



Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Wisatawan melalui Kepuasan Wisatawan pada Ekowisata Nyaru Menteng

Julira¹, Vivy Kristinae², Rian Sidiq Prakoso³, Ina Karuehni⁴

¹⁻⁴Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Palangka Raya, Indonesia

Penulis Korespondensi: via60203@gmail.com

Abstract. Nyaru Menteng Ecotourism is an education-based conservation destination in Palangka Raya that holds considerable potential, yet still faces limitations in service quality and facilities that may affect visitor satisfaction and loyalty. This study aims to examine the effect of Service Quality on Tourist Loyalty, both directly and indirectly through Tourist Satisfaction as a mediating variable, at Nyaru Menteng Ecotourism. This study employed a descriptive design with a quantitative approach, involving 55 respondents selected through purposive sampling, with data collected using a 1-5 Likert-scale questionnaire and analyzed using the Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method through SmartPLS 4.1. The results show that Service Quality has a positive and significant effect on Tourist Satisfaction, Service Quality has a positive and significant effect on Tourist Loyalty, Tourist Satisfaction has a positive and significant effect on Tourist Loyalty, and Service Quality has a positive and significant effect on Tourist Loyalty through Tourist Satisfaction as a partial mediator. These findings indicate that improving service quality, particularly in terms of tangibility, empathy, and assurance, can enhance satisfaction while simultaneously driving tourist loyalty, both directly and through satisfaction first. The practical implication of this study is the importance for the management of Nyaru Menteng Ecotourism to continuously improve facility quality, cleanliness, and safety assurance in order to sustain visitor satisfaction and loyalty over the long term.

Keywords: Ecotourism; PLS-SEM; Service Quality; Tourist Loyalty; Tourist Satisfaction.

Abstrak. Ekowisata Nyaru Menteng merupakan destinasi konservasi berbasis edukasi di Palangka Raya yang memiliki potensi besar namun masih menghadapi keterbatasan dari sisi kualitas layanan dan fasilitas, sehingga berpotensi memengaruhi kepuasan dan loyalitas wisatawan yang berkunjung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Wisatawan baik secara langsung maupun tidak langsung melalui Kepuasan Wisatawan sebagai variabel mediasi pada Ekowisata Nyaru Menteng. Penelitian ini menggunakan desain deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, melibatkan 55 responden yang ditentukan melalui teknik purposive sampling, dengan data dikumpulkan menggunakan kuesioner berskala Likert 1-5 dan dianalisis menggunakan metode Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) melalui program SmartPLS 4.1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan, Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Wisatawan, Kepuasan Wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Wisatawan, serta Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Wisatawan melalui Kepuasan Wisatawan sebagai mediator parsial. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas layanan, khususnya pada aspek bukti fisik, empati, dan jaminan, mampu meningkatkan kepuasan sekaligus mendorong loyalitas wisatawan baik secara langsung maupun melalui kepuasan terlebih dahulu. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah pentingnya bagi pengelola Ekowisata Nyaru Menteng untuk terus memperbaiki kualitas fasilitas, kebersihan, dan jaminan keamanan guna mempertahankan kepuasan dan loyalitas pengunjung secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Ekowisata; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Wisatawan; Loyalitas Wisatawan; PLS-SEM.

1. LATAR BELAKANG

Pariwisata berbasis ekologi atau ekowisata telah berkembang menjadi salah satu segmen industri pariwisata yang tumbuh paling pesat secara global, seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pelestarian lingkungan hidup dan keanekaragaman hayati. Pariwisata merupakan sumber devisa yang memiliki dampak signifikan terhadap perekonomian negara. Pariwisata dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi kelompok tertentu, tetapi juga bagi masyarakat sekitar. Peningkatan ekonomi merupakan dampak dari

kunjungan wisatawan ketika mengunjungi objek wisata (Kristinae *et al.*, 2025) . Tahun 2025 menjadi tahun yang penting dalam perkembangan pariwisata tanah air. Di tengah berbagai tantangan global, pariwisata berhasil mempertahankan momentum pertumbuhan dan berperan kuat dalam mendorong pemberdayaan masyarakat menuju Indonesia sejahtera dalam pilar pariwisata berkualitas dan berkelanjutan. Penyelenggara dan penyewa harus memprioritaskan rekomendasi yang kredibel, inovasi promosi yang terlihat, pengemasan yang mudah dipahami, presentasi yang menarik namun akurat, informasi digital yang mudah diakses, dan penanganan umpan balik konsumen yang responsif (Kristinae *et al.*, 2026) . Berdasarkan informasi melalui (Kementrian Pariwisata RI, 2025), kunjungan wisatawan mancanegara (Wisman) dari Januari-Oktober 2025 tercatat mencapai 12,76 juta kunjungan atau meningkat 10,32% dibanding periode yang sama di tahun sebelumnya. Kemenpar memproyeksi hingga Desember 2025, kunjungan wisman bisa mencapai 15,31 juta.

Di Indonesia, khususnya di Pulau Kalimantan, potensi ekowisata sangat besar mengingat kekayaan ekosistem hutan tropis yang dimiliki, termasuk keberadaan satwa endemik yang langka dan dilindungi. Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan, dan Olahraga (Disparbudpora) Kota Palangka Raya mencatat tren positif kunjungan wisata sepanjang 2025. Total kunjungan wisatawan ke ibu kota Provinsi Kalimantan Tengah tersebut mencapai 644.270 orang, meningkat 5,6 persen dibandingkan 2024 yang berjumlah 609.940 orang .

