



Pengaruh fasilitas wisata, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan wisatawan di Kabupaten Pesisir Selatan

Arviana Wulandari¹, Pandu Adi Cakranegara², Wiwik Widyo Widjajanti³, Andrea Yaelt Lemus Vergara⁴

¹ Institut Bisnis Muhammadiyah

² Universitas Presiden

³ Institut Teknologi

⁴ Eafit Minciencias

¹arviana@ibm.ac.id, ²pandu.cakranegara@president.ac.id,

Info Artikel

Sejarah artikel:

Diterima 4 April 2022

Disetujui 13 Juni 2022

Diterbitkan 25 Juni 2022

Kata kunci:

Fasilitas wisata; Kualitas pelayanan; Promosi; Kepuasan wisatawan; Pesisir selatan

Keywords :

Tourist facilities; Service quality; Promotion; Tourist satisfaction; South coast

ABSTRAK

Tujuan penelitian ni adalah untuk mengetahui pengaruh fasilitas pariwisata terhadap kepuasan wisatawan di Kabupaten Pesisir Selatan, untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di Kabupaten Pesisir Selatan, untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan wisatawan di Kabupaten Pesisir Selatan. Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan deskriptif, sedangkan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sampel adalah non probability sampling dengan jenis purposive sampling sebanyak 115 responden. Hasil penelitian ni dapat disimpulkan bahwa: (1) Fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Kabupaten Pesisir Selatan. (2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Kabupaten Pesisir Selatan. (3) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Kabupaten Pesisir Selatan.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of tourism facilities on tourist satisfaction in Pesisir Selatan Regency, to determine the effect of service quality on tourist satisfaction in Pesisir Selatan Regency, to determine the effect of promotion on tourist satisfaction in Pesisir Selatan Regency. The method used is quantitative research using descriptive, while data collection using a questionnaire. The sampling technique was non-probability sampling with purposive sampling as many as 115 respondents. The results of this study can be concluded that: (1) Tourist facilities have a positive and significant effect on tourist satisfaction in Pesisir Selatan Regency. (2) Service quality has a positive and significant effect on tourist satisfaction in Pesisir Selatan Regency. (3) Promotion has a positive and significant effect on tourist satisfaction in Pesisir Selatan Regency.



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Program Studi Akuntansi, Institut Koperasi Indonesia.

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY

(<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

Potensi wisata ndonesia yang cukup menarik bagi wisatawan salah satunya adalah destinasi wisata di Provinsi Sumatera Barat yang didominasi oleh wisata alam seperti danau, air terjun, lembah, pegunungan, pantai, goa, pemandian air panas. Selain tu, wisata sejarah dan budaya juga menjadi salah satu wisata yang memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan, khususnya bagi wisatawan mancanegara yang begitu tertarik dengan budaya asli Minangkabau dan Mentawai. Beberapa daerah di Sumatera Barat yang wajib dikunjungi wisatawan dengan con wisata yang memikat antara lain Kota Padang, Bukittinggi, Payakumbuh, Padang Panjang, Kota Solok, Sawah lunto, Kab. Pesisir Selatan, Kab. Pariaman, Kab. Mentawai dan Pasaman Barat. Di sisi lain, kepuasan konsumen atau wisatawan merupakan masalah yang menjadi perhatian utama sebagian besar perusahaan, seperti masalah pelayanan yang kurang maksimal sehingga wisatawan merasakan beragam bentuk kekecewaan seperti dari segi administrasi, wahana hiburan, hingga fasilitas lainnya. Dalam tiga tahun terakhir, telah terjadi penurunan jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata di Kabupaten Pesisir Selatan, yaitu dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan pada Objek Wisata di Kabupaten Pesisir Selatan

No.	Daya tarik wisatawan	Jumlah kunjungan (orang)		
		2015	2016	2017
1	Carocok Painan	400.775	254.320	202.521
2	Mandeh	20.180	18.556	17.330
3	Jembatan akar	12.657	9.325	8.954
4	Bayang sani	1.510	1.467	1.187
Total		435.122	283.668	229.992

Sumber: Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pesisir Selatan, 2019

