
**ANALISIS KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP PRODUK WISATA PANTAI AI LOANG
KECAMATAN MOYO UTARA KABUPATEN SUMBAWA NTB**

Oleh :

Yeni Isnaini¹, Si Luh Putu Damayanti², Sri Wahyuningsih³

^{1,2,3}Program Studi S1 Pariwisata, Fakultas Pariwisata, Indonesia

Email: ¹yeniisnaini@gmail.com, ²sp.damayanti@gmail.com,

³sriwahyuningsih04011976@gmail.com

Article History:

Received: 21-01-2026

Revised: 22-01-2026

Accepted: 23-01-2026

Keywords:

Satisfaction, Tourists,
Tourism Products.

Abstract: *Ai Loang Beach is one of the beach tourism destinations in Moyo Utara district, which has been managed by the local indigenous community with the help of the Forestry Office. The access road to Ai Loang Beach is quite good, although approximately 7 km towards the pond is not yet paved. However, upon arrival at the parking area, a concrete walkway has been constructed leading to the beach, along with benches for relaxation and resting. The objectives of this research are to describe the tourism products available and to describe tourist satisfaction towards the tourism products of Ai Loang Beach in Moyo Utara District, Sumbawa Regency, NTB. The data collection technique is a method required to answer the research problem. The data collection techniques used in this qualitative method are as follows: Interviews, Observations, and Documentation. The technique of qualitative data analysis is conducted alongside the data collection process. The research results indicate that the level of tourist satisfaction is still not optimal due to several constraints, such as a lack of supporting facilities, suboptimal accessibility to the location, minimal tourist information services, and the absence of a structured management system. Nevertheless, tourists continue to appreciate the hospitality of the local community and the safe and comfortable atmosphere while at the location, and tourist satisfaction is also influenced by the costs deemed affordable, although they expect clarity and transparency in the contributions requested. The positive experiences felt by tourists during their visit indicate that Ai Loang Beach has great potential to develop into a premier tourist destination, as long as better organization and management are implemented, based on collaboration between managers, the community, and local government. A comprehensive improvement strategy starting from facilities, information services, security, to digital promotion can significantly increase tourist satisfaction, which will ultimately have a positive impact on the sustainability of tourism in the area.*

PENDAHULUAN

Pantai Ai Loang semakin diminati oleh banyak pengunjung karena lokasinya yang sangat strategis. Sebelah barat Pantai Ai Loang berbatasan dengan Laut Flores, sebelah timur berbatasan dengan Tanjung Menangis, sebelah selatan berbatasan dengan Pulau Moyo, dan sebelah utara berbatasan dengan Desa Ai Bari Kecamatan Moyo Utara. Pantai di Sumbawa ini berpasir putih, jernih air lautnya dan mempunyai batu-batu besar yang tersusun rapi

Hasil wawancara dengan wisatawan didapati informasi bahwa rata-rata pengunjung wisata mengatakan objek wisata ini memiliki pemandangan yang menarik, hutan yang masih asli, selain itu didapati juga informasi bahwa objek wisata Pantai Ai Loang belum cukup representatif untuk menciptakan kenyamanan yang seharusnya dijual kepada para pengunjung wisata Pantai Ai Loang. Harapan besar akan terpenuhi kenyamanan berwisata berbanding terbalik dengan kenyataan pelayanan yang dirasakan tidak maksimal oleh pengunjung. Produk wisata yang belum maksimal mulai dari Akomodasi yang sangat jauh dari Lokasi Pantai Ai

Loang bahkan tidak terdapat akomodasi/penginapan yang dekat dengan lokasi wisata Ai Loang. Transportasi untuk publik masih belum ada menuju ke destinasi dan jarak yang jauh membutuhkan waktu kurang lebih sekitar 1,5 jam untuk bisa sampai ke lokasi wisata yang satu ini. Atraksi wisata masih minim meskipun pantai yang bagus, masyarakat yang ada belum diberikan pelatihan oleh pemerintah untuk menciptakan atraksi-atraksi yang bisa dilakukan di destinasi pantai ini. Restoran berupa Tempat makan dan minum sudah ada tapi jumlahnya terbatas dan menu yang disajikan belum variatif sehingga pengunjung tidak mempunyai banyak pilihan makanan di lokasi serta harga yang ditawarkan cukup lumayan mahal dibandingkan dengan harga standar pada umumnya. Kebanyakan wisatawan membawa makanan dari rumah untuk dinikmati di pantai Ai Loang ini. Fasilitas yang kurang memadai mulai dari pos keamanan untuk masuk ke kawasan wisata, tidak jelasnya petugas parkir, kurangnya fasilitas kebersihan, tidak adanya fasilitas kesehatan, serta masih banyak lagi faktor yang tidak berpihak pada kenyamanan pengunjung wisata.

Hal ini harus diatasi dengan serius demi memberikan rasa puas bagi para wisatawan. Kepuasan Wisatawan akan terwujud jika ada hubungan yang terpenuhi antara harapan Wisatawan dengan kenyataan yang didupakannya dalam hal produk wisata yang ditawarkan oleh pantai Ai Loang. Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka penulis merasa tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul "Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Produk Wisata Pantai Ai Loang Kecamatan Moyo Utara Kabupaten Sumbawa NTB"

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk

1. Mendeskripsikan produk wisata yang di miliki oleh Pantai Ai Loang Kecamatan Moyo Utara Kabupaten Sumbawa NTB
2. Mendeskripsikan Kepuasan Wisatawan Terhadap Produk Wisata Pantai Ai Loang Kecamatan Moyo Utara Kabupaten Sumbawa NTB

LANDASAN TEORI

Kepuasan Wisatawan (Konsumen)

Objek wisata mempunyai tujuan memuaskan wisatawan, kepuasan wisatawan merupakan faktor penting khususnya untuk meningkatkan pemasukan bagi penyelenggara objek wisata. Kepuasan wisatawan menjadi acuan keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanannya pada konsumen. Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan

senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk wisata yang riil atau actual dengan kinerja yang diharapkan (Sangadji dan Sopiah, 2013). Menurut Zeithaml dan Bitner (2013) konsumen yang merasa puas pada produk atau jasa yang dibeli dan digunakan akan kembali menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan, hal ini akan membangun kesetiaan konsumen. Menurut Kotler (2016) kepuasan adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan wisatawan. Kotler dan Keller, (2016) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Produk Wisata

Produk wisata memiliki peran yang besar terhadap kemajuan sektor pariwisata, produk wisata yang representatif akan memberikan dampak bagi kepuasan pengunjung wisata di objek wisata bersangkutan, dengan tingkat kepuasan maksimal, pengunjung wisata akan memutuskan untuk melakukan perjalanan wisata kembali ke objek wisata bersangkutan, bahkan dia akan menganjurkan kepada orang lain, tetapi bila keberadaan produk wisata tidak mampu menciptakan kepuasan maksimum maka kondisi sebaliknya akan terjadi.

