Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan
Volume 6 Nomor 2, Juni 2026
E-ISSN: 2827-7961 / P-ISSN: 2827-8143, Hal 59 – 69
DOI: 10.55606/jurimbik.v6i2.1955

Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Wisatawan pada Destinasi *Wellness Tourism* Titi Batu Ubud

I Gusti Ayu Rismadewi[1*], Putu Ratna Juwita Sari[2]
Komang Widhya Sedana Putra P[3], Putu Ayu Titha Paramita Pika[4]
[1,3,4)]Program Studi Manajemen, Universitas Pendidikan Nasional
[2)]Program Studi Destinasi Pariwisata, Universitas Pendidikan Nasional
Alamat: Jl. Bedugul No. 39 Sidakarya, Denpasar, Bali
Email: simadewi03@gmail.com[*], ratnajuwita@undiknas.ac.id, widhyasedana@undiknas.ac.id, paramitatitha@undiknas.ac.id

Abstract. *The development of wellness tourism in Ubud has intensified destination competition, making an understanding of the factors that explain tourist satisfaction increasingly important. This study aims to examine the impact of pricing and service quality in wellness tourism on tourist satisfaction at Titi Batu Ubud. The research adopts a quantitative approach using a survey method, with data collected through questionnaires distributed to 112 domestic and international tourists who have experienced the services of Titi Batu Ubud. The data were analyzed using Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results of this study confirm that price has a statistically positive effect on tourist satisfaction, while service quality is also proven to have a positive and significant influence. Furthermore, price and service quality simultaneously demonstrate a statistically positive relationship with tourist satisfaction. These findings indicate that price fairness in relation to the benefits received, along with high-quality service, are key components in creating tourist satisfaction. The implications of this research are expected to serve as a basis for the management of Titi Batu Ubud in formulating pricing strategies and enhancing service quality to promote higher levels of satisfaction and strengthen the competitiveness of wellness tourism destinations.*
Keywords: *Price, Service Quality, Tourist Satisfaction*

Abstrak. Perkembangan *wellness tourism* di Ubud mendorong persaingan destinasi yang semakin ketat, sehingga pemaknaan terhadap aspek yang menjelaskan kepuasan wisatawan menjadi yang utama. Kajian ini untuk meneliti dampak harga yang ditetapkan dan kualitas layanan *wellness tourism* terhadap kepuasan wisatawan pada Titi Batu Ubud. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 112 wisatawan domestik dan mancanegara yang pernah menggunakan layanan Titi Batu Ubud. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling*. *Output* dari studi ini untuk menegaskan bahwa harga berpengaruh positif secara statistik kepada kepuasan wisatawan, demikian pula kualitas pelayanan yang terbukti berpengaruh positif dan signifikan. Selain itu, harga dan mutu layanan secara bersama – sama juga memberikan hubungan positif secara statistik untuk kepuasan wisatawan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima serta pelayanan yang berkualitas menjadi komponen dalam menciptakan kepuasan wisatawan. Implikasi penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengelola Titi Batu Ubud dalam merumuskan pola penetapan nilai jual dan peningkatan kualitas layanan untuk mendorong peningkatan kepuasan serta daya saing destinasi *wellness tourism*.
Kata kunci: harga, kualitas pelayanan, kepuasan wisatawan

Received: December 08, 2025; Revised: December 12, 2025; Accepted: December 18, 2025; Published June 30, 2026.
* Corresponding author, e-mail addres

LATAR BELAKANG

Pariwisata Bali terus menunjukkan dinamika yang menarik, tidak hanya melalui pertumbuhan kunjungan wisatawan, tetapi juga melalui berkembangnya ragam produk wisata yang ditawarkan. Salah satu sektor yang semakin menonjol adalah *wellness tourism*, sebuah konsep pariwisata yang menitikberatkan pada pemeliharaan kesehatan fisik, mental, dan emosional melalui aktivitas relaksasi dan kebugaran. Menurut Isnardy & Wijaya, (2025), wisata kesehatan merupakan perjalanan yang bertujuan meningkatkan kondisi tubuh dan pikiran melalui terapi berbasis tradisional maupun modern, sehingga memberikan nilai tambah bagi wisatawan yang mencari ketenangan dan penyegaran diri. Perkembangan ini selaras dengan persepsi Putri Rahmadyani Condroasih., (2024) menyatakan pariwisata kesehatan di Indonesia memiliki potensi strategis untuk meningkatkan kunjungan dan memperpanjang durasi tinggal wisatawan.

