

Pengaruh E-WOM (Electronic Word Of Mouth), Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung di Solo Raya (Survei Wisatawan Pracima Tuin dan Keris Cafe & Kitchen)

¹Elizabeth Shinta Gunawan, ²Jagad Dwi Prakosa, ³Fernanda Bintang Enggarwati, ⁴Ridho Muhhari, ^{5,*}Sharen Alviola, ⁶Nadiya Fikriuatuz Zakiya

¹⁾Jurusan Manajemen

Universitas Slamet Riyadi, Surakarta

elizabethshintagunawan284@gmail.com

²⁾Jurusan Manajemen

Universitas Slamet Riyadi, Surakarta

jagaddwi7@gmail.com

³⁾Jurusan Manajemen

Universitas Slamet Riyadi, Surakarta

vernandabintang@gmail.com

⁴⁾Jurusan Manajemen

Universitas Slamet Riyadi, Surakarta

ridhomuhhari4@gmail.com

^{5,*)}Jurusan Manajemen

Universitas Slamet Riyadi, Surakarta

alviolasharen@gmail.com

⁶⁾Jurusan Manajemen

Universitas Slamet Riyadi, Surakarta

nafiyafz95@gmail.com

Article history:

Received May 17, 2025

Revised May 31, 2025

Accepted July 2, 2025

Abstract

This study analyzed the influence of electronic word-of-mouth, service quality, and satisfaction on tourists' decisions to visit Pracima Tuin and Keris Caffé & Kitchen in Solo Raya. Using a descriptive qualitative approach, data were gathered through observation, interviews, and documentation. The findings showed that positive social media reviews influenced tourists' interest and decisions. Despite service issues such as delays and reservation problems, visitors remained satisfied due to staff hospitality and the venue's ambiance. Satisfaction contributed to repeat visits and recommendations. The study highlighted the importance of managing online communication, improving service, and delivering memorable experiences to enhance the appeal of cultural culinary destinations in Solo Raya.

Keywords: *electronic word of mouth, service quality, tourist satisfaction, visit decision, culture culinary tourism, Solo Raya*

Pendahuluan

Industri pariwisata di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, khususnya di wilayah Solo Raya. Solo Raya dikenal sebagai destinasi yang kaya akan budaya, kuliner, dan keindahan alam, sehingga menarik perhatian wisatawan domestik maupun mancanegara. Pada semester I tahun 2024, tercatat sebanyak 2.628.721 wisatawan mengunjungi Kota Solo, terdiri atas 3.859.547 wisatawan domestik dan 11.128 wisatawan mancanegara. Salah satu tempat kuliner yang menjadi ikon baru Kota Solo adalah Resto Pracima Tuin. Berdasarkan data dari Republika.co.id [1], Pracima Tuin mengalami peningkatan kunjungan yang signifikan, dari 200–300 pengunjung per hari menjadi sekitar 700 pengunjung pada musim liburan. Selain itu, Keris Caffé & Kitchen juga menjadi daya tarik baru dengan konsep budaya dan desain yang instagramable, meraih rating 4.3 dari lebih dari 500 ulasan di Google Review. Fenomena ini mencerminkan keberhasilan revitalisasi destinasi wisata serta peran penting ulasan digital (Electronic Word of Mouth/E-WOM) dalam membentuk persepsi dan keputusan wisatawan. E-WOM merupakan informasi dan rekomendasi yang dibagikan secara online oleh konsumen, yang dinilai lebih kredibel dibandingkan promosi resmi. Di sisi lain, kualitas pelayanan juga memainkan peran krusial dalam membentuk kepuasan wisatawan melalui elemen seperti keramahan staf, kecepatan layanan, kebersihan, dan kualitas produk.