Produk wisata adalah berbagai jenis jasa dimana satu dengan lainnya saling terkait yang dihasilkan oleh berbagai usaha pariwisata, misalnya: usaha perjalanan wisata, penyediaan akomodasi, transportasi wisata, jasa makanan dan minuman, daya tarik wisata, penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi serta perusahaan lain yang terkait (Muljadi & Warman, 2014). Baud-Bovy mengemukakan bahwa Produk pariwisata adalah sejumlah fasilitas dan pelayanan yang disediakan dan diperuntukkan bagi wisatawan, yang terdiri dari tiga komponen, masing-masing yaitu sumber daya yang terdapat pada suatu daya Tarik wisata, fasilitas yang terdapat di suatu daya Tarik wisata, dan transportasi yang membawa wisatawan dari tempat asalnya ke suatu daya Tarik wisata tertentu (Yoeti, 2005). Produk dalam industri pariwisata merupakan kombinasi dari tiga komponen yang dianggap sangat penting, yang satu dengan lainnya saling melengkapi, yaitu: 1). *The Accesibilities of the destination* adalah semua faktor yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk berkunjung pada suatu daya Tarik wisata. 2). *The Fascilities of the destination* adalah semua faktor yang dapat meberikan pelayanan terhadap kebutuhan bagi wisatwan di daya Tarik wisata. 3). *The Tourist Attractions of the detination* yakni semua yang menjadi daya tarik sehingga wisatawan mau datang ke suatu daya Tarik wisata (Yoeti, 2005). Oliver mengatakan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kierja/hasil yang dirasakan dengan harapannya (Supranto, 2011). Umar mengatakan bahwa sangat besar kemungkinannya seorang pelanggan untuk menjadi pelanggan dalam waktu yang lama atau dengan kata lain menjadi pelanggan setia jika dia merasa puas dengan nilai yang didapatkan dan rasakan dari suatu produk barang atau jasa (Syahri et al., 2018). konsumen melakukan perbandingan antara kinerja suatu produk dengan apa yang menjadi ekspektasinya maka akan muncul rasa puas atau tidak dan inilah yang disebut dengan tingkat kepuasan konsumen. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi maka pelanggan akan tidak puas, dan sebaliknya (Kotler & Keller, 2013). Ungkapan rasa puas dan tidak disebut sebagai persepsi.

Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah kesesuaian antara spesifikasi dan hasil akhir produk di mata konsumen. Konsumen berhak menilai suatu produk setelah mencoba, mengkonsumsi, atau menggunakan suatu produk. Tingkat baik atau buruknya suatu produk inilah yang dikatakan

dengan kualitas. Menurut Kotler (2011:83) pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan meliputi sesuatu yang tidak bisa dimiliki dan hanya bisa dirasakan. Pelayanan merupakan nilai tambah serta parameter yang penting bagi konsumen. Selain kualitas produk, tingkat pelayanan yang tinggi dapat membuat konsumen melakukan pembelian ulang. Ini sangat penting bagi kelangsungan perusahaan.

Pelayanan Prima

Pelayanan prima merupakan terjemahan istilah “excellent service” yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik. (Bintoro, 2014)

1. Tujuan pelayanan prima

Tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus kepada pelanggan. Pelayanan prima dalam sector publik didasarkan pada aksioma “pelayanan adalah pemberdayaan”.

Pelayanan pada sector bisnis berorientasi profit, sedangkan pelayanan prima pada sector publik bertujuan memenuhi kebutuhan masyarakat secara sangat baik atau terbaik. Bagi perusahaan, pelayanan prima bertujuan terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Apabila pelayanan yang diberikan tidak memuaskan tentu saja mengecewakan pelanggannya.

2. Manfaat pelayanan prima

Pelayanan prima akan bermanfaat bagi upaya peningkatan Kualitas Pelayanan pemerintah kepada sebagai pelanggan dan sebagai acuan pengembangan penyusunan standar pelayanan. Penyedia layanan, pelanggan atau stakeholder dalam kegiatan pelayanan akan memiliki acuan tentang bentuk, alas an, waktu, tempat, dan proses pelayanan yang pelayanan prima