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh fasilitas wisata terhadap kepuasan wisatawan di Kabupaten Pesisir Selatan, untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di Kabupaten Pesisir Selatan dan untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan wisatawan di Kabupaten Pesisir Selatan, serta untuk mengetahui pengaruh fasilitas wisata, kualitas pelayanan dan promosi secara simultan terhadap kepuasan wisatawan di Kabupaten Pesisir Selatan.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Pesisir Selatan tahun 2018 yang tidak diketahui jumlahnya. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah metode non-probability sampling dengan teknik purposive sampling yaitu sampel dipilih secara cermat sehingga relevan dengan desain penelitian (Websites, n.d.). Kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Pesisir Selatan tahun 2018. Jika populasinya tidak diketahui, menurut (Hair et al., 2006) merekomendasikan ukuran sampel minimal 5 kali jumlah indikator pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner. indikator penelitian ini adalah 23, maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut: Jumlah Sampel = $5 \times 23 = 115$ sampel. Rambut dkk. (2006) menyarankan bahwa penelitian yang akan diproses menggunakan regresi linear berganda adalah ukuran sampel minimal 50 responden dan lebih dari 100 responden direkomendasikan untuk sebagian besar situasi penelitian. Maka dalam penelitian ini peneliti menetapkan sampel sebanyak 115 orang.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Penentuan regresi berganda digunakan oleh peneliti dengan maksud untuk mengetahui besarnya pengaruh fasilitas wisata, kualitas pelayanan, dan promosi kepuasan wisatawan di Kabupaten Pesisir Selatan. Persamaan yang menyatakan bentuk pengaruh antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) disebut persamaan regresi. Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel terikat (SHOLIKAH, 2021). Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1. Jika R^2 bergerak mendekati 1, berarti terdapat variasi yang besar dari variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas. Dan jika dalam perhitungan nilai R^2 sama dengan 0 maka hal ini menunjukkan bahwa variabel terikat atau terikat tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengetahui seberapa besar koefisien regresi masing-masing variabel bebas dan bagaimana arahnya pengaruh terhadap variabel terikat, dapat dilihat dari analisis data regresi linear berganda yang diperoleh dengan menggunakan program SPSS Versi 21 seperti terlihat pada tabel 2 berikut:

Tabel 2. Hasil Analisis Data dengan Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	T_{hitung}	Signifikansi
Fasilitas wisata	0,159	2,546	0,012
Kualitas layanan	0,365	3,563	0,001
Promosi	0,213	2,220	0,029
konstanta			8,380
R^2			0,725
F_{hitung}			44,321

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda dari Tabel 2 di atas, dapat ditentukan bahwa persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: $Y = 8,380 + 0,159 X_1 + 0,365 X_2 + 0,213 X_3$; dengan keterangan: Y: Kepuasan Wisatawan; X1: Fasilitas Wisata; X2: Kualitas Layanan; X3: Promosi. Adapun interpretasi persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Nilai konstanta 8,380 dengan tanda positif berarti tanpa adanya fasilitas wisata, kualitas pelayanan dan promosi, kepuasan wisatawan berkunjung ke Kabupaten Pesisir Selatan bernilai konstan atau tetap sebesar 8,380.
2. Koefisien regresi variabel fasilitas wisata menunjukkan pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Pesisir Selatan dengan nilai sebesar 0,159 artinya setiap penambahan satu unit variabel fasilitas wisata akan meningkatkan kepuasan wisatawan sebesar 0,159.
3. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Pesisir Selatan dengan nilai sebesar 0,365 artinya setiap penambahan satu satuan variabel kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan wisatawan sebesar 0,365.
4. Koefisien regresi variabel promosi menunjukkan pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Pesisir Selatan dengan nilai sebesar 0,213 artinya setiap penambahan satu unit variabel promosi akan meningkatkan kepuasan wisatawan sebesar 0,213.

Selanjutnya dilakukan uji t untuk mengetahui apakah hipotesis yang dibuat oleh penulis dapat diterima atau tidak dengan melihat nilai sig. pada tabel koefisien yang dapat dilihat pada tabel 2 di atas. Pada tabel di atas dapat dilihat hasil uji t masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut:

1. Dari data yang diolah diperoleh fasilitas wisata (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke Kabupaten Pesisir Selatan (Y). Berdasarkan tabel 2 diperoleh nilai sig. $0,012 < 0,05$. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke Kabupaten Pesisir Selatan.
2. Hasil pengolahan data diperoleh kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke Kabupaten Pesisir Selatan (Y). Berdasarkan tabel 42 diperoleh nilai sig. $0,001 < 0,05$. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Pesisir Selatan.
3. Dari pengolahan data juga terlihat bahwa promosi (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke Kabupaten Pesisir Selatan (Y). Berdasarkan tabel 2 diperoleh nilai sig. $0,029 < 0,05$. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Pesisir Selatan.

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama atau simultan terhadap kepuasan wisatawan. Pada tabel 2 dapat dilihat nilai Fhitung sebesar 44.321 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ (alpha). Artinya variabel fasilitas wisata, kualitas pelayanan dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke Kabupaten Pesisir Selatan. Dalam hal ini pengaruh yang diberikan adalah positif. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresi yang ditunjukkan oleh X1, X2 dan X3, yang positif. Adanya nilai positif menunjukkan bahwa jika variabel tersebut ditingkatkan maka akan meningkatkan kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Pesisir Selatan.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yang terdiri dari fasilitas wisata, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke Kabupaten Pesisir Selatan dapat dilihat dari nilai adjusted R square pada tabel 3.

