

TINGKAT KEPUASAN PENGUNJUNG PROGRAM EDUWISATA, DAN PENGARUHNYA TERHADAP MINAT INDUSTRIALISASI DI BADAN RISET DAN INOVASI DAERAH (BRIDA) NTB

Lale Ira Amrita Sari^{*1}, Muhammad Saleh¹, Sabri Balafif²

¹Manajemen Inovasi, Sekolah Pascasarjana, Universitas Teknologi Sumbawa, Indonesia

²Informatika, Fakultas Rekayasa Sistem, Universitas Teknologi Sumbawa, Indonesia

laleiraamritasari@gmail.com

Abstrak

Industrialisasi merupakan mimpi yang ingin dicapai Pemerintah Provinsi NTB. Konsep industrialisasi ini disebarluaskan, salah satu caranya, melalui program eduwisata di Badan Riset dan Inovasi Daerah (BRIDA) NTB sejak tahun 2022. Terkait hal tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat kepuasan pengunjung pada program tersebut, dan untuk menganalisis pengaruh tingkat kepuasan pengunjung terhadap minat industrialisasi di masyarakat.

Penelitian kuantitatif ini mengumpulkan data melalui survei lapangan dengan penyebaran kuisioner terhadap para pengunjung program eduwisata yang dilakukan oleh BRIDA NTB. Dengan menggunakan 2 alat analisis, yakni; Customer satisfaction score (CSAT) yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel tingkat kepuasan konsumen, yakni Variabel Lokasi, Variabel Produk, Variabel Kualitas Layanan, dan Variabel Sarana Prasarana. Dan Analisis Regresi Linier Berganda yang digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel-variabel tingkat kepuasan tersebut terhadap minat industrialisasi para pengunjung program eduwisata BRIDA NTB.

Berdasarkan analisis CSAT terhadap 103 responden, diketahui bahwa ada kepuasan pengunjung pada program eduwisata di BRIDA NTB. Hal ini terlihat dari tingkat kepuasan pengunjung 85,13 % puas, dan ada 77% populasi pengunjung yang menyatakan dirinya puas atau sangat puas. Sedangkan dari analisis regresi linier berganda didapatkan bahwa ada pengaruh yang signifikan secara positif tingkat kepuasan pengunjung terhadap minat industrialisasi. Dimana variabel-variabel kepuasan pengunjung secara simultan memiliki pengaruh signifikan yang positif terhadap tumbuhnya Minat Industrialisasi. Untuk Variabel Kualitas Layanan dan Variabel Produk secara parsial berpengaruh signifikan, sedangkan Variabel Lokasi dan Variabel Sarana Prasarana dinyatakan tidak berpengaruh terhadap tumbuhnya Minat Industrialisasi. Diketahui pula bahwa variabel-variabel yang digunakan berpengaruh 44,4% dalam membentuk Minat Industrialisasi, berdasarkan perhitungan koefisien determinasi yang diperoleh.

Kata kunci: Kepuasan Pengunjung, Minat, BRIDA NTB, CSAT, Regresi Linier Berganda

Abstract

Industrialization is a dream that the NTB Provincial Government wants to achieve. The concept of industrialization is disseminated, one way, through an Eduwisata program at the NTB Regional Research and Innovation Agency (BRIDA) since 2022. Related to this, the purpose of this study is to analyze the level of visitor satisfaction with the program, and to analyze the effect of visitor satisfaction on interest in industrialization in the community.

This quantitative research collects data through field surveys by distributing questionnaires to visitors to the Eduwisata program conducted by

BRIDA NTB. By using 2 analytical tools, namely; Customer satisfaction score (CSAT) which is used to measure the variables of consumer satisfaction level, namely Location Variable, Product Variable, Service Quality Variable, and Infrastructure Variable. And Multiple Linear Regression Analysis used to measure the magnitude of the influence of these satisfaction level variables on the industrialization interest of visitors to the BRIDA NTB educational program.

Based on CSAT analysis of 103 respondents, it is known that there is visitor satisfaction with the Eduwisata program at BRIDA NTB. This can be seen from the visitor satisfaction level of 85.13% satisfied, and there are 77% of the visitor population who declare themselves satisfied or very satisfied. Meanwhile, from multiple linear regression analysis, it is found that there is a significant positive effect on the level of visitor satisfaction on industrialization interest. Where the visitor satisfaction variables simultaneously have a positive significant effect on the growth of Industrialization Interest. For Service Quality Variables and Product Variables partially have a significant effect, while Location Variables and Infrastructure Variables are stated to have no effect on the growth of Industrialization Interest. It is also known that the variables used have an effect of 44.4% in shaping Industrialization Interest, based on the calculation of the coefficient of determination obtained.

Keywords : Visitor satisfaction, Interest, BRIDA NTB, CSAT, Multiple Regression.

A. PENDAHULUAN

Terpilihnya Bapak Dr. H.Zulkieflimansyah, SE., M.Sc., di tahun 2018 sebagai Gubernur Provinsi Nusa Tenggara Barat membawa perubahan orientasi pembangunan di NTB dari Pendahulu-pendahulunya. NTB yang Gemilang, merupakan visi pembangunan yang Beliau inginkan, hingga terwujud NTB yang Baldatun Toyyibatun Warabbun Gofur, yang maknanya adalah bukan saja tujuan pembangunan NTB akan tercapai, tapi sekaligus menginginkan NTB sebagai satu area yang Allah SWT menghadirkan magfirah-Nya buat semua (harian Nusa 2022).