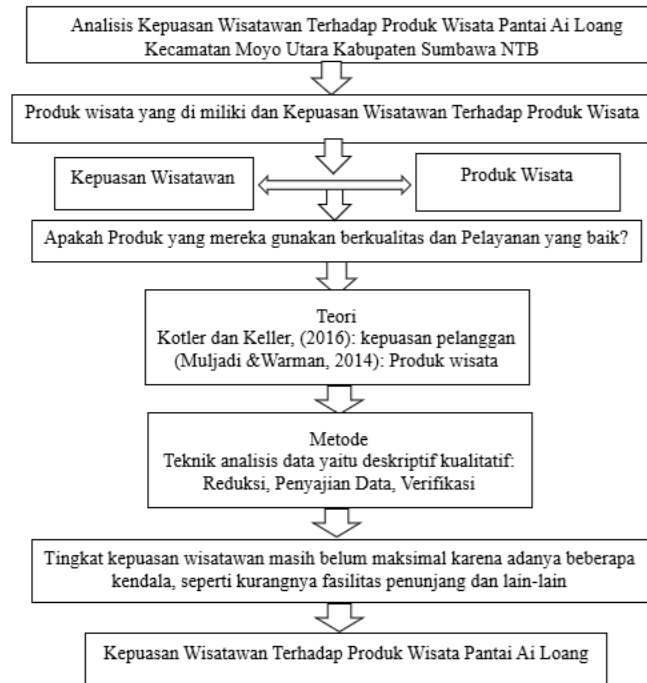
Fasilitas

Fasilitas pariwisata adalah semua jenis sarana yang secara khusus ditujukan untuk mendukung penciptaan kemudahan, kenyamanan, keselamatan wisatawan dalam melakukan kunjungan ke Destinasi Pariwisata. Menurut Spillane dalam (Marhanah & Wahadi, 2016) Fasilitas merupakan “sarana dan prasarana yang mendukung operasional objek wisata untuk mengakomodasi segala kebutuhan wisatawan, tidak secara langsung mendorong pertumbuhan tetapi berkembang pada saat yang sama atau sesudah atraksi berkembang”.

Menurut Tjiptono dalam (Erna Supriyanti, Moh Mukeri Warso, 2015) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang sangat penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung.

Kerangka Pemikiran

hubungan antara kepuasan wisatawan, produk wisata digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber : Diolah berdasarkan review penelitian terdahulu

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Pada penelitian ini jenis data yang dipakai adalah data kualitatif, yakni data diperoleh dari kesimpulan penelitian yang bersifat abstrak serta digambarkan dengan jelas melalui tulisan dengan tujuan supaya lebih mudah dimengerti oleh pembaca.

Pada penelitian yang dilakukan, penulis ikut terlibat ke lapangan (Field Research) secara langsung dengan tujuan untuk mencari informasi dan data di BPVP Lombok Timur secara langsung. Adapun tujuan kegiatan ini dilakukan ialah untuk mengumpulkan informasi dan data yang lebih relevan dengan masalah yang diteliti.

Pada penelitian ini metode yang digunakan ialah metode deskriptif yakni metode yang digunakan untuk memperoleh dan mengetahui suatu pengetahuan seluas-luasnya terhadap objek yang diteliti pada waktu tertentu. Sedangkan penelitian deskriptif merupakan penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan status dari sebuah variabel, gejala, tema atau keadaan yang ada.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang diambil oleh peneliti adalah di Pantai Ai Loang Kecamatan Moyo Utara Kabupaten Sumbawa NTB. Lokasi ini dijadikan sebagai lokasi penelitian dikarenakan di Pantai Ai Loang memiliki Produk wisata yang belum maksimal mulai dari Akomodasi yang sangat jauh dari Lokasi Pantai Ai Loang bahkan tidak terdapat akomodasi/penginapan yang dekat dengan lokasi wisata Ai Loang. Transportasi untuk publik masih belum ada menuju ke destinasi dan jarak yang jauh membutuhkan waktu kurang lebih sekitar 1,5 jam untuk bisa sampai ke lokasi wisata yang satu ini. Atraksi wisata masih minim meskipun pantai yang bagus

Informan

Menurut Meleong (2005) dalam (Ambari, 2019:32) *Informan* adalah orang yang dapat memberikan suatu informasi terkait dalam masalah yang diteliti seperti pelaksanaan, kondisi dan keadaan yang ada, serta juga dapat memberikan saran dan juga bukti kepada peneliti. Maka *informan* didalam sebuah penelitian sangatlah berperan dan dibutuhkan supaya mendapatkan hasil penelitian yang lebih valid. Pemilihan *informan* sangatlah berpengaruh dalam valid tidaknya suatu hasil penelitian. Dalam penentuan informan penelitian ini menggunakan Teknik *Purposive Sampling*. Teknik *Purposive Sampling* digunakan oleh peneliti untuk memilih *informan* dimana *informan* tersebut dipilih secara sengaja dengan adanya pertimbangan tertentu supaya data yang didapatkan nantinya dapat lebih *representatif*. Pada penelitian ini yang menjadi informan penelitian adalah semua pengelola di Pantai Ai Loang Kecamatan Moyo Utara Kabupaten Sumbawa NTB antara lain pemerintah desa 1 orang, pokdarwis 1 orang, masyarakat sekitar yang terlibat langsung dalam pengelolaan Pantai Ai Loang 5 orang dan wisatawan yang sedang berkunjung di Pantai Ai Loang 10 orang. Total Keseluruhan informan dalam penelitian ini sebanyak 17 orang

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara pengumpulan data yang dibutuhkan dalam menjawab rumusan masalah penelitian. Teknik pengumpulan data ketika menggunakan metode kualitatif ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara
2. Observasi
3. Dokumentasi

Teknik Analisis Data**1. Reduksi Data**

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstraksian dan pentransformasian data kasar dari lapangan. Proses ini berlangsung selama penelitian ini dilakukan, dari awal sampai akhir penelitian. Fungsinya untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi sehingga interpretasi bisa ditarik.

2. Penyajian Data

Adalah sekumpulan informasi yang tersusun dan memberi kemungkinan untuk menarik kesimpulan dan pengambilan suatu tindakan. Bentuk penyajiannya bisa berupa teks naratif, matriks, grafik, jaringan maupun bagan. Tujuan dari penyajian data ini adalah untuk memudahkan membaca serta menarik kesimpulan.

3. Menarik Kesimpulan atau Verifikasi

Menarik kesimpulan merupakan sebagian dari satu langkah dari konfigurasi yang utuh. Selama penelitian berlangsung kesimpulan juga dapat diverifikasi. Dalam langkah ini, peneliti menyusun rumusan proposisi yang berkenaan dengan prinsip logika, mengangkatnya sebagai temuan penelitian, langkah selanjutnya adalah dengan mengkaji secara berulang terhadap data yang telah diperoleh, penghimpunan data yang telah terbentuk, serta proposisi yang telah dirumuskan. Setelah itu memberikan laporan hasil penelitian lengkap, dengan temuan baru yang berbeda dari temuan yang sudah ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Pantai Ai Loang merupakan salah satu destinasi wisata pantai yang terletak di Kecamatan Moyo Utara, Kabupaten Sumbawa, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Pantai ini dikenal dengan keindahan pasir putih, kejernihan air laut, serta suasana yang relatif alami dan tenang. Sebagai salah satu daya tarik wisata yang memiliki potensi besar, pantai ini mulai dikembangkan untuk menarik kunjungan wisatawan lokal maupun mancanegara.