Tabel 3. Ringkasan Model

Model	R	R Square	Adjusted RSquare	Std. Error of Estimate
1	,752	,566	,553	3.064

Dari Tabel 3 diatas nilai adjusted R square menunjukkan 0,553 hal ni menunjukkan bahwa kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 55,3% sedangkan 44,7% ditentukan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ni.

Pembahasan

Pengaruh Fasilitas wisata terhadap Kepuasan wisatawan

Hasil analisis data yang pertama sesuai dengan hipotesis penelitian yaitu fasilitas wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, artinya kepuasan wisatawan dapat dipengaruhi oleh fasilitas wisata. Fasilitas wisata yang disediakan antara lain penginapan atau hotel, restoran, bus pengunjung, pemandu, toko souvenir, tempat parkir, musholla, gazebo, jembatan penyeberangan, panggung, tempat duduk pengunjung di kawasan wisata, dan toilet dengan variabel indikator fasilitas wisata berada di kategori tinggi (Tiara & Andriani, 2021). Artinya, wisatawan yang berkunjung mampu memenuhi kebutuhannya melalui fasilitas yang disediakan, yang berdampak pada terciptanya kepuasan pelanggan. Senada dengan penelitian yang dilakukan oleh (Irawan et al., 2021) dan (Ryu et al., 2012) menyatakan bahwa terdapat pengaruh parsial yang signifikan dari fasilitas pariwisata terhadap kepuasan konsumen. Dapat dikatakan bahwa fasilitas yang diinginkan konsumen untuk mencapai kepuasan konsumen adalah fasilitas yang lengkap, dengan kondisi yang bersih dan terawat (Yunus, 2021; Anggi Faradiba Umar et al., 2022; Selfa Safiarsi et al., 2022). Hal ni juga sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Mill dalam (Zhu & Chen, 2012) bahwa fasilitas wisata merupakan pelayanan penunjang yang selalu siap digunakan oleh wisatawan dan pelayanan tersebut menawarkan kualitas dan harga yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan (Fahrul Rizal Yudistira et al., 2022; Naldiansyah et al., 2022).

Pengaruh Kualitas layanan terhadap Kepuasan wisatawan

Hasil analisis data selanjutnya sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Dilihat dari analisis deskriptif bahwa kualitas pelayanan berada pada kategori tinggi. Dengan arti wisatawan merasa kualitas pelayanan yang diberikan sudah memadai dan dapat menunjang kegiatan wisata selama berkunjung ke Kabupaten Pesisir Selatan. Hasil penelitian ni sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sobari & Ramdhani, 2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan objek wisata secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu proses suatu produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memenuhi kebutuhan pelanggan (Jahanshahi et al., 2011)

Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan wisatawan

Berdasarkan hasil analisis data selanjutnya sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa promosi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Penelitian ni menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan dapat dipengaruhi oleh promosi. Hasil analisis deskriptif tersebut tertuang dalam indikator yang masuk dalam kriteria tinggi (Mahiri et al., 2021). Dengan pengertian bahwa promosi yang besar akan meningkatkan kepuasan wisatawan. Hasil penelitian ni sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Setyaningrum et al., n.d.) menjelaskan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, serta studi dari (Sudiarta et al., 2022) yang mengatakan promosi pariwisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Menurut (Kotler & Keller, 2012), promosi adalah kegiatan yang mengkomunikasikan manfaat suatu produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut. Sedangkan promosi pariwisata adalah kegiatan menceritakan tentang keindahan atau keunikan suatu daya tarik wisata yang ditawarkan kepada calon wisatawan/wisatawan. (Shahzad et al., 2013) menyatakan promosi untuk meningkatkan kepuasan wisatawan dengan menyediakan klan dan atraksi baru yang mempengaruhi pengungsi. Pencapaian promosi mampu meningkatkan kepuasan konsumen atau wisatawan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan nterpretasi data yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Pesisir Selatan. Semakin baik fasilitas yang disediakan, maka kepuasan wisatawan akan meningkat, sebaliknya semakin buruk fasilitas wisata

maka kepuasan wisatawan akan semakin menurun. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Pesisir Selatan. Artinya, semakin tinggi kualitas pelayanan maka kepuasan wisatawan pun akan semakin meningkat, sebaliknya semakin rendah kualitas pelayanan, maka semakin rendah kepuasan wisatawan. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Pesisir Selatan. ini berarti semakin gencar promosi maka semakin tinggi tingkat kepuasan wisatawan, sebaliknya kurangnya promosi akan menurunkan kepuasan wisatawan. Fasilitas wisata, kualitas pelayanan dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata di Kabupaten Pesisir Selatan..