Ubud, sebagai salah satu destinasi unggulan, mengalami pergeseran orientasi pariwisata dari budaya menuju wisata berbasis kesehatan. Suteja et al., (2020) menegaskan bahwa perubahan tren ini mendorong pelaku usaha lokal untuk menyediakan layanan yang menggabungkan kebugaran, relaksasi, serta pengalaman yang menekan aspek budaya lokal. Saat ini terdapat destinasi sedang berkembang yaitu Titi Batu Ubud, yang menawarkan konsep *one stop fun activities* dengan fasilitas lengkap seperti gym, kelas kebugaran, kolam renang, jacuzzi, dan restoran.

Namun, meskipun memiliki fasilitas yang unggul, muncul fenomena terkait persepsi wisatawan terhadap harga dan kualitas pelayanan di Titi Batu Ubud. Beberapa ulasan menunjukkan ketidaksesuaian antara biaya yang dibayarkan dan manfaat yang dirasakan, seperti harga masuk kolam renang yang dianggap tinggi serta fasilitas gym yang dinilai belum sepadan dengan tarif harian. Temuan ini menunjukkan adanya gap antara ekspektasi dan pengalaman, sejalan dengan konsep *Expectation Disconfirmation Theory* (Oliver, 1980), yang menjelaskan bahwa kepuasan akan terpenuhi apabila performa layanan sesuai atau melampaui harapan.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan harga dan kualitas layanan merupakan aspek utama dalam membentuk kepuasan pengunjung. Artini & Yulianthini, (2024) membuktikan bahwa kedua variabel tersebut berpengaruh positif secara statistik kepada kepuasan wisatawan di destinasi wisata. Studi lain menurut Alya Rahmita et al.,

(2024) serta Solihin & Kurniawan, (2024) juga menegaskan bahwa harga yang kompetitif dan pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan serta mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung. Namun, penelitian terdahulu sebagian besar dilakukan pada konteks perhotelan, kuliner, museum, dan atraksi buatan. Kajian serupa pada destinasi *wellness tourism*, khususnya dengan konsep fasilitas terintegrasi seperti Titi Batu Ubud, masih sangat terbatas.

Di sisi lain, Walaupun beberapa studi seperti Nahdi & Putri, (2022), Rizky & Ratnasari, (2024), dan Sedana et al., (2024) menempatkan kualitas pelayanan sebagai faktor penentu kepuasan wisatawan, belum ada penelitian yang secara khusus menguji peran harga dan kualitas pelayanan secara simultan pada konteks *wellness tourism* berbasis *one stop activities*. Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu menggunakan regresi sederhana, sementara hubungan antarvariabel yang kompleks menuntut metode analisis yang lebih komprehensif.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus kajiannya terhadap pengaruh harga dan kualitas pelayanan pada kepuasan wisatawan dalam konteks *wellness tourism* di Titi Batu Ubud, yang belum pernah diteliti sebelumnya. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode PLS-SEM, sehingga mampu memberikan gambaran empiris yang lebih akurat mengenai pengaruh langsung dan simultan antarvariabel. Dengan adanya keluhan wisatawan terkait ketidaksesuaian harga dan pelayanan, penelitian ini menjadi penting untuk memberikan insight bagi pengelola dalam meningkatkan strategi layanan dan penetapan harga yang lebih efektif.

Berdasarkan urgensi tersebut, kajian ini dirancang untuk meneliti keterkaitan nilai ekonomi dan kualitas layanan kepada kepuasan wisatawan di Titi Batu Ubud. Semoga temuan studi ini dapat memberikan implikasi praktis untuk pihak manajemen dalam mendorong kualitas pelayanan serta menjadi acuan teoritis untuk kajian lanjut dalam bidang manajemen pemasaran pariwisata, khususnya sektor *wellness tourism*.