Gambar 2. Lokasi Penelitian

Sumber : *Google Maps*

Sebagian besar responden merupakan wisatawan domestik yang datang dari wilayah sekitar Kabupaten Sumbawa, seperti Kecamatan Sumbawa, Utan, dan Badas. Beberapa responden berasal dari luar daerah seperti Lombok dan Mataram, yang mengunjungi pantai ini karena rekomendasi dari teman atau media sosial. Usia responden bervariasi, mulai dari remaja (17 tahun) hingga dewasa (di atas 40 tahun). Latar belakang pekerjaan responden juga beragam, mulai dari pelajar, mahasiswa, guru, pegawai swasta, hingga pelaku UMKM.

Sebagian besar dari mereka mengunjungi Pantai Ai Loang untuk berlibur bersama keluarga atau teman, terutama pada akhir pekan dan hari libur. Frekuensi kunjungan mereka bervariasi, mulai dari kunjungan pertama hingga beberapa kali dalam setahun. Beberapa responden juga menyampaikan bahwa mereka tertarik mengunjungi kembali jika fasilitas ditingkatkan dan akses lebih diperbaiki.

Wawancara dilakukan secara santai dan terbuka, baik secara langsung di lokasi pantai maupun melalui komunikasi lanjutan. Para responden memberikan tanggapan yang jujur mengenai kesan mereka terhadap berbagai aspek produk wisata di Pantai Ai Loang, yang menjadi dasar utama dalam analisis kualitatif penelitian ini

Analisis Kepuasan Wisatawan terhadap Produk Wisata

Penilaian kepuasan wisatawan dilakukan dengan menggunakan skala Likert 5 poin terhadap beberapa dimensi produk wisata, yaitu:

1. Daya Tarik Alam
2. Kebersihan dan Keindahan

3. Fasilitas Wisata
4. Aksesibilitas
5. Pelayanan dan Informasi
6. Keamanan dan Kenyamanan
7. Harga dan Biaya

Daya Tarik Alam Pantai Ai Loang

Pantai Ai Loang merupakan salah satu objek wisata alam yang terletak di Kecamatan Moyo Utara, Kabupaten Sumbawa, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Keindahan alam pantai ini menjadi salah satu magnet utama yang menarik wisatawan untuk datang, baik dari wilayah lokal, domestik antarprovinsi, maupun mancanegara. Pantai ini memiliki ciri khas berupa garis pantai yang panjang, pasir putih yang halus, air laut yang jernih, dan pemandangan matahari terbenam yang memukau. Keaslian dan kealamian kawasan pantai masih sangat terjaga, menjadikannya destinasi ideal bagi wisatawan yang mencari suasana alam yang damai dan tenang.

Kebersihan dan Keindahan Lingkungan

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa wisatawan, kebersihan Pantai Ai Loang dinilai masih cukup baik, terutama di area dekat pintu masuk dan sekitar warung-warung makan. Seorang wisatawan asal Mataram menyampaikan bahwa pantai ini terlihat alami dan belum terlalu tercemar, namun ia mencatat masih terlihat beberapa sampah plastik di sela-sela pohon dan dekat tempat duduk. Hal serupa juga diungkapkan oleh wisatawan dari Jakarta yang datang bersama keluarganya. Ia merasa suasana pantai sangat menyenangkan, tetapi mengusulkan agar pengelola menyediakan lebih banyak tempat sampah dan papan imbauan menjaga kebersihan.

Fasilitas Wisata

Berdasarkan wawancara dengan beberapa wisatawan yang berkunjung ke Pantai Ai Loang, fasilitas wisata menjadi salah satu aspek yang banyak disoroti. Umumnya, para pengunjung merasa bahwa fasilitas yang tersedia masih sangat sederhana dan belum cukup mendukung kenyamanan berwisata, terutama untuk mereka yang datang dari luar daerah atau bersama keluarga.

Seorang wisatawan dari Sumbawa Besar menyampaikan bahwa pantai ini sangat indah, namun kurang didukung oleh fasilitas memadai. Ia mengatakan bahwa tidak ada cukup tempat berteduh, sehingga pengunjung harus mencari sendiri tempat di bawah pohon atau membawa tikar. Hal serupa juga diungkapkan oleh pengunjung dari Lombok yang datang bersama keluarganya. Ia berharap adanya gazebo atau pondok kecil yang bisa disewakan, sehingga mereka bisa bersantai tanpa khawatir terkena panas.

Selain itu, fasilitas toilet dan tempat bilas juga menjadi keluhan utama. Seorang pengunjung dari Jakarta menyampaikan bahwa ia kesulitan menemukan toilet yang bersih dan berfungsi dengan baik. Menurutnya, untuk tempat wisata seindah ini, seharusnya ada fasilitas sanitasi yang layak agar wisatawan merasa nyaman. Ia juga menambahkan bahwa setelah bermain air, ia harus menumpang di warung untuk membilas diri karena tidak tersedia fasilitas umum yang memadai.

Beberapa wisatawan juga menyampaikan ketiadaan papan informasi, tempat sampah, dan jalur pedestrian sebagai kekurangan. Salah satu wisatawan dari Bima menyebut bahwa ia sempat kesulitan mencari arah menuju pantai karena tidak ada petunjuk yang jelas, baik di jalan maupun di sekitar kawasan wisata. Ia juga mencatat bahwa warung-warung yang ada

sebaiknya ditata lebih rapi agar tidak mengganggu pemandangan.