Salah satu destinasi ekowisata yang memiliki nilai konservasi dan edukasi tinggi adalah Kawasan Ekosistem Nyaru Menteng di Palangka Raya, Kalimantan Tengah. Berdasarkan informasi melalui (Multi Media Center Palangka Raya, 2025), kawasan ini berpusat pada Pusat Reintroduksi Orangutan Nyaru Menteng yang terletak di dalam Arboretum Nyaru Menteng, sebuah kawasan konservasi seluas 65,2 hektar yang awalnya diperuntukkan bagi pelestarian vegetasi langka, namun kini juga berfungsi sebagai area konservasi hutan tempat satwa primata menjalani proses rehabilitasi menuju kehidupan liar.

Menurut (Hari Prenando, 2024), Salah satu faktor utama yang menyebabkan kurangnya wisata di Kota Palangka Raya adalah minimnya aksesibilitas. Meskipun kota ini memiliki bandara dan jalur sungai yang dapat menjadi sarana transportasi, namun infrastruktur yang kurang memadai serta kurangnya promosi untuk menarik wisatawan domestik maupun mancanegara menjadi hambatan utama. Selain itu, kurangnya akomodasi yang memadai juga membuat wisatawan enggan untuk berkunjung ke kota ini. Selain itu, kurangnya pengembangan atraksi wisata yang menarik juga menjadi alasan utama mengapa Kota Palangka Raya belum mampu menarik banyak wisatawan.

Meskipun memiliki potensi alam yang luar biasa, namun kekurangan fasilitas dan kegiatan wisata yang menarik membuat wisatawan cenderung memilih destinasi lain yang lebih berkembang. Selain infrastruktur dan atraksi wisata, kurangnya promosi juga menjadi faktor penting yang memengaruhi kurangnya minat wisatawan untuk mengunjungi Kota Palangka Raya. Upaya promosi yang kurang intensif dan kurangnya eksposur di media massa membuat potensi wisata Kota Palangka Raya tidak tersampaikan dengan baik kepada masyarakat luas, baik di dalam negeri maupun mancanegara.

Dalam konteks kunjungan wisata, kualitas layanan pemandu wisata lokal memainkan peran yang sangat krusial dalam membentuk pengalaman wisatawan. Pemandu wisata lokal berfungsi sebagai jembatan antara wisatawan dan objek wisata, bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi yang akurat, menarik, dan mudah dipahami mengenai ekosistem, satwa, serta upaya konservasi yang berlangsung di kawasan Nyaru Menteng. Menurut Gretzel *et al*, 2004) dalam (Sudiarta *et al.*, 2022), pelayanan personal pariwisata merupakan salah satu kunci untuk meningkatkan volume wisatawan, yakni dengan menyediakan sebuah katalog tentang nuansa alam atau budaya, informasi hiburan, berbagai macam atraksi, tempat tinggal keluarga, sarana kegiatan olahraga, sarana pendukung di tempat tinggal, kegiatan yang bersifat kompetitif, pusat perbelanjaan, sejarah daerah setempat, sarana dan prasarana transportasi dan sarana bermain.

Di sisi lain, nilai edukasi yang diperoleh wisatawan dari kunjungan ke kawasan ekowisata seperti Nyaru Menteng juga menjadi faktor pembeda yang signifikan dibandingkan destinasi wisata konvensional. Wisatawan tidak hanya mencari hiburan, tetapi juga mendambakan pengetahuan dan pemahaman baru tentang keanekaragaman hayati, konservasi, dan tanggung jawab lingkungan yang dapat mereka bawa pulang sebagai bekal sikap dan perilaku ramah lingkungan. Edukasi lingkungan sangat penting dalam meningkatkan kesadaran wisatawan akan nilai ekosistem (Sugiarti *et al.*, 2026). Oleh karena itu, peningkatan fasilitas yang mendukung edukasi lingkungan diperlukan untuk menciptakan pengalaman wisata yang mendalam dan menarik, yang pada akhirnya dapat memastikan keberlanjutan pengelolaan ekowisata.

Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi pembeli (Kotler dan Keller, 2018) dalam (Binawa *et al.*, 2023). Kata kepuasan (*satisfactioans*) berasal dari kata “Statis” (cukup baik, memadai), dan “Facio” (melakukan atau membuat), kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari

tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

Menurut (Kuswati *et al.*, 2021) dalam (Pratama & Kuswati, 2025), kepuasan wisatawan merujuk pada sikap yang terbentuk pada konsumen sesudah mempergunakan suatu produk atau layanan. Konsumen akan merasa puas apabila barang atau jasa yang mereka gunakan mampu memenuhi kebutuhannya. Tingkat kepuasan wisatawan dipengaruhi oleh pengalaman yang diperoleh sesudah mempergunakan produk atau jasa itu yang nantinya akan merujuk pada loyalitas wisatawan.

Loyalitas adalah komitmen dimana pelanggan membeli atau menggunakan kembali barang atau jasa di masa depan, meskipun dampak dan situasi serta upaya pemasaran akan menyebabkan pelanggan berubah (Hanif, 2016) dalam (Imam *et al.*, 2025). Beberapa individu bisa merasa puas atau justru kecewa, tergantung pada seberapa baik produk memenuhi ekspektasi mereka. Apabila kinerja produk tidak sesuai dengan harapan, konsumen cenderung merasa kecewa. Namun, sejauh ini belum banyak kajian akademis yang secara spesifik mengukur seberapa besar pengaruh kualitas layanan pemandu wisata lokal dan nilai edukasi terhadap kepuasan wisatawan di destinasi ekowisata berbasis konservasi, khususnya di kawasan Nyaru Menteng. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan guna memberikan gambaran empiris mengenai faktor-faktor tersebut, sekaligus sebagai bahan masukan bagi pengelola kawasan, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan lainnya dalam meningkatkan kualitas pengelolaan destinasi ekowisata Nyaru Menteng secara berkelanjutan.

