

---

**IMPLIKASI TINGKAT PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG MASJID JABAL ARAFAH DESTINASI KOTA BATAM**

Oleh

Giovani<sup>1\*</sup>, Andri Wibowo<sup>2</sup>, Arina Luthfini Lubis<sup>3</sup><sup>1,2,3</sup>Jurusan Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam; Jl. Gajah Mada, Tiban Lama, Kec. Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riaue-mail: <sup>1\*</sup> [giovanni2342020@gmail.com](mailto:giovanni2342020@gmail.com), <sup>2</sup> [andreewibowo.pku85@gmail.com](mailto:andreewibowo.pku85@gmail.com),  
<sup>3</sup> [a.luthfinilubis@gmail.com](mailto:a.luthfinilubis@gmail.com)**Abstract**

Provinsi Kepulauan Riau menawarkan banyak lokasi wisata yang menarik, dan pariwisata merupakan industri utama yang memberikan kontribusi signifikan terhadap kemajuan ekonomi masyarakat. Lokasi Batam berlokasi ideal antara Singapura dan Malaysia, menjadikannya pusat perdagangan. Industri perhotelan dan pariwisata juga berkembang. Slogan “Kepulauan Kepri Indah” merupakan salah satu inisiatif dan metode pemasaran yang dilakukan Pemerintah Daerah Kepri. Situs web untuk pariwisata Masjid Jabal Arafah merupakan salah satu tempat wisata religi di Batam dengan ciri khas arsitektur modern. Pengelola Masjid Jabal Arafah harus memperhatikan pelayanan yang diberikan agar tercipta destinasi yang sesuai bagi wisatawan dan dapat memenuhi ekspektasi pengunjung. Untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini, berbagai prosedur harus digunakan, termasuk kuesioner, wawancara, observasi, dan dokumen. Jenis analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif. Berdasarkan hasil uji menggunakan software SPSS, dapat dinyatakan bahwa seluruh item pernyataan atau pertanyaan yang diberikan dari seluruh variabel X1, X2, X3, X4, X5 dan Y adalah valid, karena nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel. Berdasarkan hasil uji reliabilitas X dan Y diatas, dapat dinyatakan bahwa semua nilai Cronbach’s Alpha variabel X1 (0.672), X2 (0.848), X3 (0.811), X4 (0,813), X5 (0,855) dan Y (0.797) memiliki nilai yang lebih besar dari 0,60 sehingga dinyatakan reliabel. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa hipotesis alternatif untuk semua variabel diterima. Formulasi hasil persamaan regresi linier berganda adalah  $Y = 0,787 + 0,091 X1 - 0,210 X2 + 0,117 X3 + 0,942 X4 + 0,524 X5$ . Faktor pelayanan memberikan pengaruh sebanyak 74,3% dalam keputusan pengunjung, sisanya sebesar 25,7% diluar dari yang dari variabel yang ditetapkan oleh penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Pelayanan, Kepuasan Pengunjung, Destinasi Wisata, Wisata Religi, Kota Batam***PENDAHULUAN**

Pemerintah saat ini semakin berusaha mempertahankan dan mengembangkan pariwisata di Indonesia. Menurut (Indonesia.go.id, 2022) pada tahun 2022, rating wisatawan Indonesia akan meroket. Peringkat wisatawan Indonesia naik dari peringkat 44 ke peringkat 32 hanya dalam waktu 18 bulan. Indonesia naik 12 peringkat menjadi peringkat pertama di antara 117 negara dalam Indeks Daya Saing Perjalanan dan Pariwisata (TTCI) 2021, melampaui Malaysia, Thailand, dan Vietnam.

Sementara itu, industri pariwisata Indonesia menduduki peringkat keenam kawasan Asia Pasifik. Indonesia semakin terkenal dan mendunia seiring naiknya peringkatnya..

Tempat menarik wisatawan adalah lokasi yang menarik wisatawan karena daya tariknya, aset unggulannya, dan alam sekitarnya yang menakjubkan, serta menyediakan jasa kepada konsumen agar wisatawan dapat menikmati kunjungan di sebuah objek wisata. Menurut Siregar dalam (Alfarisi & Sofyan, 2022) tempat yang dikunjungi merupakan

sesuatu yang menarik wisatawan; suatu objek wisata sangat mirip dengan objek wisata. Suatu daya tarik wisata harus mempunyai ciri khas, karena hal inilah yang menjadi alasan utama pengunjung datang ke kawasan wisata tersebut. Menurut Ridwan dalam (Diadona, 2021) objek wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman, kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang dituju atau tujuan kunjungan wisatawan. Karena semakin ketatnya persaingan dalam dunia usaha khususnya dalam sektor jasa dan wisata, sehingga mendorong perusahaan mana pun untuk menempatkan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Kondisi ini terlihat dari banyak perusahaan menaruh komitmen mereka terhadap kepuasan pelanggan, dan banyak perusahaan yang menyadari bahwa kepuasan konsumen sangat penting untuk suatu objek wisata dan wisatawan, oleh karena itu perusahaan menerapkan strategi untuk mempertahankan kepuasan konsumen.

Menurut Kotler kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan (Kotler, n.d.). Dapat disimpulkan bahwa setiap perusahaan dan penyedia jasa objek wisata harus mengetahui kebutuhan setiap wisatawan sehingga setiap wisatawan yang berkunjung merasa puas dan ingin datang kembali. Menurut Radiosunu dalam (Pratama, 2016) kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected service*). Wisatawan pasti menuntut pelayanan yang bagus, sehingga setiap perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang baik untuk memuaskan wisatawan. Kepuasan wisatawan dapat dicapai jika harapan dari wisatawan terpenuhi, oleh karena itu kinerja produk dan jasa harus dimaksimalkan supaya memenuhi harapan wisatawan (Wibowo, 2019). Menurut Suryati dan Sudarsono dalam (Zarkasih, 2019), kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam pemasaran barang maupun jasa. Karena jika suatu

perusahaan atau objek wisata dapat memuaskan wisatawan, maka wisatawan akan loyal terhadap obyek wisata tersebut. Kemudian menurut Kotler dalam (Kotler, n.d.) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang akan diperkirakan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan.

