AJurnal Riset Manajemen dan Akuntansi (JURIMA)
Volume 6 Nomor 2, Agustus 2026
e-ISSN: 2827-8577; p-ISSN: 2827-8569, Hal 451-470
DOI: https://doi.org/10.55606/jurima.v6i2.7129
Available online at: https://journalshub.org/index.php/jurima

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Pengunjung Pantai Cahaya Kendal

Yuni Rahmawati[1*], Haris Ihsanil Huda[2]
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Studi Ekonomi Modern
Alamat: Jl. Diponegoro No. 69, Dusun I, Wirogunan, Kec. Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah
Universitas Sains dan Teknologi Komputer Semarang
Alamat: Jl. Majapahit No. 605, Pedurungan Kidul, Kecamatan Pedurungan, Kota Semarang, Jawa Tengah, 50192
*Korespondensi penulis: yunir6247@gmail.com**

Abstract. *This study aims to analyze the influence of service quality, tourist attraction, and destination image on visitor satisfaction at Pantai Cahaya Kota Kendal. The research method used is quantitative with a survey approach. The data analysis technique applied is multiple linear regression, analyzed using IBM SPSS Statistics software. The respondents in this study were 97 tourists who had visited Pantai Cahaya. The results showed that service quality, tourist attraction, and destination image significantly affect visitor satisfaction individually. Simultaneously, these three variables also significantly influence visitor satisfaction, with an adjusted R2 value of 0.866, indicating that 86.6% of visitor satisfaction can be explained by these three variables. This study contributes to understanding the factors influencing visitor satisfaction and provides recommendations for the management of Pantai Cahaya to improve service quality, strengthen tourist attractions, and enhance destination image to increase the visitor experience*
Keywords: *Service Quality, Tourist Attraction, Destination Image, Visitor Satisfaction, Tourism, Pantai Cahaya, Tourist Visitors*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, daya tarik wisata, dan citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Cahaya Kota Kendal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, yang dianalisis menggunakan software IBM SPSS Statistics. Responden dalam penelitian ini adalah 97 wisatawan yang pernah mengunjungi Pantai Cahaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, daya tarik wisata, dan citra destinasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Secara simultan, ketiga variabel ini juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung dengan nilai adjusted R2 sebesar 0.866, yang menunjukkan bahwa 86.6% kepuasan pengunjung dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengunjung dan memberikan rekomendasi bagi pengelola Pantai Cahaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan, memperkuat daya tarik wisata, serta memperbaiki citra destinasi guna meningkatkan pengalaman wisatawan.
Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi, Kepuasan Pengunjung, Pariwisata, Pantai Cahaya, Pengunjung Wisatawan.

Received: April 09, 2026; Revised: April 18, 2026; Accepted: April 22, 2026; Published: August 31, 2026.
* Corresponding author, e-mail addres

LATAR BELAKANG

Bidang pariwisata memberikan pengaruh besar terhadap perekonomian Indonesia dengan menambah devisa negara, membuka lapangan pekerjaan, dan mempromosikan kebudayaan nasional. Perkembangan sektor pariwisata dapat dilihat dari meningkatnya jumlah wisatawan, dari 761,8 juta pada 2021 menjadi 987 juta (Rahmah et al., 2023). Seperti yang digambarkan Arghutashvili dan Tbikisi dalam (Berliana et al., 2022) pariwisata mendorong pertumbuhan ekonomi melalui berbagai sektor terkait, dan kemampuan daerah mengelola objek wisatanya akan memberikan keuntungan yang besar.

Berpariwisata juga menjadi kebutuhan untuk menyegarkan tubuh dan pikiran dari rutinitas sehari-hari yang padat, mencegah kejenuhan, dan mengurangi stres. Banyak destinasi menarik di Indonesia yang beragam, mendorong masyarakat untuk berwisata (Nur Isnania & Aris Budiono, 2022). Selain itu, semakin banyak waktu luang akibat jam kerja yang lebih pendek dan meningkatnya pendapatan juga meningkatkan kegiatan pariwisata (Darojat, 2021). Sehingga dengan meningkatnya berbagai hal, maka pengelola harus berusaha agar pengunjung merasa puas.

Kepuasan wisatawan menurut Kotler dalam (Daffa & Ratnasari, 2022) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama dalam menentukan strategi pemasaran. Hal ini dikarenakan kepuasan pelanggan pada akhirnya tentu akan menarik para pelanggan untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk yang mereka tawarkan (Ma'nunah et al., 2022). Seorang pelanggan merasa puas atau tidak puas sangat ditentukan berdasarkan kinerja produk terhadap ekspetasinya. Pelanggan yang merasa puas berarti kinerja produk sama dengan ekspetasinya, sedangkan jika kinerja melampaui ekspetasinya maka pelanggan itu akan memiliki rasa sangat puas dan bahkan bahagia (Suhartapa, 2022).

Kepuasan pengunjung juga dapat diartikan sebagai respon yang dirasakan oleh setiap wisatawan yang berhubungan dengan perasaan seseorang terhadap kepuasan atau ketidak puasan yang dirasakan pada objek wisata dimana wisatawan yang terpuaskan akan kembali berkunjung (Nurmala et al., 2022). Mengukur tingkat kepuasan sangat perlu dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan yang diberikan mampu menciptakan kepuasan pengunjung (Khoni'ah & Sidanti, 2022). Wisatawan yang

memiliki niat untuk membeli suatu produk wisata dengan berulang-ualng, maka wisatawan memiliki tingkat kepuasan yang sangat tinggi dan cenderung memiliki sikap positif dari suatu pengalaman yang di dapatkan dari suatu produk wisata yang telah di belinya (Nur Isnania & Aris Budiono, 2022). Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan pengunjung yaitu kualitas pelayanan, daya tarik wisata, dan citra destinasi.

