



Pengaruh Sapta Pesona Terhadap Kepuasan Pengunjung Dimoderasi Kualitas Layanan

Hafsrah Afrianti¹, Rini Meliana^{2*}, Azka Nur Diana³, Amanah Aida Qur'an⁴

hafsrhafrianti253@gmail.com¹, rinimeliana13@gmail.com²

^{1,2,3,4}UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Abstract

Tourism is an economic sector that contributes to a country's economic development. This can be seen from the growing number of tourist attractions being built, which in turn intensifies business competition. The purpose of this research is to determine whether Sapta Pesona influences visitor satisfaction and whether service quality is able to moderate the influence of Sapta Pesona on visitor satisfaction at the Telaga Situ Tirta Marta tourist attraction in Purbalingga.

This study is a field research using a quantitative research approach. The data was collected through questionnaires distributed to 400 respondents via Google Forms. The data analysis method involves descriptive statistical analysis, moderation testing, and hypothesis testing using the SmartPLS (v3.0) analytical tool.

The research findings indicate that Sapta Pesona has a significant effect on visitor satisfaction at the tourist destination. The better the implementation of Sapta Pesona values, the higher the level of visitor satisfaction. However, service quality does not serve as a significant moderating variable, and therefore does not affect the relationship between Sapta Pesona and visitor satisfaction. The R-square value shows that the visitor satisfaction variable has a value of 0.291, meaning that the independent variable (X) can explain 29.1% of the variance of the dependent variable (Y), which is considered weak. This indicates that visitor satisfaction may be influenced by the elements of Sapta Pesona, namely safety, orderliness, cleanliness, coolness, beauty, friendliness, and memorable experiences. Meanwhile, the remaining 70.9% is influenced by other variables not examined in this study, such as price, accessibility, weather conditions, and additional services.

Keywords: *tourism, Sapta Pesona; service quality; visitor satisfaction.*

Abstrak

Pariwisata merupakan aspek di bidang ekonomi yang turut mendorong kemajuan ekonomi di suatu negara. Hal ini dilihat dengan banyaknya obyek wisata yang dibangun sehingga persaingan bisnis juga semakin nyata adanya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah sapta pesona berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung serta untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan mampu memoderasi pengaruh Sapta Pesona terhadap kepuasan pengunjung pada Objek Wisata Telaga Situ Tirta Marta Purbalingga. Jenis penelitian ini adalah *field research* dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Data yang digunakan berupa kuesioner yang dibagikan kepada 400 responden melalui google form. Metode analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif, uji moderasi dan uji hipotesis dengan menggunakan alat analisis SmartPLS (v3.0). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sapta Pesona berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung destinasi wisata. Semakin baik penerapan nilai-nilai Sapta Pesona, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengunjung. Namun, kualitas pelayanan tidak berperan sebagai variabel moderasi yang signifikan, sehingga tidak memengaruhi hubungan antara Sapta Pesona dan kepuasan pengunjung. *R-Square* menunjukkan bahwa variabel kepuasan pengunjung memiliki nilai sebesar 0,291. Artinya kemampuan variabel X dalam menjelaskan Y adalah sebesar 29,1% (lemah), sehingga dikatakan bahwa kemampuan variabel kepuasan pengunjung dapat dipengaruhi oleh variabel aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah dan kenangan. Sedangkan 70,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar yang diteliti, seperti harga, aksesibilitas, kondisi cuaca, dan pelayanan tambahan.

Kata kunci: Pariwisata; sapta pesona; kualitas pelayanan; kepuasan pengunjung.

*Correspondence author: Rini Meliana

UIN Prof KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Banyumas Jawa Tengah

Email: rinimeliana13@gmail.com

Pendahuluan

Pariwisata merupakan sektor strategis dalam pembangunan ekonomi nasional yang tidak hanya meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi juga memperluas kesempatan kerja dan pendapatan masyarakat (Sochimim, 2019). Kontribusi sektor ini terhadap PDB meningkat dari 3,6% pada 2022 menjadi 3,8% pada 2023, dan diproyeksikan mencapai 4,01–4,5% pada 2024 (KemenPANRB, 2024). Salah satu upaya penguatan sektor ini adalah melalui penerapan Sapta Pesona, sebagai strategi nasional untuk meningkatkan kualitas dan daya tarik destinasi.