Provinsi Kepulauan Riau memiliki banyak destinasi wisata yang menarik dan pariwisata merupakan sektor utama yang berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi masyarakat. Dengan beragam seni, budaya dan kekayaan alam, banyak menarik wisatawan mancanegara untuk berkunjung di kepulauan riau, khususnya kota Batam yang merupakan pintu masuk bagi wisatawan mancanegara ketiga di Indonesia setelah Jakarta dan Bali. Lokasi Batam secara strategis dekat dengan Singapura dan Malaysia membuat kota ini menjadi pusat bisnis perhotelan dan pariwisata nya juga meningkat. Menurut (Wikipedia, 2023) sekitar 2,25 juta orang, atau 25% dari wisatawan asing yang datang ke Indonesia, melewati Batam. Selain itu, kota Manado, Belitung, dan pulau Kalimantan memanfaatkan Kepulauan Riau sebagai model wisata lintas batas Indonesia.

**Tabel 1. Trend Kunjungan Wisatawan Mancanegara Di Provinsi Kepulauan Riau 2019-2023**

No	Bulan	Jumlah Kunjungan Wisatawan				
		2019	2020	2021	2022	2023
1	Januari	192.856	220.696	261	328	120.648
2	Februari	233.194	124.465	173	364	93.085
3	Maret	260.289	54.102	428	1.363	126.527
4	April	229.250	1.139	248	11.807	118.817
5	Mei	225.171	1.198	265	23.842	99.359
6	Juni	265.904	1.787	271	57.469	171.453
7	Juli	217.313	1.765	161	80.215	
8	Agustus	264.933	1.654	165	79.470	
9	September	230.576	1.999	144	104.652	
10	Oktober	227.146	740	158	106.160	
11	November	241.249	561	285	103.940	
12	Desember	276.914	542	544	188.544	
<b>Tahunan</b>		<b>2.864.795</b>	<b>411.248</b>	<b>3.103</b>	<b>758.154</b>	

Sumber : Badan Pusat Statistik

Menurut SK Menspasportel No. KM 98 PW. 102 MPPT dalam (Renita, 2021) obyek pariwisata mengacu pada lokasi atau keadaan di mana sumber daya alam dibangun dan dieksploitasi untuk menciptakan tujuan wisata



yang menarik wisatawan. Pemanfaatan sumber daya alam sebagai destinasi wisata dapat didefinisikan sebagai objek wisata yang memiliki keunikan dan keindahan sehingga menarik para wisatawan untuk berkunjung (Simbolon et al., 2023). Pada saat Kepulauan Riau terpisah dari provinsi Riau, pariwisata di Kepulauan Riau mengalami peningkatan, dengan adanya peningkatan tersebut, pemerintah meningkatkan dan membangun tempat wisata Kepulauan Riau. Salah satu usaha dan strategi marketing yang dilakukan pemerintah adalah Wonderful Kepri. Selain itu strategi lainnya yang bisa dilakukan untuk meningkatkan keinginan pengunjung untuk datang ke lokasi wisata adalah dengan strategi branding yang tepat dan optimal (Amalia et al., 2023). Berikut merupakan beberapa tempat wisata saat ini di Kepulauan Riau:

**Tabel 2 Objek Wisata Kepulauan Riau**

No	Wisata Alam	Wisata Belanja	Wisata Budaya	Wisata Keagamaan	Wisata Sejarah	Wisata Hiburan & Modern
1	Karang Ajangkalan	Pasar Raya Kota Tanjung Pinang	Teater Mak Yong	Masjid Jabal Arafah	Ken Pengunggalan	Mega Wisata Oceanic
2	Pantai Mekar	Pasar Samudra Batam	Tari Zapin	Masjid Agung Batam	Bonting Kurai	Area Waterpark
3	Pantai Viso vno	Grand Batam Mall	Museum Siti Soetadit	Pura Agung Anorthia	Balai Adat Janda Permana	Biznis Indrasakti Bay Waterpark
4	Laut Natunas	Biznis Indah Mall	Museum Muzi Lingkar Cahaya	Kelenteng Tridama	Telaga Tumpah Hanyu	Sunrise City Waterpark
5	Pulau Berah	Pasar Beaufort	Museum Batam	Gua Mahis	Tugu Pencil	Golden Prow

Sumber : Dinas Pariwisata Kepulauan Riau

Objek wisata masjid jabal arafah adalah salah satu tempat wisata di Batam, dengan desain yang modern. Berada di pusat bisnis Kota Batam Jl. Imam Bonjol, Lubuk Baja Kota, Kecamatan Lubuk Baja, Kota Batam, Kepulauan Riau 29444, dengan luas 4.607 meter persegi. Pertama kali dibuka pada Jumat, 13 juli 2012, masjid jabal arafah semakin berkembang dan menjadi destinasi wisata oleh masyarakat di Kota batam maupun diluar kota batam.

**Tabel 3. Data Pengunjung Objek Wisata Masjid Jabal Arafah 2021 – 2023**

No	Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan
1	2021	27.547
2	2022	36.630
3	2023	34.000

Sumber: Data Peneliti

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada tahun 2021 jumlah pengunjung berjumlah 27.547 pasca covid 19 dengan

perkiraan 3000 orang pengunjung per bulan. Pada tahun 2022 jumlah pengunjung sebanyak 36.630 dengan perkiraan 3050 orang per bulan, kemudian pada tahun 2023 mencapai 34.000.

