



Kinerja Kualitas Akomodasi di Destinasi Wisata Kawasan Bandung Barat

Cindy Aurellia¹, Ersy Ervina², Umi Sumarsih³

^{1,2,3}Universitas Telkom Bandung, Indonesia

E-mail: cindyaurre@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2023-09-17 Revised: 2023-10-23 Published: 2023-11-03	The quality of accommodation is intended as a tourist attraction for vacation. However, the quality of accommodation is still not satisfactory to visitors, especially in terms of completeness of facilities. This condition makes tourists uncomfortable, and the only way to fix it is to improve the quality of accommodation. The purpose of this study is to determine the level of visitor satisfaction with the performance of accommodation quality in tourist destinations in West Bandung Area. The respondents of this study were travelers who met the requirements as respondents by filling out and providing the necessary information during the questionnaire filling process. The number of respondents was 110 people who had stayed at resorts in West Bandung Area. Importance Performance Analysis (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI) were used in this study to determine the level of tourist satisfaction. The GAP (gap) between performance and expectation obtained a performance value of 33.51 smaller than the expected value of 35.22 so that the level of performance of accommodation quality still does not meet the expectations of tourists. The results of IPA research show that the service attribute, namely the completeness of facilities, still does not meet tourist satisfaction, so it needs to be improved the completeness of the facilities. For the results of CSI analysis, visitors to West Bandung tourist destinations amounted to 83.79% felt (Very Satisfied). It is hoped that the results of this study can be used as a consideration and assess the quality of accommodation performance that has been developed.
Keywords: <i>Performance;</i> <i>Quality;</i> <i>Accommodation;</i> <i>Tourism Destination;</i> <i>West Bandung.</i>	

Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2023-09-17 Direvisi: 2023-10-23 Dipublikasi: 2023-11-03	Kawasan Bandung Barat terkenal dengan destinasi wisata alam dan keindahannya. Salah satu faktor penentu keberlangsungan destinasi wisata adalah kualitas akomodasi sebagai daya tarik wisatawan untuk berlibur, sayangnya belum semua akomodasi dapat bertahan lama. Tidak sedikit yang tutup karena semakin banyaknya pertumbuhan akomodasi di kawasan tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung terhadap kinerja kualitas akomodasi di destinasi wisata Kawasan Bandung Barat. Responden penelitian ini adalah wisatawan yang pernah menginap di resort Kawasan Bandung Barat sebanyak 110 orang. Analisis <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) dan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan tingkat kepuasan wisatawan. GAP (kesenjangan) antara kinerja dan harapan memperoleh nilai kinerja 4,19 lebih kecil dari nilai harapan 4,40 sehingga tingkat kinerja kualitas akomodasi masih belum memenuhi harapan wisatawan. Hasil penelitian IPA menunjukkan bahwa atribut layanan yaitu kelengkapan fasilitas masih belum memenuhi kepuasan wisatawan sehingga perlu ditingkatkan kelengkapan fasilitasnya. Untuk hasil analisis CSI pengunjung ke destinasi wisata Bandung Barat sebesar 83,79% merasa (Sangat Puas). Harapannya hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan dan menilai kualitas kinerja akomodasi yang telah dikembangkan.
Kata kunci: <i>Kinerja;</i> <i>Kualitas;</i> <i>Akomodasi;</i> <i>Destinasi Wisata;</i> <i>Bandung Barat.</i>	

I. PENDAHULUAN

Kawasan Bandung Barat adalah salah satu lokasi wisata terkenal di Indonesia. Tempat ini berada di Provinsi Jawa Barat dan menawarkan pesona alam yang menakjubkan, keindahan pegunungan, dan sejumlah tempat wisata yang menarik, seperti Lembang dan daerah sekitar Gunung Tangkuban Perahu. Keindahannya telah menarik wisatawan lokal dan internasional.

