KAMPUS AKADEMIK PUBLISING
Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JEMBA)
Vol.3, No.5 September 2026
e-ISSN: 3047-6240, p-ISSN : 3047-6232, Hal 231-241
DOI : https://doi.org/10.61722/jemba.v3i5.3070

PENGARUH INOVASI ENTREPRENEURSHIP DAN PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI WISATA ALAM OASIS SUKABUMI

Sindi Yudiati[1*], Wawat Setiawati[2]

[1]Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Bisnis, Universitas Wanita Internasional, Bandung, Jawa Barat, Indonesia.

[2]Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Bisnis, Universitas Wanita Internasional, Bandung, Jawa Barat, Indonesia.

*Penulis Korespondensi: sindiyudiati@gmail.com

Abstract. *Tourism destinations in Sukabumi Regency face fluctuating visitor numbers and recurring online complaints about weak staff friendliness and slow service response, raising concern about how well entrepreneurial innovation and excellent service are implemented at newly established attractions. This study examines the partial and simultaneous effect of Entrepreneurship Innovation (X1) and Excellent Service (X2) on Visitor Satisfaction (Y) at Wisata Alam Oasis Sukabumi. A quantitative survey method was used, with questionnaires distributed to 100 visitors selected through the Slovin formula from a population of 8,620 monthly visitors. Data were analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression with SPSS. The results show that Entrepreneurship Innovation and Excellent Service each have a positive and significant partial effect on Visitor Satisfaction, and jointly produce a significant simultaneous effect, with the regression equation Y = 2.733 + 0.593X1 + 0.913X2. The coefficient of determination (R Square) of 0.707 indicates that both independent variables explain 70.7% of the variation in Visitor Satisfaction, while the remaining 29.3% is explained by other factors outside this model. Excellent Service shows a stronger influence than Entrepreneurship Innovation, indicating that visitors respond more strongly to direct service quality than to product-based innovation. These findings imply that managers of Wisata Alam Oasis Sukabumi should prioritize adding interactive activities and strengthening staff responsiveness in handling visitor complaints to sustain and improve visitor satisfaction over time.*

Keywords: *entrepreneurship innovation; excellent service; Sukabumi; tourist satisfaction; Wisata Alam Oasis*

Abstrak. Destinasi wisata di Kabupaten Sukabumi menghadapi ketidakstabilan jumlah kunjungan serta keluhan berulang di media sosial mengenai kurangnya keramahan dan lambatnya respons staf, sehingga menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana inovasi entrepreneurship dan pelayanan prima telah diterapkan pada objek wisata yang baru berdiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Inovasi Entrepreneurship (X1) dan Pelayanan Prima (X2) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) di Wisata Alam Oasis Sukabumi, baik secara parsial maupun simultan. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang ditentukan melalui rumus Slovin dari populasi sebanyak 8.620 pengunjung. Data dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Inovasi Entrepreneurship dan Pelayanan Prima masing-masing berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pengunjung, serta berpengaruh signifikan secara simultan, dengan persamaan regresi Y = 2,733 + 0,593X1 + 0,913X2. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,707 menunjukkan bahwa kedua variabel bebas mampu menjelaskan 70,7% variasi Kepuasan Pengunjung, sedangkan sisanya sebesar 29,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Pelayanan Prima menunjukkan pengaruh yang lebih besar dibandingkan Inovasi Entrepreneurship, yang mengindikasikan bahwa pengunjung merespons lebih kuat terhadap kualitas interaksi layanan secara langsung dibandingkan inovasi berbasis produk. Penelitian ini merekomendasikan agar pengelola Wisata Alam Oasis Sukabumi menambah variasi aktivitas

Naskah Masuk: 19 Agustus 2026; Revisi: 19 Agustus 2026; Diterima: 19 Agustus 2026; ; Terbit: 19 Agustus 2026.

interaktif serta meningkatkan responsivitas staf dalam menangani keluhan pengunjung guna mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pengunjung secara berkelanjutan.