Setiap karyawan yang ada pada obyek wisata Masjid Jabal Arafah memiliki tugasnya masing-masing, dimana ada yang standby di beberapa tempat yang sering dikunjungi wisatawan yaitu seperti tower, perpustakaan, dan taman. Pengelola masjid jabal arafah perlu memperhatikan pelayanan yang diberikan agar bisa menciptakan obyek wisata yang nyaman bagi pengunjung dan bisa memuaskan harapan pengunjung. Berdasarkan keterangan sebelumnya, peneliti antusias dalam melakukan penelitian dengan judul “Implikasi Tingkat Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Masjid Jabal Arafah Destinasi Kota Batam”.

**LANDASAN TEORI**

Sektor jasa dalam industri pariwisata sangatlah penting; jika tingkat pelayanan yang diminta para tamu tersedia, mereka pasti ingin kembali lagi dan menyarakannya kepada orang lain. Menurut Tjiptono dan Chandra dalam (Suhartapa, 2022) ketika konsumen memperoleh tingkat pelayanan yang sesuai dengan harapannya, maka tingkat pelayanan tersebut dikatakan berkualitas tinggi. Kualitas pelayanan adalah tolak ukur bagi produk dan jasa yang diberikan terhadap pengunjung, pelayanan yang diberikan akan *direview* oleh pengunjung dan menghasilkan nilai pelayanan, kualitas pelayanan yang memuaskan akan mendapat nilai yang baik dari pengunjung. Menurut Lestari et al., dalam (Jannah et al., 2023) tingkat kepuasan terhadap suatu layanan menentukan kualitasnya, menjadikan layanan yang paling puas adalah layanan dengan kualitas terbaik, dimana harapan konsumen terhadap kinerja produk dan jasa memenuhi ekspektasi konsumen, jika tidak memenuhi harapan, pelanggan pasti tidak puas; namun, jika layanan yang diberikan memenuhi harapan tersebut, maka layanan tersebut berkualitas tinggi dan memenuhi kebutuhan pelanggan (Safrizal et al., 2022). Oleh karena itu



setiap Perusahaan jasa atau obyek wisata harus memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang ada (Supardi et al., 2023).

Kualitas pada umumnya berhubungan dengan sebuah pelayanan yang diberikan, yaitu pelayanan yang baik, bagaimana seorang karyawan melayani konsumen, sikap dan tata krama yang baik sehingga memuaskan konsumen (Putri et al., 2023). Menurut Triguno dalam (Pratama, 2016) pelayanan / penyampaian terbaik, yaitu “Setiap saat, berikan layanan yang memadai dan dapat diterima, sopan, membantu, dan profesional”. Menurut Tjiptono dalam (Andi Alfianto Anugrah Ilahi, 2021) kualitas layanan dapat diukur dengan mengevaluasi kesan konsumen terhadap layanan nyata yang mereka terima/peroleh dengan apa yang sebenarnya mereka harapkan/inginkan dalam kaitannya dengan kualitas layanan suatu perusahaan. Menurut Sutedja dalam (Fadhilah & Cahya, 2022) kualitas pelayanan diartikan sebagai aktivitas yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya. Kenyamanan yang diberikan, kecepatan pelayanan, kemudahan lokasi, dan tarif yang masuk akal dan kompetitif semuanya berkontribusi terhadap keunggulan layanan.

Menurut (Halim et al., 2021) berpedoman pada pernyataan Tjiptono (2000) bahwa terdapat lima dimensi kualitas pelayanan jasa, yaitu: (1) Reliabilitas, (*reliability*), yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan; (2) Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan layanan dengan tanggap; (3) Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keraguan; (4) Empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para konsumen; (5) Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Menurut Kotler (2002) dalam (Prasetio, 2021) mengemukakan bahwa Ketika seseorang

membandingkan persepsi/kesannya terhadap hasil suatu produk dengan harapannya, mereka akan merasa puas atau kecewa. Menurut Tjiptono & Chandra dalam (Mahira et al., 2021) kepuasan pelanggan dikatakan sebagai sebuah respon emosional seseorang yang mencakup beberapa aspek seperti ekspektasi terhadap produk, pengalaman penggunaan, dan seterusnya, respon tersebut terjadi pada waktu tertentu seperti pada saat setelah digunakan, pengalaman akumulatif, atau setelah produk jasa tersebut dipilih. Menurut Daryanto & Setyobudi dalam (Nanincova, 2019) pengertian kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan atau perasaan senang yang dicapai apabila produk sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Oleh karena itu kepuasan pelanggan sangat mempengaruhi obyek wisata Masjid Jabal Arafah karena dapat meningkatkan nilai dari obyek wisata tersebut dan menumbuhkan loyalitas pengunjung, sehingga setiap pengunjung yang datang merasa puas dan ingin berkunjung kembali.

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode yang akan digunakan adalah kuantitatif, dimana akan menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti, dimana penelitian kuantitatif menggunakan analisis data dalam bentuk numeral (angka) mulai dari penafsiran data dan pengumpulan data tersebut, serta diolah menggunakan metode statistik. Pendekatan penelitian yang digunakan merupakan pendekatan deskriptif untuk mengetahui nilai dari setiap variabel dan memberikan gambaran yang akurat atas penelitian yang akan dilakukan. Menurut Sugiyono dalam (Jayusman & Shavab, 2020) menyatakan bahwa penelitian dengan pendekatan deskriptif digunakan untuk mengetahui nilai dari variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa adanya perbandingan dengan variabel yang lain. Menurut Dapat disimpulkan bahwa penelitian deskriptif adalah bagaimana pendekatan dan mendapatkan data untuk digunakan dalam membuat laporan.