Kepribadian destinasi mempengaruhi sikap wisatawan dalam menentukan ke mana mereka akan melakukan perjalanan wisata. Kepribadian destinasi menjadi sebuah persepsi terhadap suatu tempat yang tercermin dari keterikatan yang ada di dalam ingatan wisatawan. Kepribadian destinasi dianggap layak untuk membangun sebuah merek di dalam destinasi dan dapat menciptakan identitas yang unik bagi

tempat wisata (Ervina, dkk., 2022). Ketika seseorang berkunjung ke suatu destinasi wisata, kualitas akomodasi sangat penting untuk membuat kunjungan itu menyenangkan dan tak terlupakan. Kawasan Bandung Barat terkenal dengan banyaknya tempat penginapan salah satunya adalah *resort*. Data dari Provinsi Jawa Barat pada tahun 2016 menunjukkan bahwa ada 68 *resort*. Seiring dengan berkembangnya zaman, maka *resort* dibuat dengan berbagai konsep yang sesuai dengan tempat dan kondisi alam.

Dahulu *resort* hanya berkembang di negara asing, namun saat ini juga mulai berkembang di negara kita, tidak terkecuali Jawa Barat. Saat ini *resort* juga cukup berkembang di Jawa Barat, kawasan *resort* tidak hanya di bangun di sekitar pantai tapi juga mulai di bangun di kawasan pegunungan, kini seiring dengan perkembangan *resort* di berbagai macam daerah Jawa Barat, Bandung Barat pun mulai mengembangkan *resort* untuk dijadikan sebagai salah satu industri penunjang lainnya dalam ekonomi pariwisatanya. Berikut tabel angka jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2020-2021 berdasarkan Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung Barat.

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kabupaten Bandung Barat, 2020-2021

Jenis Wisatawan Kind of Tourist	Tahun/Years	
	2020 (1)	2021 (2)
Wisatawan Mancanegara Foreign Tourist	93.724	0
Wisatawan Nusantara Domestic Tourist	3.440.529	2.202.146
Jumlah Total	3.534.253	2.202.146

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung Barat

Menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung Barat, jumlah kunjungan wisatawan mengalami penurunan yang cukup drastis. Penurunan ini disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk akomodasi. Oleh karena itu, beberapa pengunjung yang mengunjungi akomodasi (*resort*) di Kawasan Bandung Barat mengeluh tentang pengalaman yang tidak menyenangkan. Fakta di bawah ini menunjukkan informasi ulasan negatif tentang kualitas akomodasi (*resort*) di Kawasan Bandung Barat yang dikutip dari Tiket.com tahun 2023 seorang pengunjung mengungkapkan bahwa *resort* tersebut fasilitasnya kurang lengkap seperti tidak adanya *hairdryer*, AC, *mini fridge*.

Berdasarkan dari komentar di atas dapat disimpulkan bahwa wisatawan tersebut merasa tidak puas terhadap kualitas akomodasi terutama *fasilitas* *resort* di Kawasan Bandung Barat sehingga menimbulkan rasa kecewa. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang variabel kualitas pariwisata dari segi amenitas, yaitu akomodasi, karena faktor ini merupakan komponen yang sangat penting untuk keberhasilan akomodasi di wilayah tersebut.

Berdasarkan masalah yang terjadi maka tujuan penelitian ini untuk mengimplementasikan kinerja kualitas akomodasi yang ada di destinasi wisata Bandung Barat. Tujuan khusus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kinerja dan tingkat kepentingan akomodasi yang ada di destinasi wisata di kawasan Bandung Barat serta mengetahui kepuasan wisatawan pada akomodasi di destinasi wisata kawasan Bandung Barat.

II. METODE PENELITIAN

A. Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, yang melibatkan pengumpulan data melalui pengukuran atau observasi yang dapat dianalisis dengan menggunakan statistik. Penelitian ini berfokus pada akomodasi khususnya *resort* di destinasi wisata Kawasan Bandung Barat. Bandung Barat ini seluas 1.326,10 km² dan terletak di dataran tinggi. Rata-rata ketinggiannya antara 750 dan 1.800 meter di atas permukaan laut. Kawasan ini memiliki daerah resapan air dan sebagian kawasannya merupakan kawasan lindung (Ervina, dkk., 2020). Jadwal penelitian ini dilakukan dari bulan Maret 2023 hingga Juni 2023.

