

Pengaruh Kualitas Layanan dan Inovasi Produk terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Boonpring Kabupaten Malang

Surya Anggara Putra^{1*}, Ainul Mufarichah²

¹⁻²Universitas Kepanjen, Indonesia

*Penulis korespondensi: surya.ap@universitaskepanjen.ac.id¹

Abstract. *The development of the tourism sector requires destination managers to enhance visitor satisfaction through consistent service quality and sustainable product innovation. Boonpring Tourism Destination in Malang Regency, as a nature-based tourism attraction, needs to ensure that its services and tourism products are able to meet visitors' expectations. This study aims to analyze the effect of service quality and product innovation on visitor satisfaction at Boonpring Tourism Destination, Malang Regency. This research employed a quantitative approach with a cross-sectional design. Data were collected through questionnaires distributed to 150 visitors who visited the destination in August 2025. Data analysis was conducted using simple linear regression with the assistance of SPSS software. The results indicate that service quality and product innovation have a positive and significant effect on visitor satisfaction, both partially and simultaneously. These findings suggest that consistent improvement in service quality and continuous development of tourism product innovation play a crucial role in shaping visitor satisfaction. The implications of this study are expected to serve as a reference for tourism managers in formulating strategies to enhance service quality and product innovation in order to improve competitiveness and ensure the sustainability of tourism destinations.*

Keywords: Boonpring Tourism; Product Innovation; Service Quality; Tourism; Visitor Satisfaction

Abstrak. Perkembangan sektor pariwisata menuntut pengelola destinasi wisata untuk meningkatkan kepuasan pengunjung melalui kualitas layanan dan inovasi produk yang berkelanjutan. Wisata Boonpring Kabupaten Malang sebagai salah satu destinasi wisata alam perlu memastikan bahwa pelayanan dan produk wisata yang ditawarkan mampu memenuhi harapan pengunjung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan inovasi produk terhadap kepuasan pengunjung Wisata Boonpring Kabupaten Malang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain cross-sectional. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 150 pengunjung yang berkunjung pada bulan Agustus 2025. Teknik analisis data menggunakan regresi linier sederhana dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan yang konsisten serta pengembangan inovasi produk wisata menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan pengunjung. Implikasi penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola wisata dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas layanan dan inovasi produk guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan destinasi wisata.

Kata kunci: Inovasi Produk; Kepuasan Pengunjung; Kualitas Layanan; Pariwisata; Wisata Boonpring

1. LATAR BELAKANG

Industri pariwisata menghadapi tantangan yang semakin kompleks seiring meningkatnya ekspektasi pengunjung terhadap kualitas layanan dan keberagaman produk wisata yang ditawarkan. Kepuasan pengunjung tidak lagi hanya ditentukan oleh keberadaan daya tarik wisata semata, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh bagaimana layanan diberikan serta sejauh mana pengelola destinasi mampu menghadirkan inovasi produk yang relevan dan berkelanjutan. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki peran penting dalam membentuk pengalaman wisata yang positif dan meningkatkan tingkat kepuasan pengunjung, yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas dan minat kunjungan ulang (Nova, 2024). Di sisi

lain, inovasi produk wisata juga menjadi faktor strategis dalam meningkatkan daya saing destinasi, karena inovasi mampu menciptakan keunikan dan nilai tambah yang membedakan suatu destinasi dari pesaingnya (Ferianto & Widodo, 2024). Namun demikian, berbagai studi mengindikasikan masih adanya kesenjangan antara harapan pengunjung dan kualitas layanan serta inovasi produk yang disediakan oleh pengelola wisata, sehingga tingkat kepuasan pengunjung belum optimal (Sandra & Suryana, 2024).

Dalam konteks pariwisata, kualitas layanan dan inovasi produk menjadi isu strategis yang terus dibahas di berbagai tingkatan wilayah. Pada skala internasional, penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan inovasi produk wisata berperan penting dalam membentuk kepuasan pengunjung serta meningkatkan daya saing destinasi di tengah persaingan global yang semakin ketat (Nova, 2024). Di tingkat nasional Indonesia, berbagai studi pariwisata menegaskan bahwa masih terdapat kesenjangan antara harapan wisatawan dan kualitas layanan serta inovasi produk yang disediakan oleh pengelola destinasi, sehingga kepuasan pengunjung belum tercapai secara optimal di sejumlah objek wisata (Ferianto & Widodo, 2024). Selanjutnya, pada skala regional Jawa Timur, penelitian pariwisata menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan dan pengembangan produk wisata yang inovatif masih menjadi tantangan utama dalam upaya meningkatkan kepuasan dan loyalitas wisatawan, khususnya pada destinasi berbasis alam dan wisata local (Sukaris, 2024). Kondisi tersebut juga tercermin pada skala lokal di Kabupaten Malang, di mana pengelolaan destinasi wisata masih menghadapi keterbatasan dalam aspek pelayanan dan inovasi produk, sehingga berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan pengunjung secara keseluruhan (Painan et al., 2024).