## Populasi

Menurut *Encyclopaedia Britannica* (2015) dalam (Welianto & Nailuar, 2019) menyatakan bahwa populasi merupakan seluruh jumlah penduduk yang berada di suatu daerah, sedangkan menurut Sugiyono dalam (Purwanti & Dewi, 2014) populasi merupakan generalisasi wilayah yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Arikunto (2006:130) dalam (Abadiyah & Purwanto, 2016) populasi merupakan jumlah keseluruhan dari subjek penelitian. Populasi pada penelitian ini merupakan setiap pengunjung dari luar Batam yang sudah pernah berkunjung di obyek wisata Masjid Jabal Arafah yaitu jumlah pengunjung pada tahun 2022 sebesar 648 orang

#### **Sampel**

Menurut Sugiyono (2010) dalam (Salangka, 2013) menyatakan bahwa sampel adalah komponen ukuran dan susunan populasi. Studi ini hanya melibatkan sebagian dari populasi sebagai responden karena besarnya populasi dan terbatasnya waktu, uang, dan tenaga, yaitu populasi pada tahun 2022 sebanyak 700 orang dan dibagi 12 bulan, maka didapat jumlah per bulannya adalah 58 orang. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti, penulis menggunakan rumus slovin sehingga didapatkan jumlah responden sebanyak 51 orang.

#### **Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan harus menggunakan beberapa teknik yaitu kuesioner, wawancara, observasi dan dokumen. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket yang berupa pertanyaan. Menurut Moleong dalam (Yuhana & Aminy, 2019) wawancara merupakan percakapan antara dua orang atau lebih yang dilakukan oleh pewawancara dan narasumber. Dimana narasumber dan peneliti berhadapan langsung untuk menjelaskan apa yang akan diteliti dan untuk mendapatkan data dan informasi secara

langsung dari narasumber yang berkaitan. Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara kepada General Manager dari obyek wisata Masjid Jabal Arafah untuk mengetahui bagaimana pelayanan yang diberikan, jumlah pengunjung Masjid Jabal Arafah, serta sejarah dari Masjid Jabal Arafah. Menurut Arikunto (2010) (Manalu & Mesra, 2019) dalam observasi merupakan suatu aktivitas yang sempit, yakni memperhatikan sesuatu dengan menggunakan mata. Dalam penelitian ini, penulis melakukan observasi langsung pada obyek wisata Masjid Jabal Arafah untuk mengamati pengunjung dan karyawan yang sedang bertugas serta melihat apa saja fasilitas yang ada pada obyek wisata Masjid Jabal Arafah. Dalam penelitian ini, beberapa dokumen yang dibutuhkan berasal dari Badan Pusat Statistik, Dinas Pariwisata Kepulauan Riau, serta dari obyek wisata Masjid Jabal Arafah.

#### **Teknik Analisis Data**

Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, dimana tujuannya untuk melihat adanya pengaruh pada variabel kualitas pelayanan serta mendeskripsikan kepuasan pengunjung dan kualitas pelayanan. Analisis deskriptif melakukan penyajian fakta dan menganalisis secara sistematis, dengan menentukan tabel frekuensi dan rata-rata, kemudian dideskripsikan mengenai variasi responden yang merespon pertanyaan, sehingga lebih mudah untuk disimpulkan dan dipahami.

Uji validitas merupakan pengujian yang dilakukan pada suatu angket kuesioner untuk mengetahui apakah angket tersebut valid atau sah. Menurut Sugiyono (2006) dalam (Rindiasari, Hidayat, Yuliani et al., 2021) tujuan dari uji validitas adalah untuk menguji sejauh mana alat ukur yang digunakan dapat mengenai sasaran.

Uji reliabilitas merupakan pengujian pada suatu angket kuesioner yang termasuk salah satu indikator dari variabel. Menurut Ghazali (2013, p.12) dalam (Wijaya, 2018) setiap instrumen penelitian dapat dikatakan konsisten, apabila instrument tersebut terbukti



reliabel yaitu Ketika indicator nilai Cronbach  $\alpha > 0,6$ .

Uji normalitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah suatu model regresi dinyatakan memiliki distribusi normal atau tidak, pengujian ini didapat dari probability plot. Model regresi dikatakan baik, jika hasil pengujian menyatakan distribusi data normal atau mendekati normal. Menurut Ghozali (2013) dalam (Christine et al., 2019) uji normalitas adalah pengujian model regresi, untuk menentukan variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

Menurut Narimawati (2010) dalam (Gonibala et al., 2019) analisis linier berganda merupakan analisis asosiasi yang digunakan secara bersamaan, berfungsi untuk meneliti pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel tergantung dengan skala intervalnya. Jadi, pada penelitian ini analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (independen) yaitu bukti fisik ( $X_1$ ), kehandalan ( $X_2$ ), ketanggapan ( $X_3$ ), empati ( $X_4$ ), jaminan ( $X_5$ ) terhadap variabel terikat (dependen) yaitu keputusan pengunjung ( $Y$ ) pada obyek wisata Masjid Jabal Arafah.