Data primer dan data sekunder adalah dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini. Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber asli, seperti kuesioner, survei, wawancara, dan observasi yang dilakukan oleh peneliti sendiri. Data sekunder adalah data yang sudah ada dan disusun sehingga memudahkan pencarian. Data jenis ini dapat berasal dari berbagai sumber, seperti jurnal, publikasi ilmiah, dan sumber media. Untuk dapat mengevaluasi kinerja akomodasi, gunakan skala likert dari 1 (sangat tidak puas) hingga 5 (sangat puas). Rumus Cochran digunakan untuk menentukan

ukuran sampel yang diperlukan (Sugiyono, 2017). Rumus ini adalah dimana:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

n = jumlah sampel yang diinginkan

Z = tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel (95%)

p = peluang benar (50%)

q = peluang salah (50%)

Moe: Margin of Error atau tingkat kesalahan maksimum yang dapat ditoleransi. Tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% dengan nilai Z (1,96) dan tingkat error maksimum 10%. Maka jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini sebagai berikut.

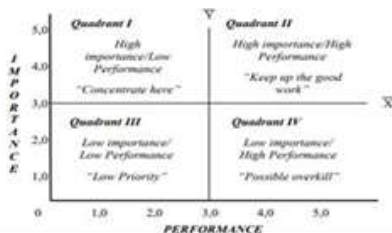
$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{0,093^2}$$

$$n = 111$$

Dari perhitungan tersebut menunjukkan bahwa jumlah sampel minimal untuk penelitian adalah 110 responden.

B. Metode dan Teknik Analisa Data

Metode analisa IPA (*Important Performance Analysis*), metode ini digunakan untuk mengukur tingkat kualitas akomodasi terhadap wisatawan. Konsep (*Importance Performance Analysis*) IPA yang telah banyak digunakan sebagai alat pengukuran untuk meninjau dan menciptakan strategi baru dalam penelitian pariwisata untuk memprioritaskan peningkatan pelayanan pariwisata (Martilla dan James, 1977). IPA adalah metode yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara kepentingan dan kinerja. Tempat atribut pada sumbu X menunjukkan skor total untuk evaluasi tingkat kinerja, dan tempat atribut pada sumbu Y menunjukkan tingkat kepentingan atribut tersebut. Setiap kuadran dalam bagan IPA mewakili strategi berbeda yang dapat membantu dalam mengidentifikasi area yang menjadi perhatian dan kebutuhan.



Gambar 1. Kuadran IPA

Sumber: Martilla & James 1977

Wisatawan menganggap beberapa atribut di Kuadran I penting, tetapi kenyataannya atribut tersebut tidak sesuai dengan harapan mereka. Atribut yang sangat penting dan berkinerja tinggi terletak di Kuadran II harus dipertahankan. Kuadran III menunjukkan atribut yang dianggap kurang penting dan tidak luar biasa, dan Kuadran IV menunjukkan atribut yang berfungsi dengan baik meskipun dianggap kurang penting oleh konsumen. Oleh karena itu, tempat wisata harus membuat rencana untuk mengurangi sumber daya pada komponen kuadran ini.

Tingkat kepuasan wisatawan terhadap kualitas akomodasi dapat diukur dengan menggunakan metode analisis data yang dikenal sebagai CSI (*Customer Satisfaction Index*). CSI banyak diadopsi untuk menentukan target suatu organisasi perusahaan di masa depan. Dengan menggunakan CSI suatu perusahaan/organisasi dapat dengan mudah menetapkan tujuan untuk meningkatkan kepuasan wisatawan. Dalam penelitian ini, perhitungan CSI mengadopsi teori yang diajukan oleh (Ervina, dkk., 2021) dengan perhitungan sebagai berikut:

$$CSI = \frac{T}{5Y} \times 100\%$$

Keterangan:

T = Skor kepentingan x Kinerja

5 = Nilai skor maksimum yang digunakan dalam pengukuran skala

Y = Skor total rata-rata kepentingan

Tabel 2. Indikator Kinerja Akomodasi

	Indikator	Kode	Sumber
Kualitas Akomodasi	1. Adanya akomodasi (resort) yang tersedia di kawasan tersebut	KA AMD	
	2. Akomodasi (resort) mudah ditemukan di kawasan tersebut		Crouch & Louviere (2004)
	1. Jumlah kamar yang tersedia sudah sesuai dengan ketentuan (resort)	KAP	
	1. Petugas resort ramah	PR	
	2. Petugas resort informatif	PI	
	3. Fasilitas resort lengkap	KFR	
	1. Penjagaan oleh petugas keamanan	PK	
	2. Terpasang CCTV di area resort	TC	