Meskipun demikian, ada apresiasi terhadap keramahan pedagang lokal yang membuka warung makan. Seorang wisatawan dari Mataram mengatakan bahwa makanan yang dijual terjangkau dan cukup bervariasi, meskipun penyajiannya masih sangat sederhana.

Dari hasil wawancara ini, dapat disimpulkan bahwa fasilitas wisata di Pantai Ai Loang masih perlu banyak perbaikan. Pengunjung mengharapkan adanya peningkatan dalam hal kenyamanan, kebersihan, dan keteraturan fasilitas agar pengalaman berwisata menjadi lebih menyenangkan dan berkesan

Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan faktor penting yang menentukan kemudahan wisatawan dalam menjangkau destinasi wisata. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pengunjung Pantai Ai Loang, sebagian besar menyampaikan bahwa akses menuju lokasi cukup mudah, namun masih terdapat beberapa kendala yang perlu diperhatikan, khususnya terkait dengan infrastruktur penunjang dan informasi jalan.

Seorang wisatawan dari Kota Sumbawa mengungkapkan bahwa kondisi jalan menuju Pantai Ai Loang sudah beraspal dan bisa dilalui kendaraan roda dua maupun roda empat. Ia merasa perjalanan menuju lokasi tidak terlalu sulit, hanya saja minim petunjuk arah dari jalan utama. Menurutnya, pengunjung yang baru pertama kali datang akan sedikit kebingungan jika tidak menggunakan aplikasi peta digital seperti Google Maps.

Pelayanan dan Informasi

Pelayanan dan ketersediaan informasi menjadi aspek penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang memuaskan. Berdasarkan hasil wawancara dengan sejumlah pengunjung di Pantai Ai Loang, mayoritas wisatawan merasa bahwa pelayanan secara umum masih bersifat informal dan terbatas, sementara informasi wisata yang tersedia sangat minim, baik secara fisik di lokasi maupun dalam bentuk digital.

Seorang wisatawan asal Dompu menyampaikan bahwa ia merasa cukup nyaman dengan suasana pantai karena masyarakat sekitar bersikap ramah. Ia menceritakan bahwa ketika pertama tiba, ia sempat bertanya arah kepada warga dan mendapatkan petunjuk yang jelas. Ia juga menambahkan bahwa pedagang di sekitar pantai cukup membantu, terutama dalam memberikan informasi sederhana seperti lokasi toilet atau tempat terbaik untuk menikmati sunset.

Namun, wisatawan dari Surabaya yang baru pertama kali berkunjung menyampaikan keluhan bahwa tidak ada pos informasi atau petugas resmi yang bisa ditanya tentang fasilitas, jadwal acara, atau potensi aktivitas di pantai. Ia merasa sedikit kebingungan saat pertama datang karena tidak ada peta lokasi, brosur, atau papan informasi yang menjelaskan tata letak kawasan wisata. Menurutnya, destinasi yang memiliki potensi besar seperti Ai Loang seharusnya menyediakan media informasi yang mudah diakses pengunjung.

Keamanan dan Kenyamanan

Keamanan dan kenyamanan merupakan dua faktor penting yang sangat mempengaruhi kepuasan wisatawan dalam menikmati kunjungan di destinasi wisata. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa wisatawan yang berkunjung ke Pantai Ai Loang, secara umum mereka merasa aman dan nyaman selama berada di lokasi wisata ini. Namun, masih terdapat beberapa catatan yang menjadi perhatian, terutama dalam hal keamanan fasilitas dan kenyamanan pengunjung pada saat ramai.

Seorang wisatawan dari Kota Sumbawa menyampaikan bahwa suasana Pantai Ai Loang

relatif tenang dan aman. Ia merasa nyaman berjalan-jalan di sepanjang pantai tanpa merasa khawatir akan kehilangan barang atau mengalami gangguan. Ia juga menyebutkan bahwa masyarakat sekitar cukup bersahabat dan tidak menunjukkan sikap yang mengganggu pengunjung. Menurutnya, ini adalah nilai lebih dibanding beberapa pantai lain yang kadang terlalu ramai dan penuh pedagang asongan yang memaksa.

Harga dan Biaya

Aspek harga dan biaya merupakan salah satu pertimbangan utama bagi wisatawan dalam menentukan destinasi wisata yang akan dikunjungi. Dari hasil wawancara dengan sejumlah pengunjung Pantai Ai Loang, ditemukan bahwa secara umum mereka menilai bahwa biaya yang dikeluarkan untuk berwisata ke pantai ini tergolong terjangkau, bahkan sebagian besar menganggapnya sangat murah dibandingkan dengan pantai-pantai lain di Sumbawa maupun di wilayah NTB secara umum.

Beberapa wisatawan lokal, khususnya yang berasal dari sekitar Kecamatan Moyo Utara dan Sumbawa Besar, menyampaikan bahwa untuk memasuki kawasan Pantai Ai Loang mereka tidak dikenakan biaya tiket masuk. Ada beberapa warga yang berjaga di area parkir, namun pengunjung hanya memberikan sumbangan sukarela. Seorang wisatawan dari Desa Moyo menyebutkan bahwa dirinya cukup memberikan uang parkir seikhlasnya, dan itu pun tidak diwajibkan. Ia merasa hal ini menjadi nilai tambah karena membuat pantai lebih inklusif bagi semua kalangan, termasuk masyarakat lokal.

Pembahasan

Pemuan penelitian ini menemukan bahwa kepuasan wisatawan dapat di maksimalkan dengan memperhatikan kualitas produk sehingga wisatawan akan melakukan kunjungan Kembali atau menggunakan produk wisata secara berulang, sejalan dengan teori suwarsito dan sabeli aliya tahun 2020

Penelitian ini menunjukkan bahwa beberapa wisatawan yang diwawancarai sebanyak 10 orang secara umum kurang puas terhadap pengalaman berkunjung ke Pantai Ai Loang, khususnya dalam berbagai aspek yang mendukung pariwisata di Pantai Ai Loang seperti ketersediaan fasilitas dasar (toilet, tempat sampah), informasi wisata, dan penerangan di akses jalan menuju lokasi. Namun wisatawan sangat menikmati daya tarik alam, kenyamanan, dan biaya yang terjangkau.

