



Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di BeeJay Bakau Resort (BJBR) Kota Probolinggo

Nuril Wulandari¹, Ngatimun^{2*}, Yekti Rahajeng³
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Panca Marga
Email : imun_bp@upm.ac.id

ABSTRAK

Penelitian memiliki tujuan untuk mengetahui Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di BeeJay Bakau Resort (BJBR) Kota Probolinggo. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal dengan variabel yang terdiri dari variabel bebas yaitu promosi, harga dan kepuasan pengunjung sedangkan variabel terikat yaitu kepuasan pengunjung. Populasi sebanyak lima ratus lima pengunjung dibagi dengan rata-rata populasi selama tiga bulan yaitu sebanyak seratus enam puluh delapan pengunjung dan sampel yang digunakan berjumlah seratus delapan belas pengunjung berdasarkan teknik *purposive sampling*. Metode analisis menggunakan uji validitas, uji *discriminant validity*, uji reliabilitas, uji normalitas dan uji hipotesis dengan bantuan SmartPLS tiga titik nol. Data penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, dokumentasi dan kuesioner atau angket. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Promosi tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung, Variabel Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung, Sedangkan Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung.

Kata Kunci: Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pengunjung

ABSTRACT

The research aims to determine the influence of promotion, price and service quality on visitor satisfaction at BeeJay Bakau Resort (BJBR) Probolinggo City. The research method used is a quantitative research method with a causal associative approach with variables consisting of independent variables, namely promotion, price and visitor satisfaction, while the dependent variable is visitor satisfaction. The population was five hundred and five visitors divided by the average population for three months, namely one hundred and sixty eight visitors and the sample used was one hundred and eighteen visitors based on a purposive sampling technique. The analysis method uses validity testing, discriminant validity testing, reliability testing, normality testing and hypothesis testing with the help of three zero point SmartPLS. This research data uses primary and secondary data. Data collection techniques use interviews, documentation and questionnaires. The research results show that the Promotion variable has no effect on Visitor Satisfaction, the Price Variable has an effect on Visitor Satisfaction, while the Service Quality Variable has an effect on Visitor Satisfaction.

Keywords: Promotion, Price, Service Quality, Visitor Satisfaction





1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia sebagai negara yang memiliki kebudayaan dan keindahan alam yang melimpah merupakan aset yang berharga yang tidak dimiliki oleh negara lainnya, keadaan ini merupakan potensi besar bagi Bangsa Indonesia untuk dapat meningkatkan perekonomian negara dengan memperluas lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, pendapatan pemerintah dan juga dapat mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi.

Salah satu sektor industri yang dapat memanfaatkan kekayaan alam yaitu sektor pariwisata. Pariwisata merupakan salah satu sektor unggulan bagi Indonesia. Perkembangan industri pariwisata di Indonesia memiliki perkembangan yang sangat pesat, sehingga sektor ini menjadi salah satu faktor dalam pengembangan usaha dan devisa negara dan dapat meningkatkan atau memperluas lapangan pekerjaan, pendapatan masyarakat, pendapatan pemerintah dan juga dapat mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi.

Kota Probolinggo adalah sebuah daerah di Jawa Timur yang terkenal memiliki ciri khas sebagai Bayuangga (bayu = angin; angga = anggur dan mangga). Kota Probolinggo memiliki berbagai potensi sektor wisata yang terus dikembangkan dan dipromosikan untuk mengenalkan adanya potensi wisata lokal yang dimiliki Kota Probolinggo. Potensi wisata lokal tersebut terdiri dari wisata alam, budaya maupun wisata buatan. Potensi wisata yang dimiliki Kota Probolinggo adalah wisata bakau yang dikenal dengan sebutan wisata BeeJay Bakau Resort (BJBR).

Rumusan Masalah

Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di BeeJay Bakau Resort (BJBR) Kota Probolinggo? Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di BeeJay Bakau Resort (BJBR) Kota Probolinggo? Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di BeeJay Bakau Resort (BJBR) Kota Probolinggo?

2. TELAAH PUSTAKA

Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang ditunjuk untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut (Gitosudarmo, 2022). Berikut indikator-indikator promosi antara lain : penjualan tatap muka, periklanan, promosi, publisitas dan hubungan masyarakat (Walker, 2022).