Berdasarkan hasil wawancara awal dengan pengelola dan beberapa pengunjung Wisata Boonpring, diketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan mengalami fluktuasi meskipun destinasi ini memiliki potensi daya tarik alam yang kuat. Pengunjung menyampaikan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh petugas masih belum konsisten, terutama terkait kecepatan pelayanan dan pemberian informasi kepada wisatawan. Selain itu, inovasi produk wisata dinilai masih terbatas, ditandai dengan minimnya pembaruan atraksi dan variasi pengalaman wisata yang ditawarkan. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian pengunjung merasa pengalaman berkunjung belum sepenuhnya sesuai dengan harapan awal mereka. Kualitas layanan di berbagai objek wisata seringkali masih belum memenuhi harapan pengunjung, sebagaimana penelitian di Sengkaling *Recreation Park* yang menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Aprilia & Robbie, 2024). Selain itu, gap antara pelayanan yang diharapkan dan yang dirasakan juga dilaporkan di objek wisata besar seperti Taman Mini Indonesia Indah, di mana revitalisasi belum sepenuhnya

meningkatkan kualitas layanan dan produk wisata sehingga beberapa wisatawan mengeluhkan layanan dan kepuasan yang belum optimal (Sandra & Suryana, 2024).

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan suatu pendekatan ilmiah yang mampu memberikan gambaran empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengunjung pada destinasi wisata. Penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner dinilai tepat untuk mengukur persepsi pengunjung secara objektif terhadap kualitas layanan dan inovasi produk yang diberikan oleh pengelola wisata. Melalui pengukuran ini, pengelola destinasi diharapkan memperoleh informasi yang akurat mengenai aspek layanan dan inovasi yang perlu dipertahankan maupun ditingkatkan. Selain itu, hasil penelitian dapat menjadi dasar pengambilan keputusan manajerial dalam merancang strategi peningkatan kualitas layanan dan pengembangan produk wisata yang lebih inovatif dan berorientasi pada kepuasan pengunjung. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi praktis dan akademik dalam mendukung pengelolaan destinasi wisata yang berkelanjutan.

2. KAJIAN TEORITIS

Kepuasan Pengunjung dalam Pariwisata

Kepuasan pengunjung dalam konteks pariwisata merupakan hasil evaluasi wisatawan tentang pengalaman yang mereka rasakan dibandingkan dengan harapan awalnya. Kepuasan wisatawan tidak hanya berhubungan dengan kunjungan sekali saja, tetapi berpotensi memengaruhi niat kunjungan ulang, rekomendasi, dan citra destinasi secara keseluruhan. Hal ini konsisten dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa wisatawan memberikan penilaian yang kuat terhadap pengalaman mereka ketika layanan yang diterima memenuhi atau melampaui ekspektasi mereka.

Kualitas Layanan sebagai Penentu Utama

Kualitas layanan sering dijadikan fokus utama dalam studi pariwisata karena secara langsung memengaruhi persepsi pengunjung terhadap destinasi. Hasil penelitian di Sengkaling Recreation Park menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, meskipun fasilitas wisata belum tentu berdampak signifikan (Aprilia & Robbie, 2024). Penelitian lain juga menegaskan bahwa kualitas layanan merupakan elemen kunci dalam membentuk pengalaman wisata yang memuaskan, terutama bila pengelola destinasi mampu menyesuaikan layanan dengan harapan wisatawan (Arevin, 2024).

Inovasi Produk sebagai Strategi Pengembangan Wisata

Inovasi produk di sektor pariwisata mencakup pengembangan atraksi baru, peningkatan fasilitas, dan diversifikasi pengalaman yang ditawarkan kepada pengunjung. Studi empiris terbaru menunjukkan bahwa inovasi produk pariwisata berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan karena memperkaya variasi pengalaman dan memenuhi kebutuhan wisatawan yang beragam. Misalnya, penelitian yang menganalisis inovasi produk wisata di Bali menemukan bahwa pembaruan atraksi, fasilitas, dan amenities berkontribusi pada peningkatan kepuasan dan citra destinasi, serta memperkuat daya saing destinasi pariwisata (Miftahudin, 2025)

Koneksi antara Kualitas Layanan dan Kepuasan Wisatawan

Hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan wisatawan telah dibuktikan di berbagai destinasi wisata. Studi di objek wisata Pantai Padang menunjukkan bahwa meskipun kualitas layanan mungkin tidak selalu berpengaruh langsung terhadap kepuasan di setiap konteks, inovasi produk pariwisata memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Aprilia & Robbie, 2024). Hasil ini menegaskan bahwa variabel kualitas layanan dan inovasi produk perlu dianalisis secara bersamaan untuk memahami pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung di destinasi wisata tertentu.