Temuan penelitian ini memberikan gambaran bahwa masyarakat lokal memiliki peran penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang positif di Pantai Ai Loang. Keramahan warga, kehadiran pedagang lokal, serta keterlibatan mereka dalam membantu wisatawan saat dibutuhkan menjadi poin kekuatan destinasi ini. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat adalah bagian integral dari sistem pelayanan wisata, meskipun belum terorganisasi secara formal.

Implikasi bagi masyarakat lokal adalah pentingnya peningkatan kapasitas dalam hal pelayanan wisata, kebersihan lingkungan, serta penyediaan informasi sederhana yang dibutuhkan pengunjung. Melalui pelatihan atau pendampingan, masyarakat dapat lebih aktif dalam mengelola pantai secara kolektif melalui kelompok sadar wisata (Pokdarwis). Keterlibatan ini tidak hanya meningkatkan kualitas layanan, tetapi juga membuka peluang ekonomi baru, seperti jasa pemandu lokal, penyewaan peralatan, dan produk kuliner khas yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik tambahan dan juga akademisi dapat menjadikan hasil ini sebagai referensi untuk memperkaya literatur pariwisata lokal, serta sebagai pijakan untuk penelitian lanjutan yang lebih mendalam, seperti analisis perilaku

wisatawan, potensi pengembangan ekonomi kreatif berbasis wisata, atau studi dampak sosial budaya terhadap masyarakat sekitar. Selain itu, pendekatan partisipatif yang digunakan dalam pengumpulan data melalui wawancara langsung bisa menjadi contoh metodologi kualitatif yang relevan dalam memahami dinamika sosial di destinasi wisata.

Penelitian ini juga mendorong kolaborasi lintas sektor antara akademisi, pemerintah, dan masyarakat dalam merancang strategi pengembangan wisata yang berkelanjutan dan berbasis potensi lokal

Strategi Peningkatan Kepuasan Wisatawan

Pantai Ai Loang memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata alam unggulan di Kabupaten Sumbawa. Keindahan panorama laut, kebersihan pantai yang relatif terjaga, dan keramahan masyarakat lokal menjadi daya tarik utama yang diapresiasi oleh para wisatawan. Namun demikian, untuk meningkatkan kepuasan wisatawan secara menyeluruh dan berkelanjutan, diperlukan strategi yang terstruktur dan kolaboratif, yang melibatkan pengelola, pemerintah daerah, masyarakat lokal, serta pemangku kepentingan lainnya.

Berikut adalah strategi peningkatan kepuasan wisatawan yang dapat diimplementasikan di Pantai Ai Loang:

1) Penguatan Tata Kelola Destinasi Berbasis Masyarakat

Salah satu langkah utama yang perlu dilakukan adalah membentuk kelembagaan lokal yang mengelola pantai secara kolektif, misalnya melalui Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Kelompok ini menjadi ujung tombak dalam pelaksanaan kebijakan lokal di lapangan, baik dalam hal pelayanan, promosi, pengelolaan fasilitas, hingga pengawasan lingkungan.

Wawancara dengan masyarakat menunjukkan bahwa mereka bersedia terlibat secara aktif jika ada wadah yang jelas dan terorganisir. Keterlibatan masyarakat tidak hanya akan meningkatkan rasa memiliki terhadap pantai, tetapi juga memperkuat partisipasi mereka dalam menjaga kualitas layanan wisata.

Kepuasan wisatawan sangat bergantung pada ketersediaan fasilitas yang memadai. Hasil wawancara mengungkapkan bahwa beberapa fasilitas masih belum optimal, seperti toilet umum, tempat sampah, tempat duduk, serta akses air bersih.

Strategi yang dapat dilakukan adalah:

- a. Menyediakan toilet bersih dan terawat, dengan sistem pengelolaan berbasis kontribusi sukarela dari wisatawan.
- b. Menambah tempat sampah di area strategis dengan edukasi kebersihan melalui papan informasi yang menarik.
- c. Membangun gazebo atau tempat duduk sederhana yang dapat digunakan wisatawan untuk beristirahat.
- d. Menyediakan jalur pejalan kaki dari area parkir ke bibir pantai agar akses menjadi lebih nyaman.

Pemerintah daerah dapat mendukung dengan mengalokasikan dana CSR atau dana desa untuk membangun dan merawat fasilitas ini.

3. Perbaikan Aksesibilitas dan Sarana Transportasi

Beberapa wisatawan mengeluhkan akses menuju Pantai Ai Loang yang masih kurang ditunjang oleh jalan yang mulus dan petunjuk arah yang jelas. Selain itu, belum tersedia transportasi umum yang langsung menuju lokasi.

- a) Langkah strategis yang dapat diambil:

b) Memperbaiki jalan akses menuju pantai, setidaknya dilakukan pengerasan atau pengaspalan ringan.

c) Menambah rambu-rambu penunjuk arah menuju lokasi dari jalan utama.

d) Mengembangkan kerja sama dengan ojek lokal atau layanan transportasi daring untuk menyediakan paket wisata murah ke Pantai Ai Loang.

Dengan akses yang baik, waktu dan biaya tempuh wisatawan bisa lebih efisien, yang pada akhirnya meningkatkan pengalaman dan kepuasan mereka.

4. Penguatan Pelayanan Informasi Wisata

Hasil wawancara mengindikasikan bahwa wisatawan sering kali kesulitan mendapatkan informasi mengenai pantai ini, baik tentang lokasi, fasilitas, sejarah lokal, maupun aturan yang berlaku. Ketidaktahuan ini dapat menurunkan tingkat kenyamanan dan memunculkan kesalahpahaman.

Strategi peningkatan pelayanan informasi meliputi:

a) Pembuatan papan informasi permanen di area masuk pantai yang berisi peta lokasi, tata tertib, dan kontak darurat.

b) Pelatihan masyarakat lokal untuk menjadi pemandu wisata informal yang bisa menjelaskan cerita lokal dan sejarah pantai.

c) Pemanfaatan media digital, seperti membuat akun media sosial resmi Pantai Ai Loang, website sederhana, atau kolaborasi dengan blogger lokal untuk mempromosikan dan memberi informasi secara berkala.

