



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 4 Tahun 2025 Page 2747-2757

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Dekorasi Tematik dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan Pengunjung di Lembang Wonderland

Taufik Hidayat^{1✉}, Didin Syarifuddin²

Sekolah Tinggi Pariwisata ARS Internasional Bandung

Email: taauufiikhidayat@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Dekorasi Tematik dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan Pengunjung di Lembang Wonderland. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap 100 responden. Analisis data menggunakan uji regresi linier berganda melalui bantuan SPSS, hasil penelitian menunjukkan bahwa Dekorasi Tematik dan Citra Destinasi berpengaruh signifikan secara simultan maupun parsial terhadap Kepuasan Pengunjung, dengan nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,000 ($< 0,05$). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,615 menunjukkan bahwa 61,5% variasi kepuasan pengunjung dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, dekorasi yang menarik dan citra destinasi yang positif dapat meningkatkan kepuasan pengunjung. Temuan ini diharapkan menjadi masukan bagi pengelola wisata dalam meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan.

Kata Kunci: *Dekorasi Tematik, Citra Destinasi, Kepuasan Pengunjung*

Abstract

This study aims to determine the influence of Thematic Decoration and Destination Image on Visitor Satisfaction at Lembang Wonderland. The research method used is quantitative with a survey approach involving 100 respondents. Data analysis was conducted using multiple linear regression with the help of SPSS, the results show that both Thematic Decoration and Destination Image have a significant influence, both partially and simultaneously, on Visitor Satisfaction, with a significance value of 0.000 (< 0.05). The coefficient of determination (R^2) is 0.615, indicating that 61.5% of the variation in visitor satisfaction is explained by the two independent variables, in conclusion, attractive decoration and a positive destination image can increase visitor satisfaction. These findings are expected to serve as input for tourism managers in improving visitor experience quality.

Keywords: *Thematic Decoration, Destination Image, Visitor Satisfaction*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor unggulan yang memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta mendukung pertumbuhan ekonomi nasional (Zaqiatun, 2022). Berdasarkan UU No. 10 Tahun 2009, pariwisata bertujuan meningkatkan ekonomi, budaya, dan mempererat persatuan bangsa (Syarifuddin, 2023). Jawa Barat, khususnya Lembang di Kabupaten Bandung Barat, dikenal sebagai destinasi populer karena keindahan alamnya yang memikat (Syarifuddin, 2022).

Lembang Wonderland menjadi salah satu destinasi wisata tematik unggulan di wilayah ini. Tempat ini dirancang dengan pendekatan visual kuat, menggabungkan dekorasi tematik dan estetika visual untuk menciptakan pengalaman wisata yang menyenangkan dan berkesan bagi pengunjung dari semua kalangan. Pendekatan ini menunjukkan peran penting dekorasi dalam menciptakan daya tarik (Hamdani & Utomo, 2021; Syarifuddin, 2021).

Citra destinasi juga menjadi faktor penting yang memengaruhi kepuasan wisatawan. Citra yang positif dapat meningkatkan niat kunjungan ulang serta memperkuat reputasi destinasi wisata (Isman et al., 2020; Septiandari et al., 2021; Kock et al., 2016; Gallarza et al., 2002). Namun, hingga kini belum banyak penelitian yang secara spesifik membahas pengaruh gabungan antara dekorasi tematik dan citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung, khususnya dalam konteks wisata tematik seperti Lembang Wonderland (Mufza & Wulansari, 2023).

Dengan adanya gap tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh dekorasi tematik dan citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung,

sebagai upaya untuk memberikan masukan dalam pengembangan destinasi wisata tematik yang lebih efektif dan berkesan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan kuantitatif dipilih karena tujuan penelitian adalah untuk menganalisis pengaruh dekorasi tematik dan citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung di Lembang Wonderland. Menurut Sugiyono (2017), pendekatan kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, di mana data yang dikumpulkan berbentuk angka dan dianalisis menggunakan statistik. Pendekatan ini berlandaskan pada filosofi positivisme dan bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya (Sugiyono, 2021; Mutiara et al., 2022)

