



---

## Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Wisatawan Untuk Menginap Kembali di Homestay Desa Wisata Taro

*The Effect of Satisfaction on Tourist Loyalty to Stay Back at Taro Tourism Village Homestay*

**Mayang Fitri Anggani**

Politeknik Pariwisata NHI Bandung, Indonesia.

\*Email: mayangfa@poltekpar-nhi.ac.id

\*Correspondence: Mayang Fitri Anggani

---

DOI:

10.59141/comserva.v2i5.688

Histori Artikel

Diajukan : 03-09-2022

Diterima : 17-09-2022

Diterbitkan : 29-09-2022

### ABSTRAK

Pada penelitian ini yang dilakukan di Desa Wisata Taro, bahwa di Desa Wisata Taro sebagai salah satu desa wisata yang sedang mengembangkan homestay untuk menunjang kualitas dari Desa Wisata. Secara praktis, meningkatnya kepuasan wisatawan untuk menginap di homestay mampu meningkatkan loyalitas wisatawan. Bagi pengelola homestay penting untuk memahami lingkungan bisnis dan kondisi pemasaran jasa untuk meningkatkan kepuasan wisatawan. Oleh sebab itu perlu dilakukan analisis mengenai kepuasan wisatawan pada homestay dalam upaya meningkatkan loyalitas wisatawan yang menginap. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik accidental sampling, berdasarkan perhitungan sampel yang ideal, penelitian ini menetapkan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode analisis data menggunakan uji asumsi klasik, uji regresi linear sederhana dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepuasan wisatawan memiliki hubungan secara positif dan signifikan terhadap loyalitas.

**Kata kunci:** Kepuasan Pelanggan; Homestay; Loyalitas

### ABSTRACT

*In this research which was conducted in the Taro Tourism Village, that in the Taro Tourism Village as one of the tourist villages that is developing homestays to support the quality of the Tourism Village. Practically, increasing tourist satisfaction to stay at homestays can increase tourist loyalty. It is important for homestay managers to understand the business environment and service marketing conditions to increase tourist satisfaction. Therefore it is necessary to do an analysis of tourist satisfaction at homestays in an effort to increase the loyalty of tourists who stay overnight. The sampling technique in this study was accidental sampling technique, based on ideal sample calculations, this study determined a sample size of 100 people. Methods of data collection using a questionnaire. Methods of data analysis using the classical assumption test, simple linear regression test and the coefficient of determination. The results showed that the variable tourist satisfaction has a positive and significant relationship to loyalty.*

**Keywords:** Customer Satisfaction; Homestay; Loyalty

---

## PENDAHULUAN

Pondok wisata atau *homestay* adalah penyediaan akomodasi berupa keseluruhan bangunan tinggal yang dihuni oleh pemiliknya dan dimanfaatkan sebagian untuk disewakan dengan memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari pemiliknya (Suardi &

---

Yunus, 2020). Menurut (Noor et al., 2020) program homestay dianggap sebagai produk pariwisata berbasis masyarakat. Meskipun program homestay berkembang pesat, industri ini menghadapi banyak tantangan baru.

Seperti halnya di Bali, pertumbuhan homestay begitu pesat diimbangi dengan timbulnya tantangan yang begitu besar baik dari faktor internal maupun dari eksternal. (Amir et al., 2015) menjelaskan bahwa faktor eksternal untuk homestay adalah persaingan ketat antara negara tetangga. Faktor internal meliputi terkait pengelolaan homestay yang efisien. Pengelolaan *homestay* yang tidak efisien berkontribusi pada kinerja yang buruk dalam hal kualitas pelayanan yang rendah dan tingkat hunian rata-rata yang moderat (Fitria, 2018).