Informasi yang jelas dan mudah diakses sangat membantu wisatawan merasa aman, nyaman, dan dihargai.

5. Menjaga Keamanan dan Kenyamanan Wisatawan

Keamanan merupakan aspek yang sangat penting dalam menentukan tingkat kepuasan wisatawan. Dari hasil wawancara, sebagian besar pengunjung merasa aman di Pantai Ai Loang karena suasananya tenang dan masyarakat lokal bersikap ramah. Namun demikian, belum ada sistem keamanan formal di lokasi, seperti petugas penjaga pantai atau sistem pertolongan pertama.

Langkah-langkah yang dapat dilakukan:

a) Membentuk relawan keamanan pantai dari unsur masyarakat setempat yang dilatih untuk siaga dalam kondisi darurat.

b) Menyediakan kotak P3K dan pos jaga sederhana di lokasi wisata.

c) Menyusun prosedur tanggap darurat dan sosialisasi kepada pengunjung tentang jalur evakuasi jika terjadi situasi darurat alam.

Menjaga rasa aman tidak selalu memerlukan biaya besar, tetapi sangat berdampak pada persepsi positif pengunjung terhadap destinasi.

6. Penataan Harga dan Biaya secara Transparan

Banyak wisatawan menyukai Pantai Ai Loang karena tidak adanya pungutan resmi, namun mereka juga merasa bingung karena tidak ada kejelasan mengenai tarif atau donasi. Untuk itu, strategi berikut bisa diterapkan:

a) Membuat sistem donasi sukarela dengan papan informasi yang menunjukkan bahwa dana digunakan untuk kebersihan dan perawatan fasilitas.

b) Menyediakan kotak donasi transparan yang dikelola bersama antara masyarakat dan pengelola.

c) Jika di kemudian hari ada penetapan tiket masuk, pastikan harganya wajar dan hasilnya dipertanggungjawabkan secara terbuka.

7. Pelatihan Sumber Daya Manusia

Agar masyarakat dapat berperan lebih aktif dan profesional dalam pengelolaan destinasi, perlu dilakukan pelatihan-pelatihan keterampilan, seperti:

- a) Pelatihan pelayanan wisata (hospitality), seperti menyambut tamu, bahasa asing dasar, dan penanganan komplain.
- b) Pelatihan pengelolaan usaha wisata, seperti kuliner, kerajinan tangan, atau penyewaan alat pantai.
- c) Pelatihan pengelolaan sampah dan kebersihan, agar lingkungan tetap terjaga.

8. Promosi dan Branding Destinasi

Strategi terakhir namun tak kalah penting adalah memperkuat promosi Pantai Ai Loang. Beberapa wisatawan menyatakan bahwa mereka mengetahui pantai ini hanya dari mulut ke mulut atau postingan teman di media sosial.

Langkah-langkah promosi yang dapat diterapkan:

- a) Menggandeng komunitas fotografi dan travel influencer lokal untuk membuat konten menarik tentang pantai.
- b) Mengadakan event budaya atau festival lokal tahunan yang dapat menarik wisatawan lebih banyak.
- c) Mendesain logo dan slogan khas Pantai Ai Loang, sebagai bagian dari strategi branding destinasi.

Strategi peningkatan kepuasan wisatawan di Pantai Ai Loang harus dilakukan secara bertahap, kolaboratif, dan berkelanjutan. Pendekatan yang berbasis pada kebutuhan wisatawan serta pemberdayaan masyarakat lokal akan menjadikan destinasi ini tidak hanya menarik, tetapi juga berdaya saing dan inklusif. Dengan komitmen bersama antara pengelola, pemerintah, masyarakat, dan akademisi, Pantai Ai Loang dapat tumbuh menjadi ikon wisata pesisir Sumbawa yang unggul dan berwawasan lingkungan

KESIMPULAN

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Produk wisata yang tersedia di Pantai Ai Loang antara lain:
 - a. Alam alami & suasana tenang: Pasir putih, air jernih, batu besar unik, lingkungan asri
 - b. Wisata keluarga & anak-anak: Spot berenang hati, playground, area outbound, gazebo, warung, fasilitas lengkap
 - c. Aktivitas air: Berenang aman, snorkeling, diving di sekitar Tanjung atau Pulau Moyo
 - d. Spot foto & sunset: Sunset eksotis, karang ekspos saat surut jadi latar foto natural
 - e. Wisata edukasi & lingkungan: Panduan masyarakat lokal dan program pelestarian ekosistem pantai
2. Wisatawan kurang puas terhadap pengalaman berkunjung ke Pantai Ai Loang, khususnya dalam berbagai aspek yang mendukung pariwisata di Pantai Ai Loang seperti ketersediaan fasilitas dasar (toilet, tempat sampah), informasi wisata, dan penerangan di akses jalan menuju lokasi. Namun wisatawan sangat menikmati daya tarik alam, kenyamanan, dan biaya yang terjangkau.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan temuan di lapangan, berikut beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh pihak terkait untuk meningkatkan kepuasan wisatawan dan mendukung pengembangan Pantai Ai Loang sebagai destinasi wisata unggulan:

1. Ditujukan kepada pemerintah daerah dan pengelola daerah
Peningkatan Sarana dan Prasarana Wisata oleh Pemerintah daerah dan pengelola wisata perlu melakukan perbaikan dan pembangunan fasilitas dasar seperti toilet umum, tempat duduk, tempat sampah, dan penerangan di area pantai. Fasilitas ini merupakan kebutuhan utama wisatawan yang berpengaruh langsung terhadap kenyamanan dan kepuasan mereka.
2. Ditujukan kepada pengelola tempat wisata
Pengelola pantai ai loang diharapkan dapat meningkatkan Kembali produk yang disediakan di tempat wisata agar wisatawan yang berkunjung puas akan produk yang di dapatkan di tempat wisata, selain itu, optimalkan media sosial dan penyediaan informasi daring yang lengkap agar tempat wisata lebih mudah di akses.
3. Ditujukan kepada masyarakat lokal
Pemberdayaan Masyarakat Lokal dalam Pengembangan Sistem Manajemen Pengelolaan disarankan untuk membentuk struktur pengelolaan wisata yang lebih formal dengan melibatkan pihak desa, pemuda lokal, Manajemen yang baik akan mendorong keberlanjutan dan kepercayaan wisatawan. Keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan wisata perlu terus diperkuat melalui pelatihan tentang hospitality, kebersihan, serta pemasaran produk lokal. Masyarakat dapat mengambil peran sebagai pemandu, penjaja kuliner khas, atau penyedia jasa transportasi lokal