Unit analisis dalam penelitian ini adalah pengunjung Lembang Wonderland, karena mereka merupakan subjek utama yang memberikan data mengenai persepsi terhadap dekorasi dan citra destinasi. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan langsung dari responden melalui kuesioner, sedangkan data sekunder berasal dari literatur atau dokumen yang relevan. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin, dengan jumlah populasi 545.536 pengunjung dan margin of error 10%, sehingga diperoleh 100 responden sebagai sampel. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda melalui bantuan software SPSS. Tujuannya adalah untuk menjawab pertanyaan penelitian atau menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2019)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	42	33,5%
Perempuan	58	66,5%
Jumlah	100	100%

Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Pengalaman Kunjungan ke Lembang
Wonderland

Pernah Mengunjungi	Frekuensi (f)	Persentase (%)
Ya	42	72.09%
Tidak	53	16.28%
Tidak menjawab	5	11.63%
Total	100	100%

Tabel 3. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi (f)	Persentase (%)
Mahasiswa	60	60%
Pegawai Swasta	20	20%
Wirausaha	10	10%
PNS	5	5%
Lainnya	5	5%
Total	100	100%

Tabel 4. Distribusi Responden Berdasarkan Sumber Informasi Mengenai Lembang
Wonderland

Media Informasi	Frekuensi (f)	Persentase (%)
Instagram	22	55.00%
TikTok	9	22.50%
Teman/Keluarga	6	15.00%
YouTube	3	7.50%
Website/Blog	2	5.00%
Total	40	100.00%

Uji Regresi Linier Sederhana

Uji regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen Dekorasi Tematik (X) terhadap variabel dependen Kepuasan Pengunjung (Y) di Lembang Wonderland. Analisis dilakukan menggunakan bantuan program SPSS, dan hasil pengujian ditampilkan pada tabel berikut:

Coefficients ^a					
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	13.012	1.677		7.759
	Dekorasi Tematik	.586	.073	.631	8.050
a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung					

Sumber : Diolah oleh SPSS)

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 untuk variabel Dekorasi Tematik, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Artinya, Dekorasi Tematik berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung.

Nilai koefisien regresi sebesar 0,586 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada dekorasi tematik akan meningkatkan kepuasan pengunjung sebesar 0,586 satuan. Dengan kata lain, semakin baik dekorasi tematik yang disajikan, maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung.

Nilai t-hitung sebesar 8,050 juga lebih besar dari t-tabel ($\pm 1,984$), yang memperkuat bahwa pengaruh tersebut benar-benar signifikan. Selain itu, nilai Beta sebesar 0,631 menunjukkan bahwa pengaruh dekorasi tematik terhadap kepuasan pengunjung termasuk dalam kategori kuat.

Uji ANOVA (*Analysis of Variance*)

Uji ANOVA digunakan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk menjelaskan hubungan antara variabel bebas (Dekorasi Tematik) dan variabel terikat (Kepuasan Pengunjung). Hasil pengujian ANOVA dapat dilihat pada tabel berikut:

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	381.846	1	381.846	64.802	.000b
	Residual	577.464	98	5.892		
	Total	959.310	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung						
b. Predictors: (Constant), Dekorasi Tematik						

Sumber : Diolah oleh SPSS)

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai F-hitung sebesar 64,802 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan adalah signifikan dan layak untuk digunakan dalam penelitian.

Dengan kata lain, variabel Dekorasi Tematik secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Pengunjung. Artinya, perubahan atau peningkatan dalam dekorasi tematik secara nyata dapat menjelaskan variasi dalam tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung Lembang Wonderland.

Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen, yaitu Dekorasi Tematik, dalam menjelaskan variabel dependen yaitu Kepuasan Pengunjung. Hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.631a	.398	.392	2.427
a. Predictors: (Constant), Dekorasi Tematik				
(Sumber : Diolah oleh SPSS)				

Berdasarkan hasil tabel di atas, diperoleh nilai R Square sebesar 0,398. Hal ini menunjukkan bahwa 39,8% variasi dari Kepuasan Pengunjung dapat dijelaskan oleh variabel Dekorasi Tematik. Sementara itu, sisanya sebesar 60,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini, seperti citra destinasi, pelayanan, harga tiket, fasilitas, suasana, dan sebagainya.

