

EVALUASI KEMITRAAN PEMERINTAH-SWASTA DALAM PENGELOLAAN WISATA DAERAH DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG

Nurfadillah Putri Ayu Lestari¹, Gugun Geusan Akbar²

^{1),2)} Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Garut, Garut, Indonesia
Email Korespondensi: 24012121098@uniga.ac.id

ABSTRACT

Tourism management in Garut Regency continues to face challenges in maintaining visitor satisfaction and loyalty, particularly in destinations managed through public-private partnerships. This study aims to evaluate the implementation of the Build-Operate-Transfer scheme as a form of Public-Private Partnership in the management of Cipanas Indah Hotel and Water Park, and to analyze the influence of service quality and initial expectations on visitor satisfaction and loyalty. The study employed a mixed-methods approach with a sequential explanatory design, combining quantitative analysis using Partial Least Squares Structural Equation Modeling on 99 respondents with qualitative interviews involving government representatives, private managers, and visitors. The findings reveal that service quality significantly affects visitor satisfaction and loyalty, while initial expectations only influence satisfaction. Visitor satisfaction does not directly affect loyalty, indicating the presence of pragmatic loyalty driven by economic value and distinctive facilities. The implementation of the Build-Operate-Transfer scheme has proven effective in maintaining operational sustainability and contributing to local revenue, although transparency and public participation remain in need of improvement.

Keywords: *Build-Operate-Transfer; Public-Private Partnership; Service Quality; Tourism Management; Visitor Satisfaction.*

ABSTRAK

Pengelolaan pariwisata di Kabupaten Garut masih menghadapi tantangan dalam menjaga kepuasan dan loyalitas pengunjung, khususnya pada destinasi wisata yang dikelola melalui kemitraan pemerintah dan swasta. Penelitian ini bertujuan mengevaluasi penerapan kerja sama pengelolaan wisata antara pemerintah dan pihak swasta serta menganalisis pengaruh kualitas layanan dan ekspektasi awal terhadap kepuasan dan loyalitas pengunjung di Hotel dan Taman Air Cipanas Indah. Penelitian menggunakan pendekatan gabungan kuantitatif dan kualitatif secara bertahap (sequential explanatory) melalui penyebaran kuesioner kepada 99 responden serta wawancara dengan pemerintah daerah, pengelola, dan pengunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pengunjung, sedangkan ekspektasi awal hanya memengaruhi kepuasan. Kepuasan pengunjung tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas karena loyalitas lebih dipengaruhi oleh nilai ekonomi dan fasilitas unggulan. Kerja sama pengelolaan wisata terbukti mampu menjaga keberlanjutan operasional dan meningkatkan pendapatan daerah, meskipun transparansi dan partisipasi masyarakat masih perlu ditingkatkan.

Kata kunci: *Build-Operate-Transfer; kemitraan pemerintah-swasta; kualitas layanan; kepuasan pengunjung; pengelolaan pariwisata.*

A. PENDAHULUAN

Kabupaten Garut sering dijuluki sebagai “Swiss of Java” karena kondisi geografisnya yang dikelilingi oleh pegunungan serta didukung oleh karakter masyarakat yang ramah. Kedua aspek ini menjadi aset penting

yang sangat potensial untuk dikembangkan sebagai kekuatan dalam memajukan sektor pariwisata berbasis alam dan budaya lokal. Garut memiliki beragam jenis wisata, mulai dari wisata pantai, petualangan alam, pegunungan, hingga wisata buatan (artificial tourism), yang menjadikannya sebagai daerah dengan potensi Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang menjanjikan dari sektor ini. Letaknya yang strategis, dekat dengan Kota Bandung dan Jakarta, menjadikan Garut sebagai destinasi alternatif populer, terutama di akhir pekan dan musim liburan. Kemudahan akses tersebut mendorong pentingnya kesadaran wisata di kalangan masyarakat Garut agar mampu melihat peluang kesejahteraan yang dapat dihasilkan dari pengelolaan sektor pariwisata yang berkelanjutan dan profesional (Tetep et al., 2021).