*Homestay* menekankan pada produk ekowisata dan layanan berbasis masyarakat (Handayani et al., 2022). Wisatawan yang menginap pada *homestay* terlibat dalam aktivitas sehari-hari untuk merasakan gaya hidup dan budaya local (Prasetyawati & Bahri, 2019). Sama seperti dengan layanan lainnya, kepuasan wisatawan datang dari persepsi wisatawan tentang kualitas layanan pengusaha *homestay*. Kepuasan wisatawan akan memperkuat loyalitas pengunjung dan meningkatkan intensi untuk berkunjung kembali (Hidayatullah et al., 2020). Namun, seperti dikutip pada (Amir et al., 2015), mayoritas pengusaha homestay gagal memenuhi kebutuhan primer konsumen di lingkungan persaingan yang semakin ketat. Untuk memperthankan eksistensi dan keberlangsungan usaha *homestay*, mereka harus fokus pada kualitas layanan yang akan mempengaruhi kepuasan, yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas wisatawan (Waluyo, 2020).

Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewaan seorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan (Irnandha, 2016). Menurut (Ningtiastuti & Suryana, 2018) menjelaskan beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung wisatawan antara lain kualitas produk yang ditawarkan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pengunjung dan sesuai dengan apa yang diiklankan, biaya dan kemudahan (fasilitas) yang mendukung untuk memenuhi kebutuhan pengunjung saat menikmati objek wisata, kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada pengunjung, dan *emotional factor*, pelanggan akan merasa puas karena adanya *emotional value* yang diberikan oleh produk tersebut. Indikator kepuasan menurut (Poha et al., 2022) adalah rasa puas, menyenangkan, kesan positif. (Tjoanoto, 2013) menjelaskan bahwa indikator dari kepuasan dilihat dari *responsiveness of service* dan *overall satisfaction with service*.

(Setiawan & Sayuti, 2017), loyalitas pengunjung merupakan komitmen yang mendalam untuk berlangganan suatu produk atau jasa secara konsisten di masa yang akan datang. Loyalitas wisatawan adalah salah satu aspek penting dan tujuan bagi pemasar karena lebih diinginkan, dan lebih murah, untuk mempertahankan wisatawan yang sudah ada daripada menarik wisatawan baru (Muis et al., 2020). Wisatawan dengan tingkat loyalitas yang tinggi mewakili segmen pasar yang penting untuk banyak tujuan wisata, karena mereka lebih cenderung tinggal lebih lama di destinasi dari pada pengunjung pertama kali. Loyalitas wisatawan cenderung menyebarkan informasi positif melalui mulut ke mulut (WOM) dan berpartisipasi dalam kegiatan konsumtif lebih intensif (Li et al., 2010; Zhang et al., 2014). Indikator dari loyalitas diukur melalui *intention to revisit the destination* dan *recommendation* (Artuğer et al., 2013).

Secara praktis, meningkatnya kepuasan wisatawan untuk menginap di *homestay* mampu meningkatkan loyalitas wisatawan. Bagi pengelola *homestay* penting untuk memahami lingkungan bisnis dan kondisi pemasaran jasa untuk meningkatkan kepuasan wisatawan. Oleh sebab itu perlu dilakukan analisis mengenai kepuasan wisatawan pada *homestay* dalam upaya meningkatkan loyalitas wisatawan yang menginap.

Penelitian ini dilakukan di Desa Taro. Di pilihnya Desa Taro dikarenakan desa wisata ini merupakan salah satu desa wisata terbaik di Indonesia dan desa wisata ini sedang mengembangkan homestay untuk menunjang kualitas dari Desa Wisata. Homestay yang dikembangkan diakomodir oleh Kelompok Sadar Wisata Desa Taro dan selalu dibantu dalam pengembangan homestay baik dari fasilitas akomodasi maupun pengembangan sumber daya manusia. Homestay yang berada di Desa Taro ini semua dikelola betul-betul oleh keluarga pemilik rumah.

Akomodasi yang telah dikembangkan di Desa Wisata Taro berfokus pada pengembangan *homestay*. Menurut PERMENPAR RI No. 18 Tahun 2016, pondok wisata (*homestay*) adalah usaha penyediaan akomodasi berupa bangunan rumah tinggal yang dihuni oleh pemiliknya dan dimanfaatkan sebagian untuk disewakan dengan memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari pemiliknya, yang dimiliki oleh masyarakat setempat dalam rangka pemberdayaan ekonomi lokal. Kehadiran *homestay* di Desa Wisata Taro menyuguhkan pengalaman kebudayaan dan kehidupan masyarakat lokal kepada para wisatawan. Terdapat beberapa *homestay* yang sedang gencar dikembangkan di Desa Wisata Taro, yaitu: Jro Mangku Gede, Made Bidel House, Komang Petak Homestay, Bali Coconut House dan Tegal Dukuh Camp.