Harga

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayannya (Haris ,



2016). Berikut indikator-indikator harga antara lain : keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat dan harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan (Kotler, 2019).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah sebuah hasil yang harus dicapai dan dilakukan dengan sebuah tindakan. Tindakan tersebut tidak terwujud dan mudah hilang, tetapi dapat dirasakan dan diingat (Supranto, 2020). Berikut indikator-indikator kualitas pelayanan antara lain : berwujud, keandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian, empati (Amdani, 2019)

Kepuasan Pengunjung

Kepuasan pengunjung merupakan situasi yang diberikan perusahaan (tempat wisata) di dalam usaha memenuhi harapan pengunjung merupakan perbedaan antara yang diharapkan pengunjung (nilai harapan) dengan kenyataan yang ada di Lapangan (Soebiyantoro, 2017). Berikut indikator-indikator kepuasan pengunjung antara lain : kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan (Tjiptono, 2019).

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berjudul Pengaruh lokasi, pemasaran jasa, kualitas pelayanan, fasilitas dan keamanan terhadap kepuasan pengunjung di wisata hutan kertas karawang timur (Utomo, 2023). Pengaruh promosi wisata, kualitas pelayanan dan fasilitas wisata terhadap minat kunjung ulang melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening pada wisata kampung blekok kabupaten situbondo (Putri, Wiryaningtyas dan Anshory, 2023). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan di percetakan UD. Wipra print karangasem (Yanti and Puja (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada grapari Telkomsel Binjai (Suryani, Sitompul, dan Tanjung, 2022). Pengaruh kualitas layanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan layanan Gojek di Surabaya (Tesar dan Suprihhadi 2022). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian di violet bakery probolinggo (Isnabela dan Mohammad Iskak Elly, 2023). Pengaruh citra merek, promosi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan KFC Kota Probolinggo (Devi, Hendra, dan Pujiastuti, 2023).

Hipotesis

H1 : Ada pengaruh variabel promosi terhadap kepuasan pengunjung pada BeeJay Bakau Resort (BJBR) Kota Probolinggo.



H2 : Ada pengaruh variabel harga terhadap kepuasan pengunjung pada BeeJay Bakau Resort (BJBR) Kota Probolinggo.

H3 : Ada pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada BeeJay Bakau Resort (BJBR) Kota Probolinggo.

3. METODOLOGI

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran) (Sujarweni, 2023). Populasi yang digunakan yaitu seluruh pengunjung BeeJay Bakau Resort (BJBR) Kota Probolinggo selama Bulan Oktober-Desember 2023 dengan jumlah populasi sebanyak 505 pengunjung dibagi dengan rata-rata populasi selama 3 bulan yaitu sebanyak 168 pengunjung Beejay Bakau Resort (BJBR) Kota Probolinggo. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* dalam penelitian ini diambil yang diambil sebagai sampel berjumlah 118 pengunjung BeeJay Bakau Resort (BJBR) Kota Probolinggo. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa kuesioner (angket) yang dibagikan kepada pengunjung BJBR, serta peneliti juga melakukan wawancara dan dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Pengujian menggunakan SmartPLS 3.0 dengan outer model: Uji Validitas Konvergen (*Convergent Validity*), uji *Discriminant Validity* (Dhany & Rahmansyah, 2022; Hudzafidah, Dhany, et al., 2023; Rahmansyah et al., 2024). Inner model: uji reliabilitas, R-Square(R²), Q-Square(Q²) dan uji hipotesis (Hudzafidah, Rahmansyah, et al., 2023; Rahmansyah & Dhany, 2023).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tabel 1. Hasil Outer *Loading*

No. Pertanyaan	X1	X2	X3	Y	Ketentuan	Keterangan
X1.1	0.995	0.937	0.981	0.707	>0,7	Valid
X1.2	0.973	0.937	0.978	0.782	>0,7	Valid
X1.3	0.994	0.948	0.945	0.728	>0,7	Valid
X1.4	0.992	0.949	0.983	0.810	>0,7	Valid
X1.5	0.992	0.921	0.974	0.796	>0,7	Valid
X1.6	0.990	0.930	0.990	0.853	>0,7	Valid
X1.7	0.986	0.929	0.937		>0,7	Valid
X1.8	0.970	0.715	0.941		>0,7	Valid
X1.9	0.28	0.729	0.940		>0,7	Valid
X1.10	0.972	0.705	0.916		>0,7	Valid