Kualitas pelayanan didefinisikan oleh Tjiptono dan Chandra dalam (Rahmah et al., 2023) sebagai ukuran kesesuaian tentang seberapa besar tingkat layanan yang diterima konsumen dengan harapannya atas layanan yang diterimanya. Menurut Kotler dalam (Suyatno & Sri Widyanti Hastuti, 2022) meningkatkan kualitas layanan hal yang diperlukan untuk mempengaruhi kualitas layanan adalah layanan yang diharapkan pengguna (*expected service*) dan persepsi layanan (*perceived service*), sebaliknya jika layanan yang dirasakan lebih buruk dari layanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan tergantung pada kapasitas lembaga dan pejabat dengan harapan dapat memuaskan penggunaan secara konsisten. Untuk dapat bertahan dan mendapatkan kepercayaan wisatawan perusahaan atau objek wisata harus menjaga kunci utama dan keharusan objek wisata yaitu kualitas pelayanan (Berliana et al., 2022).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Nurmala et al., 2022) memaparkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Kualitas pelayanan seperti suasana pantai yang nyaman dan memeliki penjaga pantai (tim SAR) yang memadai serta kebersihan pantai sehingga dapat meningkatkan kepuasan bagi wisatawan. Hal tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Berliana et al., 2022) yang memaparkan bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung. Hal tersebut karena kurangnya interaksi yang terjadi antara pengunjung dan karyawan serta kurang maksimalnya pelayanan yang diberikan dan belum sepenuhnya dirasakan oleh pengunjung.

Faktor selanjutnya adalah daya tarik wisata. Daya tarik merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan pedagang atau penjual agar dapat menarik perhatian, permintaan, pencarian, pembelian, dan konsumsi pasar untuk memenuhi kebutuhan pasar bersangkutan (Darojat, 2021). Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009, daya tarik wisata merupakan destinasi yang diminati wisatawan karena memiliki segala macam potensi kekayaan (Cantika & Djunaid, 2023).

Daya tarik wisata merupakan salah satu penentu kepuasan pengunjung karena daya tarik wisata yang baik akan menciptakan, mempertahankan kepuasan pengunjung. Jadi semakin tinggi daya tarik wisata yang diterapkan, akan meningkatkan kepuasan pengunjung. Hal tersebut diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Darojat, 2021) bahwa daya tarik wisata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Tetapi hal tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan (Nur Isnania & Aris Budiono, 2022) yang menyatakan bahwa daya tarik tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

Faktor yang terakhir adalah citra destinasi. Citra merupakan seperangkat keyakikan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu obyek. Sedangkan merk merupakan nama, istilah, tanda, simbol atau kombinasi keseluruhan yang ditujukan kepada konsumen untuk mengidentifikasikan barang dan jasa yang di tawarkan perusahaan (Kotler, dalam Daffa & Ratnasari, 2022). *Destination image* yaitu keputusan suatu perjalanan dari pemikiran individu berupa pengetahuan, perasaan, dan persepsi menjadi keseluruhan pemikiran tujuan dari pengalaman yang didasarkan tingkat kepuasan pengunjung terhadap destinasi yang dikunjung (Daffa & Ratnasari, 2022). Sedangkan menurut Setyo dalam (Lestari & Djunaid, 2022) citra destinasi merupakan keputusan tentang perjalanan pemikiran individu berupa pengetahuan, emosi, dan persepsi terhadap tujuan keseluruhan dari pengalaman, berdasarkan kepuasan pengunjung terhadap destinasi yang dikunjungi.

Citra destinasi merupakan faktor penting untuk tempat pariwisata karena citra destinasi menggambarkan tempat pariwisata itu sendiri sehingga para wisatawan tertarik untuk mengunjungi tempat wisatawa tersebut dan merasa puas dengan citra destinasi yang dimiliki dari wisata tersebut (Daffa & Ratnasari, 2022). Menurut penelitian (Dewanto, 2022) citra destinasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini membuktikan bahwa citra destinasi memiliki dampak yang sangat besar dalam perkembangan usaha salah satunya pada sektor pariwisata. Tetapi hal tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lestari & Djunaid, 2022) yang memaparkan bahwa citra destinasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

Pantai Cahaya Kota Kendal merupakan wisata favorit yang beralamatkan di Klampok, RT.03/RW.03, Sendang Sikucing, Kec. Rowosari, Kabupaten Kendal, Jawa Tengah. Pantai Cahaya menawarkan konsep wisata *edutainment* yaitu perpaduan antara

rekreasi, hiburan dan edukasi bagi para wisatawan. Selain berlokasi di tepi pantai utara yang mempesona, Pantai Cahaya juga memiliki koleksi satwa yang unik, indah dan tentunya dapat dijadikan sarana edukasi. Berikut ini data jumlah pengunjung pada Pantai Cahaya Kendal dalam 6 bulan terakhir (Juli – Desember 2024).