Salah satu langkah dalam mewujudkan NTB Gemilang tersebut adalah melalui Program Industrialisasi, khususnya melalui inovasi industri sehingga mampu mendorong masyarakat untuk dapat mengolah bahan baku menjadi produk olahan sebelum dijual dan dikirim ke pasar.

bahwa revolusi industri sebenarnya perkembangan dari tradisional menuju ke

modern, sesuai perkembangan dan tuntutan zaman. "Dari cara tradisional masyarakat menuju cara modern dengan pendekatan teknologi. Termasuk harus mampu mendorong masyarakat untuk dapat mengolah bahan baku menjadi produk olahan sebelum dijual dan dikirim ke pasar. Melalui upaya ini diharapkan produksi bahan-bahan baku di NTB dapat memiliki nilai tambah yang lebih tinggi. (biroadpim:2022).

Kebijakan industrialisasi ini diwujudkan lebih nyata saat Pemerintah Provinsi NTB membentuk sebuah lembaga yang bertujuan menumbuhkan, mewujudkan, dan mewadahi minat industrialisasi di masyarakat, yaitu; Science, Technology and Industrial Park (STIPark) NTB (2018). Dan dalam perkembangan selanjutnya, disempurnakan menjadi Badan Riset dan Inovasi Daerah NTB ditahun 2021. Penyempurnaan lembaga ini, juga disertai penambahan fungsi dan kewenangan yang dimiliki. Salah satunya menjadikan BRIDA NTB sebagai pusat penyajian dan

pembelajaran kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan di NTB. Karenanya, dibuatlah sebuah program kegiatan yaitu program eduwisata.

Eduwisata BRIDA NTB memiliki daya tarik wisata yang berbeda dengan tempat wisata lainnya. Dengan mengusung Keilmuan dan Teknologi sebagai tema Eduwisata, BRIDA NTB menawarkan hasil riset inovasi dan teknologi serta capaian program kegiatan setiap bidang di BRIDA NTB sebagai daya tarik wisata. Prototipe permesinan inovasi, sepeda listrik, alat peraga ilmu pengetahuan alam dan kesempatan belajar bisnis dari tenant peserta program inkubasi, antara lain yang ditawarkan sebagai objek wisata belajar di BRIDA NTB.

Sejak STIPark sebagai embrio BRIDA dibuka di Tahun 2019 sampai dengan Tahun 2022 tercatat jumlah kunjungan sudah mencapai 10.878 orang, melampaui target 10.000 pengunjung. Di tahun 2022 jumlah kunjungan ke BRIDA NTB adalah 6.503 orang, dan khusus untuk di program eduwisata berjumlah 4.124 orang, melampaui target 2.000 kunjungan setahun. Adapun sasaran program Eduwisata ini adalah siswa sekolah mulai tingkat PAUD sampai SMA/SMK/MA, mahasiswa dan masyarakat umum.

Berdasarkan pada realisasi jumlah kunjungan sampai dengan Tahun 2022, maka peneliti tertarik untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pengunjung layanan eduwisata di Badan Riset dan Inovasi Daerah NTB. Selain itu, eduwisata adalah salah satu strategi yang ditempuh oleh Pemerintah Provinsi NTB dalam memperkenalkan-menyebarkan Industrialisasi di NTB. Jadi akan sangat menarik juga untuk melihat bagaimana program eduwisata yang telah berjalan ini dapat berkontribusi positif (berpengaruh) terhadap tumbuhnya minat industrialisasi di masyarakat.

Berdasarkan hal tersebut, terumuskan dua masalah penelitian yang akan dijawab dalam penelitian ini, yaitu:

1. Seberapa besar tingkat kepuasan pengunjung pada program eduwisata di BRIDA NTB?

2. Apa pengaruh tingkat kepuasan pengunjung terhadap minat industrialisasi di BRIDA NTB?

Maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis tingkat kepuasan pengunjung pada program eduwisata di BRIDA NTB.
2. Untuk menganalisis pengaruh tingkat kepuasan pengunjung terhadap minat industrialisasi di BRIDA NTB.

B. LANDASAN TEORI.

Industrialisasi

Konsep industrialisasi mulai sering dibicarakan sejak munculnya Revolusi Industri. Revolusi Industri pertama kali muncul di benua eropa di abad ke-18 dimana masyarakat pertanian berubah lebih maju karena penemuan-penemuan baru pada saat itu.

Kata industrialisasi sendiri seringkali dimaknai, dan digunakan sama atau serupa dengan kata industri. Industrialisasi berarti usaha menggalakkan industri dalam suatu negara, atau pengembangan industri di suatu negara atau wilayah dalam skala luas. Kata industri diartikan sebagai kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan (mesin). Pengertian industrialisasi yang lebih lengkap dikemukakan oleh Kerr dan kawan-kawan (dalam Shatrevich:2015);

Industrialisation is the totality of relations involving workers, employers and society as they develop to make use of the new machines, processes and services that modern technology has made possible. Industrialisation is usually described by new and more diverse skills, larger-scale productive endeavours, more large cities and much else.

Berdasarkan pengertian yang dikemukakan Kerr tersebut, industrialisasi sangatlah kompleks. Mencakup semua pihak yang terlibat dan juga menyangkut semua hal, seperti pembaruan mesin dan teknologi serta efisiensi proses produksi. Bahkan begitu luasnya pengertian industrialisasi yang dikemukakan Kerr, mengarah pada perubahan-perubahan selanjutnya, yakni peningkatan keterampilan pekerja, skala produksi lebih

besar, pembentukan kota-kota, perubahan lainnya. Dan pada akhirnya memunculkan perubahan sosial secara besar (revolusi industri).