Sumber : SEM-PLS, 2024



Hasil *outer loading* dari seluruh indikator yang merefleksikan masing-masing konstruk memiliki nilai *outer loading* >0,70 dan signifikan pada level 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Uji Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Konvergen

Variabel	(AVE)	Ketentuan	Keterangan
X1	0.959	>0,5	Valid
X2	0.767	>0,5	Valid
X3	0.919	>0,5	Valid
Y	0.610	>0,5	Valid

Sumber : SEM-PLS, 2024

Kesimpulan pengujian *Convergent Validity* dengan melihat *Average Variance Extracted* (AVE) sebagai berikut : Variabel promosi memiliki nilai *Average Variance Extracted* (AVE) 0.959 > 0,5 maka menunjukkan bahwa *Convergent Validity* baik, Variabel harga memiliki nilai *Average Variance Extracted* (AVE) 0.767 > 0,5 maka menunjukkan bahwa *Convergent Validity* baik, Variabel kualitas Pelayanan memiliki nilai *Average Variance Extracted* (AVE) 0.919 > 0,5 maka menunjukkan bahwa *Convergent Validity* baik dan Variabel kepuasan pengunjung memiliki nilai *Average Variance Extracted* (AVE) 0.610 > 0,5 maka menunjukkan bahwa *Convergent Validity* baik.

Uji *Discriminant Validity*

Tabel 3. Hasil Uji *Discriminant Validity*

Variabel	X1	X2	X3	Y	Ketentuan	Keterangan
X1	0.979				Akar <i>Average Variance Extracted</i>	Valid
X2	0.508	0.876			<i>Extracted</i> lebih tinggi	Valid
X3	0.388	0.393	0.959		dibandingkan variabel	Valid
Y	0.498	0.683	0.658	0.781	lainnya.	Valid

Sumber : SEM-PLS, 2024

Kesimpulan pengujian *Diskriminant Validity* pada tabel diatas = AVE dan nilai lainnya. Maka dapat dikatakan sebagai berikut : Akar *Average Variance Extracted* (AVE) promosi (0.979) lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasi lainnya, Akar *Average Variance Extracted* (AVE) Harga (0.876) lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasi lainnya, Akar *Average Variance Extracted* (AVE) kualitas pelayanan (0.959) lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasi lainnya dan Akar *Average Variance Extracted* (AVE) kepuasan pengunjung (0.781) lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasi lainnya.



Uji Reliabilitas

Tabel 4. *Cronbach Alpha*

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Ketentuan	Keterangan
X2	0.964	>0,7	Valid
X1	0.995	>0,7	Valid
X3	0.990	>0,7	Valid
Y	0.871	>0,7	Valid

Sumber : SEM-PLS, 2024

Dilihat dari *Cronbach Alpha* dalam tabel 4 untuk semua konstruk eksogen dan endogen semua sangat *reliable* karena nilainya diatas 0,7, maka dapat dikatakan bahwa promosi (X1), harga (X2), kualitas pelayanan (X3) dan kepuasan pengunjung (Y) mempunyai validitas dan reliabilitas yang baik.

Composite Reliability

Tabel 5. *Composite Reliability*

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	Ketentuan	Keterangan
X1	0.996	>0,7	Valid
X2	0.970	>0,7	Valid
X3	0.991	>0,7	Valid
Y	0.903	>0,7	Valid

Sumber : SEM-PLS, 2024

Kesimpulan pada tabel diatas menunjukkan hasil pengujian *composite reliability* sebagai berikut : Variabel promosi (X1) memiliki nilai 0.996 > 0,7 menunjukkan bahwa variabel promosi (X1) adalah *reliable*, Variabel harga (X2) memiliki nilai 0.970 > 0,7 menunjukkan bahwa variabel harga (X2) adalah *reliable*, Variabel kualitas pelayanan (X3) memiliki nilai 0.991 > 0,70 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X3) adalah *reliable* dan Variabel kepuasan pengunjung (Y) memiliki nilai 0.903 > 0,70 menunjukkan bahwa variabel kepuasan pengunjung (Y) adalah *reliable*.