Kata kunci: Inovasi Entrepreneurship; Kepuasan Pengunjung; Pelayanan Prima; Sukabumi; Wisata Alam Oasis

1. LATAR BELAKANG

Sektor pariwisata terus mengalami perkembangan signifikan dan menjadi salah satu andalan perekonomian di berbagai daerah, termasuk di Provinsi Jawa Barat. Kabupaten Sukabumi merupakan salah satu wilayah di Jawa Barat dengan potensi wisata alam, budaya, dan buatan yang besar, ditunjang lokasi geografis strategis dan kekayaan sumber daya alam. Namun demikian, data kunjungan wisatawan ke Kabupaten Sukabumi periode 2019-2023 menunjukkan fluktuasi yang tajam, dari 164.233 kunjungan pada 2019, sempat lumpuh total akibat pandemi COVID-19 pada 2020, melonjak hingga 5.542.841 kunjungan pada 2022, kemudian menurun menjadi 2.767.167 kunjungan pada 2023. Ketidakstabilan ini mengindikasikan bahwa destinasi wisata di Kabupaten Sukabumi masih menghadapi tantangan dalam mempertahankan dan meningkatkan jumlah kunjungan secara konsisten, termasuk akibat persaingan antar-destinasi yang semakin ketat serta promosi yang belum optimal.

Wisata Alam Oasis Sukabumi merupakan destinasi wisata buatan bertema Eropa yang berdiri sejak tahun 2023 di Desa Sukajaya, Kecamatan Cikole, dengan tarif masuk yang relatif terjangkau dibandingkan objek wisata buatan sejenis di Kabupaten Sukabumi. Tarif yang terjangkau tidak serta-merta menjamin keberlangsungan usaha wisata dalam jangka panjang. Ulasan pengunjung di Google Maps menunjukkan keluhan berulang mengenai kurangnya keramahan dan lambatnya respons staf, larangan membawa makanan dari luar yang tidak sebanding dengan harga makanan di dalam area wisata, kondisi area yang panas dan gersang, serta lahan parkir yang sempit. Dari sisi inovasi, atraksi dan wahana yang tersedia belum banyak berkembang sejak pembukaan, dan konsep bertema Eropa masih terbatas pada spot foto statis tanpa aktivitas interaktif, sementara promosi melalui media sosial dan platform digital juga dinilai belum optimal.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara ekspektasi pengunjung dan kenyataan di lapangan, baik dari sisi inovasi kewirausahaan maupun standar pelayanan yang diberikan pengelola. Padahal, dalam industri pariwisata, kepuasan

pengunjung merupakan faktor penentu utama dalam mempertahankan dan meningkatkan jumlah kunjungan secara berkelanjutan. Inovasi entrepreneurship dipilih karena destinasi wisata membutuhkan lebih dari sekadar perubahan fasilitas, yaitu penerapan jiwa kewirausahaan yang adaptif untuk menciptakan nilai tambah. Pelayanan prima dipilih karena sepadan dengan konsep tematik internasional yang diusung Wisata Alam Oasis, sehingga standar layanan yang diberikan idealnya turut mencerminkan kualitas berkelas dunia, dan hasil observasi awal di lapangan turut menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran dan sumber daya manusia di Wisata Alam Oasis Sukabumi masih perlu diperkuat.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Inovasi Entrepreneurship dan Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Pengunjung di Wisata Alam Oasis Sukabumi, baik secara parsial maupun simultan, sehingga dapat memberikan rekomendasi bagi pengelola dalam meningkatkan kepuasan pengunjung secara berkelanjutan.

2. KAJIAN TEORITIS

Penelitian ini dilandasi oleh tiga tingkatan teori. Grand theory yang digunakan adalah administrasi bisnis, yang dipahami sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan aktivitas usaha untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien (Setiawan et al., 2024; Raymond et al., 2024). Dalam konteks pariwisata, administrasi bisnis berkaitan dengan cara pengelola Wisata Alam Oasis Sukabumi menerapkan inovasi dan pelayanan prima guna meningkatkan kepuasan pengunjung. Middle theory yang digunakan adalah perilaku konsumen, yaitu studi mengenai cara individu memilih, membeli, menggunakan, serta mengevaluasi produk, layanan, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler, Keller, & Chernev, 2022), yang di sektor pariwisata tercermin dari penilaian pengunjung terhadap pelayanan dan pengalaman berwisata yang mereka terima.