Sapta Pesona terdiri dari tujuh elemen penting aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, dan memberi kenangan yang dirancang untuk menciptakan suasana wisata yang menyenangkan dan berkesan. Kehadiran elemen-elemen ini tidak hanya mencerminkan kualitas fisik dan sosial destinasi, tetapi juga berfungsi sebagai sinyal atau pesan yang disampaikan oleh pengelola kepada wisatawan.

Signaling Theory menjadi landasan teoretis yang relevan. Teori ini menjelaskan bahwa ketika terjadi asimetri informasi antara penyedia jasa dan konsumen, maka sinyal (signal) diperlukan untuk menunjukkan kualitas layanan atau produk (Connelly et al., 2011). Sinyal dapat berupa atribut fisik, reputasi, atau simbol lain yang mudah diamati dan dipercaya oleh konsumen. Dalam penelitian ini, Sapta Pesona diposisikan sebagai sinyal positif yang dikirimkan oleh destinasi wisata untuk membangun persepsi pengunjung mengenai kualitas layanan dan lingkungan wisata. Ketika pengunjung menerima sinyal tersebut secara positif misalnya melalui lingkungan

yang bersih, tertib, dan ramah maka mereka cenderung merasa puas.

Namun, efektivitas sinyal tersebut dapat diperkuat atau dilemahkan oleh kualitas pelayanan yang diberikan. Pelayanan yang buruk dapat mengaburkan atau bahkan meniadakan dampak positif dari sinyal Sapta Pesona. Oleh karena itu, dimensi kualitas pelayanan *seperti tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* menjadi faktor penting dalam memperkuat hubungan antara Sapta Pesona dan kepuasan pengunjung (Rosita et al., 2016).

Telaga Situ Tirta Marta di Kabupaten Purbalingga merupakan objek wisata yang potensial, dengan karakteristik alami dan sumber air dari tujuh mata air yang bersih dan sejuk. Berdasarkan data tahun 2024, jumlah pengunjung mencapai 139.625 orang dengan tren fluktuatif. Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa pengunjung merasa puas terhadap suasana, harga tiket, dan kondisi lingkungan. Pengelolaan yang belum optimal serta ketidaksesuaian dalam pelayanan menunjukkan adanya celah yang masih bisa ditingkatkan.

Wisata alam berkaitan erat dengan geografi pariwisata, yang mengkaji fenomena lingkungan fisik dan sosial budaya sebagai daya tarik wisata (Evelianti & Heldayani, 2018). Partisipasi Indonesia dalam *World Tourism Market* pada 1980 menandai langkah awal promosi pariwisata internasional. Salah satu strategi pengembangan yang dihasilkan adalah kampanye Sapta Pesona, yang bertujuan meningkatkan kualitas dan daya tarik destinasi wisata (Wahyu et al., 2017).

Dengan demikian, penelitian ini penting untuk menguji bagaimana Sapta Pesona memengaruhi kepuasan pengunjung, serta apakah kualitas pelayanan dapat memoderasi hubungan tersebut.

Pemahaman ini akan membantu pengelola wisata untuk menyusun strategi yang lebih efektif dalam membangun citra dan meningkatkan daya saing destinasi.

Metode

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif, bertujuan untuk menguji hubungan antara Sapta Pesona, kualitas pelayanan, dan kepuasan pengunjung pada objek wisata Telaga Situ Tirta Marta, Purbalingga. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada pengunjung, sedangkan data sekunder bersumber dari pengelola objek wisata dan literatur pendukung lainnya guna memperkaya analisis dan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif.

Subjek penelitian adalah para pengunjung objek wisata Telaga Situ Tirta Marta, sedangkan objek penelitian meliputi variabel Sapta Pesona, kualitas pelayanan, dan kepuasan pengunjung. Penelitian dilakukan di Telaga Situ Tirta Marta, Desa Karangcegak, Kecamatan Kutasari, Kabupaten Purbalingga, mulai September 2024 hingga Mei 2025.