Oleh Dr. H. Zulkieflimansyah (dalam Info NTB, 2022), Industrialisasi dimaksudkan sebagai konsep sederhana yang mengubah bahan baku agar memiliki nilai, bukan hanya berbicara pabrik besar, tapi industrialisasi merupakan pendalaman struktur. Industrialisasi adalah kegiatan ekonomi yang berefek luas hanya dengan mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, menjadi barang jadi atau barang yang memiliki kualitas lebih tinggi lagi dari sebelumnya.

Lebih lanjut dijelaskan (dalam Saptoto:2021), bahwa industrialisasi di Provinsi NTB yang dimaksud adalah industrialisasi yang memberdayakan UKM, petani, peternak dan nelayan, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraannya. Prinsip dasar konsep industrialisasi yang di usung Dr. H. Zulkieflimansyah tersebut adalah;

1. Membawa paradigma industri hijau.
2. Mencegah penguasaan industri oleh satu kelompok yang merugikan masyarakat daerah.
3. Memprioritaskan tenaga kerja lokal.
4. Pemerataan pembangunan.
5. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat daerah yang berkeadilan.

Industrialisasi itu sendiri di suatu wilayah bisa berjalan, khususnya di NTB, dibutuhkan faktor pendukung (Biroadpim NTB, 2022), yaitu:

1. Menyediakan lingkungan yang kondusif.
2. SDM yang handal.
3. Infrastruktur yang memadai.
4. Faktor Pendukung lainnya.
5. Proses Industrialisasi (Metode, Dana, Sumber Daya Manusia, Mesin, Material).

Dalam melihat Industrialisasi sebagai sebuah program kebijakan dari pemerintah Provinsi NTB yang ditawarkan untuk masyarakat luas, maka perlu menarik sebuah teori ilmiah sebagai pijakannya. Meminjam teori Difusi Inovasi yang dikemukakan Everett Rogers (hal 5:1983), Difusi adalah proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui

saluran tertentu dari waktu ke waktu di antara anggota sistem sosial. Ini merupakan komunikasi khusus, karena ada tujuan tertentu yang ingin dicapai. Dan juga karena menyangkut sebuah gagasan baru. Komunikasi dalam hal ini adalah proses dimana semua pihak berpartisipasi membuat dan berbagi informasi satu sama lain untuk mencapai saling pengertian.

Selanjutnya, oleh Rogers (1983:33), terdapat empat elemen utama dalam difusi inovasi, yakni; Pertama, inovasi itu sendiri, dalam hal ini adalah gagasan baru yang diperkenalkan ke masyarakat. Kedua, dikomunikasikan melalui saluran komunikasi, sehingga gagasan tersebut dapat tersampaikan dan dipahami. Ketiga, dalam batasan waktu tertentu. Dan keempat, terjadi dalam lingkup sistem sosial tertentu.

Namun tidak selamanya sebuah inovasi, gagasan, ide, atau apapun yang disebut pembaharuan, termasuk konsep industrialisasi dapat menyebar dan diterima dengan baik oleh masyarakat. Karenanya, perlu terlebih dahulu memahami karakteristik sebuah inovasi.

Karakteristik inovasi (dalam Rogers 1983:17) adalah:

1. *Relative advantage.*
2. *Compatibility.*
3. *Complexity.*
4. *Trialability*
5. *Observability.*

Eduwisata

Menurut Smith & Jener (dalam Hamidun, 2021), eduwisata merupakan konsep yang memadukan perjalanan wisata dengan kegiatan pembelajaran, yaitu suatu perjalanan wisata pada suatu destinasi tertentu dengan tujuan utama untuk mendapatkan pengalaman belajar secara langsung terkait dengan destinasi yang dikunjungi.

Fandeli (dalam Hamidun, 2021) menyebutkan bahwa kegiatan eduwisata memiliki unsur-unsur:

- *Learning.*
- *Rewarding.*
- *Enriching.*
- *Adventuring.*

Kepuasan Pengunjung

Konsep kepuasan pengunjung di sini adalah merujuk pada kepuasan pelanggan (konsumen) seperti yang yang dimaksud Philip Kotler dalam bukunya *Marketing Management* (2016:86), yang beranggapan bahwa kunci sukses adalah kemampuan menghasilkan produk/jasa yang sesuai dengan permintaan pasar yang harus dimulai sejak sebuah produk/jasa masih dalam rencana (perencanaan produk), hingga produk tersebut dihasilkan. Terpenuhinya permintaan pasar, terlihat dari kepuasan konsumen, yang selanjutnya akan mendatangkan keuntungan melalui pembelian berkelanjutan oleh konsumen yang loyal.

Menurut Kotler (2000:150) definisi kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul ketika membandingkan kinerja hasil produk yang dipikirkan terhadap hasil kinerja yang diharapkan. Kepuasan konsumen sangat tergantung pada persepsi dan harapan konsumen akan produk atau jasa tersebut.

Oleh Indrasari (2019:76), kepuasan pelanggan merupakan cerminan persepsi pelanggan yang biasanya diperoleh dari kualitas pelayanan diterima, kualitas produk yang dirasakan langsung, harga dan biaya yang dikeluarkan untuk dapat menikmati produk atau jasa, faktor situasi yang terjadi saat mengkonsumsi produk/jasa, dan faktor pribadi pelanggan itu sendiri.

Lebih lanjut Indirasari (2019:87) mengatakan, terdapat lima faktor utama yang harus perusahaan perhatikan dalam meningkatkan tingkat kepuasan konsumen, yaitu:

1. Kualitas produk.
2. Kualitas pelayanan.
3. Emosional.
4. Harga.
5. Biaya.

Selanjutnya menurut Kotler (2000:37), terdapat beberapa metode yang biasa digunakan oleh perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya. Metode tersebut antara lain adalah:

- a. Sistem Keluhan dan Saran.