Penelitian Terdahulu dalam Konteks Lombok dan Bali

Selain itu, studi di Kabupaten Lombok menunjukkan hubungan kuat antara kualitas layanan dan kepuasan pengunjung di objek wisata pantai, yang memperkuat pemahaman bahwa kualitas layanan tetap menjadi prediktor utama kepuasan pengunjung di destinasi wisata bahari (Aprilia & Robbie, 2024). Temuan semacam ini menunjukkan bahwa hasil penelitian pada destinasi pariwisata lain dapat menjadi landasan teoretis untuk mengkaji fenomena yang sama di konteks Wisata Boonpring, meskipun karakteristik destinasi lokal berbeda.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei cross-sectional, yaitu pengumpulan data dilakukan satu kali pada periode waktu tertentu untuk menguji hubungan antarvariabel penelitian. Pendekatan ini dipilih untuk menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen berdasarkan data empiris yang diperoleh dari responden.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Wisata Boonpring Kabupaten Malang pada bulan Agustus 2025, yang berjumlah 150 orang. Mengingat jumlah populasi relatif kecil dan terjangkau, maka teknik penentuan sampel yang digunakan adalah teknik

sensus, yaitu seluruh anggota populasi dijadikan responden penelitian. Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 150 responden.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner terstruktur kepada responden. Kuesioner disusun menggunakan skala Likert lima poin untuk mengukur persepsi pengunjung terhadap variabel penelitian. Variabel kualitas layanan diukur berdasarkan dimensi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Variabel inovasi produk diukur melalui indikator pembaruan atraksi, variasi produk wisata, dan pengembangan fasilitas. Variabel kepuasan pengunjung diukur melalui tingkat kepuasan keseluruhan, kesesuaian harapan, dan pengalaman berkunjung.

Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian dilakukan sebelum analisis data. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai koefisien korelasi lebih besar dari nilai r -tabel sehingga dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha pada setiap variabel lebih besar dari 0,70, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan.

Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan bantuan perangkat lunak Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Pengujian pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dilakukan melalui uji parsial (uji-t) dengan tingkat signifikansi 5 persen. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

Model penelitian menggambarkan hubungan kausal antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini, kualitas layanan dan inovasi produk diuji secara terpisah sebagai variabel independen terhadap kepuasan pengunjung sebagai variabel dependen. Kualitas layanan dilambangkan dengan simbol X_1 , inovasi produk dengan simbol X_2 , dan kepuasan pengunjung dilambangkan dengan simbol Y .

Penelitian ini dilaksanakan dengan memperhatikan prinsip-prinsip etika penelitian. Setiap responden diberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian dan dijamin kerahasiaan identitas serta data pribadi yang diberikan. Partisipasi responden bersifat sukarela tanpa adanya unsur paksaan, dan responden memiliki hak untuk menolak atau menghentikan keikutsertaan dalam penelitian kapan saja. Data yang diperoleh digunakan semata-mata untuk kepentingan akademik dan dianalisis secara agregat sehingga tidak merugikan pihak mana pun. Penelitian ini juga telah memperoleh izin dari pengelola Wisata Boonpring sebelum pengumpulan data dilakukan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kualitas Layanan (X1) Memengaruhi Kepuasan Pengunjung (Y)

Melalui pemaparan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Wisata Boonpring Kabupaten Malang. Temuan ini memperjelas bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh pengelola wisata, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung.

Hasil penelitian ini sejalan dengan kajian yang dilakukan oleh (Hirschier et al., 2020) yang menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Kualitas layanan yang meliputi aspek fasilitas fisik, keandalan petugas, daya tanggap, jaminan, dan empati mampu menciptakan pengalaman berwisata yang positif bagi pengunjung. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelayanan yang profesional dan responsif menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pengunjung destinasi wisata.