KAJIAN TEORITIS

Penelitian ini berlandaskan Teori *Expectation Disconfirmation* konsep penting dalam perilaku konsumen yang menjelaskan bagaimana konsumen mengevaluasi pengalaman mereka setelah menggunakan produk atau jasa. Salah satu teori utama yang

banyak digunakan dalam menjelaskan kepuasan wisatawan yang dikemukakan oleh (Oliver,1980).

Harga

Harga dipahami sebagai besaran nilai dalam bentuk nilai mata uang yang mesti diselesaikan konsumen kepada penjual terhadap barang maupun jasa yang dikonsumsi, yang pada dasarnya merepresentasikan nilai barang tersebut sesuai ketetapan penjual (Sains & Fadhlullah, 2025)

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah metode evaluasi yang membandingkan efektivitas pelayanan pada elemen yang relevan dengan standar untuk masing-masing elmen pelayanan dapat dinilai dengan baik jika kinerja dapat tepenuhi atau melebihi standar, jika kinerja tidak terpenuhi atau kurang dari standar, maka penilaiannya negatif. Parasuraman (1990) dalam (Nugraha, 2022)

Kepuasan Wisatawan

Ulasan wisatawan pada suatu bentuk *electronic word of mouth* (e-WOM) menjadi elemen penting didalam memengaruhi calon pengunjung. e-WOM berisi pernyataan positif atau negatif mengenai suatu destinasi yang disampaikan pada platform digital dan dinilai dari kualitas informasi, sikap ulasan, kegunaan ulasan bagi wisatawan lain, serta kelengkapan dan daya tarik kontennya (Murti et al., 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Titi Batu Ubud, sebuah destinasi wellness tourism yang menawarkan konsep one stop fun activities dengan berbagai fasilitas kebugaran, rekreasi, dan relaksasi. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada adanya fenomena perbedaan persepsi wisatawan mengenai harga dan kualitas pelayanan, sehingga relevan untuk dianalisis dalam kaitannya dengan kepuasan wisatawan. Lokasi penelitian ditetapkan sesuai definisi lokasi penelitian menurut Kustiawan et al. (2025), yaitu tempat dilakukannya pengambilan data yang dibutuhkan untuk menindaklanjuti rumusan masalah.

Populasi dalam kajian ini terdiri dari wisatawan domestik dan mancanegara yang menggunakan fasilitas dan layanan di Titi Batu Ubud. Populasi didefinisikan

sebagaimana dijelaskan oleh Susanto et al. (2024), yakni seluruh individu yang memiliki kesamaan karakteristik dengan topik penelitian. Sampel penelitian diambil menggunakan teknik sampling incidental, yaitu teknik yang menetapkan responden berdasarkan kebetulan bertemu dengan peneliti dan dinilai sesuai kriteria penelitian. Teknik ini sejalan dengan penjelasan Sugiyono (2013) dalam Wahab & Junaedi (2022) yang menyatakan bahwa setiap individu yang ditemui dapat menjadi sampel apabila sesuai dengan kebutuhan penelitian. Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 112 responden berdasarkan pedoman rule of thumb dari Hair, (2014) yang menyebutkan bahwa ukuran sampel yang tepat pada PLS-SEM yaitu 5 sampai 10 lalu dikalikan dengan total jumlah indikator. Penelitian ini memiliki 14 parameter dan jumlah responden 112 dianggap memadai, stabil secara statistik, dan sejalan dengan praktik penelitian terdahulu seperti Artini & Yulianthini (2024) dan Nugraha (2022).

Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, sebagaimana diungkapkan Yarsasi et al. (2025) sebagai data yang dapat diterjemahkan dalam bentuk angka dan diolah secara statistik. Sumber data penelitian terdiri dari data primer yang diperoleh langsung melalui kuesioner kepada wisatawan Titi Batu Ubud, serta data sekunder berupa jurnal, laporan, dokumen, dan ulasan daring yang relevan sebagaimana dijelaskan oleh Luahambowo (2022). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi situasi aktual di lokasi penelitian sebagaimana dijelaskan Wani et al. (2024), penyaluran kuesioner baik secara langsung (*luring*) maupun (*online*) melalui *Google Form*, serta studi dokumentasi dan literatur untuk memperkuat analisis konseptual sesuai penjelasan Sutri (2020).

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner berbentuk pernyataan tertutup berdasarkan indikator variabel harga, kualitas layanan, dan kepuasan wisatawan. instrumen pengukuran data yang menggunakan adalah skala penilaian lima, dimulai dari sangat tidak setuju (STS) sampai sangat setuju (SS), sebagaimana dijelaskan oleh Bunga Sari Siagian (2025). Instrumen disusun berdasarkan indikator harga dari Kotler & Armstrong dalam Khuswatun & Yuliati (2022), indikator kualitas pelayanan berdasarkan model SERVQUAL dari Parasuraman dalam Nugraha (2022) dan Nahdi & Putri (2022), serta indikator kepuasan wisatawan dari Girsang *et al.*, (2022).

Startegi analisis data dalam studi ini menggunakan pendekatan *Partial Least Squares*, sebuah cara analisis multivariat yang dapat mengevaluasi pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*) secara bersama - sama. *Partial Least Squares* digunakan karena dapat menganalisis kaitan variabel laten dengan jumlah sampel sedang dan distribusi data yang tidak harus normal. Pendekatan *outer model* diipilih untuk menguji ketepatan dan keakuratan parameter, sedangkan model stuktural diimlementasikan untuk melakukan penguji hubungan sebab-akibat antara harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan wisatawan sebagaimana dijelaskan dalam teori Expectation Disconfirmation (Oliver, 1980) dan kerangka konseptual penelitian.

Dengan metode penelitian yang datanya diperoleh diharapkan mampu memberikan deskripsi empiris yang akurat mengenai dampak harga dan kualitas layanan kepada kepuasan wisatawan pada Titi Batu Ubud, sekaligus memberikan dasar yang kuat bagi analisis hipotesis dalam penelitian.

HASIL & PEMBAHASAN

Teknik analisis data

1. **Uji validitas**

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Validitas Konvergen – *Outer Loading*

	HARGA (X1)	KUALITAS PELAYANAN (X2)	KEPUASAN WISATAWAN (Y)	KETERANGAN
x1.1	0.848			Valid
x1.2	0.843			Valid
x1.3	0.863			Valid
x1.4	0.810			Valid
x2.1		0.881		Valid
x2.2		0.866		Valid
x2.3		0.888		Valid
x2.4		0.846		Valid
x2.5		0.878		Valid

y.1			0.869	Valid
y.2			0.843	Valid
y.3			0.882	Valid
y.4			0.878	Valid

Sumber: Data diolah, 2025

Temuan nilai *outer loading* pada Tabel 1, seluruh indikator dari variabel Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Wisatawan telah memenuhi syarat validitas konvergen. Hal ini dilihat dari nilai *outer loading* parameter yang semuanya berada di atas minimum, yaitu 0,70. Hasil tersebut menjelaskan bahwa semua indikator telah memenuhi persyaratan validitas konvergen dan dapat dinyatakan akurat.

Tabel 2. Hasil uji validitas konvergen – (AVE)

No	Variabel	Average variance extracted (AVE)
1.	Harga (X1)	0.708
2.	Kualitas Pelayanan	0.760
3.	Kepuasan Wisatawan	0.754

Sumber: Data diolah, 2025

Tabel 2. juga memperlihatkan bahwa setiap konstruk memiliki nilai AVE di atas batas minimum 0,50. Dengan demikian, seluruh konstruk dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid dan telah memenuhi standar pengukuran yang baik.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Crobach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
1.	Harga (X1)	0.863	0.869	Reliabel
2.	Kualitas Pelayanan (X2)	0.921	0.922	Reliabel
3.	Kepuasan Wisatawan (Y)	0.891	0.892	Reliabel

Sumber: Diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 3. Seluruh konstruk yang diteliti yaitu Harga, Kualitas pelayanan, dan Kepuasan wisatawan menunjukkan nilai cronbach's alpha yang sudah berada di atas 0,70. Hasil pengujian melalui composite reliability juga memperlihatkan tingkat konsistensi yang baik dengan nilai yang melampaui 0,70. Oleh karena itu, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel.