Penelitian sebelumnya menegaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan dan kecenderungan untuk merekomendasikan tempat wisata melalui E-WOM. Penelitian yang dilakukan oleh Novitasari dkk [2] dan Dewi dkk [3] menunjukkan bahwa pengalaman positif yang diperoleh wisatawan dari pelayanan berkualitas tinggi mendorong terbentuknya citra

positif destinasi dan loyalitas pengunjung. Namun demikian, masih terdapat keterbatasan dalam penelitian terdahulu, terutama dalam mengkaji keterkaitan simultan antara E-WOM, kualitas pelayanan, dan kepuasan wisatawan secara terpadu dalam konteks tempat kuliner berkonsep budaya di wilayah Solo Raya. Selain itu, sebagian besar studi sebelumnya belum mengidentifikasi peran media sosial dan ulasan digital sebagai variabel utama dalam memengaruhi keputusan berkunjung. Oleh karena itu, penelitian ini untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan fokus pada dua destinasi kuliner yang tengah berkembang, yakni Resto Pracima Tuin dan Keris Cafe & Kitchen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh E-WOM dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan, serta implikasinya terhadap keputusan berkunjung ke tempat kuliner di Solo Raya. Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi praktis bagi pengelola usaha kuliner dan pemerintah daerah dalam menyusun strategi pemasaran berbasis digital dan peningkatan mutu pelayanan. Dengan memahami interaksi antar variabel tersebut, pengelola dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat citra destinasi kuliner budaya sebagai bagian dari pengembangan ekonomi kreatif daerah.

Metode Penelitian

Sumber Data. Populasi adalah populasi pada penelitian kualitatif meliputi objek dan subjek dengan karakteristik yang sudah ditetapkan oleh para peneliti meliputi objek dan subjek dengan karakteristik yang sudah ditetapkan oleh para peneliti [4]. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan peneliti meliputi objek pariwisata restoran bernuansa kerajaan di Kota Solo.

Sampel adalah sekelompok kecil elemen yang diperoleh dari hasil sampling populasi [2]. Pengambilan dengan metode proposisi sampling. Teknik sampling yang akan digunakan dalam penelitian adalah *purposive sampling*, dengan beberapa kriteria antara lain, adanya rekomendasi dari media sosial, adanya kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap objek wisata dan restoran. Meninjau kriteria yang ada, dari keseluruhan populasi terdapat tiga objek pariwisata di Kota Solo yang memenuhi kriteria tersebut, yaitu Resto Praciman Tuin & Keris Caffé & Kitchen. Sumber data dari penelitian ini menggunakan data primer dengan mengumpulkan data dengan menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi objek wisata.

Teknik Pengumpulan dan Jenis Data. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan tiga metode utama, yaitu observasi langsung terhadap aktivitas pelayanan dan interaksi di lokasi wisata, wawancara mendalam dengan para informan, serta dokumentasi berupa foto, video, dan catatan lapangan yang relevan. Jenis data yang dikumpulkan adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari hasil observasi dan wawancara. Sumber data pada penelitian ini berasal dari hasil wawancara tour guide objek pada pariwisata dan 2 pengunjung *Praciman Tuin* dan Keris Caffé & Kitchen. Daftar pertanyaan yang digunakan dalam wawancara dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Daftar pertanyaan wawancara

Pertanyaan
E-WOM
1. Apakah Anda pernah membagikan pengalaman Anda terkait kunjungan ke Pracima Tuin dan Keris Caffé & Kitchen di media sosial? Jika ya, platform apa yang Anda gunakan dan seberapa sering Anda melakukannya?
2. Bagaimana kesan pertama Anda setelah membaca ulasan atau opini dari pengunjung lain tentang Pracima Tuin dan Keris Caffé & Kitchen? Apakah ulasan tersebut lebih banyak bernada positif atau negatif?

-
3. Sebelum berkunjung, apakah Anda mencari informasi tentang menu, fasilitas, atau kegiatan yang tersedia di Pracima Tuin dan Keris Caffe & Kitchen? Jika ya, informasi apa yang paling menarik perhatian Anda?
-

Keputusan Berkunjung

1. Bagaimana pengalaman keseluruhan Anda saat mengunjungi Pracima Tuin dan Keris Caffe & Kitchen?
 2. Bagaimana penilaian Anda terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh staf di Pracima Tuin dan Keris Caffe & Kitchen?
 3. Dari informasi yang Anda dapatkan sebelum berkunjung (misalnya dari media sosial atau ulasan), apakah tempat ini sesuai dengan gambaran yang Anda bayangkan?
-