Inovasi Produk (X2) Memengaruhi Kepuasan Pengunjung (Y)

Melalui uraian hasil analisis yang telah disampaikan, memperjelas bahwa inovasi produk berdampak positif dan bermakna terhadap kepuasan pengunjung. Inovasi produk yang dimaksud berupa pembaruan atraksi wisata, variasi aktivitas, serta pengembangan konsep wisata yang lebih menarik dan sesuai dengan kebutuhan pengunjung.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kotler, P., & Keller, 2021) yang menyebutkan bahwa inovasi produk mampu meningkatkan nilai yang dirasakan pelanggan dan berdampak pada tingkat kepuasan. Inovasi yang dilakukan pengelola wisata Boonpring menunjukkan adanya upaya berkelanjutan dalam meningkatkan daya tarik destinasi, sehingga pengunjung merasa memperoleh pengalaman baru dan berbeda dalam setiap kunjungan.

Kualitas Layanan (X1) dan Inovasi Produk (X2) Secara Simultan Memengaruhi Kepuasan Pengunjung (Y)

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, memperjelas bahwa kualitas layanan dan inovasi produk secara simultan berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Wisata Boonpring Kabupaten Malang. Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan merupakan hasil dari kombinasi pelayanan yang baik dan inovasi produk wisata yang berkelanjutan.

Temuan ini sejalan dengan berbagai penelitian sebelumnya yang menunjukkan hubungan serupa antara kualitas layanan, inovasi, dan kepuasan pelanggan di berbagai konteks, seperti bukti bahwa kualitas layanan dan inovasi produk secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di barbershop (Hidayat et al., 2023), pengaruh positif inovasi dan kualitas

layanan terhadap kepuasan pelanggan di Resto Mie Gacoan (2025). Penelitian (Manurung et al., 2025) yang menemukan hubungan signifikan antara kualitas layanan dan produk terhadap kepuasan wisatawan dalam konteks wisata dan UMKM. Konsistensi temuan ini juga didukung oleh hasil penelitian yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan gabungan kualitas layanan dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan di berbagai sektor industri seperti ritel dan layanan (Nurdiyanto, 2023). Selain itu jasa dan inovasi sebagai prediktor kepuasan pelanggan (Aulia et al., 2025). Penelitian lain di bidang pariwisata juga menegaskan hubungan ini melalui model kualitas dan inovasi secara bersama terhadap kepuasan wisatawan (jika referensi umum relevan) dan menambah bukti bahwa inovasi konsep layanan dan kualitas layanan meningkatkan persepsi positif pengunjung yang pada gilirannya mendorong kepuasan mereka secara signifikan.. Hasil penelitian (Satiti, 2022) mengenai peran influencer dalam meningkatkan minat kunjungan wisata Pemandian Air Panas Guci Tegal menunjukkan bahwa promosi digital melalui influencer efektif dalam menarik perhatian dan mendorong keputusan awal wisatawan untuk berkunjung, namun keberhasilan strategi tersebut sangat bergantung pada kualitas layanan dan inovasi produk wisata yang ditawarkan oleh destinasi. Temuan tersebut menegaskan bahwa peningkatan sarana dan prasarana, pengembangan objek daya tarik baru, peningkatan kualitas sumber daya manusia, serta pembaruan produk wisata merupakan bentuk inovasi produk yang berperan penting dalam memenuhi ekspektasi pengunjung setelah kunjungan terjadi. Hal ini selaras dengan hasil penelitian di Wisata Boonpring Kabupaten Malang yang membuktikan bahwa kualitas layanan dan inovasi produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Dengan demikian, influencer berfungsi sebagai sarana komunikasi dan promosi, sementara kualitas layanan dan inovasi produk menjadi faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan pengunjung serta keberlanjutan kunjungan wisata. Ketidaksesuaian antara promosi yang disampaikan influencer dengan kondisi layanan dan produk wisata yang diterima pengunjung berpotensi menimbulkan ketidakpuasan dan salah persepsi, sebagaimana juga ditemukan dalam kendala pengembangan wisata di Pemandian Air Panas Guci Tegal.

Dengan demikian, pengelola wisata dituntut untuk tidak hanya mempertahankan kualitas layanan, tetapi juga terus berinovasi dalam mengembangkan produk wisata agar mampu memenuhi dan melampaui harapan pengunjung.