Gambar 1. Data Pengunjung Taman Air Cipanas Indah

Sumber: Data Pengelola Hotel & Taman Air Cipanas Indah, 2024

Pengelolaan pariwisata yang ideal harus mampu menjaga stabilitas kunjungan sepanjang tahun melalui promosi berkelanjutan, inovasi produk, dan peningkatan kualitas layanan. Data

pengunjung pada Gambar 1 menunjukkan fluktuasi signifikan, dengan puncak kunjungan lebih dari 30.000 orang pada bulan November–Desember dan penurunan hingga sekitar 5.000 orang pada bulan Februari–Maret. Kondisi ini menunjukkan ketergantungan pada musim liburan dan lemahnya strategi pengelolaan, yang dipengaruhi oleh cuaca, minimnya hari libur, dan promosi yang kurang aktif, sehingga diperlukan strategi pengelolaan yang lebih optimal.

Untuk mengatasi hal tersebut, diperlukan strategi pengelolaan yang melibatkan kolaborasi lintas sektor. Dalam kajian administrasi publik, pengelolaan pariwisata yang optimal tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah, tetapi juga memerlukan keterlibatan sektor swasta. Salah satu pendekatan yang banyak diterapkan adalah skema Public-Private Partnership (PPP) atau Kemitraan Pemerintah-Swasta (KPS). Djabbari (2024) mendefinisikan PPP sebagai bentuk kerja sama jangka panjang antara pemerintah dan pihak swasta yang dituangkan dalam kontrak, bertujuan meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan publik. Dalam konteks pariwisata, PPP memungkinkan pengelolaan infrastruktur dan fasilitas wisata secara profesional dan berkelanjutan melalui pembagian tanggung jawab dan pemanfaatan sumber daya bersama (Muhsin, 2022).

Salah satu model PPP yang relevan adalah Build-Operate-Transfer (BOT), yaitu skema di mana pihak swasta bertanggung jawab penuh atas pembiayaan, pembangunan, pengelolaan, dan pemeliharaan fasilitas infrastruktur selama jangka waktu tertentu sesuai kontrak. Setelah masa kontrak berakhir, seluruh aset dan fasilitas yang telah dibangun wajib diserahkan kembali kepada pemerintah daerah (Casmiwati & Tuah, 2025). Model ini menawarkan sejumlah keuntungan, seperti mengurangi beban fiskal pemerintah, pembagian risiko yang lebih adil antara pemerintah dan swasta, peningkatan efisiensi dan inovasi dalam pengelolaan infrastruktur, serta percepatan penyelesaian proyek. Namun demikian, BOT juga menghadapi tantangan seperti kepastian regulasi yang harus stabil, kebutuhan akan transparansi dan akuntabilitas tinggi, kompleksitas negosiasi perjanjian konsesi, serta risiko keuangan yang harus dikelola secara cermat agar proyek dapat berkelanjutan (Jasmine, 2024).

Di Indonesia, Build-Operate-Transfer (BOT) dikenal sebagai Bangun Guna Serah (BGS) sesuai Permendagri No. 19 Tahun 2016 tentang Pedoman Pengelolaan Barang Milik Daerah. Berdasarkan Pasal 1 ayat (36), BGS merupakan pemanfaatan aset daerah, terutama tanah, oleh pihak swasta melalui pembangunan dan pengelolaan bangunan beserta fasilitasnya dalam jangka waktu tertentu, sebelum diserahkan kembali kepada pemerintah. Skema ini umumnya diterapkan ketika pemerintah

membutuhkan infrastruktur penunjang pelayanan publik namun terbatas anggaran APBD. Dengan perencanaan dan pengawasan yang tepat, BOT/BGS tidak hanya efisien secara fiskal, tetapi juga meningkatkan kualitas layanan publik dan profesionalisme pengelolaan (Astuti, 2022).

