
Pengaruh Fasilitas Wisata dan Sentimen Media Sosial Terhadap Kepuasan Pengunjung di Pantai Ancol

Azis Firmansyah, Agus Riyadi*, M. Husen Hutagalung
Institut Pariwisata Trisakti
*agus.riyadi@iptrisakti.ac.id

ABSTRACT

This research was motivated by social media sentiment towards tourist facilities on Ancol beach. The aim of this research is to determine the influence of tourist facilities (x1) and social media sentiment (x2) on visitor satisfaction at Ancol Beach. The method in this research is a quantitative research method, by taking a sample of 100 people who will be measured using a Likert scale. From the results of the questionnaire answers that have been distributed via Google Form, researchers will carry out various tests such as validity tests, reliability tests, descriptive statistical analysis, correlation coefficient tests, coefficient of determination tests, multiple linear regression tests, t tests, and F tests. Based on the results The overall mean of tourist facilities (X1) can be concluded in the good category, social media sentiment (X2) can be concluded in the good category, and visitor satisfaction can be concluded in the satisfied category. The results of the variable Tourist Facilities variable (X1) has an influence on the visitor satisfaction variable (Y) of Ancol Beach. The results of the social media sentiment variable (X2) has an influence on the visitor satisfaction variable (Y) of Ancol Beach.

Keywords: *tourism facilities, social media sentiment, visitor satisfaction*

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh sentimen media sosial terhadap fasilitas wisata di pantai ancol. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh fasilitas wisata (X1) dan sentimen media sosial (X2) terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Ancol. Metode dalam penelitian ini adalah Metode penelitian Kuantitatif, dengan mengambil sampel sebanyak 100 orang yang akan diukur melalui skala likert. Dari hasil jawaban kuisisioner yang telah dibagikan melalui google form, maka peneliti akan melakukan berbagai uji seperti uji validitas, uji reliabilitas, analisis statistis deskriptif, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, uji regresi linier berganda, uji t, dan uji F. Berdasarkan hasil mean secara keseluruhan fasilitas wisata (X1) dapat disimpulkan dalam kategori baik, Sentimen media sosial (X2) dapat disimpulkan dalam kategori baik, dan kepuasan pengunjung dapat disimpulkan dalam kategori puas. Hasil Variabel Fasilitas Wisata (X1) memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y) Pantai Ancol. Hasil variabel Sentimen media sosial (X2) memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y) Pantai Ancol.

Kata Kunci: fasilitas wisata , sentimen media sosial, kepuasan pengunjung

PENDAHULUAN

Ada beberapa macam objek wisata yang dapat dikunjungi di indonesia baik wisata alam maupun wisata buatan. Industri pariwisata merupakan salah satu pembangunan sektor ekonomi, yang diharapkan pertumbuhannya dapat membantu masyarakat setempat. Theme park di Pantai Ancol menghadirkan berbagai wahana

permainan seru dan edukatif yang dapat dinikmati oleh semua kalangan usia, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Keberadaan theme park di Pantai Ancol telah menjadi salah satu faktor penting yang mendorong peningkatan jumlah pengunjung, tepatnya di DKI Jakarta sehingga penting untuk diteliti pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung. Pantai Ancol merupakan salah satu destinasi wisata pantai terpopuler di Indonesia, terletak di Jakarta Utara. Pantai Ancol menawarkan berbagai fasilitas wisata yang menarik bagi pengunjung, seperti taman hiburan, wahana permainan air, area pantai yang luas, dan berbagai pilihan kuliner. Selain itu, Pantai Ancol juga mudah diakses dari berbagai wilayah di Jabodetabek. Wisata buatan adalah wisata yang bentuk dan objek wisatanya dipengaruhi oleh aktivitas serta kreativitas manusia dimana bentuknya sangat tergantung pada keaktifan manusia. Saat ini, bermunculan objek wisata buatan yang dikembangkan dan dikelola dengan berbagai konsep yang menarik. Ulasan negatif dari fasilitas dapat muncul dari berbagai faktor, baik yang berasal dari internal maupun eksternal. Selain itu, fenomena media sosial telah mengubah cara orang berinteraksi dengan destinasi wisata (Kotler, 2008). Pengunjung sering kali menggunakan platform media sosial untuk berbagi pengalaman mereka di Pantai Ancol, baik melalui foto, ulasan, atau komentar.