Sumber: Data Olahan Peneliti 2023

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

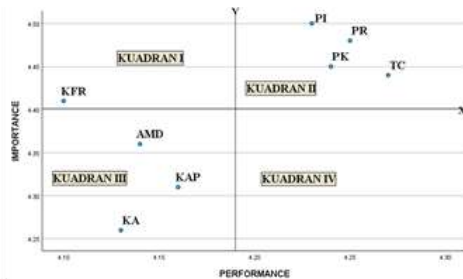
Tahap selanjutnya adalah melakukan proses analisis IPA dan perhitungan CSI berdasarkan data yang dari hasil kuesioner yang telah disebarakan sebelumnya.

Tabel 3. Rerata Nilai Kinerja dan Kepentingan

Atribut Indikator	Rata-rata Kepuasan (X)	Rata-rata Kepentingan (Y)	Skor (S) (X) x (Y)
Ketersediaan Akomodasi (KA)	4,13	4,26	17,59
Akomodasi Mudah Ditemukan (AMD)	4,14	4,36	18,05
Kapasitas Akomodasi (KAP)	4,16	4,31	17,92
Petugas Ramah (PR)	4,25	4,48	19,04
Petugas Informatif (PI)	4,23	4,50	19,05
Kelengkapan Fasilitas Resort (KFR)	4,10	4,41	18,08
Petugas Keamanan (PK)	4,24	4,45	18,86
Terpasang CCTV (TC)	4,27	4,44	18,95
Total	33,51	35,22	147,54
Rerata	4,19	4,40	

Sumber: Data Olahan Peneliti 2023

Analisis IPA terhadap Kinerja Akomodasi dilakukan dengan menggunakan diagram kartesius yang dibagi menjadi empat kuadran. Langkah pertama adalah menghitung perpotongan kedua sumbu sehingga membentuk empat kuadran, dan hasilnya menunjukkan nilai rata-rata tingkat kinerja (X) dan tingkat kepentingan (Y). Nilai X adalah 4,19, dan nilai Y adalah 4,40. Nilai rata-rata ditampilkan pada Tabel di atas.



Gambar 2. Diagram Diagram Importance Performance Analysis (IPA) Kinerja Kualitas
Sumber: Data Olahan Peneliti 2023

Didistribusikan delapan atribut kinerja kualitas ke dalam kuadran I-IV. Satu (1) atribut berada di kuadran I, empat (4) atribut di kuadran II, dan tiga (3) atribut di kuadran III, seperti yang ditunjukkan pada gambar 2 di atas. Untuk mengetahui selisih atau GAP antara nilai tingkat kepentingan dan nilai tingkat kepuasan pengunjung, lihat Tabel 4 di bawah ini.

Tabel 4. Perhitungan Nilai Kesenjangan (GAP)

Atribut Indikator	Rata-rata Kepuasan (X)	Rata-rata Kepentingan (Y)	GAP (Rata-rata Y. Rata-rata X)
Ketersediaan Akomodasi (KA)	4,13	4,26	-0,14
Akomodasi Mudah Ditemukan (AMD)	4,14	4,36	-0,23
Kapasitas Akomodasi (KAP)	4,16	4,31	-0,15
Petugas Ramah (PR)	4,25	4,48	-0,24
Petugas Informatif (PI)	4,23	4,50	-0,27
Kelengkapan Fasilitas Resort (KFR)	4,10	4,41	-0,31
Petugas Keamanan (PK)	4,24	4,45	-0,22
Terpasang CCTV (TC)	4,27	4,44	-0,16
Total GAP	-1,71	35,22	147,54
Rerata	4,19	4,40	

Sumber: Data Olahan Peneliti 2023

Hasil perhitungan tingkat kepuasan dengan tingkat kepentingan menunjukkan GAP negatif (-) karena nilai rata-rata kepentingan (harapan) 4,40 lebih besar daripada nilai rata-rata kepuasan (kinerja) 4,19. Ini menunjukkan bahwa pengunjung kurang puas dengan layanan yang mereka terima saat berlibur ke destinasi wisata di kawasan Bandung Barat. Oleh karena itu, layanan harus diperbaiki. Karena nilai rata-rata kepentingan (harapan) lebih besar daripada nilai rata-rata kepuasan (kinerja), perhitungan GAP bernilai negatif. Namun, tingkat kepuasan tamu terhadap kinerja akomodasi diukur dengan skor kepuasan tamu.

