

## PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP NIAT BERKUNJUNG ULANG WISATAWAN DI OBJEK WISATA KEBUN TEH WONOSARI MALANG

Raihan Wishal Nafis<sup>1\*</sup>, Junaidi<sup>2</sup>, Putri Damayanti<sup>3</sup>, M.Hizam Fikri<sup>4</sup>, Regita Febriyanti<sup>5</sup>  
<sup>1,2,3,4,5</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Panca Marga  
 \*e-mail : raihannafis27@gmail.com

Dikirim	Direvisi	Diterima
22 September 2023	29 September 2023	30 September 2023

**Abstrak:**

Tingkat kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Malang tiap tahunnya diyakini semakin meningkat hal ini membuat pemerintah Kabupaten Malang dituntut selalu berbenah untuk memperbaiki objek wisata Kebun Teh Wonosari. Tujuan dari penelitian ini adalah menilai pengaruh kualitas makanan serta persepsi risiko terhadap niat berkunjung kembali ke destinasi Kebun Teh Wonosari. Jenis penelitian yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini adalah penelitian jenis penelitian kuantitatif yang mana menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Penelitian ini dilakukan di lokasi Kebun Teh Wonosari Malang dan waktu pelaksanaan pada bulan Oktober 2022. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling. Penelitian ini menggunakan 100 responden. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Makanan terhadap Niat Berkunjung Ulang. Terdapat pula pengaruh yang signifikan juga antara Persepsi Resiko terhadap Niat Berkunjung Ulang yang mana hasil dari penelitian ini bisa dimanfaatkan untuk pengembangan wisata Kebun Teh Wonosari Malang di masa yang akan datang

**Kata kunci:** Kualitas Makanan, Persepsi Resiko, Niat Berkunjung Ulang

**Abstract:**

*Today it is believed that the level of tourist arrivals visiting Malang each year is increasing, this means that the Malang government is required to always improve Wonosari Tea Garden tourist attraction. The type of research that the author will use in this research is quantitative research which uses multiple linear regression analysis techniques with data collection techniques using the questionnaire method. The aim of this research is to assess the influence of food quality and perceived risk on intention to return to the Wonosari Tea Garden destination. This research was conducted at the Wonosari Malang Tea Garden location and was carried out in October 2022. Sample collection in this research used a non-probability sampling technique. This research used 100 respondents. There is a significant influence between the Food Quality variable on revisit intention. There is also a significant influence between Risk Perception on revisit intention, the results of this research can be used to develop Wonosari Malang Tea Garden tourism in the future*

**Keyword:** Food Quality, Risk Perceived, Revisit Intention

**PENDAHULUAN**

Indonesia memiliki keindahan alam yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk datang berkunjung, provinsi yang ada di Indonesia memiliki kekayaan alam tersendiri dan menjadi daya tarik bagi wisatawan yang datang berkunjung ke provinsi tersebut. Jawa Timur adalah

sebuah provinsi di Indonesia yang terletak di Pulau Jawa dengan salah satu wilayah yang terkenal dengan tempat wisatanya adalah Kabupaten Malang. Lokasi Malang yang berada di dataran tinggi membuat Malang memiliki beberapa destinasi wisata menarik, salah satunya adalah Kebun Teh Wonosari yang selalu ramai dikunjungi oleh wisatawan, para wisatawan menikmati

pemandangan kebun teh yang asri ditunjang dengan beragam makanan yang disajikan di kawasan wisata tersebut.