Pengembangan sumber daya bagi pemilik homestay untuk meningkatkan kualitas pelayanan sudah difasilitasi oleh desa dan porkdarwis yang bekerja sama dengan Politeknik Pariwisata Bali program studi Bisnis Hospitaliti selama tahun 2020-2021. Berdasarkan hasil pendampingan di Desa Taro, dalam kegiatan Assesmen Lapangan Sertifikasi Desa Wisata Berkelanjutan Tahun 2021 oleh Deputi III Bidang Pengembangan Destinasi dan Infrastruktur Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif bahwa sampai saat ini belum ada survei tentang kepuasan wisatawan terhadap Desa Wisata Taro. Melihat hal tersebut, perlu dilaksanakan penelitian mengenai kepuasan wisatawan menginap di *homestay* dan dampaknya pada loyalitas wisatawan pada kawasan Desa Wisata Taro. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas wisatawan saat menginap di homestay pada kawasan Desa Wisata Taro.

## **METODE**

Penelitian ini menjelaskan hubungan antara variabel kepuasan wisatawan dan loyalitas wisatawan, variabel independen adalah kepuasan wisatawan sedangkan variabel dependen adalah loyalitas wisatawan. Populasi pada penelitian ini adalah wisatawan yang sudah pernah menginap pada homestay-homestay di Desa Taro. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *Accidental Sampling*. Teknik ini menggunakan kuisisioner yang disebarkan kepada wisatawan yang pernah menginap di homestay berbasis masyarakat dan jumlah sampel dari penelitian ini berdasarkan teori dari Hair et al (2010; 101) adalah 75 orang (batas minimal) dan 150 (batas maksimal). Jadi, dalam penelitian ini menetapkan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif untuk meneliti sampel pada sebuah populasi dengan teknik pengumpulan data dari kuesioner. Teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Deskripsi Data**

Dari hasil penelitian yang dilakukan kepada 100 tamu, dapat diketahui gambaran tentang karakteristik menurut jenis kelamin, usia, profesi, status, pendidikan, asal dan lama menginap. Diperoleh responden laki-laki lebih sedikit dengan sejumlah 45 orang dengan persentase 45% dibandingkan jumlah perempuan sebanyak 55 orang dengan persentase 55%. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan yang ingin menginap di homestay pada kawasan Desa Wisata Taro lebih diminati

---

oleh perempuan. Berdasarkan usia diperoleh sebagian besar responden umur 20-24 tahun sebanyak 67 orang dengan persentase 67%. Hal ini berarti minat kunjungan wisatawan untuk menginap di homestay pada kawasan Desa Wisata Taro lebih diminati oleh usia muda yang berkeinginan besar untuk mengenal Desa Wisata Taro dengan tujuan untuk memperoleh pengalaman. Berdasarkan profesi, diperoleh sebagian besar responden memiliki latar belakang profesi sebagai pelajar. Tercatat bahwa total responden yang memiliki profesi sebagai pelajar sejumlah 53 orang dengan persentase 53%. Hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa dengan mayoritasnya pelajar yang menginap di homestay pada Desa Wisata Taro, banyak dimanfaatkan sebagai bentuk pembelajaran atau *field study*. Banyaknya responden yang memiliki status sebagai pelajar yang sebelumnya pernah menginap di *homestay* pada Desa Wisata Taro, juga menjelaskan bahwa pendidikan responden di dominasi oleh sarjana, sejumlah 58 orang dengan persentase 58%. Responden yang mengisi angket ini banyak yang berasal dari Bali, dengan jumlah sebanyak 87 orang yang memiliki persentase sebanyak 87%. Responden yang pernah menginap di *homestay* pada Desa Wisata Taro mayoritas hanya menginap selama 1 malam, hal ini dirasa dengan menginap 1 malam responden telah cukup untuk mengenal dan memiliki sebuah pengalaman untuk menginap di *homestay* pada Desa Wisata Taro. Jumlah responden yang menginap selama 1 malam sebanyak 39 orang, dengan persentase sebanyak 39%.