Kepuasan Pelanggan

1. Bagaimana pengalaman keseluruhan Anda saat mengunjungi Pracima Tuin dan Keris Caffe & Kitchen?
 2. Apa aspek yang paling Anda sukai dari kunjungan ini?
 3. Bagaimana penilaian Anda terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh staf di Pracima Tuin dan Keris Caffe & Kitchen?
-

Kualitas Pelayanan

1. Apakah layanan yang Anda terima di Pracima Tuin dan Keris Caffe & Kitchen sesuai dengan yang dijanjikan dalam promosi atau ulasan yang Anda baca sebelumnya?
 2. Bagaimana pengalaman Anda terkait ketepatan waktu dalam penyajian makanan dan minuman? Apakah sesuai dengan ekspektasi Anda?
 3. Bagaimana kesiapan staf dalam melayani Anda, seperti dalam menerima pesanan, menjawab pertanyaan, atau menangani keluhan?
-

Tenik Analisis Data dan Keabsahan Data. *Uji Keabsahan* – Dalam suatu penelitian kualitatif terdapat kevalidan data dengan adanya uji keabsahan data [4]. Keabsahan data dilakukan untuk menguji kepercayaan terhadap suatu hasil penelitian sehingga peneliti kualitatif dapat menyanggah apabila hasil penelitiannya dikatakan tidak valid atau tidak ilmiah. Uji keabsahan data pada penelitian ini menggunakan uji kredibilitas (*credibility*).

Uji Kredibilitas – Dalam uji kredibilitas (*credibility*) merupakan suatu uji kepercayaan terhadap suatu hasil penelitian yang sudah di olah peneliti [4]. Dalam uji kredibilitas dapat berupa memperpanjang waktu pengamatan, meningkatkan kecermatan, menetapkan triangulasi, menetapkan bahan pendukung (referensi), dan proses pengecekan data.

Analisis Data – Dalam analisis data kualitatif menggunakan analisis data yang dilakukan sebelum peneliti berada di tempat penelitian maupun setelah penelitian berakhir. Analisis data nya sendiri sudah dimulai sejak peneliti menuliskan rumusan masalah dan menjelaskan masalah. Analisis sebelum peneliti berada di tempat dapat meliputi library research yaitu berupa beberapa jurnal dari peneliti terdahulu.

Hasil dan Pembahasan

Pracima Tuin. Pracima Tuin dikenal sebagai Taman di dekat kawasan Pura Mangkunegaran Solo yang menjadi tempat wisata ala kerajaan. Sejarah Pracima Tuin berkaitan dengan keberadaan Pura

Mangkunegaran yang telah ada sejak lama. Tempat wisata tersebut mempunyai gaya arsitektur yang menarik dengan perpaduan nuansa Eropa kuno serta Jawa, sehingga mampu memikat hati para wisatawan. Pracima Tuin Pura Mangkunegaran adalah salah satu tempat wisata di Solo berkonsep ala bangsawan. Di sini, wisatawan bisa berkeliling di area taman atau menikmati sajian makanan di restorannya.

Gambar 1 memperlihatkan foto dari Pracima Tuin. Taman Pracima Tuin memiliki luas sekitar 2 hektar. Taman ini dikelilingi oleh pepohonan rindang yang membuat suasana menjadi sejuk dan asri. Selain itu, terdapat juga beberapa bangunan bersejarah, seperti gazebo, air mancur, dan kolam. Di pusat Pracima Tuin, terdapat restoran berkonsep fine dining bernama Pracimasana yang menawarkan berbagai hidangan tradisional, termasuk makanan dan minuman khas Solo serta Pura Mangkunegaran. Setiap pengunjung restoran ini akan merasakan pengalaman kuliner kerajaan. Suasana di dalamnya sangat indah, dengan beberapa sudut yang estetik dan sangat Instagramable.