Pada penelitian (Hakim *et al.*, 2025), menyatakan bahwa tingkat kepuasan pengunjung terhadap ketersediaan fasilitas yang ada di Hutan Kota Nyaru Menteng Berkah Kota Palangka Raya sudah baik atau memuaskan hanya saja masih terdapat beberapa fasilitas yang bisa dikembangkan menjadi lebih baik lagi. Namun pada penelitian (Sugiarti *et al.*, 2026), Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas fasilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengalaman wisata sebelumnya, tetapi tidak secara langsung mempengaruhi minat berkunjung. Sedangkan, edukasi lingkungan tidak menunjukkan pengaruh signifikan baik terhadap pengalaman wisata sebelumnya maupun minat berkunjung.

Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian terkait faktor-faktor yang sesungguhnya mendorong minat berkunjung di kawasan hutan kota, khususnya peran mediasi pengalaman wisata dan variabel-variabel lain yang belum diidentifikasi. Oleh karena itu, kebaruan penelitian ini terletak pada upaya mengidentifikasi faktor-faktor determinan minat

berkunjung secara lebih komprehensif dengan mempertimbangkan variabel yang belum dieksplorasi sebelumnya, sehingga dapat memberikan rekomendasi pengembangan yang lebih strategis bagi pengelolaan Hutan Kota Nyaru Menteng Berkah Kota Palangka Raya.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan edukasi terhadap kepuasan wisatawan di Hutan Kota Nyaru Menteng Berkah Kota Palangka Raya, dengan harapan hasilnya dapat menjadi bahan evaluasi dan rekomendasi bagi pengelola kawasan dalam meningkatkan kualitas pengelolaan lingkungan hidup yang lebih baik dan berkelanjutan.

2. KAJIAN TEORITIS

Kualitas Layanan

Menurut (Ramya, 2019) dalam (Simbolon *et al.*, 2025), kualitas layanan merupakan salah satu faktor utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan serta mempertahankan loyalitas mereka. Istilah *service quality* sendiri berasal dari dua konsep, yaitu *service* yang merujuk pada aktivitas atau manfaat yang bersifat tidak berwujud, dan *quality* yang menunjukkan unsur strategis untuk meningkatkan efisiensi sekaligus daya saing. Zeithaml *et al.* (1988) dalam (Simbolon *et al.*, 2025), mendefinisikan kualitas layanan sebagai kemampuan penyedia untuk memberikan pelayanan yang unggul sehingga dapat memenuhi bahkan melampaui ekspektasi pelanggan.

Kualitas layanan mencakup kemampuan penyedia jasa dalam memberikan pelayanan yang konsisten, efektif, dan unggul, sekaligus berorientasi pada kepuasan pelanggan. Kualitas ini tidak hanya tercermin dari kinerja yang sesuai dengan harapan, tetapi juga dari upaya untuk menciptakan pengalaman positif yang membangun hubungan emosional dengan pelanggan (Simbolon *et al.*, 2025).

SERVQUAL, yang merupakan singkatan dari *Service Quality* (Kualitas Layanan), merupakan sebuah model pengukuran yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) dalam (Simbolon *et al.*, 2025) yang menjadi pendekatan paling populer melalui lima dimensi utamanya, yaitu *Reliability* (Keandalan) sebagai kemampuan penyedia jasa dalam memberikan layanan secara konsisten, tepat, dan dapat diandalkan sesuai janji; *Responsiveness* (Daya Tanggap) sebagai kesediaan dan kesiapan penyedia jasa dalam membantu pelanggan secara cepat dan tepat; *Assurance* (Jaminan) yang mencakup pengetahuan, keterampilan, kesopanan, dan kemampuan karyawan dalam menumbuhkan rasa percaya pelanggan; *Empathy* (Empati) yang mencerminkan tingkat kepedulian serta perhatian personal terhadap pelanggan;

serta *Tangible* (Bukti Fisik) yang meliputi segala aspek fisik yang dapat dilihat secara langsung seperti fasilitas, peralatan, kebersihan, penampilan karyawan, dan materi komunikasi.

Loyalitas Wisatawan

Menurut Hanif, (2016) dalam (Imam *et al.*, 2025), loyalitas adalah komitmen dimana pelanggan membeli atau menggunakan kembali barang atau jasa di masa depan, meskipun dampak dan situasi serta upaya pemasaran akan menyebabkan pelanggan berubah. Menurut (Artuger *et al.*, 2013) dalam (I Wayan *et al.*, 2023), mendefinisikan loyalitas adalah mengulangi pembelian, sikap yang positif, komitmen jangka panjang, bermaksud melanjutkan afiliasi dan menyebarkan informasi yang positif ke orang lain.

Loyalitas dari seorang wisatawan bisa diperoleh apabila brand dan kualitas pelayanan yang diterima selama berkunjung dan dimediasi dari kepuasan yang sesuai dengan ekspektasi mereka dan ini menyebabkan mereka akan kembali dan terus kembali untuk mengunjungi suatu destinasi (Lalika *et al.*, 2020) dalam (I Wayan *et al.*, 2023). Loyalitas dari seorang wisatawan bisa diperoleh apabila brand dan kualitas pelayanan yang diterima selama berkunjung dan dimediasi dari kepuasan yang sesuai dengan ekspektasi mereka dan ini menyebabkan mereka akan kembali dan terus kembali untuk mengunjungi suatu destinasi.