Tabel 1. Jumlah Pengunjung

Bulan	**Jumlah Pengunjung**
Juli	3.970
Agustus	3.780
September	4.560
Oktober	4.893
November	4.250
Desember	6.785

Sumber: Hasil wawancara peneliti, 2025

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak wendi selaku pengelola Pantai Cahaya Kendal, diperoleh informasi yang disajikan dalam bentuk tabel diatas. Hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa jumlah pengunjung mengalami kenaikan karena bersamaan dengan liburan semester dan juga libur tahun baru. Peningkatan jumlah pengunjung tidak terlepas dari kualitas pelayanan yang baik. Peningkatan jumlah destinasi wisata Pantai Cahaya Kendal telah mengakibatkan persaingan ketat pada industri pariwisata. Situasi ini mengakibatkan Pantai Cahaya Kendal untuk fokus pada perbaikan kualitas pelayanan yang berkualitas, daya tarik wisata, dan pembangunan citra destinasi yang kuat agar memberikan kepuasan kepada pengunjung.

Namun pada bulan Agustus dan November jumlah pengunjung pada Pantai Cahaya Kendal mengalami penurunan hal ini disebabkan banyaknya kompetitor sejenis sehingga citra destinasi Pantai Cahaya Kendal bersaing secara ketat. Selain itu, berdasarkan hasil observasi dan wawancara ditemukan bahwa kualitas pelayanan kurang memuaskan. Beberapa keluhan pengunjung Pantai Cahaya Kendal mengindikasikan perlunya perbaikan kualitas layanan dan fasilitas untuk meningkatkan kenyamanan. Kurniasari mengungkapkan bahwa pegawai di loket tiket dan tempat parkir kurang ramah, yang membuat suasana menjadi kurang nyaman dan mengurangi kesan positif terhadap pelayanan. Budi mengeluhkan kebersihan area parkir yang kurang terjaga, terutama pada saat musim liburan dengan banyaknya pengunjung yang ramai, sehingga menurunkan kenyamanan berkunjung. Ani menambahkan bahwa fasilitas seperti toilet dan tempat istirahat masih kurang memadai dan kurang terawat, yang menjadi kendala terutama bagi

keluarga yang membawa anak kecil. Selain itu, Rini juga mengeluhkan antrian panjang saat pembelian tiket pada hari libur, yang membuat waktu tunggu menjadi lama dan mengurangi kenyamanan pengunjung dalam mengakses area pantai. Keluhan-keluhan ini menegaskan bahwa perbaikan pada kualitas pelayanan dan fasilitas sangat diperlukan agar Pantai Cahaya dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dan daya saingnya di tengah persaingan dengan destinasi wisata pantai lain di Kendal. Pegawai yang melayani pembelian tiket dan parkir kurang ramah kepada pengunjung, apabila hal tersebut dibenahi maka para pengunjung akan terlihat sangat senang dan puas sehingga meningkatkan daya tarik tersendiri.

Berdasarkan uraian tersebut, permasalahan yang dihadapi Pantai Cahaya Kendal terletak pada jumlah pengunjung akibat persaingan ketat dengan destinasi sejenis serta masih adanya kekurangan dalam kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan. Meskipun potensi wisata dan konsep *edutainment* yang ditawarkan sangat menarik, keluhan pengunjung seperti pelayanan pegawai yang kurang ramah, kebersihan yang belum optimal, fasilitas yang kurang memadai, serta antrian panjang saat hari libur menjadi kendala yang mengganggu kepuasan pengunjung

KAJIAN TEORITIS

Kepuasan Pengunjung

Menurut (Aziz, 2022), kepuasan adalah reaksi emosional berupa rasa senang atau kecewa yang muncul setelah individu membandingkan kinerja produk atau layanan yang diterima dengan harapan awal yang dimilikinya. Jika pengalaman yang diperoleh sesuai atau melebihi ekspektasi, maka konsumen akan merasa puas. Namun jika sebaliknya, maka akan timbul rasa kecewa. Tingkat kepuasan ini sangat penting karena dapat memengaruhi loyalitas konsumen dan citra positif terhadap penyedia layanan atau produk (Kang et al., 2020). Menurut (Aziz, 2022), indikator untuk mengukur kepuasan pengunjung ada 3 yaitu: Kesesuaian layanan dengan harapan, Kepuasan pengunjung terhadap layanan dan Kesesuaian antara layanan dan harga yang ditawarkan.

Kualitas Pelayanan

Menurut Harahap, kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diinginkan oleh pelanggan. Jika pelayanan yang diberikan atau dirasakan mampu memenuhi harapan tersebut, maka pelayanan tersebut dapat dinilai sebagai berkualitas baik dan memberikan kepuasan bagi pelanggan (Ma'nunah et al., 2022). kualitas

pelayanan dianggap ideal apabila jasa yang diterima oleh wisatawan melampaui harapan mereka. Namun, jika jasa yang diberikan berada di bawah harapan, maka kualitas pelayanan tersebut dipandang kurang baik atau buruk (Hermanto et al., 2022). Menurut (Ma'nunah et al., 2022), indikator kualitas pelayanan dapat diukur menggunakan 5 indikator yaitu: Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*).