Dalimunthe et al (2020) meyakini bahwa kualitas produk makanan merupakan salah satu unsur yang tidak dapat dipisahkan dari produk wisata yang bisa dinikmati oleh wisatawan, kualitas produk makanan diyakini bisa mempengaruhi kepuasan dan salah satu faktor yang membuat wisatawan untuk datang dan berkunjung kembali serta merekomendasikannya kepada orang lain. Hal tersebut juga didukung pendapat dari Manurung & Suriono (2020), Mangifera et al (2018), dan Farachatus et al (2020). Seiring berkembang pesatnya kegiatan pariwisata, aspek keamanan makanan tampaknya masih sering terabaikan. Padahal pasokan makanan semestinya terjadi secara berkelanjutan dan kegiatan ini harus bebas risiko keamanan makanan. Adapun peluang tingkat konsumsi makanan di tempat wisata tergolong tinggi. Sehingga hal ini berpotensi menjadi penyebab masalah kesehatan akibat mengonsumsi makanan di tempat wisata. Secara khusus, wisatawan lebih cenderung mengeluh tentang ancaman keracunan makanan dan kurangnya sanitasi makanan. Adanya risiko kesehatan bagi wisatawan paling sering terkait dengan tingkat penanganan keamanan makanan atau minuman yang buruk.

Tavitiyaman & Qu (2013) menjelaskan pada pariwisata, tidak hanya kualitas makanan yang dapat mempengaruhi pertimbangan wisatawan, faktor persepsi risiko juga merupakan kunci pertimbangan. Chew & Jahari (2014) menambahkan bahwa tempat wisata yang tidak mempertimbangkan risiko kecelakaan bagi pengunjungnya cenderung akan mendapatkan respon yang negatif dari pengunjungnya. Sehingga penelitian ini juga akan menganalisis bagaimana persepsi risiko dari wisatawan Kebun Teh Wonosari pada niat berkunjung kembali.

Tingkat kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Malang tiap tahunnya diyakini semakin meningkat hal ini membuat pemerintah Kabupaten Malang dituntut selalu berbenah untuk

memperbaiki objek wisata Kebun The Wonosari, namun kebanyakan wisatawan masih memberikan penilaian kurang baik terhadap kualitas makanan yang tersedia, mulai dari pelayanannya hingga kebersihan makanan menjadi salah satu faktor penting yang dinilai oleh wisatawan masih kurang baik, masyarakat yang menjual makanan di Kebun Teh Wonosari pada umumnya kurang memperhatikan aspek pelayanan dan kebersihan dari makanan yang dijual tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah menilai pengaruh kualitas makanan serta persepsi risiko terhadap niat berkunjung kembali ke destinasi Kebun Teh Wonosari. Dengan memahami kualitas makanan dan persepsi resiko faktor yang memberikan pengaruh terhadap perilaku wisatawan untuk berkunjung kembali ke sebuah destinasi, diharapkan para pengelola dapat menggunakannya sebagai upaya pemasaran yang efektif dengan memaksimalkan potensi sumber daya yang ada, serta dapat meningkatkan kenyamanan di Kebun Teh Wonosari. Maka dari itu, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Makanan dan Persepsi Risiko terhadap Niat Berkunjung Kembali di Kebun Teh Wonosari, Malang."

## **METODE**

Jenis penelitian yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini adalah penelitian jenis penelitian kuantitatif yang mana menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner

Penelitian ini dilakukan di lokasi Kebun Teh Wonosari Malang dan waktu pelaksanaan pada bulan Oktober 2022. Data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua jenis, yakni data kuantitatif serta data kualitatif. Data primer dalam penelitian ini bisa berupa hasil wawancara mendalam dan kuesioner yang dilakukan serta diajukan peneliti kepada responden. Populasi dari penelitian ini adalah wisatawan yang

berkunjung di Kebun Teh Wonosari Malang, dimana untuk jenis populasi dalam penelitian ini adalah infinite population karena tidak dapat ditentukan dengan pasti jumlah yang akan dijadikan sampel. Hal ini dilakukan karena pengukuran jumlah kunjungan wisatawan yang didapatkan dari jumlah penjualan tiket tidak dapat menjadi acuan pengajuan sampel. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling, yakni penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Penelitian ini menggunakan 100 responden. Skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur indikator-indikator pada variabel dependen dan variabel independen tersebut adalah dengan menggunakan Skala Likert (1-4) yang mempunyai empat tingkat preferensi jawaban masing-masing mempunyai skor 1-4 yaitu skor 4 untuk jawaban sangat setuju dan skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju. Adapun indikator-indikator tiap variabel ditunjukkan sebagai berikut :