Menurut Zeithaml, Berry, dan Parasuraman (1996) dalam (Tamam *et al.*, 2023), pengukuran loyalitas mencakup komponen kognitif, afektif, dan konatif yang dievaluasi melalui tiga dimensi utama pada destinasi wisata, yaitu keterikatan tempat (*place dependence*) yang disamakan dengan komponen sikap kognitif; identitas tempat (*place identity*) sebagai domain afektif di mana lokasi wisata menjadi bagian dari rasa harga diri seseorang; serta minat berperilaku (*behavioural intention*) sebagai domain konatif yang menyatakan maksud untuk melakukan kunjungan ulang (*repatronage*), menyampaikan ulasan positif secara lisan (*word-of-mouth*), dan memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Kepuasan Wisatawan

Menurut (Kotler dan Keller, 2018) dalam (Binawa *et al.*, 2023), kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi pembeli. Kata kepuasan (*satisfactioans*) berasal dari kata “Statis” (cukup baik, memadai), dan “Facio” (melakukan atau membuat), kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan

merasakan sangat puas senang atau gembira. Menurut (Karisma *et al.*, 2024), kepuasan wisatawan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang mereka alami dengan harapan mereka.

Indikator pembentuk kepuasan wisatawan menurut Karisma *et al.* (2024) mencakup kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan, di mana kesesuaian harapan mengindikasikan sejauh mana layanan produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan ekspektasi konsumen, minat berkunjung kembali menggambarkan situasi di mana konsumen yang telah terpenuhi harapannya cenderung melakukan pembelian atau penggunaan jasa kembali, serta kesediaan merekomendasikan mencerminkan kondisi ketika konsumen yang merasa puas memberikan rekomendasi positif berdasarkan pengalaman mereka setelah memanfaatkan layanan tersebut.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain deskriptif dengan pendekatan kuantitatif (Sugiyono, 2023), dengan populasi wisatawan Ekowisata Nyaru Menteng dan sampel sebanyak 55 responden yang ditentukan melalui teknik purposive sampling berdasarkan kriteria usia 17-60 tahun serta telah menyelesaikan kunjungan dan menikmati fasilitas/layanan di lokasi. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert 1-5, dilengkapi data sekunder dari literatur dan penelitian terkait. Instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya menggunakan kriteria yang berlaku umum dalam analisis SEM-PLS (validitas konvergen, validitas diskriminan, Cronbach's Alpha, dan Composite Reliability) (Evi & Rachbini, 2023), dan hasil pengujian beserta interpretasinya akan disajikan pada bab hasil penelitian. Analisis data dilakukan dengan metode Partial Least Square (PLS) melalui program SmartPLS versi 4.1, mencakup evaluasi model pengukuran (outer model) dan model struktural (inner model).

4. HASIL

Penelitian ini melibatkan sebanyak 55 responden yang merupakan wisatawan Ekowisata Nyaru Menteng. Karakteristik responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendapatan, dan tingkat pendidikan terakhir sebagaimana disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Kategori	Klasifikasi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	24	43.64
	Perempuan	31	56.36
Usia	17-25 Tahun	37	67.27
	26-35 Tahun	15	27.27
	36-45 Tahun	1	1.82
	46-60 Tahun	2	3.64
	< Rp.1.000.000	23	41.82
Pendapatan	Rp.1.000.000 – Rp.5.000.000	29	52.73
	Rp.6.000.000 – Rp.10.000.000	3	5.45
	> Rp.10.000.000	0	0.00
	SMP	5	9.09
Pendidikan Terakhir	SLTA	19	34.55
	Akademia/Diploma	31	56.36
	Sarjana (S1)	0	0.00
	Magister/Doktor (S2/S3)	0	0.00

Berdasarkan tabel di atas, responden penelitian ini didominasi oleh wisatawan perempuan (56,36%) berusia 17-25 tahun (67,27%), dengan tingkat pendapatan Rp.1.000.000 – Rp.5.000.000 (52,73%) dan pendidikan terakhir Akademia/Diploma (56,36%), sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengunjung Ekowisata Nyaru Menteng adalah wisatawan usia muda berpenghasilan menengah ke bawah dengan latar belakang pendidikan tinggi tingkat diploma.

Berdasarkan hasil pengujian model penelitian dengan pendekatan Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM) yang terdiri atas evaluasi model pengukuran (outer model) dan evaluasi model struktural (inner model), untuk menguji pengaruh Kualitas Layanan (KL) terhadap Loyalitas Wisatawan (LW) melalui Kepuasan Wisatawan (KW) pada Ekowisata Nyaru Menteng.

Uji Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas konvergen dinilai berdasarkan nilai outer loading setiap indikator terhadap konstruksinya, dengan nilai ambang batas yang dipersyaratkan sebesar $\geq 0,70$. Pada pengujian model pengukuran awal, indikator KL1 dan KL2 pada konstruk Kualitas Layanan menghasilkan nilai outer loading di bawah 0,70, sehingga tidak memenuhi syarat validitas konvergen. Oleh karena itu, kedua indikator tersebut dikeluarkan (dieliminasi) dari model dan pengujian outer loading diulang kembali tanpa menyertakan KL1 dan KL2, sehingga konstruk Kualitas Layanan pada model akhir hanya direfleksikan oleh tiga indikator, yaitu KL3, KL4, dan KL5. Hasil pengujian outer loading setelah eliminasi disajikan pada tabel berikut.