**Tabel 1. Hasil Pilot Test Uji Validitas dan Reliabilitas**

Variabel	Item	Validitas		Reliabilitas	
		<i>Pearson Correlation</i>	Keterangan	<i>Cronbach Alfa</i>	Keterangan
Kepuasan (X)	X.1	0,862	Valid	0,893	Reliabel
	X.2	0,880	Valid		
	X.3	0,844	Valid		
	X.4	0,745	Valid		
	X.5	0,856	Valid		
Loyalitas (Y)	Y.1	0,812	Valid	0,815	Reliabel
	Y.2	0,883	Valid		
	Y.3	0,876	Valid		

Hasil uji instrumen penelitian uji validitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 0,05 atau  $\alpha = 5\%$  dengan derajat bebas (*degree of freedom*).  $Df = n - k$ , untuk  $n = 30$  dan  $k = 2$ , maka  $df = 30 - 2 = 28$ . Berdasarkan tabel distribusi r, nilai r tabel = 0,361. Hasil diatas menunjukkan bahwa nilai r hitung > r tabel atau valid. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel kepuasan adalah 0,893 dan nilai loyalitas adalah 0,815. Hasil reliabilitas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* seluruh variabel penelitian bernilai melebihi dari 0,6. Hal ini berarti instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliable atau dapat dipercaya.

### Uji Asumsi Klasik

Menurut Sujarweni (Sujarweni, 2016) uji asumsi tersebut dapat dilakukan sebelum melakukan teknik analisis regresi linier sederhana yaitu dengan uji heterokedastisitas, normalitas, autokorelasi dan linieritas.

#### 1. Uji Heterokedastisitas

**Tabel 2. Hasil Uji Glejser Pengujian Heterokedastisitas**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	,792	,206		3,841	,000
	Kepuasan	-,065	,061	-,107	-1,067	,289

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah di dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian (keragaman) dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Hasil pengujian nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka mengindikasikan tidak terjadinya heterokedastisitas.

2. Uji Normalitas

**Tabel 3. Hasil Pengujian Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized
		Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,71922442
Most Extreme Differences	Absolute	,079
	Positive	,057
	Negative	-,079
Test Statistic		,079
Asymp. Sig. (2-tailed)		,126 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Penelitian ini menggunakan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov. Koefesien Asymp.sig.(2-tailed) lebih besar dari 0,05, sehingga dapat dijelaskan bahwa data telah berdistribusi normal.

3. Uji Autokorelasi

**Tabel 4. Hasil Pengujian Normalitas  
Runs Test**

	Unstandardize d Residual
Test Value <sup>a</sup>	,00957
Cases < Test Value	50
Cases >= Test Value	50
Total Cases	100
Number of Runs	44
Z	-1,407

---

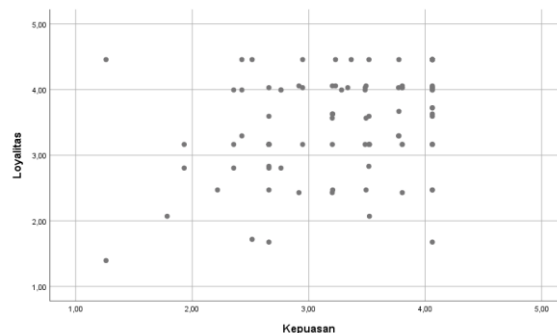
Asymp. Sig. (2-tailed) ,159

---

Berdasarkan hasil Tabel 4. pengujian *runs test* diatas, diketahui nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0.159 lebih besar dari 0.05, maka dapat dijelaskan bahwa tidak terdapat gejala atau masalah autokorelasi.

4. Uji Linearitas

Uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak



**Gambar 1. Hasil Pengujian Linearitas**

Gambar 1. dijelaskan bahwa sebaran residual yang mampu mengarah naik ke atas kanan secara berkelompok tanpa adanya pola residual yang terpecah maupun terbelah menjadi arah yang berbeda. Maka dapat dijelaskan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel kepuasan terhadap loyalitas.