Gambar 1. Pracima Tuin

Destinasi wisata ini buka setiap hari, mulai pukul 10. 00-22. 00 WIB dan memerlukan reservasi terlebih dulu secara online melalui pranala yang tertera dalam akun Instagram @pracima. mn. Reservasi dapat dilakukan beberapa hari sebelum kunjungan atau pada hari kunjungan. Waktu kunjungan dibagi menjadi 4 sesi reservasi yaitu sesi 1 pukul 10. 00, sesi 2 pukul 12. 00, sesi 3 pukul 14. 30, sesi 4 pukul 19. 00. Nantinya akan diberikan waktu selama 90 menit setiap sesinya. Setelah melakukan reservasi pengunjung akan diberikan panduan dan aturan berbusana di Pracima Tuin. Diantaranya adalah menggunakan pakaian yang sopan dengan bawahan panjang, tidak diperbolehkan menggunakan batik dengan motif parang atau lereng, dihimbau menggunakan pakaian berkerah, dan tidak diperkenankan menggunakan sandal jepit atau slippers.

Dari dalam restoran juga disuguhkan dengan pemandangan taman yang rindang serta terawat dan akan dimanjakan dengan keindahan bangunan yang bernuansa klasik dengan sentuhan warna putih dan hijau yang dominan. Pracima Tuin adalah wisata di Solo yang cocok dikunjungi bagi wisatawan yang ingin merasakan sensasi ala kerajaan. Pracima Tuin ini mempunyai pembatasan jumlah wisatawan per harinya, sehingga wisatawan perlu melakukan reservasi dulu. Meskipun demikian, ada berbagai daya tarik wisata ini saat berkunjung, antara lain :

1. *Mempunyai Gaya Arsitektur Ala Eropa dan Jawa* – Salah satu daya tarik Pracima Tuin adalah gaya arsitekturnya yang unik, dengan perpaduan Eropa serta Jawa. Sentuhan Eropa di bangunan taman ini membuatnya tampak simetris, desain geometris, ditambah ornamen besi tempa, sehingga tampak mewah serta klasik.
2. *Cocok untuk Bersantai* – Pracima Tuin adalah tempat yang cocok untuk bersantai, karena suasana yang terasa tenang dan didukung oleh keindahan alam yang indah. Wisatawan bisa berjalan-jalan di kawasan tamana tau duduk di bangku yang sudah tersedia sambil menikmati air mancur.

3. *Wisata Kuliner* – Saat berkunjung ke Pracima Tuin, wisatawan harus mencicipi hidangan ala kerajaan yang disajikan di restorannya.

Keris Cafe & Kitchen. Keris Cafe and Kitchen adalah sebuah kafe yang merupakan bagian dari Heritage Batik Keris yang berada di Kota Surakarta. Lokasinya sangat strategis sekali karena memang berada di tengah kota Surakarta yang padat yaitu di Jl. Perintis Kemerdekaan No. 1, Bumi, Kec. Laweyan, Kota Surakarta, Jawa Tengah. Bangunan ini merupakan bangunan konservasi dari Omah Lowo yang dulunya merupakan tempat tinggal dari keluarga bangsawan yakni keluarga Djian Ho, lalu berganti fungsi menjadi kantor Veteran. Disebut omah lowo dikarenakan bangunan ini sudah 50 tahun tidak digunakan dan dalam keadaan kosong dan digunakan sebagai tempat tinggal kelelawar atau yang sering disebut orang Jawa dengan sebutan “lowo” sehingga bangunan ini dikenal dengan masyarakat Solo dengan sebutan Omah Lowo.

Keris Cafe and Kitchen di Solo yang berada di bagian samping bangunan utama itu –seperti yang terlihat pada Gambar 2– kerap membuat pengunjung penasaran. Keris Cafe And Kitchen Solo mengusung konsep tradisional dengan suasana yang cantik, dipadukan dengan alam, membuat pengunjung merasa sedang berada di Bali. Bagian kafanya sendiri terbagi menjadi dua ruangan dimana yang utama adalah kafanya, dan satunya adalah sebuah taman yang menjadi tempat tujuan pengunjung yang ingin berfoto. Lalu untuk di dalam kafanya sendiri pengunjung dapat menikmati suasananya dengan bersantai serta meminum kopi sambil duduk di tempat yang unik dengan meja dan kursi yang bentuknya tidak biasa. Di dalam daftar menu tersebut terdapat pilihan kuliner khas Solo dan kopi-kopi lokal Indonesia. Ditambah lagi dengan adanya ornamen pada frame cermin dengan motif batik yang telah diukir dengan cantik, membuat area kafe menjadi spot foto yang instagramable.