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,392 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dan jumlah sampel, kontribusi nyata variabel Dekorasi Tematik terhadap Kepuasan Pengunjung tetap berada pada angka yang cukup kuat. Sedangkan nilai Standard Error of the Estimate sebesar 2,427 menunjukkan besar kesalahan standar dalam memprediksi nilai kepuasan pengunjung. Semakin kecil nilai ini, semakin baik model regresi dalam menjelaskan data aktual.

Pembahasan Penelitian

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap 20 pernyataan yang diberikan kepada 100 responden, ditemukan bahwa mayoritas pengunjung memberikan tanggapan positif

terhadap pengalaman mereka saat mengunjungi Lembang Wonderland. Seluruh pernyataan memperoleh persentase skor di atas 75%, yang mengindikasikan bahwa pengunjung merasa puas terhadap berbagai aspek destinasi, mulai dari dekorasi tematik, fasilitas, pelayanan, hingga atmosfer secara keseluruhan.

Dekorasi Tematik Meningkatkan Kepuasan

Pernyataan seperti "Dekorasi yang ditampilkan terlihat unik dan kreatif", "Dekorasi meningkatkan pengalaman berkunjung saya secara keseluruhan", dan "Dekorasi membuat saya lebih tertarik menjelajah seluruh area wisata" memperoleh skor persentase di atas 80%, menunjukkan bahwa elemen dekorasi memainkan peran penting dalam menciptakan kesan positif terhadap destinasi. Ini sejalan dengan penelitian oleh Suryani (2020) yang menyatakan bahwa unsur visual dan tematik dalam dekorasi destinasi wisata mampu meningkatkan daya tarik dan pengalaman emosional pengunjung.

Fasilitas dan Pelayanan Mendukung Kenyamanan

Responden juga menyatakan kepuasan terhadap fasilitas dan pelayanan staf. Pernyataan "Saya puas dengan fasilitas yang tersedia" dan "Saya merasa puas dengan pelayanan dari staf" menunjukkan nilai skor lebih dari 80%, yang menandakan bahwa pengelolaan fasilitas dan interaksi staf terhadap pengunjung sudah berada pada tingkat yang memuaskan. Hasil ini sejalan dengan penelitian oleh Rachmawati & Nugroho (2019) yang menemukan bahwa kualitas fasilitas dan pelayanan berbanding lurus dengan tingkat kepuasan dan niat untuk melakukan kunjungan ulang.

Pengalaman Kunjungan Sesuai Harapan

Pernyataan seperti "Tempat ini sesuai dengan harapan saya sebelum berkunjung" dan "Kunjungan saya memenuhi harapan yang saya miliki" mendapatkan tanggapan positif yang tinggi, mengindikasikan bahwa Lembang Wonderland mampu memenuhi ekspektasi pengunjung yang mungkin telah terbentuk dari informasi sebelumnya. Penelitian oleh Setiawan (2021) mengenai persepsi destinasi dan kepuasan wisatawan menyatakan bahwa kesesuaian antara harapan awal dan pengalaman aktual adalah kunci dalam menciptakan loyalitas dan kepuasan pengunjung.

Niat Kunjungan Ulang

Pernyataan "Saya akan merekomendasikan tempat ini kepada orang lain" dan "Saya tertarik untuk kembali berkunjung" juga memperoleh skor tinggi, memperlihatkan bahwa Lembang Wonderland memiliki potensi kuat dalam menarik wisatawan melalui rekomendasi pribadi. Hal ini memperkuat temuan Yuliani & Pratama (2020) yang menyebutkan bahwa kepuasan pengunjung berdampak langsung pada promosi dari mulut

ke mulut (word-of-mouth) yang sangat efektif dalam konteks pariwisata modern.

Kepuasan Secara Menyeluruh

Akhirnya, pada pernyataan "Secara keseluruhan, saya puas dengan kunjungan ke Lembang Wonderland", skor mencapai 82,8%, yang mempertegas bahwa kombinasi antara desain tematik, fasilitas, pelayanan, serta atmosfer wisata telah mampu menciptakan pengalaman berkesan dan menyenangkan bagi pengunjung.

Keterikatan Antar Variabel

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Dekorasi Tematik (variabel independen) terhadap Kepuasan Pengunjung (variabel dependen) di destinasi wisata Lembang Wonderland. Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) dan nilai koefisien Beta sebesar 0,631, yang menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel bersifat kuat dan signifikan secara statistik.