TINJAUAN PUSTAKA

Fasilitas Wisata

Fasilitas wisata adalah elemen fisik dan layanan yang disediakan di destinasi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pengunjung. Fasilitas yang memadai dapat meningkatkan pengalaman pengunjung dan mempengaruhi kepuasan secara keseluruhan. Menurut Syahril & Badollahi, dalam Fitriansyah et al., (2023) fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata yang dikunjunginya, dimana mereka dapat santai menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut. Fasilitas menjadi salah satu aspek yang dapat berpengaruh terhadap persepsi seorang wisatawan terhadap suatu objek wisata yang mereka kunjungi. Kualitas dan kondisi Fasilitas pendukung baik interior maupun eksterior berkaitan juga erat dengan persepsi yang akan terbentuk di benak wisatawan.

Media Sosial

Media sosial telah menjadi platform utama bagi pengunjung untuk mengekspresikan perasaan dan pengalaman mereka terkait suatu destinasi wisata. Sentimen media sosial mencerminkan opini publik yang dapat mempengaruhi persepsi dan keputusan calon pengunjung. Media sosial menurut Michael dalam Kremer et al., (2023) sebuah istilah yang menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam suatu kolaborasi, saling bertukar informasi, dan berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis web. Disebabkan internet selalu mengalami perkembangan, maka berbagai macam teknologi dan fitur yang tersedia bagi pengguna pun selalu mengalami perubahan. Menurut Khatib, (2016) mengungkapkan indikator dari Sentimen Media sosial : (1) Adanya konten yang menarik dan menghibur; (2) Kemudahan untuk mengkomunikasikan informasi pada publik; (3) Tingkat kepercayaan pada media sosial.

Kepuasan Pengunjung

Menurut Hanif & Mawardi, (2016) kepuasan wisatawan merupakan ukuran keseluruhan dari pendapat wisatawan pada setiap kualitas destinasi. Dari beberapa

pendapat tersebut, dapat dikatakan bahwa kepuasan pengunjung merupakan suatu pemenuhan harapan. pengunjung dapat dikatakan puas dengan produk maupun pelayanan yang diberikan apabila harapan pengunjung akan produk/pelayanan yang diberikan tersebut telah sesuai bahkan melebihi harapan mereka. Menurut Tjiptono, (2019) Terdapat tujuh indikator kepuasan pengunjung, yaitu produk, harga, promosi, lokasi, pelayanan karyawan, fasilitas, dan suasana.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Peneliti memilih menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Menurut Sugiyono, (2019), metode penelitian kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk memeriksa populasi atau sampel tertentu dan mengumpulkan data dengan alat penelitian. Tujuan dari metode ini adalah untuk menguji hipotesis melalui analisis data kuantitatif atau statistik.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Maret sampai dengan bulan Juni 2024 berlokasi di Hotel Indonesia Kempinski Jakarta yang beralamat di Jl. M.H. Thamrin No.1, Menteng, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10310.

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini di tetapkan sebagai langkah awal dalam menentukan sample penelitian. Populasi pada penelitian ini mengacu pada pengunjung yang pernah berkunjung ke Pantai Ancol. Total populasi 3 bulan terakhir di bulan april, mei dan juni di pantai ancol pada tahun 2024 sebanyak 1.530.566. Sam sampling insidental, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Penentuan sample pada panelitian ini sangat dibutuhkan untuk kejelasan penyebaran kuesioner yang akan dilakukan. Pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu seperti: (1) Wisatawan yang pernah berkujung ke Ancol; (2) Pengunjung berusia 18-55 tahun; (3) Jumlah pengunjung 3 bulant terakhir pada tahun 2024 sebesar 1.530.566.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dengan menyebar kuesioner dengan skala likert. Teknik pengujian data menggunakan uji validitas, resliabilitas, analisis statistik deskriptif, koefisien kolerasi, koefisien determinasi, regresi linear berganda, uji Hipotesis (uji T & uji F) dengan program SPSS 27.