Daya Tarik Wisata

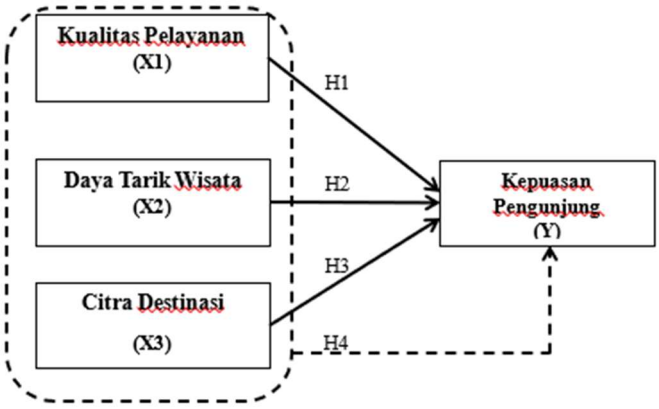
Daya tarik wisata adalah segala hal yang mampu menarik minat seseorang untuk datang dan mengunjungi suatu lokasi atau daerah tertentu. Daya tarik ini bisa berupa keindahan alam, kekayaan budaya, sejarah, kuliner khas, hingga aktivitas atau atraksi yang ditawarkan di destinasi tersebut. Keberadaan unsur-unsur tersebut menciptakan pengalaman yang menarik dan berbeda, sehingga menjadi alasan utama seseorang memilih suatu tempat sebagai tujuan wisatanya (Hanggraito & Ratri, 2024). Keberadaan daya tarik tersebut menjadi alasan utama atau motivasi bagi pengunjung dalam menentukan tujuan perjalanan wisatanya.(Karini & Putri, 2023). Menurut (Karini & Putri, 2023), indikator daya Tarik wisata dapat diukur menggunakan 3 indikator yaitu: Atraksi (*Attraction*), Aksesibilitas (*Accessibility*), dan Fasilitas (*Amenities*).

Citra Destinasi

Menurut (Kang et al., 2020), Citra adalah persepsi atau pandangan yang terbentuk dalam pikiran wisatawan terhadap suatu produk atau layanan yang telah mereka gunakan atau yang sedang mereka pertimbangkan untuk digunakan. Citra ini mencerminkan keyakinan, kesan, atau gambaran yang dimiliki wisatawan berdasarkan informasi, pengalaman, maupun ekspektasi terhadap suatu destinasi atau pelayanan wisata. Citra yang positif akan mendorong minat kunjungan dan membangun loyalitas, sedangkan citra negatif dapat mengurangi kepercayaan dan ketertarikan wisatawan terhadap destinasi tersebut. Menurut (Karini & Putri, 2023), Citra destinasi mencakup dua karakteristik utama, yaitu karakteristik fungsional yang berkaitan dengan elemen nyata seperti fasilitas dan lingkungan, serta karakteristik psikologis yang menyangkut aspek tidak berwujud seperti suasana dan pengalaman emosional. Menurut (Kang et al., 2020) indikator daya citra destinasi dapat diukur menggunakan 3 indikator. Yaitu: Citra Kognitif (*Cognitive Image*), Citra Keunikan (*Unique Image*) dan Citra Afektif (*Affective Image*).

Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah :



Gambar 1 Kerangka Pemikiran Penelitian

Hipotesis

H_1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung.

H_2: Daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung**.**

H_3: Citra destinasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung.

H_4: Kualitas pelayanan, daya tarik wisata, dan citra destinasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengunjung.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif dengan metode survei. Menurut (Machali, 2021) Pendekatan kuantitatif merupakan metode yang digunakan untuk menguji teori melalui analisis hubungan antar variabel yang dinyatakan dalam bentuk angka. Populasi dalam penelitian ini seluruh pengunjung wisatawan Pantai Cahaya Kota Kendal yang tidak diketahui berapa jumlahnya. Dalam penelitian ini, penentuan jumlah sampel menggunakan rumus dari Cochran, yang dirancang untuk memperkirakan ukuran sampel pada populasi yang besar. Rumus cochran digunakan dalam penelitian ini karena populasinya tidak diketahui secara pasti. Berikut rumusnya:

$$n = \frac{Z^2.p.(1\text{-}p)}{E^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel yang diperlukan.
Z = Tingkat kepercayaan 95% yang menghasilkan Z = 1.96).
p = Estimasi proporsi populasi yang diharapkan = 0.5
E = *Margin of error* =10% (E = 0.1).

Dengan menggunakan rumus tersebut, maka perhitungan sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2.p.(1-p)}{E^2}$$

$$n = \frac{1.96^2.0,5\ .\ (1-0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3.8416.\ 0,25}{0,001}$$

$$n = 96,04$$

Dengan hasil perhitungan diatas, menunjukkan bahwa ukuran sampel yang diperlukan adalah 96,04 responden. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, jumlah sampel yang digunakan dibulatkan menjadi 97 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *probability sampling* dengan pendekatan *simple random sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih menjadi responden (Sugiyono, 2023). Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah Pengunjung wisatawan yang berusia 18 hingga 50 tahun, Pernah berkunjung ke Pantai Cahaya minimal 2x, dan Bukan warga tetap di lokasi Pantai Cahaya. Sumber data yang diambil dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari penyebaran kuesioner kepada responden. Data sekunder diperoleh melalui referensi ilmiah berupa buku, jurnal, dan hasil penelitian terdahulu. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dan semua pertanyaan diukur menggunakan skala likert 1 sampai 5. Masing-masing skor memiliki arti (1) sangat setuju, (2) setuju, (3) netral, (4) tidak setuju, (5) sangat tidak setuju. Dengan memakai alat statistik, statistik deskriptif, uji instrumen yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteriskedastisitas, serta analisa regresi linier berganda dipakai guna menganalisa data. Uji F serta uji t dipakai guna menguji hipotesis, sedangkan kemampuan model dijelaskan melalui koefisien determinasi (R^2) sesuai dengan referensi metode statistik yang umum dipakai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penyajian data deskriptif penelitian bertujuan agar dapat di lihat profil dari data penelitian tersebut dan hubungan yang ada antar variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut.

