) jasa perjalanan wisata (Open Trip) C.V Gass Adventure, Sidoarjo

Berdasarkan hasil penelitian serta kesimpulan yang telah dijabarkan maka berikutnya penulis mengusulkan masukan dan saran yang sekiranya akan memberikan faedah serta manfaat pada pihak-pihak yang berkaitan dengan hasil dalam penelitaian ini, CV Gass Adventure, Sidoarjo diharapkan untuk terus dapat meningkatkan fasilitas wisata yang akan ditawarkan dan disajikan kepada para pelanggan, serta diharapkan untuk terus dapat meningkatkan mutu kualitas pelayanan yang disajikan kepada para pelanggan.

Bagi peneliti berikutnya agar dapat mengemukakan variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada CV Gass Adventure, Sidoarjo. Karena hasil riset ini dapat digunakan sebagai patokan bagi peneliti berikutnya agar dapat lebih memperluas penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel lain selain variabel dalam penelitian ini.

Kepada pembaca diharapkan lebih selektif dan bijaksana dalam memilih dan menggunakan layanan jasa perjalanan wisata. Dimana fasilitas yang di tawarkan serta kualitas pelayanan yang disajikan telah memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan itu sendiri.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan baik secara moral dan material dalam proses penyusunan jurnal karya ilmiah ini. Ucapan terimakasih kepada STIE PEMUDA, Surabaya, Ibu Nur Farida, SM. MM selaku dosen pembimbing dalam penyusunan jurnal karya ilmiah ini. Serta keluarga yang sepenuhnya mendukung proses penyusunan jurnal karya ilmiah ini, serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian proses penyusunan karya ilmiah ini dari awal hingga akhir.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alana, P. R., & Putro, T. A. (2020). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan* ..., 180–194. <http://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/481>
- Almunawwaroh, M., & Marliana, R. (2018). Pengaruh Car,Npf Dan Fdr Terhadap Profitabilitas Bank Syariah Di Indonesia. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 2(1), 1–17. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v2i1.3156>
- Anam, C., & Laily Maghfiroh, R. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom), Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Jasa (Studi Kasus: Bimbingan Belajar Sony Sugema Collage Area Jombang). *Journal of management, Accounting, Economic and Business*, Vol 02 No(02), 142–155. <http://trianglesains.makarioz.org>
- Aulia, A. R., & Yulianti, A. L. (2019). Pengaruh City Branding “a Land of Harmony” Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung Ke Puncak, Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)* 1,2, 3(3), 71. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp67>
- Cahyono, D., Qomariah, N., & Perusahaan, C. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal ekonomi*, XX(Xx), 1–5.
- Christian, K., Handoyo, S., Kelvin, Hondo, P., & Fitriano, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rem Cakram dan Rem Tromol Motor Honda Matic Pada PT. MEGA ANUGERAH MANDIRI MEDAN. *Wahana Inovasi: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UISU*, 8(1), 44–53.
- Christy, Y., Setiana, S., & Wijaya, C. (2020). Pengaruh Kompensasi Finansial Dan Non Finansial Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Budaya Organisasi Sebagai Variabel Moderasi. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 17(1), 72. <https://doi.org/10.30651/blc.v17i1.4185>

- Elva Nuraina, F. S. (2017). Pengaruh sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Madiun. *EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 5(1), 45. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v5i1.1005>
- Fian, J. Al, & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(6), 1–18.
- Ghozali, Imam dan Ratmono, D. (2017). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika dengan Eviews 10*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro. *Agora*, 7(2), 1–5. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8734/7880>
- Hutomo, M., Setiawan, R., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2015). Kinerja Karyawan Pada Pt Lestari Purnama Perkasa. *Ekonomi*, 3(2), 60–69.
- Irfan, A. M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *Al-Infraq: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 82. <https://doi.org/10.32507/ajei.v9i2.451>
- Mentang, J. J. ., Ogi, I. W. ., & Samadi, R. (2021). Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Marina Hash In Manado Di Masa Pandemi Covid-19 The Influence Of Product Quality And Service Quality Toward Consumer Satisfaction At Marina Hash In Manado Restaurant The Covid-19 Pandemic Jurnal Emba Vol . 9 No . 4 Oktobe. *Jurnal EMBA*, 9(4), 680–690. [file:///C:/Users/USER/Documents/proposal/jurnal/PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN MARINA HASH IN MANADO DI MASA PANDEMI COVID-19.pdf](file:///C:/Users/USER/Documents/proposal/jurnal/PENGARUH%20KUALITAS%20PRODUK%20DAN%20KUALITAS%20PELAYANAN%20TERHADAP%20KEPUASAN%20KONSUMEN%20DI%20RUMAH%20MAKAN%20MARINA%20HASH%20IN%20MANADO%20DI%20MASA%20PANDEMI%20COVID-19.pdf)
- Nainggolan, M. N., Sirait, A., Nasution, O. N., & Astuty, F. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan penjualan, dan leverage terhadap profitabilitas melalui rasio Roa pada sektor Food & Beverage dalam BEI periode 2015-2019. *Owner*, 6(1), 948–963. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.440>
- Nuraeni, O. : (2021). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI ONLINE GRAB (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi S1 Manajemen 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang). *Eqien - Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 94 – 100–194 – 100. <https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/view/197>
- Pandaleke, C. J., & Mananeke, L. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 7(4), 5476–5484.
- Prastika, N. (2020). *TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT . KERETA API INDONESIA ( PERSERO ) INTERNATIONAL BUSINESS MANAGEMENT INDONESIA*.
- Sanjaya, P. K. A., Dewi, M. H. U., & Dewi, N. P. M. (2020). Faktor Penentu Penerimaan Devisa di Provinsi Bali : Analisis Partial Adjustment Model. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(2), 192–202. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/26430>

- Suryadana, M. . dan O. V. (2015). Pengantar Pemasaran Pariwisata. *Pengantar Pemasaran Pariwisata. Bandung*, 30(9), 21–25. <http://www.elsevier.com/locate/scp>
- Wulandari, A., Adi Cakranegara, P., Widyo Widjajanti, W., & Yaelt Lemus Vergara, A. (2022). Pengaruh fasilitas wisata, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan wisatawan di Kabupaten Pesisir Selatan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(11), 5339–5344. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i11.1785>
- Yuni Anggriani, & Ismunandar, I. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Perceived Quality Terhadap Repurchase Intention Pada Produk Ms Glow Di Kota Bima. *JUEB : Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(2), 71–81. <https://doi.org/10.55784/jueb.v1i2.120>