Tabel 2. Outer Loading

Indikator	Outer Loading	Keterangan
KL3	0.872	Valid
KL4	0.877	Valid
KL5	0.887	Valid
KW1	0.757	Valid
KW2	0.709	Valid
KW3	0.809	Valid
KW4	0.851	Valid
KW5	0.834	Valid
KW6	0.843	Valid
LW1	0.850	Valid
LW2	0.729	Valid
LW3	0.745	Valid
LW4	0.805	Valid
LW5	0.807	Valid
LW6	0.772	Valid

(Sumber: Data primer diolah, 2026)

Berdasarkan tabel di atas, seluruh indikator pada ketiga konstruk yaitu Kualitas Layanan, Kepuasan Wisatawan, dan Loyalitas Wisatawan memiliki nilai outer loading di atas 0,70. Nilai tertinggi terdapat pada indikator KL5 sebesar 0,887 dan nilai terendah pada indikator KW2 sebesar 0,709. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator telah memenuhi syarat validitas konvergen dan mampu merefleksikan konstruk yang diukur dengan baik. Variabel Kualitas Layanan pada penelitian ini diukur melalui lima dimensi menurut Zeithaml dan Berry (1988) dalam Simbolon *et al.* (2025), yaitu Reliability (Keandalan), Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan), Empathy (Empati), dan Tangible (Bukti Fisik). Setelah dimensi Reliability dan Responsiveness dieliminasi karena outer loading di bawah 0,70, ketiga dimensi yang tersisa yaitu Assurance (KL3), Empathy (KL4), dan Tangible (KL5) seluruhnya valid dengan nilai loading berkisar 0,872–0,887. Dimensi Tangible (Bukti Fisik) tercatat sebagai indikator yang paling dominan membentuk Kualitas Layanan dengan loading tertinggi sebesar 0,887, yang berarti kondisi fisik seperti kebersihan, fasilitas, dan sarana prasarana ekowisata menjadi aspek yang paling ditonjolkan wisatawan dalam menilai kualitas layanan. Sebaliknya, dimensi Assurance (Jaminan) memiliki loading terendah di antara ketiganya sebesar 0,872, meski masih tergolong kuat, yang mengindikasikan bahwa aspek jaminan keamanan dan kepercayaan relatif belum menjadi kekuatan utama dibandingkan dimensi lainnya.

Variabel Kepuasan Wisatawan diukur melalui tiga indikator menurut Karisma *et al.* (2024), yaitu Kesesuaian Harapan (KW1-KW2), Minat Berkunjung Ulang Kembali (KW3-KW4), dan Kesiediaan Merekomendasikan (KW5-KW6). Berdasarkan nilai outer loading, indikator Kesiediaan Merekomendasikan menunjukkan kontribusi paling dominan dengan rata-rata loading tertinggi (KW5 = 0,834; KW6 = 0,843), yang berarti wisatawan yang puas

cenderung paling menonjol dalam kesediaannya merekomendasikan Ekowisata Nyaru Menteng kepada orang lain. Sementara itu, indikator Kesesuaian Harapan menjadi yang paling lemah dengan rata-rata loading terendah ($KW1 = 0,757$; $KW2 = 0,709$), menandakan bahwa kesesuaian antara ekspektasi wisatawan sebelum berkunjung dengan pengalaman aktual yang dirasakan masih menjadi aspek kepuasan yang relatif kurang menonjol dibandingkan dua indikator lainnya.

Variabel Loyalitas Wisatawan diukur melalui tiga indikator menurut Zeithaml, Berry, dan Parasuraman (1996) dalam Tamam *et al.* (2023), yaitu Keterikatan Tempat/Place Dependence (LW1-LW2), Identitas Tempat/Place Identity (LW3-LW4), dan Minat Berperilaku/Behavioural Intention (LW5-LW6). Indikator Keterikatan Tempat (Place Dependence) menunjukkan kontribusi paling dominan, ditandai dengan nilai loading tertinggi pada LW1 sebesar 0,850, yang berarti loyalitas wisatawan terhadap Ekowisata Nyaru Menteng paling kuat terbentuk dari ketergantungan fungsional wisatawan terhadap tempat tersebut sebagai destinasi ekowisata yang mampu memenuhi kebutuhan rekreasinya. Sebaliknya, indikator Identitas Tempat (Place Identity) cenderung menjadi yang paling lemah, tercermin dari nilai loading LW3 sebesar 0,745, yang mengindikasikan bahwa keterikatan emosional atau identitas diri wisatawan dengan Ekowisata Nyaru Menteng belum terbentuk sekuat aspek keterikatan fungsional maupun minat berperilaku.

Selain outer loading, validitas konvergen juga dinilai dari nilai Average Variance Extracted (AVE) yang disyaratkan $\geq 0,50$. Hasil pengujian AVE bersama dengan nilai reliabilitas konstruk disajikan pada tabel berikut.

Tabel 3. *Average Variance Extracted*

Konstruk	Cronbach's Alpha	rho_a	Composite Reliability (rho_c)	AVE
Kualitas Layanan (X)	0.853	0.858	0.910	0.772
Kepuasan Wisatawan (Z)	0.889	0.897	0.915	0.643
Loyalitas Wisatawan (Y)	0.876	0.884	0.906	0.617

(Sumber: Data primer diolah, 2026)

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai AVE ketiga konstruk berada di atas 0,50, yaitu Kualitas Layanan sebesar 0,772, Kepuasan Wisatawan sebesar 0,643, dan Loyalitas Wisatawan sebesar 0,617. Hal ini mengindikasikan bahwa masing-masing konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya, sehingga syarat validitas konvergen terpenuhi secara menyeluruh.