Uji Hipotesis dilakukan untuk memastikan pengaruh dari tiap variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.  $H_{01}$  : Variabel bukti langsung (*tangibles*) tidak mempengaruhi kepuasan pengunjung pada obyek wisata Masjid Jabal Arafah di kota Batam  
 $H_{a1}$  : Variabel bukti langsung (*tangibles*) mempengaruhi kepuasan pengunjung pada obyek wisata Masjid Jabal Arafah di kota Batam
2.  $H_{02}$  : Variabel kehandalan (*reliability*) tidak mempengaruhi kepuasan pengunjung pada obyek wisata Masjid Jabal Arafah di kota Batam  
 $H_{a2}$  : Variabel kehandalan (*reliability*) mempengaruhi kepuasan pengunjung pada

obyek wisata Masjid Jabal Arafah di kota Batam

3.  $H_{03}$  : Variabel daya tanggap (*responsiveness*) tidak mempengaruhi kepuasan pengunjung pada obyek wisata Masjid Jabal Arafah di kota Batam  
 $H_{a3}$  : Variabel daya tanggap (*responsiveness*) mempengaruhi kepuasan pengunjung pada obyek wisata Masjid Jabal Arafah di kota Batam
4.  $H_{04}$  : Variabel jaminan (*assurance*) tidak mempengaruhi kepuasan pengunjung pada obyek wisata Masjid Jabal Arafah di kota Batam  
 $H_{a4}$  : Variabel jaminan (*assurance*) mempengaruhi kepuasan pengunjung pada obyek wisata Masjid Jabal Arafah di kota Batam
5.  $H_{05}$  : Variabel daya empati (*empathy*) tidak mempengaruhi kepuasan pengunjung pada obyek wisata Masjid Jabal Arafah di kota Batam  
 $H_{a5}$  : Variabel daya empati (*empathy*) mempengaruhi kepuasan pengunjung pada obyek wisata Masjid Jabal Arafah di kota Batam
6.  $H_{06}$  : Variabel bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), serta empati (*empathy*), semuanya tidak mempengaruhi kepuasan pengunjung pada obyek wisata Masjid Jabal Arafah di kota Batam  
 $H_{a6}$  : Variabel bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), serta empati (*empathy*) secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan pengunjung pada obyek wisata Masjid Jabal Arafah di kota Batam

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Obyek wisata masjid jabal arafah merupakan salah satu obyek wisata di kota batam, dengan desain yang modern. Dengan desain berbentuk kubah beton berlubang-lubang dan pencahayaan yang indah, terdapat ikan hias,

pohon dan wisatawan dapat melihat langsung kubah dan langit biru karena semua tembus pandang, dan terdapat teropong yang bisa digunakan untuk melihat daerah sekitar batam, Singapura dan Malaysia, tersedia akses internet gratis bagi para jamaah dan wisatawan yang berkunjung. Obyek wisata masjid jabal arafah sudah banyak dikunjungi oleh wisatawan baik pengunjung yang ingin melaksanakan ibadah atau yang hanya ingin berwisata.



GAMBAR 2. GRAFIK PERBANDINGAN

Dalam uji validitas menggunakan signifikan 5% yaitu dengan nilai 0,05 untuk taraf signifikansi, apabila probabilitas hasil korelasi dinyatakan diatas 0,05 (5%) maka instrumen dikatakan tidak valid, namun jika probabilitas tinggi hasil korelasi dinyatakan dibawah 0,05 (5%) instrumen dikatakan valid atau sah. Berdasarkan hasil uji SPSS versi 24, dapat dinyatakan bahwa seluruh item pernyataan atau pertanyaan yang diberikan dari seluruh variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub>,

X<sub>5</sub> dan Y adalah valid, karena nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Hasil uji validitas bisa dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub>, dan X<sub>5</sub>**

Variabel	No Butir Instrumen	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Bukti Fisik (X1)	X1.1	0.556	> 0.275	Valid
	X1.2	0.424	> 0.275	Valid
	X1.3	0.347	> 0.275	Valid
	X1.4	0.577	> 0.275	Valid
	X1.5	0.671	> 0.275	Valid
Kehandalan (X2)	X2.1	0.862	> 0.275	Valid
	X2.2	0.860	> 0.275	Valid
	X2.3	0.845	> 0.275	Valid
Ketanggapan (X3)	X3.1	0.735	> 0.275	Valid
	X3.2	0.754	> 0.275	Valid
	X3.3	0.780	> 0.275	Valid
	X3.4	0.877	> 0.275	Valid
Jaminan (X4)	X4.1	0.739	> 0.275	Valid
	X4.2	0.782	> 0.275	Valid
	X4.3	0.817	> 0.275	Valid
	X4.4	0.839	> 0.275	Valid
Empati (X5)	X5.1	0.860	> 0.275	Valid
	X5.2	0.876	> 0.275	Valid
	X5.3	0.891	> 0.275	Valid
Kepuasan Pengunjung	Y1	0.833	0.275	Valid
	Y2	0.725	0.275	Valid
	Y3	0.804	0.275	Valid
	Y4	0.791	0.275	Valid
	Y5	0.784	0.275	Valid
	Y6	0.806	0.275	Valid

Sumber : Data diolah melalui program SPSS

Uji reliabilitas digunakan untuk menghitung reliabel atau tidaknya setiap item kuesioner yang digunakan dalam penelitian. Berikut ini merupakan hasil pengujian

reliabilitas terhadap variabel kepuasan pengunjung yang ada pada obyek wisata Masjid Jabal Arafah.

**Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y**

Variabel	Alpha	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	0.672	0,60	Reliabel
X2	0.848	0,60	Reliabel
X3	0.811	0,60	Reliabel
X4	0,813	0,60	Reliabel
X5	0,855	0,60	Reliabel
Y	0.797	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Perhitungan Peneliti

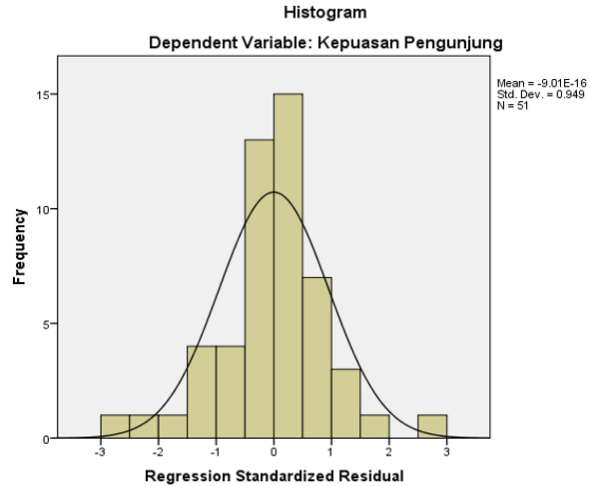
Berdasarkan hasil evaluasi reliabilitas X dan Y diatas, semua nilai Cronbach's Alpha variabel X<sub>1</sub> (0.672), X<sub>2</sub> (0.848), X<sub>3</sub> (0.811), X<sub>4</sub> (0,813), X<sub>5</sub> (0,855) dan Y (0.797) memiliki nilai yang lebih besar dari 0,60. Oleh karena itu, semua instrumen pengukuran yang digunakan dianggap dapat diandalkan.