- b. *Ghost Shopping (Mystery Shopping)*
- c. *Lost Customer Analysis*
- d. Survei Kepuasan Pelanggan

Minat Industrialisasi

Minat, oleh Kotler (2000:355), merupakan tahap kedua dalam tahapan seseorang mengadopsi sesuatu yang baru, yakni; kesadaran, minat, evaluasi, percobaan, dan adopsi. Jadi setelah berusaha mengumpulkan informasi, tahap kedua adalah munculnya minat terhadap sesuatu yang baru tersebut. Secara berurutan, seluruh tahapan itu dimulai dari kesadaran mencari tahu, lalu muncullah minat terhadap produk/jasa, selanjutnya melakukan evaluasi atas manfaat yang diberikan produk/jasa tersebut, lalu dimulailah proses mencoba, dan yang terakhir adalah proses adopsi.

Proses adopsi itu sendiri diartikan oleh Kotler sebagai proses mental yang harus dilalui seseorang dari mulai mengenal/mempelajari sebuah inovasi sampai akhirnya produk/gagasan baru tersebut digunakan. Jadi adopsi adalah keputusan seseorang untuk menjadi pengguna tetap dari sebuah produk baru. Tahap adopsi ini sudah melampaui tahap dimana seseorang menggunakan produk/jasa hanya untuk mencoba, tahap sekedar merasakan.

Jadi dalam hal ini, minat industrialisasi dapat diartikan sebagai kecenderungan yang sangat besar untuk menerima dan menerapkan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi ketinggian yang lebih tinggi dari yang selama ini digunakan.

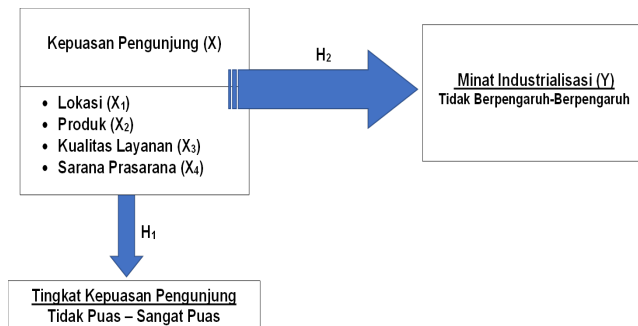
Kerangka Berpikir

Meminjam pendekatan pemasaran yang telah dipaparkan dalam tinjauan pustaka sebelumnya, dimana kepuasan konsumen merupakan hal yang penting bagi sebuah produk, dengan harapan menimbulkan tindakan yang terus berlanjut oleh konsumen.

Program Eduwisata di BRIDA NTB adalah sebuah produk, karenanya tingkat kepuasan pengunjung menjadi poin penting. Variabel lokasi, produk, kualitas pelayanan, dan fasilitas yang ditetapkan dalam penelitian ini sebagai indikator

pembentuk tingkat kepuasan pengunjung. Dan lebih lanjut, persepsi positif yang diberikan terhadap program eduwisata BRIDA NTB akan mendorong tindakan lanjutan oleh pengunjung, yaitu timbulnya minat industrialisasi.

Kerangka berpikir ini dituangkan dalam sebuah bagan sebagai berikut:



Dimana hipotesa yang terbentuk adalah:

H₁ : Ada kepuasan pengunjung pada program eduwisata di BRIDA NTB.

H₂ : Ada pengaruh tingkat kepuasan pengunjung terhadap minat industrialisasi bagi pengunjung program eduwisata di BRIDA NTB.

C. METODE

Pendekatan kuantitatif dengan survei lapangan dipilih dalam penelitian ini. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuisioner dengan memanfaatkan aplikasi *google form* terhadap para pengunjung program eduwisata yang dilakukan oleh BRIDA NTB.

Responden yang diperoleh dalam penelitian ini sebanyak 103 orang. Data dari responden tersebut akan diolah dengan dua alat analisis, yakni;

1. Analisis Customer satisfaction score (CSAT) yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen, dalam hal ini adalah tingkat kepuasan pengunjung program eduwisata di BRIDA NTB.
2. Analisis Regresi Linier Berganda untuk mengukur besarnya pengaruh tingkat kepuasan terhadap minat industrialisasi para pengunjung program eduwisata BRIDA NTB.

Tingkat Kepuasan Konsumen dijabarkan menjadi 4 variabel bebas (variabel *independent*) yakni:

1. Variabel X₁ adalah Variabel Lokasi.

Terkait dengan kemudahan, kenyamanan, dan keamanan menuju tempat/lokasi dilaksanakannya program eduwisata BRIDA NTB.

2. Variabel X₂ adalah Variabel Produk.

Produk yang dimaksudkan disini bukanlah semata fisik sebuah barang, tetapi program eduwisata merupakan sebuah produk wisata itu sendiri. Terkait hal ini adalah kenyamanan ruang pameran, kelengkapan prototipe mesin, dan penyajian informasi mengenai prototype mesin, ruang produksi mitra-tenant, ruang Puspa lptekda, papan informasi program-program unggulan BRIDA, serta semua aktifitas yang ditampilkan/disajikan dalam program eduwisata BRIDA NTB.

3. Variabel X₃ adalah Kualitas Layanan.

Menyangkut orang-orang di BRIDA NTB yang berinteraksi langsung dengan para pengunjung program eduwisata tersebut. Orang-orang ini, baik secara individu maupun secara kelompok, diberikan penilaian melalui kecakapan berkomunikasi, kerapian berpakaian, kedalaman penguasaan materi, dan sikap.