Metode Analisis Data

Berdasarkan uraian masalah yang ada dalam penelitian, peneliti memilih menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Menurut Sugiyono, (2019), metode penelitian kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk memeriksa populasi atau sampel tertentu dan mengumpulkan data dengan alat penelitian. Tujuan dari metode ini adalah untuk menguji hipotesis melalui analisis data kuantitatif atau statistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	52	52
Perempuan	48	48
Total	100	100

Sumber: Data diolah

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa jumlah responden laki-laki lebih besar dibandingkan perempuan dengan masing-masing sejumlah 52 atau 52% dan 48 atau 48%. Sedangkan, karakteristik responden berdasarkan usia ditampilkan pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Usia (tahun)	Jumlah	Persentase (%)
18-25	66	66
26-40	32	32
41-55	2	2
Total	100	100

Sumber: Data diolah

Tabel 2, bahwa dari 100 responden yang mengisi kuisioner, jumlah presentase responden yang berusia 18-25 tahun adalah 66% atau sebanyak 66 orang. Jumlah responden yang berusia 26-40 tahun adalah 31% atau sebanyak 31 orang, jumlah responden yang berusia 41-55 tahun sebanyak 2% atau 2 orang. Maka dari itu dapat disimpulkan, responden yang mengisi kuisioner didominasi oleh orang yang berusia 18-25 tahun, maka selanjutnya ditampilkan karakteristik responden berdasarkan asal daerah yaitu:

Tabel 3. Karakteristik Responden berdasarkan Asal Daerah

Asal Daerah	Jumlah	Persentase (%)
JABODETABEK	86	86
Luar JABODETABEK/ Luar Kota	14	14
Total	100	100

Sumber: Data diolah

Pada Tabel 3 hasil pengisian kuesioner, bahwa dari 100 responden yang mengisi kuisioner, jumlah presentase responden yang berdomisili Jabodetabek adalah 86% atau sebanyak 86 orang. Jumlah responden yang berdomisili di luar Jabodetabek / luar kota adalah 14% atau sebanyak 14 orang. Maka dari itu dapat disimpulkan, responden yang mengisi kuisioner didominasi oleh orang yang berdomisili di Jabodetabek. Sedangkan, karakteristik responden berdasarkan pekerjaan ditampilkan pada Tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Pelajar/mahasiswa/i	55	55
Karyawan	40	40
Wirausaha	4	4
Ibu Rumah Tangga	1	1

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Total	100	100

Sumber: Data diolah

Tabel 4, diketahui bahwa dari 100 responden yang mengisi kuisisioner memiliki pekerjaan yang berbeda-beda. Sebanyak 55% atau sebanyak 55 orang sebagai Pelajar / Mahasiswa/i. Jumlah responden yang bekerja sebagai Karyawan adalah 40% atau sebanyak 40 orang, Jumlah responden yang bekerja sebagai Wirausaha adalah 4% atau 4 orang dan responden yang bekerja sebagai Ibu rumah tangga sebanyak 1 % atau 1 orang. Maka dari itu dapat disimpulkan , responden yang mengisi kuisisioner didominasi oleh Pelajar/ Mahasiswa/i, maka selanjutnya ditampilkan karakteristik responden berdasarkan jumlah kunjungan yaitu:

Tabel 5. Karakteristik Responden berdasarkan Jumlah Kunjungan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1 kali	14	14
2-5 kali	36	36
Lebih dari 5 kali	50	50
Total	100	100