Tabel 2. Karakteristik Responden

Kategori	Keterangan	Jumlah Responden	Valid Persen
Jenis Kelamin	Laki-laki	39	40,2%
	Perempuan	58	59,8%
Usia	18-30 Tahun	10	10,3%
	31-40 Tahun	73	75,3%
	41-50 Tahun	14	14,4%
Pekerjaan Responden	Mahasiswa	10	10,3%
	Pegawai Negeri/Swasta	12	12,4%
	Wirausaha	10	10,3%
	Ibu Rumah Tangga	65	67,0%
Total Responden		**97**	**100%**

Sumber: Data primer yang di olah SPSS 2026

Berdasarkan tabel karakteristik responden, dari total 97 responden, mayoritas berjenis kelamin perempuan sebanyak 58 orang (59,8%), sedangkan laki-laki 39 orang (40,2%). Berdasarkan usia, sebagian besar responden berada pada rentang 31–40 tahun sebanyak 73 orang (75,3%), diikuti kelompok usia 41–50 tahun sebanyak 14 orang (14,4%), dan 18–30 tahun sebanyak 10 orang (10,3%). Dari segi pekerjaan, mayoritas adalah ibu rumah tangga sebanyak 65 orang (67%), diikuti pegawai negeri/swasta 12 orang (12,4%), mahasiswa 10 orang (10,3%), dan wirausaha 10 orang (10,3%). Data ini menunjukkan bahwa responden penelitian beragam dari segi jenis kelamin, usia, dan pekerjaan, sehingga memberikan gambaran yang representatif untuk analisis lebih lanjut.

2. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas instrumen diuji menggunakan IBM SPSS Statistics dengan membandingkan nilai r hitung terhadap r tabel. Dengan jumlah sampel 97 dan alpha 0,05, diperoleh r tabel sebesar 0,1996. Butir pertanyaan dinyatakan valid jika r hitung lebih besar dari r tabel dan bernilai positif. Hasil pengujian validitas disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kepuasan Pengunjung (Y)	Y.1	0.805	0.1996	Valid
	Y.2	0.803	0.1996	Valid
	Y.3	0.734	0.1996	Valid
	Y.4	0.707	0.1996	Valid

	Y.5	0.777	0.1996	Valid
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0.770	0.1996	Valid
	X1.2	0.803	0.1996	Valid
	X1.3	0.781	0.1996	Valid
	X1.4	0.787	0.1996	Valid
	X1.5	0.796	0.1996	Valid
Daya Tarik (X2)	X2.1	0.820	0.1996	Valid
	X2.2	0.730	0.1996	Valid
	X2.3	0.713	0.1996	Valid
	X2.4	0.657	0.1996	Valid
	X2.5	0.707	0.1996	Valid
Citra Destinasi (X3)	X3.1	0.843	0.1996	Valid
	X3.2	0.797	0.1996	Valid
	X3.3	0.720	0.1996	Valid
	X3.4	0.841	0.1996	Valid

Sumber: Data primer yang di olah SPSS 2026

Berdasarkan tabel Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item dari keempat variabel yang diteliti yaitu kualitas pelayanan (X1), daya tarik (X2), citra destinasi (X3), dan kepuasan pengunjung (Y) memiliki nilai r hitung yang lebih tinggi dari nilai *r* tabel. Dengan demikian, semua item dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

b. Uji Reliabilitas

Untuk menguji Reliabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis dengan software IBM SPSS Statistics. Adapun hasil pengujian Reliabilitas dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Reability Coeffisients	Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	5 item	0.845	Reliabel
Daya Tarik (X2)	5 item	0.776	Reliabel
Citra Destinasi X3)	4 item	0.851	Reliabel
Kepuasan Pengunjung (Y)	5 item	0.797	Reliabel

Sumber: Data primer yang di olah SPSS 2026

Dari keterangan tabel di atas dapat di ketahui bahwa masing- masing variabel memiliki *cronbach alpha* > 0.70. Dengan demikian variabel Kualitas Pelayanan (X1), Daya tarik (X2), Citra destinasi (X3) dan kepuasan pengunjung (Y) dapat di katakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Untuk menguji multikolineritas, penulis menggunakan analisis dengan software IBM SPSS Statistics. Adapun hasil pengujian multikolineritas dapat di lihat pada tabel berikut

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan	0.140	7.136
Daya Tarik Wisata	0.249	4.021
Citra Destinasi	0.175	5.699

Sumber: Data primer yang di olah SPSS 2026

Berdasarkan tabel di atas, pada multikolineritas seluruh nilai *tolerance* diatas 0,10, dan seluruh nilai VIF beradadi bawah 10. Ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel variabel independen dalam model regresi yang digunakan.

b. Uji Heteroskedastisitas

Untuk menguji heteroskedastisitas, penulis menggunakan analisis dengan software IBM SPSS Statistics. Adapun hasil pengujian heteroskedastisitas dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig. (p-value)	Kriteria
Kualitas Pelayanan	0.583	> 0.05
Daya Tarik Wisata	0.609	> 0.05
Citra Destinasi	0.642	>0.05