3. **Pengujian R-Square**

Tabel 4. Hasil R-*Square*

	R-square	R-square adjusted
KEPUASAN WISATAWAN (Y)	0.709	0.704

Sumber : Data, 2025

Temuan pengujian (R2) berdasarkan Tabel 4. menunjukkan bahwa nilai R-*Square* untuk variabel kepuasan wisatawan adalah 0,709. Artinya, sebesar 70,9% variasi pada variabel kepuasan wisatawan dapat dijelaskan oleh variabel-variabel yang digunakan dalam model penelitian. Sementara itu, sisanya yaitu 29,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

4. **Uji Hipotesis**

Tabel 5. Uji hipotesis

	Original sample (O)	T statistics (|O/STDEV|)	P values	Hasil
Harga (X1) -> Kepuasan Wisatawan (Y)	0.292	2.616	0.009	Diterima
Kualitas Pelayanan (X2) -> Kepuasan Wisatawan (Y)	0.577	5.576	0.000	Diterima

Sumber : Data diolah, 2025

Hasil uji hipotesis pada prosedur *bootstrapping* pada Tabel 5. menunjukkan jika setiap hubungan antar konstruk yang sudah dirumuskan sebagai berikut:

1. Hubungan Harga terhadap Kepuasan Wisatawan memiliki nilai original sample sebanyak 0,292 , dengan besaran nilai t-*statistic* sebanyak 2,616 dan p-*value* sebesar 0,009. Hasil ini menunjukkan terdapat dampak positif secara statistik antara harga terhadap kepuasan wisatawan di Titi Batu Ubud. Maka dari itu, Hipotesis pertama (H1) dapat diterima. Berarti semakin sesuai dan terjangkau harga yang ditawarkan, maka tingkat kepuasan wisatawan cenderung meningkat.
2. Keterkaitan Kualitas Pelayanan kepada Kepuasan Wisatawan mempunyai besaran original sample sebanyak 0,577, dengan nilai t-*statistic* sebesar 5,576 dan p-*value* sebanyak 0,000. Hasil ini memvalidasi kualitas layanan berpengaruh positif secara statistik kepada kepuasan wisatawan di Titi Batu Ubud. Dengan demikian, Hipotesis kedua (H2) diterima, yang memiliki arti semakin baik kualitas layanan yang disediakan, maka kepuasan wisatawan akan meningkat. wisatawan terkait suatu destinasi dalam Niat Berkunjung Kembali.

5. Uji Simultan

Tabel 6
Hasil Uji Simultan

	F-statistic	P value
Regression	132.301	0.000

Sumber :Data Primer diolah 2025

Berdasarkan uji simultan (Uji F) pada Summary ANOVA, dihasilkan nilai F sebanyak 132,301 dengan p-value sebanyak 0,000. Karena nilai p-value lebih kecil dari 0,05, dengan ini disimpulkan bahwa semua variabel bebas secara (simultan) berpengaruh positif secara statistik terhadap variabel terikat. Dengan ini, model regresi dinyatakan memenuhi syarat dan memiliki pengaruh simultan yang signifikan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Temuan studi menunjukkan harga dan kualitas layanan memiliki dampak positif secara statistik kepada kepuasan wisatawan di Titi Batu Ubud, baik secara parsial maupun simultan. Hasil ini menegaskan bahwa kesesuaian antara harga yang dibayarkan dengan pengalaman yang diperoleh, serta layanan yang ramah, tepat, dan *responsif,* menjadi faktor utama membentuk rasa puas pengunjung. Namun demikian, penerapan hasil penelitian ini perlu diadakan secara perlahan karena penelitian hanya difokuskan pada satu lokasi dan periode waktu tertentu.