Uji Validitas Diskriminan (Discriminant Validity)

Validitas diskriminan diuji menggunakan dua pendekatan, yaitu kriteria Fornell-Larcker dan cross loading. Hasil uji Fornell-Larcker disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4. Fornell-Larcker

Konstruk	KL	KW	LW
Kualitas Layanan (X)	0.879		
Kepuasan Wisatawan (Z)	0.538	0.802	
Loyalitas Wisatawan (Y)	0.666	0.680	0.786

(Sumber: Data primer diolah, 2026)

Nilai akar kuadrat AVE (angka diagonal yang dicetak tebal secara konseptual) pada masing-masing konstruk yaitu KL sebesar 0,879, KW sebesar 0,802, dan LW sebesar 0,786, seluruhnya lebih besar dibandingkan nilai korelasi konstruk tersebut dengan konstruk lainnya. Dengan demikian, validitas diskriminan berdasarkan kriteria Fornell-Larcker telah terpenuhi.

Pengujian validitas diskriminan juga diperkuat dengan nilai cross loading, di mana setiap indikator diharapkan memiliki nilai loading tertinggi pada konstruksya sendiri dibandingkan pada konstruk lain.

Tabel 5. Cross Loading

Indikator	Kualitas Layanan (X)	Kepuasan Wisatawan (Z)	Loyalitas Wisatawan (Y)
KL3	0.872	0.445	0.657
KL4	0.877	0.422	0.512
KL5	0.887	0.543	0.575
KW1	0.369	0.757	0.481
KW2	0.428	0.709	0.374
KW3	0.455	0.809	0.626
KW4	0.413	0.851	0.560
KW5	0.441	0.834	0.552
KW6	0.476	0.843	0.630
LW1	0.640	0.609	0.850
LW2	0.399	0.569	0.729
LW3	0.385	0.428	0.745
LW4	0.480	0.532	0.805
LW5	0.610	0.517	0.807
LW6	0.567	0.528	0.772

(Sumber: Data primer diolah, 2026)

Hasil cross loading menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki nilai loading tertinggi pada konstruk asalnya dibandingkan dengan konstruk lainnya. Sebagai contoh, indikator KL3, KL4, dan KL5 memiliki loading tertinggi pada konstruk Kualitas Layanan, begitu pula indikator KW dan LW yang masing-masing memiliki loading tertinggi pada konstruksya sendiri. Dengan demikian, seluruh indikator dinyatakan valid secara diskriminan.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan tabel reliabilitas konstruk sebelumnya, nilai Cronbach's Alpha ketiga konstruk berada di atas 0,70, yaitu KL sebesar 0,853, KW sebesar 0,889, dan LW sebesar 0,876. Nilai Composite Reliability (ρ_c) juga berada di atas 0,70, yaitu KL sebesar 0,910, KW sebesar 0,915, dan LW sebesar 0,906. Dengan demikian, seluruh konstruk dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan memiliki konsistensi internal yang baik.

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Tabel 6. Koefisien Determinasi (R^2)

Konstruk	R-square	R-square adjusted
Kepuasan Wisatawan (Z)	0.289	0.276
Loyalitas Wisatawan (Y)	0.589	0.573

(Sumber: Data primer diolah, 2026)

Nilai R-square untuk konstruk Kepuasan Wisatawan sebesar 0,289 yang berarti variabel Kualitas Layanan mampu menjelaskan variasi Kepuasan Wisatawan sebesar 28,9%, dan tergolong dalam kategori lemah. Sementara itu, nilai R-square untuk konstruk Loyalitas Wisatawan sebesar 0,589 yang berarti variabel Kualitas Layanan dan Kepuasan Wisatawan secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi Loyalitas Wisatawan sebesar 58,9%, dan tergolong dalam kategori moderat. Sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Tabel 7. Ukuran Efek (f^2)

Hubungan Antar Konstruk	Kualitas Layanan (X)	Kepuasan Wisatawan (Z)	Loyalitas Wisatawan (Y)
Kualitas Layanan (X)	-	0.407	0.309
Kepuasan Wisatawan (Z)		-	0.354
Loyalitas Wisatawan (Y)			-

(Sumber: Data primer diolah, 2026)

Nilai f-square pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Wisatawan sebesar 0,407 tergolong efek besar. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Wisatawan memiliki nilai f-square sebesar 0,309 yang tergolong efek sedang mendekati besar. Sementara itu, pengaruh Kepuasan Wisatawan terhadap Loyalitas Wisatawan memiliki nilai f-square sebesar 0,354 yang tergolong efek besar. Temuan ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan memberikan kontribusi yang cukup besar dalam membentuk Kepuasan Wisatawan maupun Loyalitas Wisatawan pada Ekowisata Nyaru Menteng.

Tabel 8. Uji Hipotesis Pengaruh Langsung (Direct Effect)

Hubungan	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	STDEV	T Statistics	P Values
Kualitas Layanan (X) -> Kepuasan Wisatawan (Z)	0.538	0.549	0.114	4.725	0.000
Kualitas Layanan (X) -> Loyalitas Wisatawan (Y)	0.423	0.434	0.153	2.770	0.006
Kepuasan Wisatawan (Z) -> Loyalitas Wisatawan (Y)	0.452	0.451	0.156	2.896	0.004

(Sumber: Data primer diolah, 2026)

Hasil pengujian hipotesis langsung menunjukkan bahwa seluruh nilai t-statistic pada ketiga jalur berada di atas nilai kritis 1,65 (uji satu arah/one-tailed) dengan nilai p-value di bawah 0,05, sehingga ketiga hubungan dinyatakan positif dan signifikan.