Sumber: Data diolah

Pada Tabel 5 diketahui bahwa dari 100 responden yang mengisi kuisisioner seluruhnya memiliki jumlah kunjungan yang berbeda beda. 14 orang atau 14% yang pernah berkunjung sebanyak 1 kali, 36 orang atau 36% yang pernah berkunjung sebanyak 2-5 kali, dan 50 orang atau 50% yang pernah berkunjung sebanyak lebih dari 5 kali. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan, mayoritas responden pernah berkunjung Lebih dari 5 kali ke Pantai Ancol untuk pertanyaan “Apakah pernah berkunjung ke Pantai Ancol?”. Maka dapat disimpulkan seluruh responden pernah berkunjung ke Pantai Ancol.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas

No.	Pernyataan	r- hitung	r- tabel	Keterangan
Variabel X1 (Fasilitas Wisata)				
1.	Fasilitas umum seperti toilet, kamar bilas dan area istirahat di Pantai Ancol cukup lengkap dan mudah diakses.	0,748	0,1654	Valid
2.	Area parkir di Pantai Ancol memadai dan mudah dijangkau dari area pantai utama	0,806	0,1654	Valid
3.	Fasilitas pendukung seperti area parkir dan jalur akses di Pantai Ancol	0,830	0,1654	Valid
4.	Ketersediaan fasilitas tempat ibadah seperti mushola di Pantai Ancol memadai untuk pengunjung.	0,766	0,1654	Valid
5.	Tempat sampah di Pantai Ancol tersedia dengan cukup dan tersebar di berbagai	0,788	0,1654	Valid

No.	Pernyataan	r- hitung	r- tabel	Keterangan
6.	Aksesibilitas dan kejelasan petunjuk menuju fasilitas di Pantai Ancol memudahkan saya dalam menikmati kunjungan	0,746	0,1654	Valid
Variabel X2 (Sentimen Media Sosial)				
1.	Ketersediaan konten yang menarik seperti acara, pertunjukan musik, atau aktivitas lainnya di Pantai Ancol membuat kunjungan saya lebih menyenangkan	0,761	0,1654	Valid
2.	Konten media sosial yang sangat menghibur membuat saya untuk berkunjung kembali	0,807	0,1654	Valid
3.	konten Informasi mengenai fasilitas dan jadwal kegiatan di Pantai Ancol mudah diakses dan dipahami	0,846	0,1654	Valid
4.	Pengumuman dan petunjuk arah di Pantai Ancol disampaikan dengan jelas dan efektif melalui papan informasi tau media media sosial Ancol	0,779	0,1654	Valid
5.	Ulasan dan testimoni pengunjung di media sosial memberikan gambaran yang benar mengenai kondisi dan fasilitas di Pantai Ancol	0,790	0,1654	Valid
6.	Saya sering merekomendasikan acara yang ada di pantai ancil lewat media sosial	0,791	0,1654	Valid
Variabel Y (Kepuasan Pengunjung)				
1.	Kualitas produk yang ditawarkan di Pantai Ancol, seperti kebersihan, keamanan, dan harga, memadai sesuai	0,739	0,254	Valid
2.	Ketersediaan produk-produk lokal yang unik dan berbeda di Pantai Ancol menambah nilai pengalaman berbelanja	0,711	0,254	Valid
3.	Harga makanan, minuman, dan barang dagangan lainnya di Pantai Ancol wajar sesuai dengan lokasi dan suasana yang ada	0,730	0,254	Valid
4.	Harga tiket masuk dan biaya parkir di Pantai Ancol sesuai dengan fasilitas dan pengalaman yang ditawarkan	0,700	0,254	Valid
5.	Informasi tentang kegiatan dan acara di Pantai Ancol mudah diakses melalui saluran promosi yang tersedia (misalnya, situs web, media sosial, atau brosur)	0,653	0,254	Valid
6.	Promosi di Pantai Ancol sering menawarkan diskon atau penawaran menarik bagi pengunjung	0,787	0,254	Valid