4. Variabel X₄ adalah Sarana Prasarana

Terkait dengan kemudahan, kenyamanan, dan keamanan dari berbagai fasilitas pendukung yang ada di dalam kawasan eduwisata BRIDA NTB.

Sedangkan variabel terikat (Variabel *dependent*) yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

5. Variabel Y adalah Minat Industrialisasi
Yaitu minat yang muncul setelah para pengunjung mengikuti program eduwisata di BRIDA NTB.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

berdasarkan kuisioner yang terkumpul, diperoleh gambaran awal responden sebagai berikut:

- Latar belakang pekerjaan responden adalah Guru-Dosen sebanyak 38 orang (37%), kemudian disusul oleh siswa pelajar sebanyak 37 orang (36%), Mahasiswa sebanyak 12 orang (11%), PNS sebanyak 8 orang (8%), dan yang

berlatar belakang swasta sebanyak 8 orang (8%).

- Dari jenis kelamin, terdapat 53 orang (51%) responden Laki-laki, dan responden Perempuan sebanyak 50 orang (49%).
- Dan berdasarkan umur, responden terbanyak yakni 45 orang (44%), masuk dalam kategori usia 26-56 tahun, yang berdasarkan data terdiri dari berbagai latar belakang pekerjaan.

Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Dari hasil uji validitas menggunakan pearson correlation yang dilakukan terhadap seluruh item pertanyaan pada Variable Lokasi (X1), terlihat masing-masing item X1.1 hingga X1.7 dinyatakan valid.

Correlations					
		r hitung X1	r tabel X1	Hasil	Kesimpulan
X1.1	Pearson Correlation	.710**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		
X1.2	Pearson Correlation	.657**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		
X1.3	Pearson Correlation	.723**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		
X1.4	Pearson Correlation	.647**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		
X1.5	Pearson Correlation	.754**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		
X1.6	Pearson Correlation	.791**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		
X1.7	Pearson Correlation	.746**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		
Total X1 (tempat)	Pearson Correlation	1	1		
	Sig. (2-tailed)				
	N	103	103		

Dari hasil uji validitas menggunakan pearson correlation yang dilakukan terhadap seluruh item pertanyaan pada variable Produk (X2), terlihat masing-masing item X2.1 hingga X2.12 dinyatakan valid.

Correlations					
		r hitung X2	r tabel X2	Hasil	Kesimpulan
X2.1	Pearson Correlation	.665**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		
X2.2	Pearson Correlation	.557**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		
X2.3	Pearson Correlation	.714**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		
X2.4	Pearson Correlation	.631**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		
X2.5	Pearson Correlation	.683**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		
X2.6	Pearson Correlation	.714**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		
X2.7	Pearson Correlation	.740**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		
X2.8	Pearson Correlation	.705**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		
X2.9	Pearson Correlation	.725**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		
X2.10	Pearson Correlation	.756**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		
X2.11	Pearson Correlation	.824**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		
X2.12	Pearson Correlation	.806**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		
Total X2 (produk)	Pearson Correlation	1	1	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)			Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		

Dari hasil uji validitas menggunakan pearson correlation yang dilakukan terhadap seluruh item pertanyaan pada variable X3 (Kualitas Layanan), terlihat masing-masing item X3.1 hingga X3.6 dinyatakan valid.

Correlations					
		r hitung X3	r tabel X3	Hasil	Kesimpulan
X3.1	Pearson Correlation	.742**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		
X3.2	Pearson Correlation	.765**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,06	
	N	103	103		
X3.3	Pearson Correlation	.821**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,07	
	N	103	103		
X3.4	Pearson Correlation	.841**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,08	
	N	103	103		
X3.5	Pearson Correlation	.843**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,09	
	N	103	103		
X3.6	Pearson Correlation	.724**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,10	
	N	103	103		

Dari hasil uji validitas menggunakan pearson correlation yang dilakukan terhadap seluruh item pertanyaan pada variable X4 (Sapras), terlihat masing-masing item X4.1 hingga X4.9 dinyatakan valid.

Correlations					
		r hitung X4	r tabel X4	Hasil	Kesimpulan
X4.1	Pearson Correlation	,712**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		
X4.2	Pearson Correlation	,761**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		
X4.3	Pearson Correlation	,801**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		
X4.4	Pearson Correlation	,802**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		
X4.5	Pearson Correlation	,542**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		
X4.6	Pearson Correlation	,830**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		
X4.7	Pearson Correlation	,827**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		
X4.8	Pearson Correlation	,716**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		
X4.9	Pearson Correlation	,812**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		

Dari hasil uji validitas menggunakan pearson correlation yang dilakukan terhadap seluruh item pertanyaan pada variable Minat Industrialisasi (Y), terlihat masing-masing item Y1 hingga Y5 dinyatakan valid.

Correlations					
		r hitung Y	r tabel Y	Hasil	Kesimpulan
Y1	Pearson Correlation	,792**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		
Y2	Pearson Correlation	,883**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		
Y3	Pearson Correlation	,903**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		
Y4	Pearson Correlation	,861**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		
Y5	Pearson Correlation	,860**	0,194	tanda bintang. r hitung > r tabel	Valid
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,050	Sig. hitung < 0,05	
	N	103	103		

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat sejauh mana konsistensi hasil suatu penelitian ketika dilakukan secara berulang-ulang.

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil bahwa semua variabel, X1, X2, X3, X4, dan Y dinyatakan reliabel.