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pengunjung objek wisata Telaga Situ Tirta Marta. Karena jumlah pastinya tidak diketahui, teknik penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5% berdasarkan data kunjungan sebanyak 139.625 orang pada tahun 2024. Jumlah responden dapat diperoleh dengan cara:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1+N(e)^2} \\ &= \frac{139.625}{1+139.625(0,5)^2} \\ &= \frac{139.625}{349,0725} \\ &= 399,98 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 399,98 yang kemudian dibulatkan menjadi 400 responden sebagai ukuran sampel penelitian.

Pengambilan sampel dilakukan menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik non-probabilitas berdasarkan kriteria tertentu. Adapun kriteria yang digunakan antara lain: (1) responden berusia 17 tahun ke atas, (2) pernah berkunjung minimal satu kali ke objek wisata, dan (3) bersedia mengisi kuesioner secara lengkap.

Penelitian ini menggunakan empat metode pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner.

- 1) Observasi dilakukan dengan mengunjungi langsung objek wisata Telaga Situ Tirta Marta di Purbalingga untuk mengamati kondisi lingkungan dan aktivitas pengunjung secara langsung (Sugiyono, 2021).
- 2) Wawancara bersifat fleksibel dan digunakan untuk menggali informasi mendalam dari narasumber, khususnya pada tahap awal guna mengidentifikasi fenomena lapangan (Sugiyono, 2019).
- 3) Dokumentasi melibatkan pengumpulan dan analisis dokumen yang relevan dengan objek penelitian, seperti data kunjungan wisatawan dan profil pengelolaan Telaga Situ Tirta Marta.
- 4) Kuesioner digunakan sebagai metode utama pengumpulan data kuantitatif, disebarkan kepada 400 responden yang merupakan pengunjung Telaga Situ Tirta Marta. Instrumen disusun dalam bentuk kuesioner online berbasis Google Form dengan skala Likert 1–5, mulai dari “Sangat Tidak Setuju” (skor 1) hingga “Sangat Setuju” (skor 5). Skala ini dirancang untuk mengukur sikap dan persepsi responden terhadap

variabel Sapta Pesona, kualitas pelayanan, dan kepuasan pengunjung.

Pengujian data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan menggunakan SmartPLS v3.0:

1) Outer Model (Pengukuran Indikator)

Outer model digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen. Uji validitas diskriminan dilakukan menggunakan HTMT (Heterotrait-Monotrait Ratio) untuk memastikan indikator merepresentasikan konstruksinya secara unik. Sementara itu, reliabilitas diukur melalui nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*, dengan kriteria minimal $>0,70$ (untuk pengujian teori) dan $>0,60$ (untuk eksplorasi).

2) Inner Model (Model Struktural)

Inner model menguji hubungan antar variabel laten melalui nilai *R-Square*, SRMR (*Goodness of Fit*), dan *F-Square*. *R-Square* menunjukkan kekuatan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, sementara SRMR digunakan untuk menilai kelayakan model ($< 0,10$ dianggap fit), dan *F-Square* mengukur efek prediktif antar konstruk.

3) Statistik Deskriptif

Analisis ini memberikan gambaran umum data melalui nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi, untuk memahami distribusi dan kecenderungan respon dari sampel (Sani et al., 2017).

4) Uji Moderasi

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan memoderasi hubungan antara Sapta Pesona dan kepuasan pengunjung. Kriteria signifikansi ditentukan pada nilai $p < 0,05$ (Indraswari et al., 2022).

5) Uji Hipotesis

Hipotesis diuji melalui *path coefficient* dan nilai probabilitas (p -value). Jika $p \leq 0,05$

maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti terdapat pengaruh signifikan; sebaliknya, jika $p > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (Rosita, 2023).