No.	Pernyataan	r- hitung	r- tabel	Keterangan
7.	Lokasi Pantai Ancol strategis dan memberikan pemandangan yang menarik serta suasana yang menyenangkan bagi pengunjung	0,787	0,254	Valid
8.	Ketersediaan transportasi di area Ancol menuju Pantai Ancol seperti bus wara wiri atau parkir mobil sudah memadai untuk memfasilitasi kunjungan pengunjung	0,825	0,254	Valid
9.	Informasi yang diberikan oleh petugas di Pantai Ancol mengenai fasilitas, aktivitas, dan aturan cukup jelas dan membantu selama kunjungan saya	0,851	0,254	Valid
10.	Ketersediaan fasilitas pelayanan seperti pengaturan parkir, layanan penyewaan, dan tempat makan di Pantai Ancol memudahkan pengunjung	0,710	0,254	Valid
11.	Pilihan restoran di Pantai Ancol menyediakan makanan dan minuman yang beragam	0,787	0,254	Valid
12.	Area piknik di Pantai Ancol terawat dengan baik dan menawarkan kenyamanan bagi pengunjung	0,851	0,254	Valid
13.	Ketersediaan fasilitas rekreasi dan hiburan di Pantai Ancol menguatkan suasana liburan yang menyenangkan	0,775	0,254	Valid
14.	Suasana di sekitar Pantai Ancol memberikan kesan aman dan nyaman bagi pengunjung selama kunjungan	0,771	0,254	Valid

Sumber: Data diolah

Hasil pengujian validitas data diberikan pada Tabel 4. Hasil dari pengujian validitas dapat dijelaskan bahwa semua pernyataan variabel X1 dan X2 terhadap Variabel Y adalah valid. Pernyataan tersebut di buktikan dengan nilai r-hitung yang lebih besar dibanding dengan r-tabel penelitian. Jumlah 100 responden menggunakan $DF-2 = 100-2 = 98$, maka tingkat signifikansinya (5%) sebesar 0,254..

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha
X1 (fasilitas wisata)	0,871
X2 (sentimen media sosial)	0,881
Y (kepuasan pengunjung)	0,944

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 7 dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh lebih besar dari 0,6 pada variabel fasilitas wisata,

sentimen media sosial, dan kepuasan pelanggan. Sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel telah reliable.

Tabel 8. Hasil Uji t

Variabel	Estimasi Parameter	T hitung	p-value
Constant	2.773	0.776	0.440
Fasilitas Wisata	1.014	6.492	0.000
Sentimen Media Sosial	1.150	7.347	0.000

Sumber: Data diolah

Pembuktian dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t tabel dengan t hitung. Berdasarkan hasil dari tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai t hitung dari variabel fasilitas wisata (X1) Kepuasan Pengunjung (Y) sebesar (6,492) lebih besar dari t tabel sebesar (0,1654) sesuai dengan dasar pengambilan, jika hasil t hitung variabel fasilitas wisata > t tabel atau nilai signifikansi (0,000) lebih kecil alpha (0,005) maka dapat disimpulkan Ho1 ditolak dan Ha1 diterima. Dengan artian, variabel Fasilitas Wisata (X1) memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y) Pantai Ancol.