**Analisis Regresi Linear Sederhana**

Konsep dasar regresi berkenaan sebagai upaya menjawab pertanyaan seberapa besar efek satu variabel kepuasan terhadap variabel loyalitas.

**Tabel 5. Hasil Pengujian Regresi Linear Sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	2,284	,350		6,529	,000
	Kepuasan	,370	,104	,339	3,562	,001

a. Dependent Variable: Loyalitas

R Square = 0,415

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana seperti yang disajikan pada Tabel 5, maka dapat dibuat persamaan struktural sebagai berikut  $Y = a + b1X1 + e = 2.284 + 0,370$  Nilai koefisien regresi variabel kepuasan bernilai positif dengan nilai signifikansi uji t kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel loyalitas. Besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang ditunjukkan oleh nilai determinasi total (R Square) sebesar 0,415 mempunyai arti bahwa sebesar 41,5% variasi loyalitas

dipengaruhi oleh variasi kepuasan, sedangkan sisanya sebesar 58,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.

### **Pembahasan**

Signifikansi pengaruh variabel kepuasan terhadap loyalitas secara empiris dapat dijelaskan bahwa pengelola homestay di Desa Wisata Taro telah menerapkan standar dan pelayanan yang optimal baik dari fasilitas dan daya tanggap SDM pada setiap homestay sehingga konsumen merasakan nyaman dan merasa puas ketika menginap. Hal ini akan memberikan dampak terhadap perilaku konsumen yang akan menginap kembali maupun merekomendasikan pengalamannya terhadap calon konsumen baru untuk datang menginap di homestay Desa Wisata Taro. Hasil ini diperoleh dari hasil implementasi para pemilik homestay sangat menerapkan pelatihan mengenai pengelolaan Homestay yang sudah diberikan oleh Politeknik Pariwisata Bali program studi Bisnis Hospitaliti. Menerapkan hasil latihan yang diberikan mampu berangsur-angsur meningkatkan jumlah wisatawan menginap. Terdapat pula wisatawan yang menginap kembali ke Homestay yang sudah pernah dikunjungi. Menurut Kepala Desa Taro juga menjelaskan setelah pelatihan diberikan kepada masyarakat pengelola akomodasi, banyak terjadi perubahan yang dari segi pelayanan yang diberikan kepada wisatawan yang menginap dan membuat wisatawan merasa nyaman dan puas serta mampu meningkatkan kunjungan kembali para wisatawan yang datang ke Desa Wisata Taro.