Adanya suasana dramatis yang didapatkan melalui pencahayaan buatan dengan menggunakan 2 lampu gantung berbentuk seperti gelas terbalik yang cantik nan elegan. Tak hanya area cuci tangan saja yang *eye catching*. Terdapat pula tangga yang berada di sebelahnya dengan corak batik sebagai ornament membuat tangga tersebut menjadi lebih menarik. Ditambah dengan adanya lampu led strip cool white yang dipasang dibawah tangga membuat ornament batik tersebut menjadi lebih menyala dan jelas terlihat. Ditambah pula dengan adanya lukisan Batik yang dipajang pada dinding yang membuat lokasi ini nampak cantik serta minimalis. Penggunaan lantai berbahan keramik dengan motif batik menambah kesan tradisionalnya dengan suasana peninggalan ala rumah belanda. Tak hanya menarik pada bagian outdoornya saja. Pada bagian dalam cafe tersebut sangat menarik dengan adanya perpaduan material kayu dark wood dan rotan yang terdapat perabot serta material kayu pada arsitektur bangunan dengan bentuk bangunan yang bergaya kolonial membuat suasana makin terasa.



Gambar 2. Keris Cafe & Kitchen

Pengaruh E-WOM Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung. Berdasarkan artikel “Pengaruh *Elektronik Word Of Mouth*, Citra Objek Wisata, dan Wisata Hall Terhadap Keputusan

Berkunjung Wisatawan Ke Pantai Air Manis Kota Padang” yang di tulis oleh Maria Magdelana dkk [5]. Pada artikel ini menjelaskan bahwa E-Wom berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Karena dalam memberikan ulasan atau rekomendasi yang disampaikan cenderung berdampak baik bagi konsumen mengenai produk, layanan ataupun tempat yang diulas seperti di Praciman Tuin dan Keris Caffe & Kitchen.

Melalui wawancara pada (22/03/25) kepada salah satu pengunjung yang sudah membeli di praciman tuin dan keris caffe mengatakan bahwa sebelum berkunjung mereka melihat ulasan-ulasan dari media sosial sebelum melakukan reservasi ke tempat terwisata tersebut, mereka memilih tempat tersebut juga karena promosi dari media sosial. Pengunjung yang melihat tempat wisata ini mengatakan jika tempat ini *Aesthetic* dan bergaya keraton yang lumayan menari pengunjung, meskipun ada beberapa kendala saat reservasi tetapi terbayar lunas dengan pelayanan dan produk yang di berikan kepada pengunjung.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung. Berdasarkan artikel “Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen peacockoffie gombel semarang” yang ditulis oleh Savira Widya Handyana dkk [6] menyatakan jika kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap Keputusan wisatawan untuk berkunjung. Namun dalam hal tersebut kualitas pelayanan dapat dikatakan sinkron terhadap pengunjung. Jikapun ada pelayanan yang belum sesuai dengan yang diharapkan, pelanggan ada yang dapat memaklumi dan ada yang memviralkan kualitas pelayanan yang buruk.

Saat wawancara yang dilakukan di kedua tempat wisata tersebut pengunjung, mengatakan bahwa ada pelayanan yang kurang baik saat berada tempat tersebut seperti lamanya pesanan datang dan ada yang mengeluh karena tidak dapat reservasi padahal ada yang sudah dari jauh-jauh hari. Tetapi, banyak pengunjung dapat memaklumi kondisi tersebut dan rela menunggu pesanan karena disaat banyak pengunjung yang datang disaat yang bersamaan.