Sumber: Data primer yang di olah SPSS 2026

variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0.583, variabel daya tarik wisata (X2) sebesar 0.609 dan variabel citra destinasi (X3) sebesar 0,642. Karena nilai ketiga variabel independen (X) > 0,05, maka dapat di simpulkan tidak terdapat masalah atau gejala heteroskedastisitas, artinya model regresi yang di gunakan untuk penelitian ini layak untuk dilakukan**.**

c. Uji Normalitas

Untuk menguji normalitas *Kolmorgov-Smirnov*, penulis menggunakan analisis dengan software IBM SPSS Statistics. Adapun hasil pengujian normalitas dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Uji Normalitas

Metode	Statistik	Sig. (p-value)	Kriteria
Kolmogorov–Smirnov	0.072	0.200	Sig. > 0.05

Sumber: Data primer yang di olah SPSS 2026

Berdasarkan tabel diatas, pada uji normalitas *KolmogorovSmirnov* menunjukan bahwa residual data yang di dapat tersebut mengikuti distribusi normal, berdasarkan hasil output dari SPSS menunjukan nilai *Kolmogorov-Smirnov* signifikan pada 0.200 > 0,05. Dengan demikian residual data berdistribusi normal dan telah memenuhi asumsi normalitasa.

Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menguji analisis regresi linier berganda, penulis menggunakan analisis dengan software IBM SPSS Statistics. Adapun hasil pengujian analisis regresi linier berganda dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.109	.872		1.273	.206
	Kualitas Pelayanan	.320	.091	.352	3.527	.001
	Daya Tarik Wisata	.277	.084	.246	3.286	.001
	Citra Destinasi	.438	.103	.379	4.254	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung						

Sumber: Data primer yang di olah SPSS 2026

$$Y = 1.109 + 0.320\ X1 + 0.277\ X2 + 0.438\ X3 + e$$

a) Nilai koefisien konstanta sebesar 1.109 dengan nilai positif, yang artinya besar nilai regresi kepuasan pengunjung menunjukan hasil positif.

b) Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0.320 artinya setiap peningkatan terhadap kepuasan pengunjung sebesar 1% berdampak pada peningkatan kepuasan pengunjung wisatawan Pantai Cahaya Kota Kendal sebesar 0.320, dan nilai signifikansi 0,001 yang berarti signifikan.

c) Nilai koefisien regresi daya tarik sebesar 0.277 artinya setiap peningkatan terhadap daya tarik sebesar 1% berdampak pada peningkatan kepuasan pengunjung wisatawan Pantai Cahaya Kota Kendal sebesar 0.277, dan nilai signifikansi 0,001 yang berarti signifikan.

d) Nilai koefisien regresi citra destinasi sebesar 0.438 artinya setiap peningkatan terhadap citra destinasi sebesar 1% berdampak pada peningkatan kepuasan pengunjung wisatawan Pantai Cahaya Kota Kendal 0.438 dan nilai signifikansi 0,000 yang berarti signifikan.

5. Uji Hipotesis

a. Uji t

Untuk menguji Uji t, penulis menggunakan analisis dengan software IBM SPSS Statistics. Adapun hasil pengujian Uji t dapat di lihat pada tabel:

Tabel 9. Uji t

Pada penelitian ini diketahui skor t-tabel dengan α = 0,05 dan tingkat bebas

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.109	.872		1.273	.206
	Kualitas Pelayanan	.320	.091	.352	3.527	.001
	Daya Tarik Wisata	.277	.084	.246	3.286	.001
	Citra Destinasi	.438	.103	.379	4.254	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung						

(df) = n – k – 1 = 65, maka didapatkan nilai t-tabel 1.661. Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial adalah sebagai berikut.

a) Nilai t hitung variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 3.527 > nilai T tabel 1.661 dan nilai sig yaitu 0,001< 0,05 maka Ha di terima dan H0 di tolak,

artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pengunjung.

b) Nilai t hitung variabel daya tarik wisata (X2) sebesar 3.286 > nilai T tabel 1.661 dan nilai sig yaitu 0,001 < 0,05 maka Ha di terima dan H0 di tolak, artinya variabel daya tarik wisata berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pengunjung.

c) Nilai t hitung variabel citra destinasi (X3) sebesar 4.254 > nilai T tabel 1.661 dan nilai sig yaitu 0,000 < 0,05 maka Ha di terima dan H0 di tolak, artinya variabel citra destinasi berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pengunjung.

b. Uji F

Untuk menguji Uji F, penulis menggunakan analisis dengan software IBM SPSS Statistics. Adapun hasil pengujian Uji F dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 10. Uji F

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	788.027	3	262.676	208.382	.000[b]
	Residual	117.231	93	1.261		
	Total	905.258	96			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung						
b. Predictors: (Constant), Citra Destinasi , Daya Tarik Wisata , Kualitas Pelayanan						

Sumber: Data primer yang di olah SPSS 2026

Nilai ftabel df1= k-1= 3-1= 2 sedangkan df2= n-k = 97-3=94, sehingga f tabel diketahui sebesar 3.090. Nilai F hitung sebesar 200.382 > nilai F tabel yaitu 3.090 dan nilai sig. yaitu 0,000 < 0,05 secara statistic dan H0 di tolak dan Ha di terima, artinya variabel kualitas pelayanan, daya tarik, dan citra destinasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

c. Uji Koefisiensi Determinasi R Square

Untuk menguji Uji Koefisien Determinasi (R2), penulis menggunakan analisis dengan software IBM SPSS Statistics. Adapun hasil pengujian Uji Koefisien Determinasi (R2) dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi R Square

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.933	0.870	0.886	1.123

Sumber: Data primer yang di olah SPSS 2026

Dapat di lihat gambar tabel di atas ini, dapat di lihat dari bahwa nilai adjusted R2 adalah sebesar 0.866 atau 86.6% mengindikasikan bahwa variabel kualitas pelayanan, daya tarik, dan citra destinasi berpengaruh simultan sebesar 86.6% sementara sisanya sebesar 13.4% di pengaruhi oleh faktor variabel lainnya.