Keterikatan antar variabel dapat dijelaskan melalui indikator-indikator yang membentuk masing-masing variabel. Pada variabel Dekorasi Tematik, indikator meliputi unsur visual (estetika), interaktivitas, kebersihan, dan kesesuaian dengan tema. Sementara itu, pada variabel Kepuasan Pengunjung, indikator mencakup kenyamanan, kesesuaian harapan, niat kunjungan ulang, serta kepuasan terhadap pengalaman secara menyeluruh.

Data menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan Setuju dan Sangat Setuju terhadap pernyataan seperti:

"Pernyataan "Dekorasi meningkatkan pengalaman berkunjung saya secara keseluruhan" memperoleh skor sebesar 325 dari skor ideal 400 atau setara dengan 81,3%, menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa dekorasi berkontribusi positif terhadap pengalaman mereka. Selain itu, pernyataan "Dekorasi di setiap area wisata sangat menarik secara visual" mendapat skor 332 (83,0%), dan "Saya puas dengan kunjungan ke Lembang Wonderland" memperoleh skor 331 (82,8%). Temuan ini menegaskan bahwa unsur dekoratif memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan dan kesan positif terhadap destinasi wisata secara menyeluruh. Hal ini menunjukkan bahwa unsur dekorasi tidak hanya menjadi daya tarik visual, tetapi juga mampu membentuk pengalaman emosional yang positif, sehingga berkontribusi langsung terhadap tingkat kepuasan.

Temuan ini sejalan dengan teori kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa persepsi positif terhadap elemen estetika suatu produk atau layanan dapat meningkatkan kepuasan secara keseluruhan. Selain itu, penelitian ini juga didukung oleh temuan Suryani (2020) yang menyebutkan bahwa dekorasi tematik berperan penting dalam menciptakan pengalaman menyenangkan dan mendorong kunjungan

ulang di taman wisata tematik.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat keterkaitan yang kuat antara variabel Dekorasi Tematik dan variabel Kepuasan Pengunjung, baik secara teoritis maupun empiris, sehingga dekorasi yang dirancang secara tematik dan menarik merupakan faktor penting dalam membentuk kepuasan serta loyalitas pengunjung terhadap destinasi wisata.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian terhadap 100 responden, ditemukan bahwa dekorasi tematik memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Lembang Wonderland. Analisis regresi menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan koefisien Beta sebesar 0,631, yang menandakan kontribusi kuat dari dekorasi terhadap peningkatan kepuasan. Temuan ini diperkuat oleh analisis deskriptif, di mana sebagian besar responden memberikan tanggapan positif terhadap aspek visual, kebersihan, kesesuaian tema, dan interaktivitas dekorasi, dengan skor di atas 80%. Dengan demikian, semakin baik desain dekorasi tematik yang dihadirkan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengunjung. Elemen visual tidak hanya memperkuat daya tarik estetis, tetapi juga membentuk kenyamanan, kesan positif, dan keinginan untuk kembali berkunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. M., Studi, P., Wilayah, P., Kota, D. A. N., Teknik, F., & Mataram, U. M. (2023). No Title.
- Ayu, J. P. (2021). Pengaruh Pemasaran Digital dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Bahari di Kepulauan Seribu. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(3), 223.
- Fabiana Meijon Fadul. (2019). Pengertian Teori menurut para ahli. 64–65.
- Fahmi, M., Gultom, D. K., Siregar, Q. R., & Daulay, R. (2022). Citra Destinasi dan Pengalaman Destinasi Terhadap Loyalitas: Peran Mediasi Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 23(1), 58–71.
- Hamdani, M. A., & Utomo, S. (2021). Sistem Informasi Geografis (Sig) Pariwisata Kota Bandung Menggunakan Google Maps Api Dan Php. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 11(1). <https://doi.org/10.56244/fiki.v11i1.389>
- Ii, B. A. B., & Pariwsata, A. (2018). Daya Tarik Dan Motivasi..., Anggra Pangestu, FKIP, UMP, 2018. 6–19.