Pengaruh Kepuasan Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung. Berdasarkan artikel “Pengaruh Lokasi, fasilitas dan keuasan wisatawan terhadap keputusan berkunjung Kembali” yang ditulis oleh Anggia Ayu Lestari dkk [7]. Kepuasan pengunjung berpengaruh signifikan terhadap Keputusan wisatawan untuk berkunjung, hal ini membuat para pengunjung ingin melakukan kunjungan Kembali kedua tempat tersebut.

Dari hasil wawancara kami pada 23 maret 2025 kepada pengunjung mengatakan jika puas berkunjung di kedua tempat ini dengan pelayanan dan produk yang diberikan serta suasana yang sesuai dengan apa inginkan dan dipromosikan di media sosial membuat mereka puas dalam berkunjung di tempat ini. Sehingga mereka merekomendasikan ini ke teman-teman maupun keluarga mereka.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan tentang pengaruh E-WOM (*electronic word of mouth*) kualitas pelayanan dan keputusan terhadap keputusan wisatawan berkunjung, maka kesimpulan dapat diambil antara lain :

1. E-WOM berpengaruh secara langsung terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung. Informasi dari media sosial, ulasan online, dan testimoni digital sangat memengaruhi minat calon pengunjung. Semakin positif dan banyak E-WOM yang beredar, semakin tinggi peluang seseorang tertarik dan memutuskan untuk berkunjung ke tempat wisata kuliner tersebut.
2. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Pelayanan yang profesional, ramah, cepat, dan nyaman mendorong pengunjung merasa yakin untuk memilih tempat tersebut. Wisatawan sangat mempertimbangkan pelayanan sebelum memutuskan berkunjung, terutama untuk pengalaman kuliner berkonsep budaya seperti Pracima

Tuin dan Keris Caffé & Kitchen.

3. Kepuasan wisatawan juga berdampak langsung terhadap keputusan mereka untuk datang ke suatu tempat. Wisatawan yang puas cenderung membuat keputusan kunjungan yang cepat dan mantap. Kepuasan yang dirasakan pada kunjungan sebelumnya juga mendorong keputusan kunjungan ulang, tanpa perlu dimediasi oleh variabel lain.

Daftar Pustaka

- [1] Yolanda, F. 2023. Pengunjung Pura Mangkunegaran Naik Dua Kali Lipat pada Musim Liburan. *Republik*. <https://news.republika.co.id/berita/rxhlpj370/pengunjung-pura-mangkunegaran-naik-dua-kali-lipat-pada-musim-liburan> [visited on May 5, 2025].
- [2] Novitasari, S. W., Nasir, M. 2023. ANALISIS PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, INOVASI SARANA PRASARANA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN BERWISATA DI SOLO. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, vol. 16, No. 2, pp. 396-410. <https://jurnal.sttkd.ac.id/index.php/jmd/article/view/1012/604>
- [3] Dewi, P. R. A., Sukaatmadja, I P. G., Rahyuda, I K., Giantari, I G. A. K. 2024. *KONSEP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI BERDASARKAN CITRA DESTINASI, PENGALAMAN WISATAWAN, DAN KUALITAS PELAYANAN*. Infes Media, Badung Bali. <https://www.infesmedia.co.id/buku/detail/99> [visited on May 5, 2025]
- [4] Jaya, I M. L. M. 2020. *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif: teori, penerapan, dan riset nyata*. Quadrant, Yogyakarta.
- [5] Magdalena, M., Badri, J., Gusman, A. B. 2024. PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH, CITRA OBJEK WISATA, DAN WISATA HALAL TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN KE PANTAI AIR MANIS KOTA PADANG. *J. Econ. Bus.*, vol. 4, no. 6, pp. 3047-3058. <https://ejournal.indo-intellectual.id/ifi/article/view/2368/1489>
- [6] Handyana, S. W., Waloejo, H. D., Hidayat, W. 2022. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PEACOCKOFFIE GOMBEL SEMARANG. *J. Ilmu Adm. Bisnis*, vol. 11, no. 1, pp. 43-50. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/36803/28718>
- [7] Lestari, A. A., Yuliviona, R., Liantifa, M. 2023. Pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali. *J. Ekobistek*, vol. 12 no. 2, pp. 587-592. <https://jman-upiypk.org/ojs/index.php/ekobistek/article/view/601>