Hasil perolehan dari analisis penelitian selaras dengan teori bahwa kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewaan seorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan (Irnantha, 2016). Menurut (Maisaroh, 2016) menjelaskan beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung wisatawan antara lain kualitas produk yang ditawarkan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pengunjung dan sesuai dengan apa yang diiklankan, kualitas pelayanan, rasa emosional, biaya dan kemudahan (fasilitas) yang mendukung untuk memenuhi kebutuhan pengunjung. Secara praktis, meningkatnya kepuasan wisatawan untuk menginap di *homestay* mampu meningkatkan loyalitas wisatawan.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan tentang pengaruh kepuasan wisatawan loyalitas menginap di homestay di Desa Wisata Taro, dapat ditarik simpulan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel kepuasan (X) terhadap loyalitas (Y). Hal tersebut disebabkan dengan pelanggan memperoleh rasa nyaman dan puas yang sesuai dengan harapan dan standar fasilitas yang layak. Secara statistik, hasil uji t dengan nilai t hitung 3.562 lebih besar dari t tabel yaitu 1.984 dengan nilai (sig.) variabel kepuasan adalah sebesar 0.001 lebih kecil dari  $\alpha = 0.05$  Saran yang dapat diberikan terhadap pengelola homestay di Desa Wisata Taro ialah untuk kedepannya agar dipertahankan mutu hingga standar kualitas dari SDM dan fasilitas sehingga indeks kepuasan wisatawan tetap terjaga dan mampu memberikan tingkat loyalitas wisatawan yang lebih baik untuk menginap kembali di Desa Wisata Taro. Pihak pengelola Desa Wisata Taro tentu dapat bekerjasama dengan stakeholder baik terhadap Poltekar Bali hingga Forum Komunikasi Desa Wisata (Forkom Dewi) untuk selalu memberikan pelatihan maupun penilaian evaluasi seperti standar pelayanan yang hospitable terhadap wisatawan dan tata cara pengelolaan dan standar operasional prosedur dari sebuah akomodasi homestay.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Amir, A. F., Ismail, M. N. I., & See, T. P. (2015). Sustainable tourist environment: Perception of international women travelers on safety and security in Kuala Lumpur. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 168, 123–133.
- Artuğer, S., Çetinsöz, B. C., & Kılıç, I. (2013). The effect of destination image on destination loyalty: An application in Alanya. *European Journal of Business and Management*, 5(13), 124–136.
- Fitria, S. R. (2018). *Pemberdayaan Kegiatan Ekonomi Pendukung Pariwisata Di Kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru*. Universitas Brawijaya.
- Handayani, K., Sulistyadi, Y., & Hasibuan, B. (2022). Optimalisasi Implementasi Prinsip-Prinsip Ekowisata Berbasis Masyarakat di Pulau Wangi-Wangi. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 1, 7–29.
- Hidayatullah, S., Windhyastiti, I., Patalo, R. G., & Rachmawati, I. K. (2020). Citra Destinasi: Pengaruhnya terhadap Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan yang Berkunjung ke Gunung Bromo. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(1), 96–108.
- Irnanthya, A. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat (Studi Kasus Kepuasan Pelanggan Jne Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(6), 660–669.
- Maisaroh, E. (2016). *Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata dan Experiential Purchasing terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Pengunjung Domestik Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta)*. Manajemen-Fakultas Ekonomi.
- Muis, M. R., Gultom, D. K., Jufrizen, J., & Azhar, M. E. (2020). Model Elektronik Word of Mouth: Citra Destinasi, Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 1–19.
- Ningtiastuti, R., & Suryana, H. P. (2018). *Pengaruh Lokasi, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Breeze Bandung*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung.
- Noor, M. F., Indriani, N., & Sukmana, E. (2020). Pembangunan Homestay sebagai Fasilitas Pariwisata Penunjang Kesejahteraan Masyarakat Desa Budaya Pampang, Samarinda. *EPIGRAM (e-Journal)*, 17(2), 133–142.
- Poha, F. R., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2022). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Pengunjung Kopi Dari Hati Marisa). *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(1), 86–104.
- Prasetyawati, D., & Bahri, A. S. (2019). Capacity Building for Homestay Management in Batulayang Tourism Village, Bogor Regency, West Java, Indonesia [Peningkatan Kemampuan Pengelolaan Homestay di Desa Wisata Batulayang Kabupaten Bogor Jawa Barat, Indonesia]. *Proceeding of Community Development*, 2, 627–633.
- Setiawan, H., & Sayuti, A. J. (2017). Effects of service quality, customer trust and corporate image on customer satisfaction and loyalty: an assessment of travel agencies customer in South Sumatra



## Mayang Fitri Anggani

*The Effect of Satisfaction on Tourist Loyalty to Stay Back at Taro Tourism Village Homestay*

---

Indonesia. *Iosr Journal Of Business And Management (Iosr-Jbm)*, 19(5), 31–40.

Suardi, M. Y. Y., & Yunus, M. Y. (2020). Hubungan Tingkat Hunian Pengunjung Homestay terhadap Tingkat Pendapatan Owners di Desa Bontomarannu Kecamatan Uluere Kabupaten Bantaeng Provinsi Sulawesi Selatan. *Pepatudzu: Media Pendidikan Dan Sosial Kemasyarakatan*, 16(2), 96–109.

Sujarweni, V. W. (2016). *Kupas tuntas penelitian akuntansi dengan SPSS*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Tjoanoto, M. T. (2013). Pengaruh service quality terhadap customer satisfaction di restoran Jade Imperial. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(1).

Waluyo, T. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Membangun Minat Berkunjung Kembali: Studi Pada Hotel X Kota Pekalongan. *Jurnal Ilmu Dan Budaya*, 41(71).



© 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).