Pengolahan data selanjutnya dilakukan dengan melakukan uji normalitas terhadap keseluruhan variabel yang diujikan.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
	Unstandardized Residual	
N		51
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.40249325
Most Extreme Differences	Absolute	.103
	Positive	.081
	Negative	-.103
Test Statistic		.103
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

**Gambar 2. Hasil Uji Normalitas**

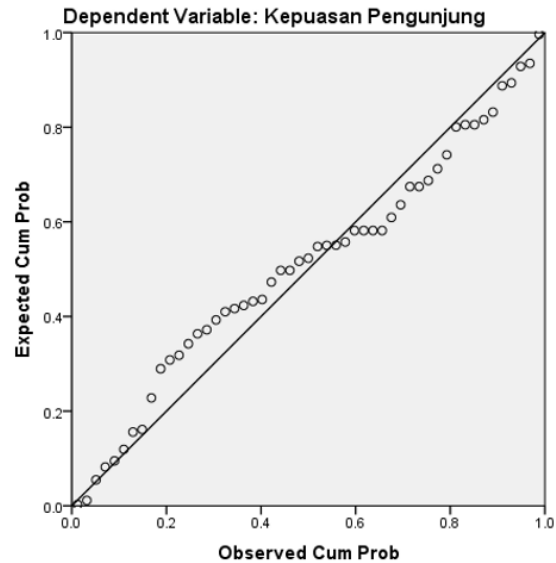
Dapat disimpulkan bahwa nilai sig adalah  $0,200 > 0,05$  dari hasil uji normalitas satu sampel Kolmogorov-Smirnov. Oleh karena itu, tanggapan kuesioner dinyatakan normal.



**Gambar 3. Histogram Uji Normalitas**

Data yang digunakan dikatakan berdistribusi normal karena seperti yang ditunjukkan oleh hasil uji normalitas histogram di atas, data berbentuk gunung atau lonceng.

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



**Gambar 4. Plot Hasil Uji Normalitas**

Jika titik-titiknya mengikuti garis diagonal maka data dianggap berdistribusi teratur, sesuai dengan temuan uji normalitas menggunakan grafik plot probabilitas. Karena titik-titik pada gambar mengikuti garis diagonal, maka data dianggap normal.

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh variabel X<sub>1</sub> (bukti fisik), X<sub>2</sub> (kehandalan), X<sub>3</sub> (ketanggapan), X<sub>4</sub> (jaminan) dan X<sub>5</sub> (empati) terhadap variabel Y (kepuasan pengunjung).



Dalam penelitian ini menggunakan uji analisis regresi linear berganda yaitu sebagai berikut :

**Uji Pengaruh Parsial (Uji-t)**

Dapat disimpulkan bahwa variabel variabel Y berpengaruh apabila nilai sig kurang dari 0,05 dan t hitung melebihi t tabel.

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.197	4.248		.046	.963
	Bukti Fisik	1.126	.257	.530	4.375	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Gambar 5. Hasil Uji t Variabel X<sub>1</sub>

Berdasarkan gambar diatas, diketahui bahwa nilai sig X<sub>1</sub> 0.00 < 0.05 dan nilai t hitung 4.375 > 2.014, maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>a1</sub> diterima dan terdapat pengaruh X<sub>1</sub> terhadap Y.

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.901	1.865		4.772	.000
	Kehandalan	1.037	.194	.607	5.342	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Gambar 6. Hasil Uji t Variabel X<sub>2</sub>

Berdasarkan gambar diatas, diketahui bahwa nilai sig X<sub>2</sub> 0.00 < 0.05 dan nilai t hitung 5.342 > 2.014, maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>a2</sub> diterima dan terdapat pengaruh X<sub>2</sub> terhadap Y.

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.078	2.231		3.172	.003
	Ketanggapan	.917	.174	.602	5.272	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Gambar 7. Hasil Uji t Variabel X<sub>3</sub>

Berdasarkan gambar diatas, diketahui bahwa nilai sig X<sub>3</sub> 0.00 < 0.05 dan nilai t hitung 5.272 > 2.014, maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>a3</sub> diterima dan terdapat pengaruh X<sub>3</sub> terhadap Y.

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.372	1.500		2.248	.029
	Jaminan	1.210	.117	.828	10.346	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Gambar 8. Hasil Uji t Variabel X<sub>4</sub>

Berdasarkan gambar diatas, diketahui bahwa nilai sig X<sub>4</sub> 0.00 < 0.05 dan nilai t hitung 10.346 > 2.014, maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>a4</sub> diterima dan terdapat pengaruh X<sub>4</sub> terhadap Y.

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.176	1.680		4.865	.000
	Empati	1.109	.174	.673	6.373	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Gambar 9. Hasil Uji t Variabel X<sub>5</sub>

Berdasarkan gambar diatas, diketahui bahwa nilai sig X<sub>5</sub> 0.00 < 0.05 dan nilai t hitung 6.373 > 2.014, maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>a5</sub> diterima dan terdapat pengaruh X<sub>5</sub> terhadap Y.