R-Square

Tabel 6. Hasil R-Square

Variabel	R-Square	Keterangan
Y	0.747	74,7%

Sumber : SEM-PLS, 2024

Kesimpulan dari pengujian nilai R-Square sebesar 0.747 berarti variabilitas konstruk kepuasan pengunjung semakin baik. Interaksinya sebesar 74,7% untuk variabel dependen dalam model struktural mengidentifikasi bahwa model tersebut kuat. Sedangkan 25,3% dijelaskan oleh variabel lainnya.



Uji Hipotesis

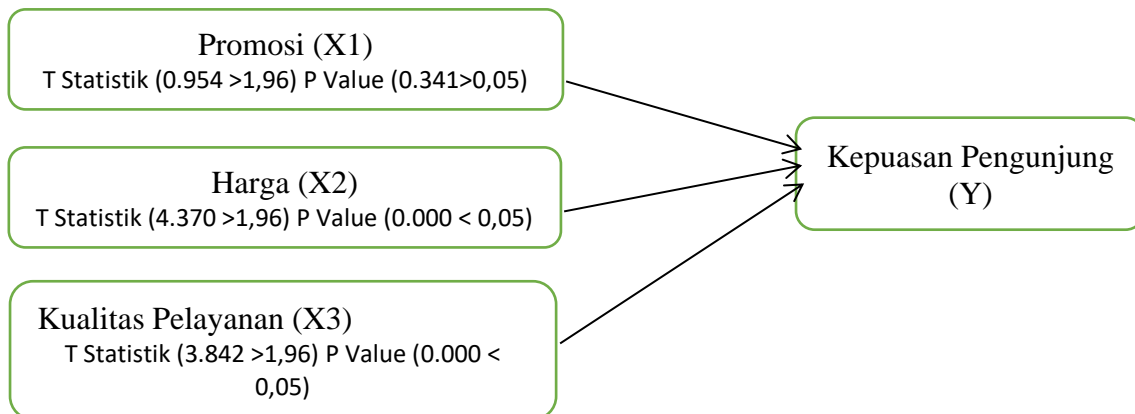
Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	(O)	T	P	Ketentuan	Keterangan
X1 -> Y	0.092	0.954	0.341	>1,96 dan <0,05	Tidak Berpengaruh
X2 -> Y	0.464	4.370	0.000	>1,96 dan <0,05	Berpengaruh
X3 -> Y	0.440	3.842	0.000	>1,96 dan <0,05	Berpengaruh

Sumber : SEM-PLS, 2024

Hasil analisis jalur pada tabel diatas menunjukkan bahwa sebagai berikut : Promosi mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung sebesar (0.092) dengan t statistik ($0.954 < 1,96$) atau p value ($0.341 > 0,05$). Dengan demikian terbukti jika hipotesis ditolak yaitu variabel promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada BeeJay Bakau Resort (BJBR) Kota Probolinggo, Harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung sebesar (0.464) dengan t statistic ($4.370 > 1,96$) atau p value ($0.000 < 0,05$). Dengan demikian terbukti jika hipotesis diterima yaitu variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di BeeJay Bakau Resort (BJBR) Kota Probolinggo dan Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung sebesar (0.440) dengan t statistik ($3.842 > 1,96$) atau p value ($0.000 < 0,05$). Dengan demikian terbukti jika hipotesis bias diterima yaitu variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di BeeJay Bakau Resort (BJBR) Kota Probolinggo.

Pembahasan



Gambar 1 : Hasil Kerangka Berpikir

Sumber : Sumber : SEM-PLS, 2024

Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil analisis yang dilakukan menggunakan SmastPLS menunjukkan bahwa promosi tidak pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa naik turunnya promosi dikarenakan kurangnya mempromosikan tempatnya secara *offline* seperti memasang *banner*, dengan dipasangnya *banner* masyarakat akan lebih