Reliability Statistics				
	Cronbach's Alpha	N of Items	Rentang α	Kesimpulan
X1	0,832	7	> 0.70	reliabel
X2	0,911	12	> 0.70	reliabel
X3	0,878	6	> 0.70	reliabel
X4	0,905	9	> 0.70	reliabel
Y	0,909	5	> 0.70	reliabel

Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan hasil perhitungan CSAT diperoleh bahwa tingkat kepuasan terhadap program eduwisata yang dijalankan BRIDA NTB adalah 85,13% dari 100% rasa puas, dan terdapat 77% (79 orang) dari total seluruh responden yang memberikan penilaian puas dan sangat puas.

No.	Variabel Tingkat Kepuasan Pengunjung	CSAT
1	Total Nilai Kepuasan Lokasi	89,13%
2	Total Nilai Kepuasan Produk	81,60%
3	Total Nilai Kepuasan Kualitas Layanan	90,10%
4	Total Nilai Kepuasan Sarana Prasarana	83,43%
		85,13%

Berdasarkan temuan ini, dapat dinyatakan bahwa;

H01 ditolak dan dengan demikian H1 diterima

yang berarti bahwa ada kepuasan pengunjung pada program eduwisata di BRIDA NTB.

Analisis Regresi Berganda

Hasil perhitungan linier Regresi berganda dipergunakan untuk melihat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat yang digunakan, yakni antara Variabel Lokasi (X1), Variabel Produk (X2), Variabel Kualitas Layanan (X3), Variabel Saprass (X4), dengan variabel terikat yakni variabel Motivasi Industrialisasi (Y). Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan, maka diperoleh model persamaan matematis sebagai berikut:

$$Y = 3,369 + 0,090 X_1 + 0,105 X_2 + 0,403 X_3 + 0,010 X_4$$

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,369	2,147		1,569	0,120	
	Total X1	0,090	0,089	0,107	1,014	0,313	0,487
	Total X2	0,105	0,047	0,246	2,217	0,029	0,442
	Total X3	0,403	0,103	0,424	3,926	0,000	0,467
	Total X4	0,010	0,063	0,019	0,163	0,871	0,394

Dari persamaan diatas dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Nilai konstanta positif sebesar 3,369. Hal ini menunjukkan bahwa jika semua

variabel bebas tidak mengalami perubahan, maka nilai Nilai Variabel Minat Industrialisasi (Y) adalah sebesar 3,369.

b. Nilai koefisien regresi untuk Variabel Lokasi (X1) memiliki nilai positif sebesar 0,090. Artinya adalah jika Variabel Lokasi mengalami perubahan, maka Minat Industrialisasi akan mengalami perubahan sebesar kelipatan 0,090 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Dan perubahan tersebut bersifat positif.

c. Nilai koefisien regresi untuk Variabel Produk (X2) memiliki nilai positif sebesar 0,105. Artinya adalah jika Variabel Produk mengalami perubahan, maka Minat Industrialisasi akan mengalami perubahan pula sebesar kelipatan 0,105 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Dan perubahan tersebut bersifat positif.

d. Nilai koefisien regresi untuk Variabel Kualitas Layanan (X3) memiliki nilai positif sebesar 0,403. Artinya adalah jika Variabel Kualitas Layanan mengalami perubahan, maka Minat Industrialisasi akan mengalami perubahan sebesar kelipatan 0,403 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Dan perubahan tersebut bersifat positif.

e. Nilai koefisien regresi untuk Variabel Saprasi (X4) memiliki nilai positif sebesar 0,010. Artinya adalah jika Variabel Saprasi mengalami perubahan, maka Minat Industrialisasi akan mengalami perubahan sebesar kelipatan 0,010 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Dan perubahan tersebut bersifat positif.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Dari tabel terlihat, bahwa F hitung yang diperoleh adalah 21,364. Sedangkan F tabel diketahui 2,466. Dari perhitungan terlihat pula bahwa nilai signifikansi (Sig.) adalah 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi, variabel produk, variabel kualitas layanan, dan variabel saprasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel minat industrialisasi.

Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Berdasarkan hasil perhitungan, maka diperoleh data sebagai berikut:

1. Variabel Lokasi (X1) mendapatkan nilai t-hitung = 1,014 dimana t-hitung < t-tabel. Dan juga diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,313 dimana nilai Sig. > α . Maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Lokasi (X1) tidak berpengaruh secara terpisah terhadap Variabel Minat Industrialisasi (Y).
2. Variabel Produk (X2) mendapatkan nilai t-hitung = 2,217 dimana t-hitung > t-tabel. Dan juga diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,029 dimana nilai Sig. < α . Maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Produk (X2) berpengaruh signifikan secara terpisah terhadap Variabel Minat Industrialisasi (Y).
3. Variabel Kualitas Layanan (X3) mendapatkan nilai t-hitung = 3,926 dimana t-hitung > t-tabel. Dan juga diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai Sig. < α . Maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Kualitas Layanan (X3) berpengaruh signifikan secara terpisah terhadap Variabel Minat Industrialisasi (Y).
4. Variabel Saprasi (X4) mendapatkan nilai t-hitung = 0,163 dimana t-hitung < t-tabel. Dan juga diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,871 dimana nilai Sig. > α . Maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Saprasi (X4) tidak berpengaruh secara terpisah terhadap Variabel Minat Industrialisasi (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, dimana $Adj. R^2 = 0,444$ maka dapat dikatakan bahwa variansi nilai Variabel Minat Industrialisasi dapat dijelaskan sebesar 44,4% oleh variabel bebas yang digunakan dalam penelitian kali ini, yaitu; Variabel Lokasi, Variabel Produk, Variabel Kualitas Pelayanan, dan Variabel Saprasi. Dengan demikian, dapat dikatakan pula bahwa 55,6% variansi Minat Industrialisasi tergantung dari variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,683 ^a	0,466	0,444	1,794

Uji Asumsi Klasik dalam Model Regresi

A. Uji Normalitas Residual

Pengujian normalitas berdasarkan uji Kosmogorov-Smirnov dengan pendekatan Asimtotik (Asymp. Sig.) yang secara standar biasa digunakan diperoleh hasil yang kurang memuaskan. Maka digunakan pendekatan Exact untuk melihat distribusi residual yang terjadi. Penggunaan pendekatan Exact merujuk pada pendapat Mehta dalam manual Book IBM (2013:1), yakni perlu perhitungan dengan tingkat signifikan yang lebih akurat yang ada di pendekatan Exact. Maka diperoleh Exact Sig 0,311 dimana nilai ini $0,311 > 0,05$. Dengan demikian dinyatakan variabel residual memiliki distribusi normal.