Destinasi wisata dapat menggunakan hasil analisis skor CSI untuk menentukan tujuan meningkatkan kepuasan tamu selama mengunjungi destinasi wisata. Perhitungan CSI mengadopsi teori yang diajukan oleh (Ervina, dkk., 2021) dengan perhitungan sebagai berikut.

$$CSI = \frac{T}{SY} \times 100 \%$$

$$CSI = \frac{147,54}{176,1} \times 100 \%$$

$$= 83,79\%$$

Tabel dibawah ini menunjukan kepuasan tamu pada kinerja akomodasi sebesar 83,79% (Sangat Puas) atau berada di kisaran 81,00-100,00.

Tabel 5. Kriteria Customer Satisfaction Index (CSI)

Nilai Index (%)	Kriteria Customer Satisfaction Index (CSI)
81,00-100,00	Sangat puas
66,00-80,99	Puas
51,00-65,99	Cukup puas
35,00-50,99	Kurang puas
0,00-34,99	Tidak puas

Sumber: Irawan 2004

B. PEMBAHASAN

Hasil analisis IPA berdasarkan dari hasil kuadran bagi pengelola adalah untuk mengetahui kinerja kualitas akomodasi mana yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan kinerjanya. Kinerja kualitas akomodasi menunjukkan bahwa Kelengkapan Fasilitas 6 (L6) dengan indikator (fasilitas di *resort* sangat lengkap) berada pada kuadran I yang artinya faktor ini dianggap penting oleh pengunjung namun tingkat kepuasan masih rendah dan belum memenuhi kepuasan wisatawan. Fakta di lapangan pada akomodasi di Kawasan Bandung Barat menunjukkan bahwa kurangnya fasilitas seperti AC, *hairdryer* dan *mini fridge* dikeluhkan oleh wisatawan melalui Tiket.com pada tahun 2023.

Bagian Petugas Ramah 4 dan Petugas Informatif 5 (L4, L5) serta Petugas Keamanan 7 dan Terpasangnya CCTV 8 (KM7, KM8) berada di kuadran II dengan indikator (petugas *resort* ramah dan petugas *resort* sangat informatif) serta (adanya petugas keamanan dan adanya CCTV di area *resort*) artinya faktor ini dianggap penting oleh pengunjung dan tingkat kepuasan relatif lebih tinggi. Maka dari itu pengelola akomodasi diharapkan bisa mempertahankan kinerjanya agar tetap baik.

Bagian Ketersediaan Akomodasi 1 dan Akomodasi Mudah Ditemukan 2 (KA1, KA2) serta Kapasitas Akomodasi 3 berada di kuadran III dengan indikator (adanya *resort* yang tersedia di kawasan tersebut dan *resort* mudah ditemukan di kawasan tersebut) serta (jumlah kamar yang tersedia sudah sesuai dengan ketentuan) yang artinya tidak dianggap terlalu penting oleh pengunjung akan tetapi kinerjanya juga rendah. Dan pada penelitian ini tidak terdapat atribut yang menempati kuadran IV.

Ada empat (4) kuadran kartesius yang membagi atribut kinerja kualitas akomodasi: kuadran I memiliki satu (1) atribut, kuadran II memiliki empat (4) atribut, dan kuadran III memiliki tiga (3) atribut. Tabel 6 menunjukkan distribusi masing-masing jenis atribut.

Tabel 6. Distribusi Kinerja Kualitas Akomodasi Kuadran I-IV

Kuadran	Kode	Atribut
Kuadran I (High importance/Low performance)	Kelengkapan Fasilitas Resort (KFR)	Fasilitas di <i>resort</i> sangat lengkap
Kuadran II (High importance/High performance)	Petugas Ramah (PR)	Petugas di <i>resort</i> ramah
Kuadran II (High importance/High performance)	Petugas Informatif (PI)	Petugas di <i>resort</i> sangat informatif
Kuadran II (High importance/High performance)	Petugas Keamanan (PK)	Adanya petugas keamanan di <i>resort</i>
Kuadran II (High importance/High performance)	Terpasang CCTV (TC)	Adanya CCTV di area <i>resort</i>
Kuadran III (Low importance/Low performance)	Ketersediaan Akomodasi (KA)	Adanya <i>resort</i> yang tersedia di Kawasan tersebut
Kuadran III (Low importance/Low performance)	Akomodasi Mudah Ditemukan (AMD)	Resort mudah ditemukan di Kawasan tersebut
Kuadran III (Low importance/Low performance)	Kapasitas Akomodasi (KAP)	Jumlah kamar yang tersedia sudah sesuai ketentuan