Hasil

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan analisis struktural berbasis Partial Least Squares (SmartPLS v3.0) untuk menguji model penelitian, dengan tahapan sebagai berikut:

1) Uji Outer Model

a) Uji Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

dari setiap variabel berada dibawah 0,85 yang mengindikasikan bahwa asumsi hasil uji validitas diskriminan sudah terpenuhi dan valid serta berhasil melewati uji.

b) Uji Reliabilitas Komposit (*Composite Reliability*)

seluruh nilai *cronbach's alpha* berada di atas 0,60 dan seluruh nilai *composite reliability* berada di atas 0,60. Sehingga seluruh variabel dalam model penelitian ini mempunyai *internal consistency reliability*. Dengan hasil pengujian model pengukuran dimana *diskriminan validity* dan *reliability* terpenuhi maka penelitian ini dapat meneruskan ke langkah berikutnya yaitu pengujian model struktural (*Inner Model*).

2) Uji Model Struktural (*Inner Model*)

a) Uji *R-Square*

R-Square menunjukkan bahwa variabel kepuasan pengunjung memiliki nilai sebesar 0,291. Artinya kemampuan variabel eksogen dalam menjelaskan Y adalah sebesar 29,1% (Lemah). Sedangkan 70,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar yang diteliti, seperti harga, aksesibilitas, kondisi cuaca, dan pelayanan tambahan.

b) Goodness of FIT

nilai SRMR adalah 0,087 ($0,087 < 0,10$) artinya model yang digunakan sudah FIT. Namun nilai NFI sebesar $0,690 < 0,90$, yang menunjukkan bahwa model memiliki tingkat kesesuaian yang cukup, atau yang disebut sebagai “*marginal fit*”.

Tabel 1. Uji F-Square

	Y	Keterangan
X1.M	0,000	Rendah
M	0,280	Rendah
X	0,009	Rendah

Sumber: Hasil Output SmartPLS(v 3.0)

Berdasarkan tabel di atas dapat dianalisis interaksi antara variabel independen, variabel moderasi terhadap variabel dependen memberikan efek yang rendah dikarenakan nilai $> 0,02$ dan $< 0,15 / < 0,35$.

1. Analisis Statistik Deskriptif

Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap Sapta Pesona, kualitas pelayanan, dan kepuasan pengunjung secara umum berada dalam kategori netral, dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 0,000 untuk ketiga variabel. Nilai minimum dan maksimum masing-masing variabel mencerminkan adanya variasi persepsi, dari yang sangat negatif hingga sangat positif. Namun, nilai standar deviasi sebesar 1,000 pada ketiganya menunjukkan penyebaran data yang stabil dan konsisten. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun terdapat perbedaan pendapat di antara responden, distribusi persepsi tetap merata tanpa adanya kecenderungan ekstrem.

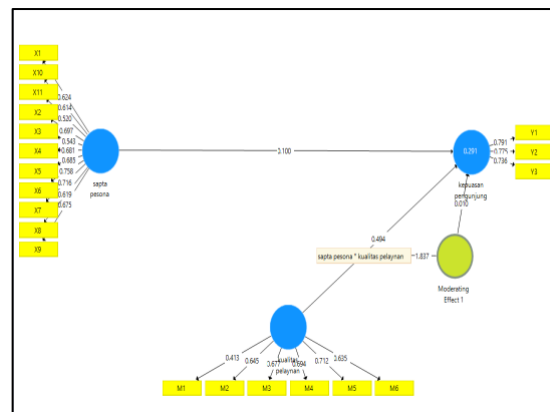
2. Uji Moderasi

Hasil uji interaksi moderasi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak

berperan sebagai variabel moderator dalam hubungan antara Sapta Pesona dan kepuasan pengunjung. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *path coefficient* sebesar 0,010 (positif), dengan nilai *t-statistic* $0,427 < 1,96$ dan *p-value* sebesar $0,670 > 0,05$, yang berarti tidak signifikan secara statistik. Meskipun kualitas pelayanan mungkin memiliki pengaruh tersendiri terhadap kepuasan pengunjung, namun interaksinya dengan Sapta Pesona tidak memperkuat maupun memperlemah pengaruh tersebut. Dengan demikian, kualitas pelayanan dalam penelitian ini berperan sebagai prediktor, bukan sebagai moderator dalam hubungan antara Sapta Pesona dan kepuasan pengunjung

3. Uji Hipotesis

Nilai *path coefficients* pada variabel Sapta Pesona yakni 0,100 (positif) dengan nilai *t-statistics* sebesar $2,065 > 1,96$ dan nilai *P-Value* sebesar $0,040 < 0,05$ (signifikan). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Sapta Pesona berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.