$$Y = 2,773 + 1,014X_1 + 1,150X_2$$

Tabel 9. Hasil Uji F

Variabel	F hitung	p-value
Regression	105.599	0.000

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel di atas, F hitung yang diperoleh sebesar 105,599 serta nilai signifikansi sebesar 0,000. Sementara itu, untuk sebuah penelitian dengan 100 responden dengan signifikan $\alpha = 0,10$; dk pembilang = 2, dan dk penyebut = n-k-1 didapatkan hasil 97 . Maka didapatkan hasil f tabel sebesar 2,36. Hasil F hitung yang diperoleh 105.599 > F tabel 2,36 serta nilai signifikansi .000 < nilai α (2.773) sehingga dapat disimpulkan, terdapat pengaruh antara variabel fasilitas wisata (X1) dan sentimen media sosial (X2) terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y) di Pantai Ancol.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil data yang diperoleh dari 100 responden yang pernah berkunjung ke Pantai Ancol, dapat disimpulkan bahwa secara umum variabel Fasilitas Wisata (X1), Sentimen Media Sosial (X2), dan Kepuasan Pengunjung (Y) berada dalam kategori baik. Fasilitas wisata memiliki nilai mean sebesar 3,7 yang menunjukkan bahwa fasilitas di Pantai Ancol, terutama fasilitas penunjang seperti ketersediaan tempat sampah yang tersebar, dinilai baik oleh pengunjung. Sentimen media sosial juga memperoleh nilai mean sebesar 4,11 yang mencerminkan persepsi positif terhadap keberadaan konten menarik seperti acara dan pertunjukan musik yang membuat pengalaman berkunjung lebih menyenangkan. Sementara itu, kepuasan pengunjung menunjukkan nilai mean sebesar 3,86, juga termasuk dalam kategori baik, dengan sub indikator tertinggi pada kemudahan akses informasi promosi melalui berbagai saluran seperti situs web, media sosial, dan brosur. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa baik kualitas fasilitas, sentimen yang terbentuk melalui media sosial, maupun tingkat kepuasan pengunjung terhadap Pantai Ancol telah menunjukkan hasil yang positif dan dapat menjadi dasar untuk pengembangan strategi peningkatan layanan wisata ke depannya. Oleh karena itu, terdapat tiga aspek yang memiliki nilai terendah dari masing-masing variabel dan memerlukan perhatian lebih dari pihak pengelola Pantai Ancol. Pertama, fasilitas utama seperti toilet, kamar bilas, area istirahat, dan tempat parkir meskipun telah tergolong

baik, perlu ditingkatkan melalui pemeliharaan berkala dan perbaikan berkelanjutan agar dapat memberikan kenyamanan optimal dan menciptakan kesan positif yang mendalam bagi pengunjung. Kedua, informasi mengenai fasilitas dan jadwal kegiatan sebaiknya disajikan dengan lebih menarik, mudah diakses, dan mudah dipahami melalui pemanfaatan media sosial, teknologi digital, dan visualisasi yang komunikatif agar pengunjung merasa lebih terinformasi dan terlibat secara aktif selama kunjungan mereka. Ketiga, pengelola juga perlu mengevaluasi kembali harga makanan, minuman, dan produk dagangan lainnya yang tersedia di kawasan wisata ini, untuk memastikan bahwa harga-harga tersebut tetap wajar dan sebanding dengan kenyamanan serta atmosfer yang ditawarkan. Upaya menjaga keseimbangan antara kualitas pelayanan dan persepsi nilai yang diterima oleh pengunjung akan menjadi kunci penting dalam meningkatkan kepuasan dan mendukung keberlanjutan pengelolaan wisata Pantai Ancol ke depannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Felisitas. (2022). Pengaruh Unggahan Konten Media Sosial Instagram dan Motivasi Pengunjung Terhadap Keputusan Kunjungan di Dunia Fantasi.
- Fitriansyah, H., Andesita, N., & Zulkia, D. R. (2023). Tingkat Kepuasan Wisatawan Terhadap Fasilitas Pariwisata di Pantai Matras, Kabupaten Bangka. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 461–467. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.64350>
- Hanif, A., & Mawardi, A. K. M. K. (2016). DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN (Studi pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 38(1), 44–52.
- Khatib, F. (2016). The impact of social media characteristics on purchase decision empirical study of Saudi customers in Aseer Region. *International Journal of Business and Social Science*, 7(4), 41–50.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Indeks
- Kremer, H., Ade Arianto Ciptoputra, V., Studi Manajemen, P., & Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo, S. (2023). EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM PERANAN SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI DAN PROMOSI PRODUK (Vol. 4, Issue 1).
- Pratiwi, G., & Lubis, T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 1(3), 27–41. <https://doi.org/10.58939/afosj-las.v1i3.83>
- Sasmita, A. (2017). Kajian aspek fasilitas wisata berdasarkan konsep geotourism pada kawasan wisata Desa Silalahi, Kaldera Toba. Universitas Sumatera Utara.
- Sugiyono. (2019). Implementasi Program Diklat Berjenjang Tingkat Dasar Dalam Jaringan Untuk Meningkatkan Kompetensi pendidik PAUD Universitas Pendidikan Indonesia. | Repository.Upi.Edu | Perpustakaan.Upi.Edu, 23.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.