Tabel 1 Indikator Penelitian

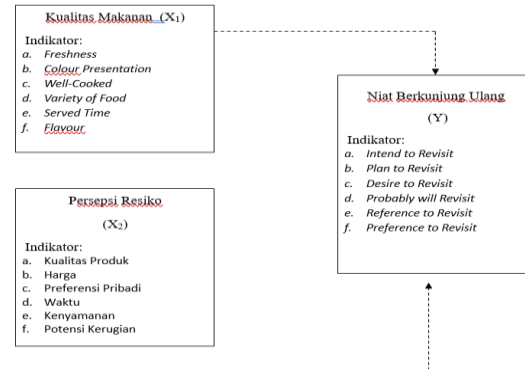
No.	Variabel	Indikator
1.	Kualitas Makanan ( $X_1$ )	a. <i>Freshness</i> b. <i>Colour Presentation</i> c. <i>Well-Cooked</i> d. <i>Variety of Food</i> e. <i>Served Time</i> f. <i>Flavour</i>
2.	Persepsi Resiko ( $X_2$ )	a. Kualitas Produk b. Harga c. Preferensi Pribadi d. Waktu e. Kenyamanan f. Potensi Kerugian
3.	Niat Berkunjung Ulang (Y)	a. <i>Intend to Revisit</i> b. <i>Plan to Revisit</i> c. <i>Desire to Revisit</i> d. <i>Probably will Revisit</i> e. <i>Reference to Revisit</i> f. <i>Preference to Revisit</i>

Sumber: Data Diolah Peneliti

### Kerangka Pemikiran

Variabel independent (variabel bebas) variabel mempengaruhi variabel lain, dalam penelitian ini variabel independent yaitu kualitas makanan ( $X_1$ ) dan persepsi resiko ( $X_2$ ). Variabel dependent (variabel terikat): variabel yang dipengaruhi variabel

lain, dalam penelitian ini variabel dependent yaitu niat berkunjung ulang (Y)



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Data Diolah Peneliti

Dasar pengajuan hipotesis berdasarkan studi terdahulu dengan detail berikut ini:

**H1:** Kualitas Makanan diduga berpengaruh secara signifikan terhadap Niat Berkunjung Ulang wisatawan Kebun Teh Wonosari Malang (Ummah, 2021; Laela, 2021; Putra, 2018);

**H2:** Persepsi Risiko diduga berpengaruh secara signifikan terhadap Niat Berkunjung Kembali wisatawan Kebun Teh Wonosari Malang (Niininen & Riley., 2004; Hampson et al, 2006)

### HASIL

#### Karakteristik Responden

Diperoleh hasil karakteristik umum responden dengan rincian sebagai berikut. Jenis kelamin: laki-laki (78%) dan perempuan (22%). Usia: 26 –35 Tahun (36%); 36 –45 Tahun (32%); 46 –55 Tahun (9%); 15 –25 Tahun (19%); dan usia 56 –60 Tahun (4%). Daerah asal responden: berasal dari Kabupaten Malang (58%); luar Kabupaten Malang namun masih satu provinsi (34%); dan luar provinsi Jawa Timur (8%).

#### Uji Validitas

Tabel 2 Uji Validitas Variabel Kualitas Makanan

Item Pertanyaan	r hitung	r table	Keterangan
Kualitas Makanan X1.1	0,373	0,195	Valid
Kualitas Makanan X1.2	0,797	0,195	Valid
Kualitas Makanan X1.3	0,482	0,195	Valid
Kualitas Makanan X1.4	0,762	0,195	Valid
Kualitas Makanan X1.5	0,556	0,195	Valid
Kualitas Makanan X1.6	0,683	0,195	Valid