6. Pembahasan

a. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisatawan Pantai Cahaya Kota Kendal

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda menggunakan software SPSS, variabel Kualitas Pelayanan (X1) menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0.320 dengan nilai t-hitung 3.527 > t-tabel 1.661 dan nilai signifikansi 0.001 < 0.05, yang menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Pengunjung. Hal ini berarti bahwa peningkatan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pengunjung wisatawan Pantai Cahaya Kota Kendal.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Aksal, 2025) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan wisatawan, yang sejalan dengan model yang ada di penelitian ini. Selain itu, (Hadiwijaya et al., 2025) juga menemukan bahwa service quality yang lebih baik menghasilkan peningkatan kepuasan wisatawan

b. Daya Tarik Wisata Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisatawan Pantai Cahaya Kota Kendal

Berdasarkan hasil analisis regresi, variabel Daya Tarik Wisata (X2) memiliki nilai koefisien regresi 0.277, dengan nilai t-hitung 3.286 > t-tabel 1.661 dan nilai signifikansi 0.001 < 0.05, yang berarti Daya Tarik Wisata berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar daya tarik suatu destinasi wisata, semakin tinggi tingkat kepuasan wisatawan.

Penelitian ini didukung oleh (Marnesia, 2022) yang menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di berbagai objek wisata. Hal ini juga didukung oleh (Sumarni, 2024) yang menyatakan bahwa daya tarik wisata merupakan faktor penting yang mendasari kepuasan pengunjung dan niat kunjungan ulang

c. Citra Destinasi Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisatawan Pantai Cahaya Kota Kendal

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Citra Destinasi (X3) memiliki nilai koefisien regresi 0.438, dengan nilai t-hitung 4.254 > t-tabel 1.661 dan nilai signifikansi 0.000 < 0.05, yang menunjukkan bahwa Citra Destinasi berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Pengunjung. Peningkatan citra destinasi akan meningkatkan kepuasan pengunjung wisatawan.

Temuan ini sejalan dengan (Praja, 2023) yang menemukan bahwa citra destinasi berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan, yang kemudian berdampak pada niat kunjungan ulang melalui peningkatan persepsi pengalaman wisatawan, sehingga memperkuat hubungan antara citra dan kepuasan pengunjung. (Laysen, 2024) juga mengonfirmasi bahwa destination image signifikan memengaruhi kepuasan wisatawan, dengan citra destinasi yang positif meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengunjung di berbagai tujuan wisata, memperkuat temuan dalam penelitian ini

d. Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Berpengaruh Terhadap Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisatawan Pantai Cahaya Kota Kendal

Berdasarkan hasil uji F, nilai F-hitung sebesar 208.382 > F-tabel sebesar 3.090 dengan nilai signifikansi 0.000 < 0.05, yang menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata, dan Citra Destinasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung. Hasil adjusted R^2 sebesar 0.866 menunjukkan bahwa 86.6% dari variasi kepuasan pengunjung dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sementara 13.4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Hadiwijaya et al., 2025) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, daya tarik wisata, dan citra destinasi

secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian lainnya oleh (Sumarni, 2024) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan, daya tarik, dan citra destinasi secara simultan menjelaskan sebagian besar variasi kepuasan wisatawan, yang mendukung hasil penelitian ini

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata, dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan Pengunjung Wisatawan Pantai Cahaya Kota Kendal" menggunakan analisis regresi linier berganda, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, daya tarik wisata, dan citra destinasi masing-masing berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pengunjung. Semakin tinggi kualitas pelayanan, daya tarik wisata, dan citra destinasi, maka tingkat kepuasan wisatawan akan meningkat. Secara simultan, ketiga variabel tersebut menjelaskan sekitar 86,6% variasi kepuasan pengunjung, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Bagi pengelola Pantai Cahaya, disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan, memperkuat daya tarik wisata melalui fasilitas dan event tambahan, serta meningkatkan citra destinasi melalui promosi digital. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas lokasi penelitian, menambah jumlah responden, serta mempertimbangkan variabel tambahan seperti aksesibilitas, harga tiket, atau pengaruh sosial budaya untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai kepuasan wisatawan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada lokasi, jumlah, dan karakteristik responden, sehingga temuan mungkin belum dapat digeneralisasi ke objek wisata lain di wilayah berbeda. Waktu pengumpulan data yang singkat juga membatasi pengamatan terhadap dinamika kunjungan wisata yang lebih luas, termasuk faktor musiman dan kejadian khusus, sehingga beberapa pengaruh terhadap kepuasan pengunjung mungkin tidak sepenuhnya tercakup.