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh jumlah keseluruhan variabel X terhadap variabel Y. Apabila nilai sig < 0,05 dan F hitung > F tabel, maka dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y, sebaliknya apabila nilai sig > 0,05 dan F hitung < F tabel maka dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	283.807	5	56.761	25.971	.000 <sup>b</sup>
	Residual	98.349	45	2.186		
	Total	382.157	50			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung  
b. Predictors: (Constant), Empati, Bukti Fisik, Ketanggapan, Jaminan, Kehandalan

Gambar 10. Hasil Uji F

Berdasarkan gambar diatas, diketahui bahwa nilai sig 0.00 < 0.05 dan nilai F hitung 25.971 > 2.014, maka dapat disimpulkan pengaruh variabel bukti fisik (X<sub>1</sub>), Kehandalan (X<sub>2</sub>), Ketanggapan (X<sub>3</sub>), Jaminan (X<sub>4</sub>), Empati (X<sub>5</sub>) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung (Y) pada obyek wisata Masjid Jabal Arafah Batam di Kota Batam.

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.787	2.723		.289	.774
	Bukti Fisik	.091	.201	.043	.454	.652
	Kehandalan	-.210	.222	-.123	-.944	.350
	Ketanggapan	.117	.153	.077	.763	.450
	Jaminan	.942	.188	.645	5.017	.000
	Empati	.524	.200	.318	2.625	.012

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Gambar 11. Hasil Uji Adjusted R<sup>2</sup>

Berdasarkan hasil uji tiap koefisien maka didapatkan formulasi matematika hubungan seluruh variabel X terhadap Variabel Y dalam bentuk analisis regresi berganda. Rumus

matematikanya adalah  $Y = 0,787 + 0,091 X_1 - 0,210 X_2 + 0,117 X_3 + 0,942 X_4 + 0,524 X_5$

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.862 <sup>a</sup>	.743	.714	1.478

a. Predictors: (Constant), Empati, Bukti Fisik, Ketanggapan, Jaminan, Kehandalan

Gambar 11. Hasil Uji Adjusted R<sup>2</sup>

Berdasarkan hasil uji R<sup>2</sup> diatas, dapat disimpulkan bahwa kontribusi variabel bukti fisik (X<sub>1</sub>), Kehandalan (X<sub>2</sub>), Ketanggapan (X<sub>3</sub>), Jaminan (X<sub>4</sub>), dan Empati (X<sub>5</sub>) berpengaruh sebesar 74,3% terhadap variabel keputusan berkunjung (Y).

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa hipotesis alternatif untuk semua variabel diterima sebagai berikut:
  - a. H<sub>01</sub> : Ditolak karena tidak sesuai dengan hasil penelitian
  - b. H<sub>a1</sub> : Diterima, karena terbukti bahwa bukti langsung mempengaruhi kepuasan pengunjung
  - c. H<sub>02</sub> : Ditolak karena tidak sesuai dengan hasil penelitian
  - d. H<sub>a2</sub> : Diterima, karena terbukti bahwa kehandalan mempengaruhi kepuasan pengunjung
  - e. H<sub>03</sub> : Ditolak karena tidak sesuai dengan hasil penelitian
  - f. H<sub>a3</sub> : Diterima, karena terbukti bahwa daya tanggap mempengaruhi kepuasan pengunjung
  - g. H<sub>04</sub> : Ditolak karena tidak sesuai dengan hasil penelitian
  - h. H<sub>a4</sub> : Diterima, karena terbukti bahwa jaminan mempengaruhi kepuasan pengunjung
  - i. H<sub>05</sub> : Ditolak karena tidak sesuai dengan hasil penelitian
  - j. H<sub>a5</sub> : Diterima, karena terbukti bahwa daya empati mempengaruhi kepuasan pengunjung

- k. H<sub>06</sub> : Ditolak karena tidak sesuai dengan hasil penelitian
  - l. H<sub>a6</sub> : Diterima, karena terbukti bahwa bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan, serta empati secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan pengunjung
2. Formulasi hasil persamaan regresi linier berganda adalah  $Y = 0,787 + 0,091 X_1 - 0,210 X_2 + 0,117 X_3 + 0,942 X_4 + 0,524 X_5$ . Berdasarkan persamaan ini maka jumlah pengunjung hanya ada 1 orang jika keseluruhan variabel pelayanan tidak mendukung tempat wisata tersebut. Selain itu, berkurangnya 1 orang pengunjung dipengaruhi oleh kehandalan dari penyedia layanan.
  3. Faktor pelayanan memberikan pengaruh sebanyak 74,3% dalam keputusan pengunjung, sisanya sebesar 25,7% diluar dari yang dari variabel yang ditetapkan oleh penelitian ini.

## SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti memberikan saran kepada pengelola obyek wisata Masjid Jabal Arafah untuk meningkatkan seluruh variabel yang berkaitan dengan pelayanan agar di masa depan pengunjung semakin puas dan ingin berkunjung kembali pada obyek wisata Masjid Jabal Arafah.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abadiyah, R., & Purwanto, D. (2016). Pengaruh Budaya Organisasi, Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja Dan Kinerja Pegawai Bank di Surabaya. *Indonesia Accounting Journal*, 2(1).
- [2] Alfarisi, M. R., & Sofyan, A. (2022). *Pesan Pariwisata Pada Aplikasi Instagram Tentang Objek Wisata Situ Cileunca Pangalengan*. 2.
- [3] Amalia, E., Supardi, & Lubis, A. L. (2023). Strategi Branding “Terpikat Pulau Penyengat” Sebagai Destinasi Wisata Sejarah, Budaya & Religi di Kepulauan Riau. *DIMENSI*, 12(01), 212–229.