mengetahui tentang BeeJay Bakau Resort (BJBR) serta wahana atau produk apa saja yang dimiliki oleh BeeJay Bakau Resort (BJBR). Dengan demikian terbukti jika hipotesis ditolak yaitu variabel promosi tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung di BeeJay Bakau Resort (BJBR) Kota Probolinggo. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukam oleh (Yanti dan Puja, 2021), (Suryani et al., 2022) dan (Utomo, 2023) yang mengatakan bahwa kepuasan pengunjung berpengaruh secara positif signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Sehingga dapat dikatakan bahwa hasil dari analisis serta hasil dari penelitian terdahulu bertentangan. Naik turunnya promosi apabila promosi yang dilakukan secara *online* dan *offline* dilakukan secara seimbang maka akan mengalami kenaikan terhadap promosi dan juga terhadap pengunjung yang mengunjungi BeeJay Bakau Resort (BJBR) ddan sebaliknya apabila promosi hanya sering dilakukan secara *online* maka kebanyakan masyarakat yang hanya memiliki media sosial yang hanya mengetahui tentang BeeJay Bakau Resort (BJBR) Kota Probolinggo. kurangnya Promosi dianggap sebagai faktor penentu dari kepuasan pengunjung yaitu apabila harga yang di promosikan sesuai dengan tempat yang dikunjungi oleh pengunjung maka pengunjung akan merasa puas terhadap produk yang diberikan oleh tempat yang dikunjungi. Maka akan berdampak positif terhadap kepuasan pengunjung. Dengan adanya promosi secara online (facebook, Instagram dan lain-lain) dan promosi secara *offline* seperti promosi menggunakan papan reklame dapat memudahkan pengunjung mengetahui apa saja yang ada di diBeeJay Bakau Resort Kota Probolinggo. Dampak dari hal tersebut pengunjung lebih mudah mengetahui tentang BeeJay Bakau Resort Kota Probolinggo.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan analisis yang dilakukan pada variabel harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Dengan demikian terbukti jika hipotesis bisa diterima yaitu variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada BeeJay Bakau Resort (BJBR) Kota Probolinggo. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Tesar dan Suprihhadi, 2022), (Putri et al., 2023) dan (Suryani et al., 2022). Dengan menentukan harga pengunjung akan mengetahui apakah harga yang diberikan akan sesuai dengan kualitas yang diberikan dan apakah pengunjung akan mengalami kepuasan terhadap harga yang telah diberikan. Naik turunnya harga dapat menentukan pengunjung yang datang ke BeeJay Bakau Resort Kota Probolinggo. Apabila harga tiket di BeeJay Bakau Resort (BJBR) mengalami kenaikan maka pengunjung BeeJay Bakau Resort mengalami penurunan dan apabila harga tiket BeeJay Bakau Resort (BJBR) mengalami penurunan maka pengunjung BeeJay Bakau Resort mengalami kenaikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa BeeJay Bakau Resort (BJBR) Kota Probolinggo memberikan harga yang sesuai dengan *budget* yang dimiliki masyarakat atau disesuaikan dengan produk yang akan diberikan kepada pengunjung BeeJay Bakau Resort (BJBR).



Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan analisis yang dilakukan pada variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan Dengan demikian terbukti jika hipotesis bisa diterima yaitu variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada BeeJay Bakau Resort (BJBR) Kota Probolinggo. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Devi et al., 2023) dan (Tesar dan Suprihhadi, 2022). Kualitas pelayanan salah satu faktor kunci yang memengaruhi kepuasan. Pelayanan yang ramah, efisien, profesional dan ketersediaan Informasi yang jelas dan akurat tentang tempat wisata, jadwal acara, harga tiket, dan fasilitas yang tersedia membantu pengunjung merencanakan kunjungan mereka dengan lebih baik. Dapat membuat pengunjung merasa dihargai dan puas. Sehingga dengan Kualitas pelayanan yang baik dapat membantu membangun hubungan jangka panjang dengan pengunjung. Hal tersebut menunjukkan bahwa BeeJay Bakau Resort (BJBR) Kota Probolinggo harus memberikan pelayanan yang baik terhadap pengunjung seperti memberikan panduan, peta, dan materi informasi yang mudah diakses juga penting. Untuk menciptakan pengunjung supaya merasa aman dan nyaman berada di BeeJay Bakau Resort (BJBR). kepada pengunjung serta menjelaskan tentang BeeJay Bakau Resort (BJBR) kepada pengunjung yang akan BeeJay Bakau Resort (BJBR).