Berdasarkan temuan tersebut, pengelola Titi Batu Ubud disarankan untuk menjaga hubungan dalam menetapan harga yang wajar dan peningkatan kualitas layanan secara konsisten agar nilai yang dirasakan wisatawan semakin tinggi. Selain itu, kajian ini disarankan dapat menambahkan variabel lagi, seperti pengalaman atau loyalitas wisatawan, serta memperluas konteks penelitian guna menghasilkan temuan yang lebih komprehensif dan dapat digeneralisasikan.

DAFTAR PUSTAKA

Alya Rahmita, Vivianti Novita, & Harris Pinagaran Nasution. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pengunjung Rahmat International Wildlife Museum and Gallery. *Jurnal Riset Manajemen*, *2*(1), 418–424. https://doi.org/10.54066/jurma.v2i1.1684

Artini, N. L. R., & Yulianthini, N. N. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Air Terjun Sekumpul. *Jurnal Manajemen Puerhotelan Pariwisata*, *6*(3), 17–23.

Girsang, M. K., Sianipar, G. J. ., & Simanjuntak, A. N. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung Ke Taman Bunga Sapo Juma Tongging Karo. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *22*(September), 399–413. https://doi.org/10.54367/jmb.v22i2.2144

Isnardy, K. E. M., & Wijaya, M. I. (2025). Kajian Wellness Tourism Di Rsu Ari Canti Ubud Menggunakan Social-Ecological Model. *Prepotif : Jurnal Kesehatan Masyarakat*, *9*(1), 2817–2826. https://doi.org/10.31004/prepotif.v9i1.44482

Maulana, A. (2022). Analisis Validtas, Reliabilitas, dan Kelayakan Instrumen Penilaian Rasa Percaya Diri Siswa. *Jurnal Kualita Pendidikan*, *3*(3), 133–139. https://doi.org/10.51651/jkp.v3i3.331

Nahdi, M. R., & Putri, K. A. S. (2022). *PERAN SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN PADA TAMAN NASIONAL BALURAN*. *11*(November), 484–499.

Nugraha, J. (2022). *Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Servqual : Studi Kasus di Perpustakaan Unes a*. *10*(2016), 233–245.

Putri Rahmadyani Condroasih, Arma Zalfa Nadifah, & Muhamad. (2024). Inisiatif Awal Penggalian Potensi Wisata Minat Khusus Health and Wellness Tourism di Kawasan Ekowisata Kalurahan Terbah, Kabupaten Gunungkidul. *Jurnal Pengabdian, Riset, Kreativitas, Inovasi, Dan Teknologi Tepat Guna*, *2*(2), 394–408. https://doi.org/10.22146/parikesit.v2i2.17405

Rizky, M., & Ratnasari, K. (2024). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI MUSEUM NASIONAL INDONESIA JAKARTA*. *3*(April), 405–413.

Sains, J., & Fadhlullah, T. M. (2025). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Nissan (Studi pada Konsumen PT Wahana Wirawan Indomobil Plaza Aceh) digunakan manajer untuk mendorong minat konsumen untuk melakukan pembelian , konsumen pada pembelian (Schiff*. *1*.

Sedana, I. G. A. P., Susila, I. M. G. D., & Rusmiati, N. N. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Puri Sabina Bed and Breakfast Jimbaran Bali. *Jurnal Mosaik Hospitaliti*, *6*(2), 53–61. https://doi.org/10.51713/jmh.2024.6219

Solihin, D., & Kurniawan. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, *2*(2), 129–141. https://doi.org/10.62421/jibema.v2i2.79

Suteja, I. W., Ardika, I. W., & Pujaastawa, I. B. G. (2020). Komodifikasi Kearifan Lokal Di Bidang Kesehatan Sebagai Daya Tarik Wellness Tourism Di Ubud. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, *05*, 111. https://doi.org/10.24843/jumpa.2018.v05.i01.p06