Gambar 1. Peta Hipotesis

Diskusi

Sapta Pesona berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil pengujian hipotesis pertama (H1) menunjukkan bahwa Sapta Pesona berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,100, nilai t-statistic 2,065 ($> 1,96$), dan p-value 0,040 ($< 0,05$). Dengan demikian, hipotesis H1 diterima, yang berarti semakin baik penerapan elemen Sapta Pesona seperti keamanan, kebersihan, dan keramahan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengunjung terhadap destinasi wisata.

Penelitian ini sejalan dengan *signaling theory*, di mana Sapta Pesona bertindak sebagai sinyal positif yang dikirimkan oleh pengelola wisata kepada pengunjung. Ketika sinyal ini diterima secara positif melalui pengalaman yang aman, nyaman, dan berkesan maka akan terbentuk persepsi kualitas yang mendorong kepuasan dan loyalitas pengunjung.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Sunerlan et al., 2023; Bangun & Lubis, 2022; Megartha et al., 2023; Mukti et al., 2025) yang menunjukkan bahwa elemen-elemen Sapta Pesona memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Faktor-faktor seperti keramahan, keamanan, keindahan, dan kesejukan terbukti memperkuat persepsi positif wisatawan terhadap suatu destinasi.

Kualitas Pelayanan memoderasi pengaruh Sapta Pesona terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil pengujian hipotesis kedua (H2) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak memoderasi hubungan antara Sapta Pesona dan kepuasan pengunjung. Nilai koefisien interaksi sebesar 0,010 dengan t-statistic 0,427 dan p-value 0,670 ($> 0,05$) menandakan bahwa interaksi antara keduanya tidak signifikan secara statistik. Artinya, meskipun Sapta Pesona dan kualitas pelayanan penting secara individual, kombinasi keduanya tidak cukup kuat untuk meningkatkan kepuasan pengunjung secara bersama-sama.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa wisatawan cenderung lebih memprioritaskan aspek fisik destinasi seperti fasilitas dan kebersihan dibanding interaksi pelayanan (Pratiwi & Nugroho, 2017). Selain itu, kurangnya penerapan Sapta Pesona secara konsisten di lapangan turut menyebabkan pengaruhnya terhadap kepuasan menjadi lemah (Ramadhani et al., 2020). Hal ini dijelaskan melalui model SERVQUAL yang menekankan pentingnya kesesuaian antara harapan dan pengalaman nyata. Ketika ekspektasi tinggi tidak terpenuhi, maka kepuasan pun tidak tercapai, meskipun pelayanan telah diberikan (Parasuraman et al., 1985). Pengalaman menyeluruh selama kunjungan lebih berpengaruh dibanding kualitas pelayanan secara parsial (Kotler, 2016).

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Sapta Pesona terhadap kepuasan pengunjung, serta menilai peran kualitas pelayanan sebagai variabel moderasi pada objek wisata Telaga Situ Tirta Marta Purbalingga. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 400

responden, dan dianalisis menggunakan SmartPLS versi 3.0. Hasil menunjukkan bahwa Sapta Pesona berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Namun, kualitas pelayanan tidak memoderasi hubungan tersebut. Artinya, penerapan Sapta Pesona secara langsung lebih menentukan tingkat kepuasan daripada interaksi dengan kualitas pelayanan.