Sumber: Data Olahan Peneliti 2023

Atribut yang terletak pada kuadran I menunjukkan kinerja kualitas akomodasi yang dianggap penting oleh pengunjung namun belum memenuhi kepuasan pengunjung. Atribut yang terletak pada kuadran II menunjukkan kinerja kualitas akomodasi yang memenuhi harapan tamu dan memiliki kinerja yang baik, sesuai dengan pernyataan menurut Organisasi TÜRCERT, layanan akomodasi adalah dasar dari layanan yang ditawarkan bisnis akomodasi (*resort*). Akomodasi, menginap dan memenuhi berbagai harapan para tamu dalam lingkungan yang bersih dan nyaman dipenuhi dalam kerangka layanan akomodasi. Atribut yang terletak pada kuadran III menunjukkan kinerja kualitas akomodasi rendah dan dianggap tidak terlalu penting.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Kinerja kualitas akomodasi memiliki peran penting dalam destinasi wisata. Mengelola destinasi wisata adalah salah satu strategi untuk memberikan fasilitas yang nyaman bagi pengunjung dan mengurangi terjadinya ketidakpuasan pengunjung terhadap destinasi wisata. Penilaian indeks kepuasan (CSI) terhadap kinerja kualitas akomodasi menunjukkan bahwa tamu sangat puas. Penelitian ini menjelaskan bahwa meskipun pengunjung menunjukkan adanya ketidakpuasan dalam segi kelengkapan fasilitas di dalam kinerja kualitas akomodasi namun secara umum

mereka merasa puas dengan kinerja kualitas akomodasi yang ada di destinasi wisata kawasan Bandung Barat, namun dalam praktiknya destinasi di Bandung Barat masih memiliki ruang untuk meningkatkan kinerja kualitas akomodasi. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya perlu mengkaji lebih detail di setiap destinasi terutama dalam kinerja kualitas akomodasi. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai acuan dalam mengevaluasi kinerja kualitas akomodasi dalam jangka panjang.

B. Saran

DAFTAR RUJUKAN

- Ervina, E., & Octaviany, V. (2022). The Role of Tourist Attitude Toward Destination Awareness, Destination Personality And Future Visit Intention. *APMBA (Asia Pacific Management and Business Application)*, 11(1), 1-18.
- Ervina, E., & Taufiq, R., & Masatip, A. (2021). Guest Satisfaction on Star Hotel Preparedness in New Normal Era of COVID-19. *APMBA (Asia Pacific Management and Business Application)*, 10(1), 21-38.
- Ervina, E., Wulung, S. R. P., & Octaviany, V. (2020). Tourist perception of visitor management strategy in North Bandung Protected Area. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 6(2), 303.
- Massie, S. P. M. (2016). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Objek Wisata Sumaru Endo Remboken. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1).
- PUTRI MUNGGAR, P. N. (2014). EVALUASI ATRIBUT WISATA TERHADAP KEPUASAN, KEPERCAYAAN DAN DESTINATION LOYALTY (Studi pada Candi Prambanan) (Doctoral dissertation, UAJY).
- Nugroho, A. W. (2017). Strategi Sekolah dalam Menerapkan Sistem Manajemen Mutu (SMM) Berbasis ISO 9001: 2015. *JMSP (Jurnal Manajemen dan Supervisi Pendidikan)*, 1(3), 227-235.
- Febriany, C. D. K. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan di Cikole Jayagiri Resort Bandung* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Lubis, M. R., Dalimunthe, F. I., & Gaol, J. L. (2022). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH MEDAN INTERNATIONAL CONVENTION CENTER SEBAGAI LOKASI KEGIATAN MICE. *JURNAL CREATIVE AGUNG*, 12(2), 195-208.

<https://www.kalitebelgesi.com/id/konaklama-kalite-belgesi>