- <https://doi.org/https://doi.org/10.33373/dms.v12i1.5000>
- [4] Diadona. (2021). *Pengertian Objek Wisata, Daya Tarik Wisata, Wisata Alam, dan Definisi Menurut Para Ahli*. No Title. 12 Juli 2021.
- [5] Fadhilah, M., & Cahya, A. D. (2022). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen dengan word of mouth sebagai variabel moderasi. *Forum Ekonomi*, 3(3), 607–617. <https://doi.org/10.29264/jfor.v24i3.11336>
- [6] Gonibala, N., Masinambow, V. . A. J., & Maramis, M. T. B. (2019). *Analisis Pengaruh Modal dan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Kitamobagu*. 19(01).
- [7] Halim, F., Kurniullah, A. Z., Butarbutar, M., Efendi, Sudarso, A., Purba, B., Lie, D., Sisca, Simarmata, H. M. P., Permadi, L. A., & Novela, V. (2021). Manajemen Pemasaran Jasa. In *Manajemen Pemasaran Jasa* (1st ed.). Yayasan Kita Menulis.
- [8] Ikhlas, R. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Heha Sky View Yogyakarta*. 1(1), 16–25.
- [9] Ilahi, A. A. A., & Arifuddin. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *Jurnal Signaling*, 10(2), 58. <https://doi.org/10.56327/signaling.v10i2.1093>
- [10] Jayusman, I., & Shavab, O. A. K. (2020). Aktivitas Belajar Mahasiswa Dengan Menggunakan Media Pembelajaran Learning Management System (Lms) Berbasis Edmodo Dalam Pembelajaran Sejarah. *Jurnal Artefak*, 7. <https://doi.org/10.25157/ja.v7i1.3180>
- [11] Kotler, P. (n.d.). *Marketing Management*.
- [12] Mahira, Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Journal Of Communication Education*, 15. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- [13] Manalu, A., & Mesra, M. (2019). Analisis Analisis Produk Kerajinan Lampu Hias Dari Batok Kelapa Pada Perajin Wak Jek Art (Wja) Di Medan Ditinjau Dari Bentuk. *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, 8(1). <https://doi.org/10.24114/gr.v8i1.13638>
- [14] Nanincova, N. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro*. 2, 1–5.
- [15] Prasetio, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Acman: Accounting and Management Journal*, 1–6. <https://doi.org/10.55208/aj.v1i2.25>
- [16] Pratama, H. F. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Petugas Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Objek Wisata Sejarah Benteng Malborough Kota Bengkulu. *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar*.
- [17] Purwanti, N. D., & Dewi, R. M. (2014). *Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Mojokerto Tahun 2006-2013*. 1–12.
- [18] Putri, S. P. A., Wibowo, A., & Lubis, A. L. (2023). Analisis Pengaruh Kinerja Pengawas Kamar Terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Pacific Palace Batam. *Jurnal Mata Pariwisata*, 2(1), 29–33. [https://doi.org/https://doi.org/10.59193/terapan\\_pariwisata\\_5](https://doi.org/https://doi.org/10.59193/terapan_pariwisata_5)
- [19] Ratnaningsih.et.al, H. P. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Kepuasan Dalam Pembuatan E - KTP Di Kecamatan Cobleng Kota*.
- [20] Renita. (2021). *Pengertian Obyek Wisata Menurut Para Ahli Dan Jeni-jenis Wisata*.
- [21] Rindiasari, Hidayat, Yuliani, P. R., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). *Uji Validitas Dan Reliabilitas Angket Kepercayaan Diri*. 4(5). <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i5.7257>



- [22] Safrizal, Ilham, W., & Wibowo, A. (2022). Analisis Mutu Pelayanan Departemen Housekeeping di Travelodge Hotel Batam. *Jurnal Mekar*, 1(2), 41–50. <https://doi.org/https://doi.org/10.59193/jmr.v1i2.72>
- [23] Simbolon, S. O., Lubis, A. L., & Wibowo, A. (2023). Strategi SWOT Untuk Mengembangkan Potensi Destinasi Wisata Pantai Melayu di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama Dan Budaya*, 8(2), 81–95. <http://ojs.uhnsugriwa.ac.id/index.php/parbud/article/view/3067>
- [24] Suhartapa, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Indonesia Kaya Semarang. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 13(2), 99–107. <https://doi.org/10.31294/khi.v13i2.12337>
- [25] Supardi, Lubis, A. L., Wibowo, A., & Zaharafatihah. (2023). Pelatihan Layanan Perjalanan Wisata Berbahasa Inggris Di SMK Negeri 2 Batam. *Jurnal Keker Wisata*, 1(2), 153–162. <https://doi.org/https://doi.org/10.59193/jkw.v1i2.172>
- [26] Welianto, A., & Nailuar, N. N. (2019). *Populasi: Pengertian, Faktor, dan Ciri-cirinya*.
- [27] Wibowo, A. (2019). Attraction, Infrastructure, Facilitation and Hospitality dalam Pengembangan Desa Wisata: Studi kasus Bono Kelurahan Teluk Meranti, Kecamatan Teluk Meranti Kabupaten Pelalawan. *VITKA Jurnal Manajemen Pariwisata*, 01(02), 9–15. <https://www.scribd.com/document/501754842/document-2>
- [28] Wijaya, I. K. (2018). *Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Cv Bukit Sanomas*. 6(2).
- [29] Wikipedia. (2023). *Pariwisata di Kepulauan Riau*.
- [30] Yuhana, A. N., & Aminy, F. A. (2019). Optimalisasi Peran Guru Pendidikan Agama Islam Sebagai Konselor dalam Mengatasi Masalah Belajar Siswa. *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, 7(1). <https://doi.org/10.36667/jppi.v7i1.357>
- [31] Zarkasih, H. (2019). *Pengaruh Fasilitas, Servicecapes ..., Haris Zarkasih, FEB UMP, 2022. 2016*, 10–23.