Sumber: Data Diolah Peneliti

Tabel 3 Uji Validitas Variabel Persepsi Resiko

Item Pertanyaan	r hitung	r table	Keterangan
Persepsi Resiko X2.1	0,416	0,195	Valid
Persepsi Resiko X2.2	0,514	0,195	Valid
Persepsi Resiko X2.3	0,745	0,195	Valid
Persepsi Resiko X2.4	0,695	0,195	Valid
Persepsi Resiko X2.5	0,825	0,195	Valid
Persepsi Resiko X2.6	0,468	0,195	Valid

Sumber: Data Diolah Peneliti

Tabel 4 Uji Validitas Variabel Niat Berkunjung Ulang

Item Pertanyaan	r hitung	r table	Keterangan
Niat Berkunjung Ulang Y1.1	0,491	0,195	Valid
Niat Berkunjung Ulang Y1.2	0,749	0,195	Valid
Niat Berkunjung Ulang Y1.3	0,569	0,195	Valid
Niat Berkunjung Ulang Y1.4	0,697	0,195	Valid
Niat Berkunjung Ulang Y1.5	0,420	0,195	Valid
Niat Berkunjung Ulang Y1.6	0,464	0,195	Valid

Sumber: Data Diolah Peneliti

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga dapat dikatakan bahwa semua konsep pengukur variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid. (Nafis, 2021)

### Uji Reliabilitas

Tabel 5 Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	N of Items	Keterangan
Kualitas Makanan (X1)	0,944	6	Reliabel
Persepsi Resiko (X2)	0,707	6	Reliabel
Niat Berkunjung Ulang (Y)	0,896	6	Reliabel

Sumber: Data Diolah Peneliti

Dari keseluruhan angka *Nilai Cronbach Alpha* > 0,60 dinyatakan bahwa seluruh variabel pada uji penelitian reliabilitas dinyatakan reliabel. (Pilipus et al, 2021)

### Uji Multikolinieritas

Tabel 6 Uji Multikolinieritas Data

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,109	2,442	,864	,390			
Kualitas Makanan	,577	,084	,540	6,838	,000	,820	1,219
Persepsi Resiko	,333	,091	,287	3,636	,000	,820	1,219

a. Dependent Variable: Niat Berkunjung Ulang

Sumber: Data Diolah Peneliti

Dari Tabel 6 menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas jika nilai VIF < 10. Hasil perhitungan menghasilkan nilai dibawah angka 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi tersebut. (Labesi, 2019)

### Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	2,109	2,442		,864	,390
Kualitas Makanan	,688	,084	,540	6,838	,000
Persepsi Resiko	,222	,091	,287	3,636	,000

a. Dependent Variable: Niat Berkunjung Ulang

Sumber: Data Diolah Peneliti

Berdasarkan hasil olah data menggunakan SPSS, diperoleh nilai koefisien konstanta sebesar 2,109, koefisien Kualitas Makanan 0,688, koefisien Persepsi Resiko 0,222. Persamaan koefisien regresi berganda untuk hasil Tabel 7 diatas adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2$$

$$Y = 2,109 + 0,688X_1 + 0,222X_2$$

### Uji Hipotesis

Tabel 8 Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	2,109	2,442		,864	,390
Kualitas Makanan	,688	,084	,540	6,838	,000
Persepsi Resiko	,222	,091	,287	3,636	,000

a. Dependent Variable: Niat Berkunjung Ulang

Sumber: Data Diolah Peneliti

### Pengujian koefisien regresi variabel Kualitas Makanan

Dari output regresi pada SPSS telah didapatkan nilai  $t_{hitung}$  variabel bebas Kualitas Makanan ( $X_1$ ) adalah 6,838 dengan taraf signifikansi 0,000. Karena nilai  $t_{hitung}$  (1,598) >  $t_{tabel}$  (1,984) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,025, maka dapat ditentukan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas  $X_1$  (Kualitas

Makanan) dan variabel terikat Y (Niat Berkunjung Ulang).