Applied theory dalam penelitian ini terdiri atas tiga variabel. Inovasi Entrepreneurship (X1) mengacu pada konsep destruksi kreatif Schumpeter (1934) dalam Śledzik (2013), yang memandang inovasi sebagai kombinasi baru dari sumber daya yang ada untuk menciptakan nilai tambah, diukur melalui dimensi inovasi produk wisata, inovasi pengalaman wisata, dan inovasi pemanfaatan teknologi. Pelayanan Prima (X2)

mengacu pada kerangka 6A dari Barata (2003), yang mencakup Ability (kemampuan), Attitude (sikap), Appearance (penampilan), Attention (perhatian), Action (tindakan), dan Accountability (tanggung jawab). Kepuasan Pengunjung (Y) mengacu pada Expectancy Disconfirmation Theory dari Oliver (1980) sebagaimana dikutip dalam Kotler dan Keller (2022), yang menjelaskan kepuasan sebagai hasil perbandingan antara ekspektasi dan kinerja yang dirasakan, diukur melalui kesesuaian harapan, kepuasan terhadap pelayanan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan, dan pengalaman wisata yang memuaskan.

Beberapa penelitian terdahulu mendukung keterkaitan antar-variabel tersebut. Miftahudin (2025) menemukan bahwa inovasi produk wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di destinasi Pantai Taman Impian Jaya Ancol. Guritno et al. (2023) serta Firdausi et al. (2025) menunjukkan bahwa pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada berbagai objek wisata. Syara dan Handayani (2020) mengonfirmasi bahwa keenam dimensi pelayanan prima berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Cheng et al. (2021) menegaskan bahwa inovasi layanan berperan penting dalam membangun hubungan berkelanjutan dengan wisatawan. Berdasarkan kajian teoritis dan penelitian terdahulu tersebut, hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: (H1) Inovasi Entrepreneurship berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung; (H2) Pelayanan Prima berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung; (H3) Inovasi Entrepreneurship dan Pelayanan Prima secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung di Wisata Alam Oasis Sukabumi.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei (Sugiyono, 2020). Objek penelitian adalah Inovasi Entrepreneurship (X1) dan Pelayanan Prima (X2) sebagai variabel bebas, serta Kepuasan Pengunjung (Y) sebagai variabel terikat, dengan subjek penelitian pengunjung Wisata Alam Oasis Sukabumi yang berlokasi di Desa Sukajaya, Kecamatan Cikole, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat. Populasi penelitian berjumlah 8.620 pengunjung berdasarkan data kunjungan bulan Desember 2025. Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat toleransi kesalahan 10%, sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 responden yang

pernah mengunjungi Wisata Alam Oasis Sukabumi. Pengambilan sampel dilakukan secara langsung di lokasi wisata melalui pengisian kuesioner berbasis Google Form.

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert 1-5, observasi, dan wawancara terstruktur dengan staf serta pengelola, sedangkan data sekunder diperoleh dari jurnal, buku, dan data statistik yang relevan. Instrumen penelitian terdiri atas 9 item Inovasi Entrepreneurship, 12 item Pelayanan Prima, dan 14 item Kepuasan Pengunjung, yang disusun berdasarkan operasionalisasi masing-masing dimensi teori. Uji validitas menggunakan teknik korelasi Pearson dengan nilai r-tabel 0,197 (n=100), sedangkan uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha dengan ambang batas 0,7 (Ghozali, 2021).

Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS, yang sebelumnya melalui uji asumsi klasik meliputi uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov), uji multikolinearitas (nilai Tolerance dan VIF), uji heteroskedastisitas (grafik scatterplot), dan uji autokorelasi (Durbin-Watson). Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t (parsial) dan uji F (simultan) pada taraf signifikansi 5%, serta uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data dilaksanakan di lokasi Wisata Alam Oasis Sukabumi terhadap 100 pengunjung yang pernah berkunjung ke destinasi tersebut, dengan seluruh kuesioner (100%) dinyatakan layak untuk dianalisis lebih lanjut.

A. Karakteristik Responden

Karakteristik responden menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung Wisata Alam Oasis Sukabumi berjenis kelamin perempuan (67%) dibandingkan laki-laki (33%), didominasi kelompok usia 17-25 tahun (84%), serta didominasi oleh pelajar/mahasiswa (50%). Seluruh responden (100%) menyatakan pernah berkunjung ke Wisata Alam Oasis Sukabumi, sehingga penilaian yang diberikan didasarkan pada pengalaman nyata.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Kategori	Kelompok	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Perempuan	67	67%
	Laki-laki	33	33%
Usia	17-25 tahun	84	84%
	26-35 tahun	11	11%
	36-45 tahun	2	2%
	> 46 tahun	3	3%
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	50	50%
	Lainnya	24	24%
	Pegawai Swasta	16	16%
	Wirausaha/Pedagang	8	8%
	ASN	2	2%

Sumber: Data diolah peneliti (2026).