DAFTAR REFERENSI

Aksal. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Destinasi Dan Promosi Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Hutan Kota Langsa (Studi Kasus Pt. Pelabuhan Kota Langsa). 5(2), 477–485. Https://Doi.Org/10.53866/Jimi.V5i2.758

Aziz, Z. A. (2022). Pengaruh Fasilitas Dan Pengalaman Pengunjung Terhadap Loyalitas Pengunjung Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pengunjung (Survey Pada Pengunjung Wisata Umbul Ponggok Klaten). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, *17*(2), 8–18. https://doi.org/10.14710/jsmo.v17i2.32470

Berliana, A., Dian, K. D., & Nugraha, P. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Puncak Mas Lampung. *Jurnal Kompetitif Bisnis*, *1*(September), 59–64.

Cantika, P., & Djunaid, I. S. (2023). Pengaruh Daya Tarik terhadap Berkunjung Ulang melalui Kepuasan Pengunjung. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, *6*(11), 9278–9286. https://doi.org/10.54371/jiip.v6i11.3164

Daffa, K. Van, & Ratnasari, I. (2022). Pengaruh Citra Destinasi dan Promosi Terhadap Kepuasan Wisatawan di Puncak Sempur Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, *8*(1), 362–372. https://doi.org/10.5281/zenodo.5847407

Darojat, I. (2021). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Citra Raya Water World). *Dynamic Management Journal*, *5*(1), 1–14.

Dewanto, R. F. (2022). Pengaruh Digitalisasi dan Citra Destinasi Pariwisata Terhadap Tingkat Kepuasan Pengunjung di Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, *6*(4), 537–552. https://doi.org/10.22219/jie.v6i4.22278

Hadiwijaya, H., Yustini, T., & Annisa, M. L. (2025). *Effect of destination image , amenities on revisit intention with visitor satisfaction*. *6*(3), 281–293.

Hanggraito, A. A., & Ratri, A. A. (2024). Analisis Pengaruh Daya Tarik dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Pengunjung B-Fest 2022 Kabupaten Banyuwangi Di Masa Pemulihan Pandemi. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, *6*(1), 24–30. https://doi.org/10.55338/saintek.v6i1.2162

Hermanto, T. A., Moelyati, T. A., & Fitantina, F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan pada Objek Wisata Air Terjun Curup Tenang Bedegung Muara Enim. *Motivasi*, *7*(1), 1. https://doi.org/10.32502/mti.v7i1.4124

Kang, S., Lee, J. R., Lee, J. R., It, I., Acquisition, C., Support, L., Muhammad Yogi, (2020). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Sandi Yogyakarta. *Manajemen Pariwisata*, *53*(1)

Karini, R. S. R. A., & Putri, A. S. E. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Jalan Braga (Effect of Tourist Attraction and Image of Destination on Visitor Satisfaction in Braga Street). *Manajemen Dan Pariwisata*, *2*(2), 2023. https://travelingyuk.com/heritage-walk-braga-bandung/183040/

Khoni'ah, N. U., & Sidanti, H. (2022). Pengaruh Daya Tarik, Citra Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Ulang Melalui Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening. *Manajemen Bisnid Dan Akuntansi*, *4*(1).

Laysen. (2024). The influence of destination image on satisfaction and impact on tourist loyalty (study on sipiso-piso Waterfall tourists). 13(01), 1123–1131. https://doi.org/10.54209/ekonomi.v13i01

Lestari, E., & Djunaid, I. S. (2022). Pengaruh Citra Destinasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Allianz Ecopark Ancol. *Pesona Hospitality*, *15*(2), 37–46.

Ma'nunah, Z., Sari, M. I., & Winahyu, P. (2022). Pengaruh Citra Destinasi, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Dira Swimming Pool Ambulu. *Growth*, *20*(1), 1. https://doi.org/10.36841/growth-journal.v20i1.1765

Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Kejuruan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Marnesia. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap

Kepuasan Wisatawan Pantai Carocok Painan. 2–3.

Nur Isnania, F., & Aris Budiono. (2022). Kepuasan Pengunjung Taman Impian Jaya Ancol yang Di Pengaruhi Daya Tarik Wisata, Life Style Dengan Persepsi Harga Sebagai Variabel Mediasi. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, *1*(3), 319–333. https://doi.org/10.55123/mamen.v1i3.683

Nurmala, N., Sullaida, S., & Damanhur, D. (2022). Pengaruh Fasilitas Wisata, Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Pantai Ujong Blang Lhokseumawe. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, *23*(2), 73–78. https://doi.org/10.29103/e-mabis.v23i2.861

Praja, Y. (2023). *Peranan Kepuasan Wisatawan Dalam Memediasi Citra Destinasi Dan Fasilitas Wisata Yang Berdampak Pada Minat Kunjung Ulang Wisatawan Ijen Geopark Bondowoso*. *09*(02), 281–295.

Rahmah, P., Surianti, S., Minarti, A., Abbas, M., Amrial, A., & Amriana, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Kawasan Wisata Permandian Alam Lejja. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, *6*(2), 174–182. https://doi.org/10.57093/metansi.v6i2.221

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.*

Suhartapa, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Indonesia Kaya Semarang. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, *13*(2), 99–107. https://doi.org/10.31294/khi.v13i2.12337

Sumarni, I. (2024). The Effect Of Service Quality And Destination Image On Return Visit Intention Through Tourist Satisfaction. 12(6), 2309–2336. https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i6.2861

Suyatno, R., & Sri Widyanti Hastuti, M. A. (2022). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Pada Wisata Jurang Senggani (Buper) Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Edueco*, *5*(2), 133–142. https://doi.org/10.36277/edueco.v5i2.126