### **Pengujian koefisien regresi variabel Persepsi Resiko**

Dari output regresi pada SPSS telah didapatkan nilai  $t_{hitung}$  variabel bebas Persepsi Resiko ( $X_2$ ) adalah 3,636 dengan taraf signifikansi 0,000. Karena nilai  $t_{hitung}$  ( $3,636 > t_{tabel}$  ( $1,984$ )) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,025$ , maka dapat ditentukan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas  $X_2$  (Persepsi Resiko) dan variabel terikat Y (Niat Berkunjung Ulang).

## **PEMBAHASAN**

### **Pengaruh Kualitas Makanan terhadap Niat Berkunjung Ulang**

Berdasarkan pada Tabel 8 yang telah disajikan, menunjukkan bahwa variable Kualitas Makanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Niat Berkunjung Ulang. Hal ini juga didukung oleh pendapat dari Mawarsari (2018), Harfania (2018), dan Dewantara (2022). Hal ini juga memiliki arti bahwa jika pengelola wisata Kebun Teh Wonosari Malang bisa mempertahankan kualitas dari indicator yang membentuk kualitas makanan yang dijual di kebun Teh Wonosari Malang seperti kesegaran makanan yang dijual, presentasi warna makanan yang menarik, kematangan makanan, variasi makanan yang dijual, dan juga kecepatan penghidangan makanan, maka peluang untuk meningkatkan kunjungan ulang dari wisatawan juga akan semakin meningkat

### **Pengaruh Persepsi Resiko terhadap Niat Berkunjung Ulang**

Berdasarkan pada Tabel 8 yang telah disajikan, menunjukkan bahwa variable Persepsi Resiko mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Niat Berkunjung Ulang. Hal ini juga didukung oleh pendapat dari Darajat et al (2021), Anugrah et al (2022), dan Santoso (2021).

Hal ini juga memiliki arti bahwa jika pengelola wisata Kebun Teh Wonosari Malang bisa mempertahankan kualitas dari

indicator yang membentuk persepsi resiko dari wisatawan yang berkunjung maka peluang untuk meningkatkan kunjungan ulang dari wisatawan tersebut juga akan semakin meningkat di masa yang akan mendatang.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Makanan terhadap Niat Berkunjung Ulang. Kualitas Makanan yang ditawarkan oleh pengelola Kebun Teh Wonosari yang meliputi kesegaran makanan yang dijual, presentasi warna makanan yang menarik, kematangan makanan, variasi makanan yang dijual, dan juga kecepatan penghidangan makanan mampu untuk membuat pengunjung Kebun Teh Wonosari memiliki Niat Untuk Berkunjung Ulang karena kualitas makanan yang disajikan tersebut telah meminimalisir peluang terjadinya resiko yang membahayakan bagi wisatawan.

Terdapat pengaruh yang signifikan juga antara Persepsi Resiko terhadap Niat Berkunjung Ulang. Persepsi Resiko yang dibentuk oleh pengelola wisata Kebun Teh Wonosari juga telah membuat pengunjungnya muncul Niat untuk Berkunjung Ulang.

### **Saran**

Saran bagi pengelola wisata Kebun Tea Wonosari Malang agar dapat dimanfaatkan sebagai alat pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan kunjungan ulang wisatawan di masa yang akan mendatang, dan bagi peneliti yang akan melakukan penelitian dengan variabel yang sama seperti penelitian ini dapat memikirkan lagi terkait variabel lainnya yang akan lebih mempunyai hubungan yang signifikan lagi atau memberikan teori-teori baru yang dapat menunjang penelitian terhadap pengembangan pariwisata di Indonesia.