DAFTAR PUSTAKA

- Anggi Faradiba Umar, A., Schouten, F. S., R Caesario Boing Rachmat Raharjo, R., & Raharjo, R. (2022). Perencanaan Jalur Khusus Sepeda Menuju Kawasan Wisata Pantai Tugulufa Kota Tidore Kepulauan. *Politeknik Transportasi Darat Indonesia-STTD*, 1(1), 1–9.
- Fahrul Rizal Yudistira, R., Femmy Sofie Schouten, F. S. S., & R Caesario Boing Rr, R. (2022). Perencanaan Fasilitas Pejalan Kaki Pada Kawasan Wisata Religi Kota Pasuruan. *Politeknik Transportasi Darat Indonesia-STTD*, 1(1), 1–10.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis 6th Edition*. Pearson Prentice Hall. New Jersey. Humans: Critique And Reformulation. *Journal Of Abnormal Psychology*, 87, 49–74.
- Irawan, M. R. N., Sayekti, L. I., & Ekasari, R. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi Dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Wisata Wego Lamongan. *Ecopreneur*. 12, 4(2), 122–131.
- Jahanshahi, A. A., Gashti, M. A. H., Mirdamadi, S. A., Nawaser, K., & Khaksar, S. M. S. (2011). Study The Effects Of Customer Service And Product Quality On Customer Satisfaction And Loyalty. *International Journal Of Humanities And Social Science*, 1(7), 253–260.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 13*. New Jersey: Pearsone Prentice Hall. Inc.
- Mahiri, E. A., Hakim, A., Sumaryana, F. D., & Agung, T. (2021). Pengaruh Lokasi, Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Wisatawan Mengunjungi Obyek Wisata Panyaweuyan Bukit Mercury Sayang Kaak Argapura Dalam Rangka Mengoptimalkan Potensi Ekowisata Unggulan Di Kabupaten Majalengka. *Jurnal Co Management*, 4(2), 665–674.
- Naldiansyah, M., Schouten, F. S., & Boing, R. C. (2022). Peningkatan Pelayanan Operasional Angkutan Jalan Perintis Pada Trayek Tideng Pale-Tanjung Selor. *Politeknik Transportasi Darat Indonesia-STTD*, 1(1), 1–7.
- Ryu, K., Lee, H., & Kim, W. G. (2012). The Influence Of The Quality Of The Physical Environment, Food, And Service On Restaurant Image, Customer Perceived Value, Customer Satisfaction, And Behavioral Intentions. *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*.
- Selfa Safiarsi, S., Nyimas Arnita Aprilia, N. A. A., & Femmy Sofie Schouten, F. S. S. (2022). Analisis Potensi Permintaan Terhadap Amgkutan Pedesaan Di Kabupaten Belitung. *Politeknik Transportasi Darat Indonesia-STTD*, 1(1), 1–12.
- Setyaningrum, R., Sumarni, M., & Basri, A. I. (N.D.). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Iklan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pasar Minggu Kliwon Watu Lumbang Salam Magelang.
- Shahzad, K., Majid, H. S., & Fahad, Y. (2013). Determinants Of Customer Satisfaction In Fast Food Industry A Study Of Fast Food Restaurants Peshawar Pakistan. *Studia Commercialia Bratislavensia*, 6(21), 56–65.
- SHOLIKAH, K. N. (2021). Pengaruh Sarana Prasarana, Daya Tarik Wisata, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (Studi Pada Obyek Wisata Kampung Coklat Blitar).
- Sobari, T., & Ramdhani, D. (2022). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan (Studi Kasus Pada Wisata Pantai Tanjung Pakis Karawang). *Jurnal Mirai Management*, 7(1).
- 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.

- Tiara, R., & Andriani, N. (2021). Kepuasan Pengunjung Berdasarkan Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Wisata Pada Objek Wisata Bukit Jaddih Di Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 1(1).
- Websites, S. (N.D.). Perspectives On Perceived Justice And Emotions. *International Journal Of Information Management*, Vol. 32 Ssue 2 Pp 127-138.
- Yunus, M. (2021). Peran Citra Destinasi Terhadap Peningkatan Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Geopark Merangin. *Adil: Jurnal Hukum STIH YPM*, 3(1), 31–42.
- Zhu, Y., & Chen, H. (2012). Service Fairness And Customer Satisfaction In Internet Banking: Exploring The Mediating Effects Of Trust And Customer Value. *Internet Research*.