Dominasi responden perempuan dan kelompok usia muda mengindikasikan bahwa pengunjung Wisata Alam Oasis Sukabumi didominasi oleh generasi yang cenderung lebih terbuka terhadap inovasi kreatif, seperti spot foto yang menarik untuk dibagikan di media sosial, namun tetap sensitif terhadap kualitas interaksi layanan yang diterima selama berkunjung.

B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Seluruh butir pernyataan pada ketiga variabel dinyatakan valid, dengan nilai r-hitung berada di atas nilai r-tabel sebesar 0,197 (n=100). Nilai r-hitung untuk Inovasi Entrepreneurship berkisar antara 0,561-0,699, Pelayanan Prima antara 0,516-0,659, dan Kepuasan Pengunjung antara 0,647-0,801. Hasil uji reliabilitas turut menunjukkan bahwa seluruh instrumen bersifat reliabel dan konsisten.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Inovasi Entrepreneurship (X1)	0,815	Reliabel
Pelayanan Prima (X2)	0,902	Reliabel
Kepuasan Pengunjung (Y)	0,933	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS (2026).

C. Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,159 (> 0,05), yang berarti data residual berdistribusi normal. Uji multikolinearitas menunjukkan nilai Tolerance 0,409 dan VIF 2,443 untuk kedua variabel bebas, yang berada dalam batas yang disyaratkan (Tolerance > 0,10 dan VIF < 10), sehingga tidak terjadi multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas melalui grafik scatterplot menunjukkan sebaran titik yang merata di sekitar angka nol tanpa membentuk pola tertentu, yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji autokorelasi dengan Durbin-Watson menghasilkan nilai 2,347, yang berada dalam rentang bebas autokorelasi. Dengan demikian, model regresi telah memenuhi seluruh asumsi klasik dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

D. Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji t

Model	B	t hitung	Sig.	Keterangan
Konstanta	2,733	-	-	-
Inovasi Entrepreneurship (X1)	0,593	2,113	0,037	Signifikan
Pelayanan Prima (X2)	0,913	8,063	0,000	Signifikan

Sumber: Data diolah SPSS (2026).

Hasil analisis regresi linier berganda menghasilkan persamaan Y = 2,733 + 0,593X1 + 0,913X2. Nilai konstanta sebesar 2,733 menunjukkan bahwa tanpa adanya Inovasi Entrepreneurship dan Pelayanan Prima, kepuasan pengunjung diprediksi berada pada angka tersebut, yang mengindikasikan adanya faktor lain di luar model yang turut memengaruhi kepuasan pengunjung.

Hasil uji t menunjukkan bahwa Inovasi Entrepreneurship (X1) memiliki nilai t-hitung 2,113 dengan signifikansi 0,037 (< 0,05), sehingga H0 ditolak dan Ha diterima; Inovasi Entrepreneurship berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pengunjung. Pelayanan Prima (X2) memiliki nilai t-hitung 8,063 dengan signifikansi 0,000 (< 0,05), sehingga H0 ditolak dan Ha diterima; Pelayanan Prima berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pengunjung, dengan koefisien pengaruh yang jauh lebih besar dibandingkan Inovasi Entrepreneurship.

Tabel 4. Hasil Uji F (Simultan) dan Koefisien Determinasi

F hitung	Sig. F	R	R Square
116,839	0,000	0,841	0,707

Sumber: Data diolah SPSS (2026).

Hasil uji F menunjukkan nilai F-hitung sebesar 116,839 dengan signifikansi 0,000 (< 0,05), sehingga H0 ditolak dan Ha diterima; Inovasi Entrepreneurship dan Pelayanan Prima secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,707 menunjukkan bahwa kedua variabel bebas mampu menjelaskan 70,7% variasi Kepuasan Pengunjung, sedangkan sisanya sebesar 29,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini, seperti harga, promosi, atau kualitas fasilitas fisik.