B. Multikolinearitas VIF

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk melihat apakah ditemukan adanya korelasi yang kuat antara variabel bebas yang ada. Caranya dengan melihat nilai faktor inflasi (Variance Inflasi Factor/VIF), dimana nilainya tidak lebih dari 5 (dalam Juliandi, 2014;161). Makin tinggi nilai VIF yang diperoleh, korelasi antar variabel makin tinggi, artinya makin tidak terbebas dari multikolinearitas. Berdasarkan hasil perhitungan diatas, masing-masing variabel bebas memiliki nilai $VIF < 5$, maka masing-masing variabel bebas dinyatakan lolos uji multikolinieritas.

C. Uji Heterodeksitas

Dalam penelitian ini, uji heterodeksitas menggunakan uji korelasi rank Spearman. Prinsip korelasi rank spearman adalah mengkorelasikan variable bebas dengan nilai residual unstandardized.

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, maka diperoleh:

- Nilai X1 sebesar $0,421 > 0,05$, maka tidak mengalami heterosiditas.
- Nilai X2 sebesar $0,669 > 0,05$, maka tidak mengalami heterosiditas.

- Nilai X3 sebesar $0,339 > 0,05$, maka tidak mengalami heterosiditas.
- Nilai X4 sebesar $0,899 > 0,05$, maka tidak mengalami heterosiditas.

Berdasarkan hasil temuan diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa;

H02 ditolak dan dengan demikian H2 dapat diterima

Artinya adalah bahwa, ada berpengaruh signifikan secara positif tingkat kepuasan pengunjung terhadap minat industrialisasi bagi pengunjung program eduwisata di BRIDA NTB.

D. PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bahwa ada kepuasan pengunjung pada program eduwisata di BRIDA NTB. Tingkat Kepuasan pengunjung ini ditunjukkan sebesar 85,13% rasa puas yang dinyatakan oleh 77% pengunjung program eduwisata di BRIDA NTB.
2. Bahwa ada pengaruh tingkat kepuasan pengunjung terhadap minat industrialisasi bagi pengunjung program eduwisata di BRIDA NTB.

Variabel Produk dan Variabel Kualitas Layanan memberi pengaruh yang cukup signifikan terhadap terbentuknya minat industrialisasi. Sedangkan Variabel Lokasi dan Variabel Sarana Prasarana dinyatakan tidak memberi pengaruh signifikan terhadap terbentuknya minat industrialisasi bagi pengunjung program eduwisata di BRIDA NTB. Walaupun demikian, variabel-variabel tersebut secara simultan memberi pengaruh yang signifikan terhadap terbentuknya minat industrialisasi bagi pengunjung program eduwisata di BRIDA NTB. Bahkan koefisien determinasi yang diperoleh, bahwa 44,4% minat industrialisasi pengunjung program eduwisata di BRIDA NTB dipengaruhi oleh variabel Lokasi, Variabel Produk, Variabel Kualitas Layanan, dan Variabel Sarana Prasarana.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka strategi difusi, khususnya program eduwisata di BRIDA,

yang ditempuh pemerintah Provinsi NTB sudah tepat. Jadi saran peneliti adalah:

1. BRIDA NTB agar dapat terus mempertahankan atau bahkan meningkatkan tingkat kepuasan pengunjung pada program eduwisatanya.
2. BRIDA NTB agar dapat meningkatkan pengaruh kepuasan pengunjung untuk menumbuhkan minat industrialisasi di masyarakat. Peningkatan kepuasan konsumen ini dapat dengan menambah masukan terhadap variabel Produk dan Variabel Kualitas Layanan, karena kedua variabel ini memberikan pengaruh signifikan terhadap tumbuhnya minat industrialisasi.