Tabel 9. Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect)

Hubungan	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	STDEV	T Statistics	P Values
Kualitas Layanan (X) -> Kepuasan Wisatawa (Z) -> Loyalitas Wisatawan (Y)	0.243	0.249	0.108	2.261	0.024

(Sumber: Data primer diolah, 2026)

Hasil pengujian pengaruh tidak langsung menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,243 dengan t-statistic sebesar 2,261 ($> 1,65$) dan p-value sebesar 0,024 ($< 0,05$), sehingga pengaruh tidak langsung Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Wisatawan melalui Kepuasan Wisatawan dinyatakan signifikan. Karena pengaruh langsung Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Wisatawan juga signifikan dan searah (sama-sama positif) dengan pengaruh tidak langsungnya, maka jenis mediasi yang terjadi adalah complementary mediation (mediasi sebagian), yang berarti Kepuasan Wisatawan memediasi sebagian pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Wisatawan, namun Kualitas Layanan tetap memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap Loyalitas Wisatawan tanpa harus melalui Kepuasan Wisatawan.

5. PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Wisatawan pada Ekowisata Nyaru Menteng

Hasil pengujian hipotesis pertama (H1) menunjukkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,538, t-statistic sebesar 4,725, dan p-value sebesar 0,000. Dengan demikian, H1 dalam penelitian ini diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh pengelola Ekowisata Nyaru Menteng, baik dari aspek fasilitas, keramahan petugas, kebersihan, maupun kenyamanan area wisata, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan. Nilai f-square sebesar 0,407 yang tergolong besar juga memperkuat bahwa kualitas layanan merupakan faktor penentu utama dalam membentuk kepuasan wisatawan pada objek ekowisata ini.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Wisatawan pada Ekowisata Nyaru Menteng

Hasil pengujian hipotesis kedua (H2) menunjukkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Wisatawan, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,423, t-statistic sebesar 2,770, dan p-value sebesar 0,006. Dengan demikian, H2 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik tidak hanya berdampak pada kepuasan sesaat, tetapi juga secara langsung mendorong wisatawan untuk berniat

berkunjung kembali dan merekomendasikan Ekowisata Nyaru Menteng kepada orang lain, tanpa harus melalui proses kepuasan terlebih dahulu.

Pengaruh Kepuasan Wisatawan terhadap Loyalitas Wisatawan pada Ekowisata Nyaru Menteng

Hasil pengujian hipotesis ketiga (H3) menunjukkan bahwa Kepuasan Wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Wisatawan, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,452, t-statistic sebesar 2,896, dan p-value sebesar 0,004. Dengan demikian, H3 diterima. Nilai f-square sebesar 0,354 yang tergolong besar menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan merupakan salah satu faktor kunci yang mendorong terbentuknya loyalitas. Wisatawan yang merasa puas terhadap pengalaman berkunjung ke Ekowisata Nyaru Menteng cenderung memiliki keinginan untuk berkunjung kembali serta bersedia merekomendasikan destinasi ini kepada pihak lain.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Wisatawan melalui Kepuasan Wisatawan pada Ekowisata Nyaru Menteng

Hasil pengujian hipotesis keempat (H4) menunjukkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh secara tidak langsung dan signifikan terhadap Loyalitas Wisatawan melalui Kepuasan Wisatawan, dengan nilai koefisien sebesar 0,243, t-statistic sebesar 2,261, dan p-value sebesar 0,024. Dengan demikian, H4 diterima. Karena pengaruh langsung Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Wisatawan (H2) juga signifikan dan memiliki arah yang sama (positif) dengan pengaruh tidak langsungnya, maka Kepuasan Wisatawan berperan sebagai mediator parsial (complementary mediation) dalam hubungan antara Kualitas Layanan dan Loyalitas Wisatawan. Artinya, kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas wisatawan baik secara langsung maupun melalui peningkatan kepuasan wisatawan terlebih dahulu, sehingga pengelola Ekowisata Nyaru Menteng perlu memperhatikan kedua jalur ini secara bersamaan untuk memaksimalkan loyalitas pengunjung.

6. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis PLS-SEM, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan, Loyalitas Wisatawan, serta terhadap Loyalitas Wisatawan melalui Kepuasan Wisatawan sebagai mediator parsial (complementary mediation), sehingga seluruh hipotesis penelitian diterima dan menegaskan bahwa peningkatan kualitas layanan khususnya pada aspek tangible, empathy, dan assurance mampu mendorong loyalitas wisatawan Ekowisata Nyaru Menteng baik secara langsung maupun melalui terbentuknya kepuasan terlebih dahulu, oleh karena itu disarankan agar

pengelola mempertahankan kualitas fasilitas dan kebersihan, memperkuat aspek jaminan keamanan yang relatif masih lemah, serta menyesuaikan promosi dengan pengalaman aktual di lapangan, sementara peneliti selanjutnya disarankan menambah variabel lain di luar model mengingat kontribusi

Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Wisatawan masih tergolong lemah (R^2 28,9%); adapun hambatan dalam penelitian ini meliputi keterbatasan jumlah responden (55 orang) yang kurang mewakili keberagaman populasi, waktu pengumpulan data yang terbatas sehingga karakteristik responden kurang merata, serta cakupan variabel penelitian yang hanya berfokus pada Kualitas Layanan tanpa mempertimbangkan faktor-faktor lain yang turut memengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan.