- Isman, I., Patalo, R. G., & Pratama, D. E. (2020a). Pengaruh Sosial Media Marketing, Ekuitas Merek, Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ke Tempat Wisata. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), Inpress. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v7i1.7447>
- Isman, I., Patalo, R. G., & Pratama, D. E. (2020b). Pengaruh Sosial Media Marketing, Ekuitas Merek, Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ke Tempat Wisata. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), Inpress. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v7i1.7447>
- Kristiono dan Awan Setia D, R. D., Kristiono Dwi Susilo, R., & Setia Dharmawan, A. (2021). Paradigma Pariwisata Berkelanjutan... Paradigma Pariwisata Berkelanjutan di Indonesia dalam Perspektif Sosiologi Lingkungan. *Jurnal Indonesia Maju*, 1(1).
- Millah, A. S., Apriyani, Arobiah, D., Febriani, E. S., & Ramdhani, E. (2023). Analisis Data dalam Penelitian Tindakan Kelas. *Jurnal Kreativitas Mahasiswa*, 1(2), 140–153.
- Mufza, A. F., & Wulansari, N. (2023). Pengaruh Fasilitas dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Pengunjung di Daya Tarik Wisata Sirukam Dairy Farm Kabupaten Solok. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, 15046–15056.
- Mutiara, P., Ramadhan, S., & Hamzah, F. (2022). Pengaruh Laba Akuntansi Dan Arus Kas Terhadap Return Saham. *Ekono Insentif*, 16(2), 109–117. <https://doi.org/10.36787/jei.v16i2.929>
- Nalle, F. W. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kemiskinan Di Kecamatan Insana Kabupaten Timor Tengah Utara (Ttu). In *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan* (Vol. 1, Issue 3, p. 35). <https://doi.org/10.14710/jdep.1.3.35-45>
- Pelayanan, P. K., Wisata, D. T., Harga, D. A. N., Kepuasan, T., Wisata, O., Mas, P., Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., Lampung, U., & Lampung, B. (2022). Afifah Berliana.
- Safari, A., & Riyanti, A. (2023). Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Curug Aseupan Parongpong. *Tourism Scientific Journal*, 8(2), 246–265. <https://doi.org/10.32659/tsj.v8i2.248>
- Septiandari, W., Hidayatullah, S., Alviana, S., & Aprilia. (2021a). 12512-34303-1-SM.pdf. 15(2), 134–148.
- Septiandari, W., Hidayatullah, S., Alviana, S., & Aprilia. (2021b). 12512-34303-1-SM.pdf. 15(2), 134–148.
- Sugiyono, D. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan.
- Syahir, AhmadJainuri, M. (2016). Pembelajaran Konvensional. *Matedukasia*, III(2), 25–30. https://www.academia.edu/6942550/Pembelajaran_Konvensional. (2017). Tinjauan Pustaka Tinjauan Pustaka. *Convention Center Di Kota Tegal*, 4(80), 4.

- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Syarifuddin, D. (2021a). Nilai Budaya Tanam Padi sebagai Daya Tarik Wisata. *Media Wisata*, 18(2), 263–274. <https://doi.org/10.36276/mws.v18i2.105>
- Syarifuddin, D. (2021b). Nilai Kepuasan Pengunjung Saung Angklung Udjo. *Media Wisata*, 19(2), 167–178. <https://doi.org/10.36276/mws.v19i2.85>
- Syarifuddin, D. (2022a). Model Pengembangan Desa Wisata Melalui Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Ciburial. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 111–129. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2298>
- Syarifuddin, D. (2022b). Stone Garden Tourist Value. *Media Wisata*, 20(1), 102–114. <https://doi.org/10.36276/mws.v20i1.321>
- Syarifuddin, D. (2023). Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Pariwisata di Kampung Wisata Cireundeu, Cimahi, Jawa Barat. *JURNAL PARADIGMA : Journal of Sociology Research and Education*, 4(2), 141–157. <https://doi.org/10.53682/jpjsre.v4i2.8024>
- Widjianto, T. (2019). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Wisata, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Objek Wisata Ketep Pass. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Zaqiatun, R. (2022). Pengaruh Aksesibilitas, Fasilitas Dan Citra Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ke Wisata Kidung Kampoengku Karangnangka Kabupaten Banyumas. In *Skr.*