Dengan implementasi saran-saran di atas, diharapkan Pantai Ai Loang dapat menjadi destinasi yang tidak hanya indah secara alamiah, tetapi juga unggul dari sisi layanan, informasi, dan kenyamanan bagi wisatawan. Hal ini tentu akan berdampak positif bagi peningkatan ekonomi lokal dan penguatan identitas pariwisata daerah

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A.Yoeti, Oka. 2005. *Perencanaan Strategi Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: PT. Pradnya ParamitaZeithaml dan Bitner (2013)
- [2] Abdulhaji & Yusuf. (2016). The Effect of Video Advertisement by Beauty Vlogger on Buying Intention. *International Journal of Accounting, Finance, and Economics*, 1(1), 18-23.
- [3] Adya dan Atep (2009). *Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan, Jumlah Umkm, Dan Atraksi Wisata Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Di Sekitar Obyek Wisata (Studi Pada Perayaan Larung Sesaji Telaga Sarangan Kabupaten Magetan)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- [4] Bintoro, M., & Zuhro, S. (2014). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 3(1), 1-17.
- [5] Budiman Marpaung. 2019. *Regresi Dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Danisa Media.
- [6] Donald R. Cooper/Pamela S.Schindler, (2006). Pengaruh FASILITAS, kualitas layanan, dan citra merek terhadap minat beli ulang di restoran XYZ surabaya dengan kepuasan Wisatawan sebagai mediator. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 8(2).
- [7] Erna Supriyanti, Moh Mukeri Warso, (2015). *Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Islami terhadap Minat Beli Produk Punkpink's Secara Online* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- [8] Ferdinand (2006) *Pengaruh Objek Wisata Puncak Pelita Terhadap Kehidupan Ekonomi Masyarakat Desa Kertamukti Kecamatan Ciawi Kabupaten Tasikmalaya 2015-2019*. Sarjana thesis, Universitas Siliwangi.
- [9] Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro. Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 490.
- [10] Handayani et al., (2019). Industri Pariwisata dan Pembangunan Nasional. *Among Makarti*, 3(1).
- [11] Kotler, P., & Keller, K. L. (2011). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, Jakarta: PT. Indek Kelompok Gramedia.
- [12] Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *A framework for marketing management*. Prentice Hall.
- [13] Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A framework for marketing management*. Prentice Hall.
- [14] Kuncoro, M (2013). *Travel & Tour Asas-Metode-Teknik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [15] Lupiyoadi, I. (2015). *Statistik itu mudah: menggunakan SPSS sebagai alat bantu statistik*.
- [16] Madafuri, D. (2016). *Dampak Pariwisata Religi Kawasan Masjid Sunan Kudus*.
- [17] Marhanah & Wahadi. (2016) *Panduan Dasar Pelaksanaan Ekowisata*. Jakarta: Unesco Office.
- [18] Muljadi, K., & Waeman, S. (2014). *Panduan Dasar Pelaksanaan Ekowisata*. Jakarta: Unesco Office.
- [19] Middleton. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Implikasinya terhadap Minat Pembelian Ulang Taman Kuliner Kumkum. *Indikator*, 3(2), 353557.
- [20] Parasuraman Y. (2013). *Pengantar ilmu pariwisata*. Bandung: Angkasa, 197.

- [21] Purnomo, N. N., & Hotchkiss, J. H. (2012). *Food science*. Springer Science & Business Media.
- [22] Rangkuti. (2013). Perkembangan pariwisata dalam perspektif pemasaran. *Surabaya: Bitread Publishing Yan Hanif Jawangga (2019). Dasar Dasar Manajemen. Klaten: Cempaka Putih.*
- [23] Rossadi & Widayati N. S. (2023). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Shopee Pada Jasa Pengiriman Barang Sicepat Halu Di Jakarta* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIE) Jakarta).
- [24] Puspita, M.P dan Santoso, S. (2018). *Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Deepublish.
- [25] Sangadji J. J. dan Sopiah (2014). *Pariwisata Indonesia: siasat ekonomi dan rekayasa kebudayaan* (Vol. 5). Kanisius.
- [26] Sekaran (2012). Aplikasi SPSS pada statistik multivariat. *Jakarta: Elex Media Komputindo, 219, 255.*
- [27] Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.
- [28] Saprina P Et al (2014). Metode penelitian kombinasi (mixed methods). *Bandung: Alfabeta, 28(1), 12.*
- [29] Sireger (2019). metode penelitian pendidikan (kuantitatif, kualitatif, kombinasi, R&D dan penelitian pendidikan). *Metode Penelitian Pendidikan, 67.*
- [30] Sugiyono, P. D. (2017). Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif. *Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D.*
- [31] Sunarni, V. W. (2012). Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi Cetakan Pertama. *Yogyakarta Pustaka Baru.*
- [32] Suwarsito, N. C., Chandra, V. J., & Sabeli, H. (2020). Pengaruh Fasilitas, Higienitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Wisatawan Sebagai Mediator Di Restoran Dapur Terbuka Di Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa, 8(2).*
- [33] Syahri, D., & Si, M. (2018). Kewirausahaan: Pedoman Praktis (Kiat dan proses menuju sukses). *Jakarta: Salemba Empat.*
- [34] Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). Pemasaran Strategik, Edisi 2, Yogyakarta, CV. *Andi offset.*
- [35] Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa–Prinsip. *Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.*