DAFTAR REFERENSI

- Binawa, I Gede Putra, Yayu Indrawati, & I. Gusti Putu Bagus Sasrawan Mananda. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keselamatan Wisatawan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Daya Tarik Wisata Air Terjun Tegenungan Gianyar Bali.
- Evi, T., & Rachbini, W. (2023). Partial Least Squares (Teori Dan Praktek).
- Hakim, Taufik Qul, Yos Andy Tangkasiang, & Nicko Haryadi. (2025). Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Ketersediaan Fasilitas Yang Ada Di Hutan Kota Nyaru Menteng Berkah Kota Palangka Raya. *Jurnal Sociopolitico* 7.2, 7(2), 122-129.
- Hari Prenando. (2024, May 28). Masalah Kurangnya Wisata Di Kota Palangka Raya . <https://www.kompasiana.com/hariprenando7957/66560c08ed64157f0f77c442/Masalah-Kurangnya-Wisata-Di-Kota-Palangka-Raya-Kalimantan-Tengah>.
- I Wayan, I. A., Ida Bagus Ketut, S., & Widiastuti, W. (2023). Pengaruh Brand Atribute Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Wisatawan Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata Tanah Lot, Tabanan. *Jurnal Belantara*, 6(1), 136–146. <https://doi.org/10.29303/Jbl.V6i1.942>
- Imam, H., Ningrum, N. K., & Hutami, L. T. H. (2025). Pengaruh Citra Destinasi Dan Motivasi Wisatawan Terhadap Loyalitas Wisatawan Melalui Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (Jurkami)*, 10(1). <https://doi.org/10.31932/Jpe.V10i1.4223>
- Karisma, Nadia Gita, Aprillia Divi Yustita, & Randhi Nanang Darmawan. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Anak Usaha Pt. Pratama Wisata Lintasnusa Jalankebromo. *Jurnal Ilmiah Hospitality* 13.1, 1–10.
- Kementrian Pariwisata Ri. (2025, December 16). Indonesia Pertahankan Momentum Pertumbuhan Pariwisata Sepanjang Tahun 2025. <https://kemenpar.go.id/Berita/Indonesia-Pertahankan-Momentum-Pertumbuhan-Pariwisata-Sepanjang-Tahun-2025>.
- Kristinae, V., Sidiq Prakoso, R., Sihombing, C., & Luh Wayan Sayang Telagawathi, N. (2025). Why Do Tourist Attractions And Service Quality Mediated By Visitor Satisfaction Influence The Interest In Revisiting Kum-Kum Tourism In Palangka Raya? *International Journal Of Social Science And Business*, 9(4), 731–747. <https://doi.org/10.23887/Ijssb.V9i4.102262>

- Kristinae, V., Ushakov, D., Sidiq Prakoso, R., Permoni, E., Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma Singaraja, S., Hendrik Timang No, J., & Tunjung Nyaho Palangka Raya, K. (2026). Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Fear Of Missing Out, Word Of Mouth, And Perceived Sales Performance At Thaifest: The Mediating Role Of Perceived Marketing Innovation. <https://Journal.Unpas.Ac.Id/Index.Php/Jrbm/Index>
- Multi Media Center Palangka Raya. (2025, September 2). Eksplorasi Alam Dan Satwa Di Arboretum Nyaru Menteng.
- Pratama, A. P., & Kuswati, R. (2025). Pengaruh Ekspektasi Wisatawan, Nilai Yang Di Rasakan, Kepuasan Wisatawan Pada Perilaku Wisatawan Yang Bertanggung Jawab Terhadap Lingkungan Dan Loyalitas Wisatawan Di Kemuning Sky Hills. Jurnal Lentera Bisnis, 14(1), 647–660. <https://Doi.Org/10.34127/Jrlab.V14i1.1376>
- Simbolon, S. F., Indra Safari, & Oman Sukirman. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Atraksi Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Batu Parsidangan Siallagan Samosir. Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata, 21(3), 220–237. <https://Doi.Org/10.56910/Gemawisata.V21i3.846>
- Sudiarta, I. N., Wirawan, P. E., Astina, I. N. G., & Dewi, I. G. A. M. (2022). Kualitas Layanan Dan Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Untuk Mengunjungi Kembali Desa Wisata. Journal Of Management And Bussines (Jomb), 4(1), 508–526. <https://Doi.Org/10.31539/Jomb.V4i1.3704>
- Sugiarti, Teni, & Aisyah Alhumayra. (2026). Pengaruh Kualitas Fasilitas Dan Edukasi Lingkungan Terhadap Minat Wisatawan Dengan Persepsi Pengalaman Sebagai Variabel Intervening Di Ekowisata Mangrove Desa Martajasah. Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis 10.1, 17–35. <https://Doi.Org/10.21776/Ub.Jepa.2026.010.01.2>
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. In M. Dr. Ir. Sutopo S.Pd (Ed.), Etika Jurnalisme Pada Koran Kuning : Sebuah Studi Mengenai Koran Lampu Hijau (Ke 5, Vol. 16, Number 2). Alfabeta Bandung.
- Tamam, Herwanto, & Selviana Hidayat. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Wisata Dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Loyalitas Wisatawan Pada Rm. Pindang Meranjat Riu Di Kota Bandar Lampung. Kalianda Halok Gagas, 6(1), 30–45. <https://Doi.Org/10.52655/Khg.V6i1.63>