E. Pembahasan

Pengaruh positif dan signifikan Inovasi Entrepreneurship terhadap Kepuasan Pengunjung sejalan dengan konsep destruksi kreatif Schumpeter dalam Śledzik (2013), yang menekankan bahwa pembaruan produk dan pengalaman wisata dapat meningkatkan nilai yang dirasakan pengunjung. Temuan ini juga sejalan dengan hasil penelitian Miftahudin (2025) pada destinasi Pantai Taman Impian Jaya Ancol, yang menemukan bahwa inovasi produk wisata berdampak pada kepuasan wisatawan.

Pengaruh Pelayanan Prima yang lebih dominan dibandingkan Inovasi Entrepreneurship mengindikasikan bahwa pengunjung Wisata Alam Oasis Sukabumi merespons lebih kuat terhadap kualitas interaksi dan pelayanan langsung yang mereka terima selama berkunjung dibandingkan pembaruan produk wisata semata. Temuan ini konsisten dengan kerangka 6A Barata (2003) serta penelitian Syara dan Handayani (2020) dan Guritno et al. (2023), yang menunjukkan bahwa dimensi ability, attitude, appearance, attention, action, dan accountability berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan maupun pengunjung wisata.

Pengaruh simultan kedua variabel dengan kontribusi sebesar 70,7% mengonfirmasi pandangan Kotler dan Keller (2022) bahwa kepuasan pelanggan ditentukan oleh kombinasi kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan secara langsung. Dalam konteks Wisata Alam Oasis Sukabumi, inovasi entrepreneurship berperan menciptakan daya tarik awal bagi pengunjung, sementara pelayanan prima berperan menjaga dan

memperkuat pengalaman wisata selama kunjungan berlangsung, sehingga keduanya perlu dikelola secara berimbang dan berkelanjutan oleh pengelola destinasi.

1. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Inovasi Entrepreneurship berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pengunjung di Wisata Alam Oasis Sukabumi (t-hitung 2,113 > t-tabel 1,985; Sig. 0,037 < 0,05; koefisien 0,593), Pelayanan Prima juga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dengan kontribusi yang lebih dominan (t-hitung 8,063 > t-tabel 1,985; Sig. 0,000 < 0,05; koefisien 0,913), dan kedua variabel secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (F-hitung 116,839 > F-tabel 3,09; Sig. 0,000 < 0,05) dengan kontribusi sebesar 70,7%, sedangkan 29,3% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model penelitian ini.

Mengingat pernyataan mengenai ketersediaan aktivitas interaktif memperoleh indeks skor terendah pada variabel Inovasi Entrepreneurship, pengelola disarankan menambah variasi aktivitas yang dapat diikuti pengunjung secara langsung, tidak hanya berhenti pada aspek visual seperti spot foto. Mengingat pernyataan mengenai tanggung jawab pengelola dalam menangani keluhan memperoleh indeks skor terendah pada variabel Pelayanan Prima, pengelola juga disarankan meningkatkan responsivitas staf melalui pelatihan penanganan keluhan (complaint handling) secara berkala, mengingat Pelayanan Prima terbukti menjadi faktor yang paling dominan memengaruhi kepuasan pengunjung. Bagi peneliti selanjutnya, mengingat nilai R Square penelitian ini sebesar 70,7% dan menyisakan 29,3% variasi yang dijelaskan oleh faktor lain, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang relevan seperti harga, promosi, atau kualitas fasilitas fisik, serta memperluas cakupan responden agar hasil dapat digeneralisasikan secara lebih luas. Penelitian ini terbatas pada satu destinasi wisata dengan desain cross-sectional, sehingga generalisasi hasil perlu dilakukan secara hati-hati pada konteks destinasi wisata lain.

UCAPAN TERIMA KASIH

Artikel ini disusun berdasarkan skripsi penulis pertama pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Bisnis, Universitas Wanita Internasional, Bandung. Penulis mengucapkan terima kasih kepada pembimbing skripsi, dosen penguji, serta pengelola Wisata Alam Oasis Sukabumi yang telah memberikan izin dan bantuan selama proses pengumpulan data penelitian.

DAFTAR REFERENSI

Barata, A. A. (2003). Dasar-dasar pelayanan prima: Persiapan membangun budaya pelayanan prima (L. R. Toruan, Ed.; 1st ed.). Elex Media Komputindo.

Cheng, B. L., Shaheen, M., Cham, T. H., Dent, M. M., & Yacob, Y. (2021). Building sustainable relationships: Service innovation at the pinnacle of touristic achievement. Asian Journal of Business Research, 11(1), 141-159. https://doi.org/10.14707/ajbr.210103

Firdausi, H. S., Alvianna, S., Puspawigati, A., & 'Ulya, A. F. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di The Legend Star Park Jawa Timur Park 3 Batu. Jurnal Pariwisata Tourista, 4(2), 75-79.