DAFTAR RUJUKAN

- Bajari, Dr. Atwar, M.Si. 2017. *Metode Penelitian Komunikasi : Prosedur, Tren, dan Etika*. Simbiosia Rekatama Media. Bandung.
- Emory, C. William. Cooper, Donald R. 1997. *Merode Penelitian Bisnis*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Hery. 2018. *Perencanaan Bisnis*. PT. Grasindo. Jakarta.
- Indrasari, Meithiana, Dr. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press. Surabaya.
- Juliandi, Azuar. Irfan. Manurung, Saprial. 2014. *Metodelogi Penelitian Bisnis. Konsep dan aplikasi*. UMSU PRESS. Medan.
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management. The Millennium Edition*. Prentice-Hall, Inc. New Jersey. USA.
- Kotler, Philip. Keller, Kevin lane. 2016. *Marketing Management. Global Edition*. Prentice-Hall, Inc. New Jersey. USA.
- Kotler, Philip. Armstrong, Gary. Opresnik, Marc Oliver. 2018. *Principles Of Marketing. 17e – Global Edition*. Pearson Education Limited. United Kingdom.
- Mehta, Cyrus R. and Patel, Nitin R. 2013. *IBM SPSS Exact Tests*. IBM Corp. USA.
- Oetomo, Budi Sutedjo Dharma. 2001. *Perspektif e-Business*. Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- Qudratullah, Muhammad Farhan. 2013. *Analisis Regresi Terapan: Teori, Contoh Kasus, dan Aplikasi dengan SPSS*. Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- Rogers, Everett M. 1983. *Diffusion of innovations, Third Edition*. The Free Press, A Division of Macmillan Publishing Co., Inc. USA.
- Ronald J. Ebert, and Ricky W. Griffin. 2000. *Business Essentials. Third Edition*. Prentice-Hall, Inc. New Jersey. USA.
- Saptoto. 2021. *From Seed To Feed. Gagasan Industrialisasi Bang Zul*. Bappeda NTB. NTB.
- Wahyono, Imam Sentot, dkk. 2018. *Pengantar Bisnis, Edisi Pertama*. Prenadamedia Grup. Jakarta.
- Tadjuddin, Nurhayati, SE., ME., 2022. *Industrialisasi NTB (Potret, Gagasan & Pengalaman)*. Editor Yons Ahmad. Mataram-NTB.
- Rindu Langit. 15 september 2022. Berita Utama, Gubernur NTB: Industrialisasi Tuntutan Zaman. Situs Biro Adpim. <https://biroadpim.ntbprov.go.id/gubernur-ntb-industrialisasi-tuntutan-zaman/>.
- Rindu langit. 2022. *Industrialisasi*. Biroadpim NTB. <https://biroadpim.ntbprov.go.id/program-unggulan-ntb-gemilang/industrialisasi/>
- Hamidun, Marini Susanti. 2021. *Menggagas Agro-Eduwisata Tumba Menuju Kemandirian Masyarakat*. Deepublish Publisher. Yogyakarta. https://www.google.co.id/books/edition/Menggagas_Agro_Eduwisata_Tumba_Menuju_Ke/YAotEAAAQB_AJ?hl=en&gbpv=1&dq=eduwisata&pg=PA40&printsec=frontcover.
- Shatreovich, Vladimir. Strautmane, Valentina. 2015. *INDUSTRIALISATION FACTORS IN POST-INDUSTRIAL SOCIETY*. The International Journal

- ENTREPRENEURSHIP AND SUSTAINABILITY ISSUES ISSN 2345-0282 (online) <http://jssidoi.org/jesi/aims-and-scope-of-research/> 2015 Volume 3 Number 2 (December).
[DMEDkuwO4ZCTpfDOexH6MFi3yYbyPw4WVr44TLW9.pdf](http://jssidoi.org/jesi/aims-and-scope-of-research/) ([tiiname.uz](http://jssidoi.org/jesi/aims-and-scope-of-research/)).
- Pakpahan, Andrew Fernando, dkk. 2021. *Metode Penelitian Ilmiah*. Yayasan Kita Menulis. Medan. https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Ilmiah/koyEAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=metode+%5Bpenelitian&printsec=frontcover
- Soliha, Euis. Kurniawan, Dimas Dwi. 2022. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang*. YUME : Journal of Management. Volume 5 Issue 1 Pages 348 - 358 ISSN : 2614-851X (Online).
- Zulvianingrum, Depanda. 2022. *Komunikasi Kebijakan Industrialisasi di Provinsi Nusa Tenggara Barat*. Tesis Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram.
- Bhakti, Sektalonir Oscarini Wati. Diana, Pransiska. 2022. *Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Pada Bank BRI Unit Harapan Baru*. Jurnal. Jurnal Eksis Volume 18 No.2.
- Fitria, Nurul Jannah Lailatul. 2021. *Pembentukan Badan Riset dan Inovasi Nasional sebagai upaya menuju Good Governance Dengan Prinsip Reformasi Birokrasi*. Jurnal. Wacana Publik Vol. 15. No.02.
- Saud, Howard Yadi. Kurnianto, Atik. 2021. *Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode CSI (Customer Satisfaction Index) Dan SERVQUAL (Service Quality) (Studi Kasus: Cuci Mobil Tirta Kencana)*. Volume XI. No. 2. September 2021 ISSN 2088-060X.
- Izzuddin, Ahmad. Muhsin, Muhammad. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia Vol. 6 No.1 Juni 2020.
- Alvianna, Stella. Sani, Fitria Earlike Anwar. Estikowati, Lasarudin, Alwin. Hidayatullah, Syarif. 2020. *The Impact of Visitor Satisfaction Mediation from the Relationship between Marketing Information Systems, Tourist Destinations and Service Quality towards Returning Interest in Malang Topeng Village Tourism Destinations*. East African Scholars Multidisciplinary Bulletin, Published By East African Scholars Publisher, Kenya Volume-3, Issue-12, December-2020, ISSN 2617-4413 (Print) | ISSN 2617-717X (Online).
- Bakhri, Miftahul Khair. Hidayat, Anas. 2018. *Pengaruh Kualitas Pengalaman Terhadap Nilai Yang Dipersepsikan, Pengetahuan Produk, Kepuasan, Dan Niat Perilaku: Mahasiswa Pascasarjana (Studi Kasus: Wisata Museum Yogyakarta)*.
- Khadka, Kabu. Maharjan, Soniya. 2017. *Customer satisfaction and customer loyalty (case of the Trivsel)*. Tesis, Business Management. CENTRIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES. Finlandia.
- Azizah, Devi Farah. Hamid, Djamhur. Sulistiyana, Rezki Teguh. 2015. *Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Museum Satwa)*. Jurnal. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Volume 25 No. 1.
- Senoaji, FX. Ario Bagus SE.,. 2008. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk di Kota Semarang)*. Tesis Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro. Semarang.