5. KESIMPULAN

Variabel promosi mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung di BeeJay Bakau Resort (BJBR) Kota Probolinggo. Variabel harga mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung di BeeJay Bakau Resort (BJBR) Kota Probolinggo. Variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung BeeJay Bakau Resort (BJBR) Kota Probolinggo. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk mengadakan pengembangan penelitian ini dengan menambah variabel bebas baru yang tidak diteliti didalam penelitian ini, serta guna untuk ilmu pengetahuan dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Devi, Dwi Rizqy Husniah, Joni Hendra, and Agustina Pujiastuti. 2023. "Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kfc Kota Probolinggo." *JUMAD: Journal Management, Accounting, & Digital Business* 1(3):331–40. doi: 10.51747/jumad.v1i3.1392.
- Dhany, U. R., & Rahmansyah, A. I. (2022). Pengaruh Return On Assets dan Debt To Equity Terhadap Return Saham Degan Inflasi Sebagai Pemoderasi. *Owner*, 6(3), 3312–3323. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.1110>
- Haris, Abdul. 2016. *MANAJEMEN PEMASARAN TINJAUAN TEORITIS DAN PRAKTIK*. edited by S. Wahyudi. Malang: Gemilang, Surya Pena.
- Hudzafidah, K., Dhany, U. R., & Rahmansyah, A. I. (2023). Effect of Profitability on Social Responsibility (CSR) in Indonesia: Environmental Performance as a Moderator.



- Wiga : Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi, 13(1), 103–113.
<https://doi.org/10.30741/wiga.v13i1.974>
- Hudzafidah, K., Rahmansyah, A. I., Dhany, U. R., & Suharsono, J. (2023). Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham Dengan Ipo Sebagai Variabel Moderating. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 1090–1099.
<https://doi.org/10.36778/JESYA.V6I1.1163>
- Indrasari. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan*. Cetakan Pe. Surabaya: Unitomo Press.
- Isnabela, Mohammad Iskak Elly, Elok Dwi Vidiyastutik. 2023. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Violet Bakery Probolinggo.” 1(4):461–70.
- Krishna Anugrah, I. wayan Sudarmayasa. 2020. *Kualitas Pelayanan*. Pertama. edited by N. 0001/ikapi/gtlo/11/14 Anggota IKAPI. Gorontalo.
- Putri, Sherly Ayu Fitriya, Dwi Perwitasari Wiryaningtyas, and Muhammad Iqbal Anshory. 2023. “Pengaruh Promosi Wisata, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang Melalui Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Wisatawankampung Blekok Kabupaten Situbondo.” *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)* 2(9):2116. doi: 10.36841/jme.v2i9.3623.
- Rahmansyah, A. I., & Dhany, U. R. (2023). Kinerja Keuangan, Corporate Social Responsibility, Dan Peran Earnings Per Share. *Measurement Jurnal Akuntansi*, 17(2), 196–205. <https://doi.org/10.33373/mja.v17i2.5682>
- Rahmansyah, A. I., Hudzafidah, K., & Bahri, M. S. (2024). Kepemilikan Manajerial sebagai Moderasi Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Financial Distress di Indonesia. *RELASI : JURNAL EKONOMI*, 20(2), 369–385.
<https://doi.org/10.31967/relasi.v20i2.1110>
- Salamah, Putri, Dewi Sawitri, and Yudha Rahman. 2017. “Kepuasan Pengunjung Terhadap Sarana Dan Prasarana Wisata Di Kimal Park Bendungan Tirtashinta Wonomarto.” *Jurnal Of Planing And Policy Development* 2(1):25–26.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2023. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.
- Sunyoto, Danang. 2022. *DASAR-DASAR MANAJEMEN PEMASARAN Konsep, Strategi Dan Kasus.Pdf*. Cetakan Ke. Jakarta: CAPS (Center Academic Publishing Service).
- Suryani, Reni, Pretty Naomi Sitompul, and Febrina Soraya Tanjung. 2022. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grapari Telkom Binjai.” 154–70.
- Tesar, M., and H. Suprihhadi. 2022. “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Promosi, Terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan Gojek Di Surabaya.” *Jurnal Ilmu Dan Riset ...* 11(5):1–16.
- Utomo, Dedi. 2023. “Pengaruh Lokasi , Pemasaran Jasa , Kualitas Pelayanan , Fasilitas Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Wisata Hutan Kertas Karawang Timur.” 8(2):216–25.
- Yanti, Ni Wayan Eka, and I. Made Suasti Puja. 2021. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Percetakan UD. Wipra Print Karangasem.” *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata* 1(3):943–53.