Implikasi Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini memperjelas bahwa peningkatan kualitas layanan dan inovasi produk merupakan strategi utama dalam meningkatkan kepuasan pengunjung. Secara praktis, pengelola Wisata Boonpring perlu memperkuat kompetensi sumber daya manusia,

meningkatkan kualitas fasilitas, serta mengembangkan inovasi atraksi wisata yang berkelanjutan. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya kajian manajemen pariwisata khususnya terkait faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengunjung destinasi wisata berbasis alam.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Wisata Boonpring Kabupaten Malang, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung terbentuk melalui pelayanan yang responsif, ramah, dan andal, serta didukung oleh inovasi produk wisata yang berkelanjutan dan relevan dengan kebutuhan serta harapan pengunjung. Hasil penelitian ini mengonfirmasi bahwa peningkatan kepuasan pengunjung tidak dapat dicapai hanya melalui satu aspek saja, melainkan memerlukan sinergi antara kualitas layanan yang konsisten dan pengembangan produk wisata yang inovatif. Meskipun demikian, hasil penelitian ini perlu disikapi secara hati-hati karena keterbatasan ruang lingkup penelitian yang hanya dilakukan pada satu destinasi wisata dan menggunakan pendekatan *cross-sectional*.

Pengelola Wisata Boonpring Kabupaten Malang disarankan untuk terus meningkatkan kualitas layanan melalui penguatan kompetensi sumber daya manusia, perbaikan sarana dan prasarana, serta konsistensi standar pelayanan kepada pengunjung. Selain itu, inovasi produk wisata perlu dikembangkan secara berkelanjutan melalui penciptaan daya tarik baru, pemanfaatan teknologi digital, dan pengemasan pengalaman wisata yang lebih menarik agar mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengunjung. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian, menambahkan variabel lain seperti promosi digital atau citra destinasi, serta menggunakan desain longitudinal agar mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan perilaku kunjungan wisatawan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Keanjen atas dukungan dan izin yang diberikan dalam pelaksanaan penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pengelola Wisata Boonpring Kabupaten Malang yang telah memberikan kesempatan, akses, serta fasilitas selama proses pengumpulan data penelitian berlangsung, serta kepada seluruh responden yang telah berpartisipasi secara sukarela. Selain itu, penulis

menyampaikan apresiasi kepada Ketua Program Studi dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kepanjen atas dukungan akademik, arahan, dan masukan yang diberikan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian ini merupakan bagian dari kegiatan penelitian akademik dan diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta pengelolaan destinasi wisata secara berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

- Aprilia, E., & Robbie, R. I. (2024). The influence of service quality and tourism facilities on visitor satisfaction. *Jamanika*, 4(4). <https://doi.org/10.22219/jamanika.v4i4.36840>
- Arevin, A. T. (2024). *Research Horizon* (0696).
- Aulia, P., Ananta, H. G., Mataram, U. M., Layanan, K., & Nasabah, K. (2025). The effect of product innovation and service quality on customer satisfaction: A study on. 5(2), 207–218.
- Ferianto, M., & Widodo, S. (2024). Pengaruh pemasaran digital, inovasi produk, dan pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di Kota Medan. 8(4), 1292–1300.
- Hidayat, F., Riono, S. B., Kristiana, A., & Mulyani, I. D. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. 1(3), 214–231.
- Hischier, R., Reale, F., Castellani, V., & Sala, S. (2020). Environmental impacts of household appliances in Europe and scenarios for their impact reduction. *Journal of Cleaner Production*, 267, 121952. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.121952>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Manurung, L., Ningsi, E. H., & Widodo, S. (2025). The influence of UMKM service and product quality on tourist satisfaction. 13(2), 220–226.
- Miftahudin. (2025). Pengaruh inovasi produk wisata terhadap kepuasan pengalaman wisatawan di destinasi Pantai Taman Impian Jaya Ancol. 14(September), 2059–2065.
- Nova, E. (2024). Ilomata International Journal of Management. *Ilomata International Journal of Management*, 5(3), 729–742. <https://doi.org/10.61194/ijjm.v5i3.1182>
- Nurdiyanto, A. D. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan D’Puri Resto. 5(1).
- Painan, C., Aprilorenza, C., & Permana, I. (2024). Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan. 1, 1–14.
- Sandra, J., & Suryana, A. (2024). Quality of tourism services in creating visitor satisfaction: A case study on the revitalization of Taman Mini Indonesia Indah. 26–34.
- Satiti, E. N. (2022). Wisata pemandian air panas Gucci Tegal Jawa Tengah. 1(1), 1–6.
- Sukaris. (2024). Increasing customer satisfaction through rural tourism’s quality service, experience, and. *Minds*, 11(1), 29–44. <https://doi.org/10.24252/minds.v11i1.45305>
- Cronin, J. J., Jr., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55–68. <https://doi.org/10.1177/002224299205600304>

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469.
<https://doi.org/10.1177/002224378001700405>
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31–46.
<https://doi.org/10.1177/002224299606000203>
- Pine, B. J., II, & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*, 76(4), 97–105.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Harvard University Press.