Daftar Pustaka

- Ajeng, K. M. D., Paramita, A. D., & Musafa'ul, M. A. (2023). *Pengaruh Sapta Pesona Terhadap Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung Ke Ekowisata Boonpring* (Vol. 3, Issue 2).
- Azliansyah, T., Margaretha, R., & Sinaga, D. (2020). Pengaruh Promosi Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Istana Maimun Medan. In *Jurnal Prointegrita* (Vol. 4, Issue 1). <https://ekbis.sindonews.com>
- Bangun, E. S. B., & Lubis, D. S. W. (2022). Pengaruh Program Sapta Pesona dan Fasilitas Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Goa Ergendang. *Investasi Dan Syariah*.
- Connelly, B. L., Certo, S. T., Ireland, R. D., & Reutzel, C. R. (2011). Signaling Theory: A Review and Assessment. *Journal of Management*, 39–67.
- Evelianti, D., & Heldayani, E. (2018). *Persepsi Pengunjung Terhadap Sapta Pesona Wisata Alam Gasing Water Bay Barca Banyuwasin* (Vol. 3, Issue 2).
- Indraswari, W., Norromadani Yuniati, R., Akseptori, R., Studi, P. D., Bisnis, M., Bangunan Kapal, T., & Perkapalan Negeri Surabaya, P. (2022). *Analisa Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan MRA (Studi Kasus Pada Galangan Kapal Di Sidoarjo)*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). *Pearson Education*.
- Megartha, D. A. K., Anggraini, D. P., & Anam, M. M. U. (2023). Pengaruh Sapta Pesona Terhadap Kepuasan Wisatawan yang Berkunjung ke Ekowisata Boonpring. *Jurnal Pariwisata Tourista*, 91–96
- Mukti, A. B., Hardiyanti, W., Pradapa, S. Y. F., & Aulia, W. M. (2025). Pengaruh Penerapan Sapta Pesona Dan Motivasi Wisatawan Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus Pada Taman Kyai Langgeng Ecopark Magelang). *Media Bina Ilmiah*, 4975–4980.
- Nasution, L., Anom, S., Karim, A., Muslim, U., Al, N., & Medan, W. (2022). Pengaruh Program Sapta Pesona Dan Fasilitas Terhadap Tingkat Kunjungan Objek Wisata T-Gardendi Kecamatan Deli Tan Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Darma Agung*, 28(2), 211-230.
- Nukuhaly, J., Tahalele, M. C., Salhuteru, A. C., Niaga, J. A., & Ambon, N. (2024). Pengaruh Sapta Pesona Terhadap Kepuasan Pengunjung Pantai Lubang Buaya Negeri Morella Kabupaten Maluku Tengah. *Jurnal Administrasi Terapan, Vol 3, No. 1*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 41–50.
- Pratiwi, E., & Nugroho, A. (2017). Pengaruh Fasilitas dan Aksesibilitas terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Manajemen Pariwisat*, 90–98.
- 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>
- Ramadhani, N., Sari, D. A., & Utomo, A. (2020). Evaluasi Sapta Pesona dalam Pengembangan Destinasi Wisata. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 12–23.
- Rosita, A. (2023). *Pengaruh Aspek Keuangan dan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja UKM dengan Human Capital Sebagai Variabel Moderasi di Kota Semarang* [Skripsi].
- Rosita, Sri Marhanah, & Woro Hanoum Wahadi. (2016). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, Vol. 13, No. 1.
- Sani, A., Habibie, A., studi Akuntansi, P., & Harapan Medan, S. (2017). Pengaruh Moral Wajib Pajak, Sikap Wajib Pajak dan Norma Subjektif terhadap Kepatuhan Pajak melalui Pemahaman Akuntansi. In *Jurnal Ilman* (Vol. 5, Issue 2). <http://jurnal.stimsukmamedan.ac.id/index.php/ilman>
- Sochimim. (2019). *Sochimim : Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Parwisata (hal 255-278)* *el-JIZYA*. <http://googleweblight.com/>
- Sri Wahyuni, H., & Suyuthie, H. (2023). *Pengaruh Penerapan Sapta Pesona Terhadap Kepuasan Wisatawan di Lokasi Wisata Taman Muko-Muko Kecamatan Tanjung Raya Kabupaten Agam*. <http://jkpbp.ppi.unp.ac.id/>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*.
- Sunerlan, S. A. K. N., Safari, A., & Riyanti, A. (2023). Pengaruh Penerapan Sapta Pesona Terhadap Kepuasan Wisatawan di Situ Bagendit. *Jurnal Manajemen Dan Parwisata*, 116–129.
- Wahyu, S., Sunarti, R., & Hakim, L. (2017). Penerapan Sapta Pesona Pada Desa Wisata (Analisis Persepsi Wisatawan atas Layanan Penyedia Jasa di Kampung Wisata Kungkuk, Desa Punten, Kota Batu). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* (Vol. 50, Issue 2).