Ghozali, I. (2021). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26 (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Guritno, B., Supriyadi, A., Hadi, F., & Rahayu, E. (2023). Pengaruh marketing mix dan pelayanan prima terhadap kepuasan pengunjung dengan daya tarik wisata sebagai variabel intervening di Goa Kreo Semarang. Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata, 6(2), 768-776.

Hudiono, R. (2022). Pengaruh jenis kelamin dan usia terhadap kecenderungan berwisata selama pandemi COVID-19. Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata, 5(2), 123-128. https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i2.50060

Irawan, I., Yuliana, Y., Arwin, A., & Jovando, W. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan orang tua murid di IEC, Medan. Insologi: Jurnal Sains dan Teknologi, 1(3), 332-339. https://doi.org/10.55123/insologi.v1i3.411

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). Marketing management (16th ed.). Pearson Education.

Lestari, L., Wong, R., Febdarina, S. F., Maryantina, M., & Suryana, A. (2026). Pengaruh pelayanan prima front desk agent terhadap kepuasan tamu di The Zuri Hotel Pekanbaru. TOBA: Journal of Tourism, Hospitality, and Destination, 5(1), 50-62. https://doi.org/10.55123/toba.v5i1.7367

Miftahudin. (2025). Pengaruh inovasi produk wisata terhadap kepuasan pengalaman wisatawan di destinasi Pantai Taman Impian Jaya Ancol. Jurnal Minfo Polgan, 14(2).

Nahdi, M. R., & Putri, K. A. S. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan pada Taman Nasional Baluran. Jurnal Dimensi, 11(3).

Nuratri, B., & Sofiati, E. (2024). Strategi inovasi kewirausahaan kreatif untuk meningkatkan daya saing UMKM di Kelurahan Kebon Kangkung Kecamatan Kiaracondong Kota Bandung. Tadbir Peradaban, 4(3), 457-464.

Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. Journal of Marketing Research, 17(4), 460-469.

Paramitha, P. A. S. P., Winia, I. N., & Armoni, N. L. E. (2022). Implementation of excellent service by front office department to increase guest satisfaction at Kayumanis Jimbaran Private Estate and Spa. Jurnal Sains Terapan Pariwisata, 7(2), 149-158.

Rahmah, P. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada kawasan wisata alam Lejja. Jurnal Metansi, 6(1).

Raymond, R., Sampe, F., Nurmansyah, N., Yulianti, N. L. P. N., Girsang, N. M., & Subarkah, C. (2024). Pengantar administrasi bisnis. CV Gita Lentera.

Riesa, R. M. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata Pantai Cermin. Jurnal Kajian Pariwisata dan Bisnis Perhotelan, 5(1).

Śledzik, K. (2013). Schumpeter's view on innovation and entrepreneurship. In S. Hittmar (Ed.), Management trends in theory and practice. University of Zilina.

Sugiarto, D., Murti, I., & Hartono, S. (2025). Analisis kepuasan masyarakat Kota Surabaya dalam transformasi di industri wisata dengan pendekatan pelayanan prima. PRAJA Observer: Jurnal Penelitian Administrasi Publik, 5(2), 166-175.

Sugiyono. (2020). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D (2nd ed.). Alfabeta.

Syara, A. R., & Handayani, J. (2020). Analisis pengaruh dimensi pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah tabungan BRI Kantor Cabang Kendal. Jurnal Keuangan dan Bisnis (KEUNIS), 8(2), 135-146. https://doi.org/10.32497/keunis.v8i2.2113

Untari, R., Resmayasari, I., Dewi, H., & Mulyana, B. (2025). Pengetahuan dan dampak pelatihan pelayanan prima (service excellence) dalam upaya peningkatan pengembangan wisata di AEWO Kampung Wisata Mulyaharja Kota Bogor. Jurnal Abdimas ADPI Sosial dan Humaniora, 6(1), 61-68.

Wirtz, J., & Lovelock, C. (2022). Services marketing: People, technology, strategy (9th ed.). World Scientific.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., Gremler, D. D., & Mende, M. (2024). Services marketing: Integrating customer focus across the firm (8th ed.). McGraw-Hill.