**REFERENSI**

- [1] Anugrah, A. M., Antara, M., & Mahendra, M. S. (2022). Pengaruh Citra Destinasi, Motivasi dan Persepsi Risiko terhadap Kepuasan Wisatawan Sepeda Gunung dan Niat Berkunjung Kembali: di Cacing Fun Track, Lombok Barat. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas dan Perjalanan*, 6(02), 152-165.
- [2] Chew, E. Y. T., & Jahari, S. A. (2014). Destination image as a mediator between perceived risks and revisit intention: A case of post-disaster Japan. *Tourism management*, 40, 382-393.
- [3] Dalimunthe, F. I., Masatip, A., Liyushiana, L., & Rosari, D. (2020). Strategi Pengembangan Pasar Keramik Belawan Sebagai Daya Tarik Wisata Belanja di Kota Medan. *Tourism Scientific Journal*, 5(2), 172-182.
- [4] Darajat, M. N. A., Rahmafritria, F., & Wirakusuma, R. M. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko Bencana Tsunami dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisatawan ke Pantai Anyer Banten. *Tourism Scientific Journal*, 6(2), 281-290.
- [5] Dewantara, Y. F. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG DI UNION DELI GRAND INDONESIA. *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, 4(2).
- [6] Farachatus, S., Purna, S. P., Nyoman, I., Sudiadnyana, S. K. M., & Wayan, I. (2020). LITERATURE REVIEW: HUBUNGAN KEADAAN SANITASI LINGKUNGAN DENGAN KUALITAS MAKANAN DI KAWASAN TEMPAT WISATA.
- [7] Hampson, S. E., Andrews, J. A., Barckley, M., Lichtenstein, E., & Lee, M. E. (2006). Personality traits, perceived risk, and risk-reduction behaviors: a further study of smoking and radon. *Health Psychology*, 25(4), 530.
- [8] Harfania, F. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan, Experiential Marketing, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Restoran Ayam Geprek Sa'I Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 7(6), 581-591.
- [9] Labesi, S. C. (2019). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian Mobil Pajero pada PT. Makassar Mandiri Putra Utama. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3).
- [10] Laela, E. (2021). Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Rumah Makan Ciganea Purwakarta. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 180-186.
- [11] Mangifera, L., Isa, M., & Wajdi, M. F. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pemilihan Kuliner di Kawasan Wisata Alam Kemuning. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 20(1).
- [12] Manurung, H. P., & Suriono, H. (2020, October). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Inovasi Dan Cita Rasa Makanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Danau Buatan Kelapa Gading Kisaran. In *Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu Universitas Asahan*.
- [13] Mawarsari, I. (2018). Pengaruh kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Olahan Buah Carica di Daerah Wonosobo. *Skripsi. Tidak diterbitkan. Fakultas Ekonomi. Universitas Sanata Dharma: Yogyakarta*.
- [14] Nafis, R. W. (2021). Inovasi, Kepercayaan, Dan Electronic Word Of Mouth Untuk Mendorong Minat Berkunjung Wisatawan Pantai Gemah Tulungagung. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 6(1), 129-137.
- [15] Niininen, O., & Riley, M. (2004). Towards the Conceptualization of Tourism Destination. *Consumer psychology of tourism, hospitality and leisure*, 3, 275.
- [16] Pilipus, R. R., Aransyah, M. F., & Bharata, W. (2021). Pengaruh WOM (Word Of Mouth), Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Thai Tea Pada Dum Dum Thai Drinks Samarinda. *JAMBURA: Jurnal*

- Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 61-72.
- [17] Putra, V. S. (2018). PENGARUH KUALITAS MAKANAN, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS LINGKUNGAN FISIK TERHADAP NIAT PERILAKU PEMBELIAN ULANG PELANGGAN (PADA PELANGGAN RESTORAN SOTO LAMONGAN CAK HAR DI SURABAYA). *JURNAL MANAJERIAL*, 4(2), 49-56.
- [18] SANTOSO, S. D. Y. Pengaruh Experiential Marketing dan Perceived Risk Terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Pantai Pulau Merah Banyuwangi di Era Pandemi Khusus Pengunjung Jawa Timur.
- [19] Tavitiyaman, P., & Qu, H. (2013). Destination image and behavior intention of travelers to Thailand: The moderating effect of perceived risk. *Journal of travel & tourism marketing*, 30(3), 169-185.
- [20] Ummah, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Makanan Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Restoran Cepat Saji Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Perilaku Beli Ulang Burger King Di Yogyakarta.