Dalam sektor pariwisata, Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 menegaskan bahwa pengelolaan menjadi kewenangan Dinas Pariwisata Daerah, meliputi perencanaan, penyediaan fasilitas, promosi, pengawasan, serta pembinaan pelaku usaha wisata. Pelaksanaannya melibatkan masyarakat dan sektor swasta, termasuk melalui kemitraan (Iqbal & Fasyehhudin, 2021) yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dan usaha kecil, mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, menciptakan lapangan kerja, serta memberdayakan masyarakat melalui pemerataan usaha (Hafsah, 2000, sebagaimana dikutip dalam Indahsari et al., 2022).

Menurut Casanova (2012, dalam Djabbari, 2024), keberhasilan PPP dapat diukur melalui empat dimensi, yaitu equity, effectiveness, efficiency, dan exportability. Dimensi equity menekankan keadilan, di mana pihak yang memanfaatkan infrastruktur wajib menanggung biaya operasional dan pemeliharaan sesuai tingkat penggunaan. Effectiveness berkaitan dengan pengelolaan keuangan, pengawasan pendapatan, kualitas layanan, dan pemeliharaan infrastruktur yang

optimal, dengan pemerintah berperan aktif sebagai pemimpin sektor publik. Efficiency menunjukkan kemampuan sektor swasta dalam memanfaatkan teknologi dan inovasi untuk meningkatkan efisiensi pelayanan. Sementara itu, exportability mengacu pada pergeseran risiko dari pemerintah ke swasta, dengan tuntutan mekanisme pembiayaan yang transparan, fleksibel, dan adil. Keempat dimensi tersebut memberikan kerangka evaluasi pada tingkat makro, namun untuk menilai dampak langsung bagi wisatawan, diperlukan pengukuran kualitas layanan pada tingkat operasional.

Menurut Warella (1997, sebagaimana dikutip dalam Wahyuni, 2023), kualitas pada dasarnya merupakan kata yang menyandang arti relatif karena bersifat abstrak; kualitas dapat digunakan untuk menilai atau menentukan tingkat penyesuaian suatu hal terhadap persyaratan atau spesifikasinya. Pelayanan (service) oleh beberapa ahli disebut sebagai suatu perbuatan (deed), kinerja (performance), atau usaha (effort), sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah nilai dari perbuatan, kinerja, dan usaha yang dilakukan oleh pemberi jasa serta dipersepsikan oleh penerima jasa tersebut.

Pengukuran kepuasan pengunjung dalam sektor pariwisata umumnya merujuk pada kerangka kualitas pelayanan publik yang terdiri atas lima dimensi menurut Parasuraman

et al. sebagaimana dikutip dalam Malawat (2022), yaitu bukti nyata (tangibles) yang mencakup fasilitas fisik, penampilan personal, serta sarana komunikasi; keandalan (reliability) yang berhubungan dengan kemampuan memberikan pelayanan secara cepat, akurat, dan memuaskan; daya tanggap (responsiveness) yang merefleksikan keinginan untuk segera merespons kebutuhan pelanggan; jaminan (assurance) yang berkaitan dengan kecakapan, pengetahuan, dan kesopanan staf sehingga mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan; serta empati (empathy) yang menunjukkan kemampuan berkomunikasi secara personal dan penuh perhatian kepada pelanggan.

Kualitas layanan yang baik menjadi faktor kunci dalam membentuk loyalitas pengunjung. Hardana et al. (2022) menegaskan bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan dalam menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan tersebut memungkinkan perusahaan memahami secara seksama harapan dan kebutuhan pelanggan, sehingga kepuasan dapat menciptakan kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan. Riadi et al. (2023) menambahkan bahwa kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan pengunjung yang diperoleh dari perbandingan antara pelayanan yang diterima

dan nilai kualitas yang sebelumnya diharapkan, sekaligus menjadi salah satu penentu utama minat berkunjung kembali.

Menurut Kotler (2006, sebagaimana dikutip dalam Longdong et al., 2022), kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang timbul setelah membandingkan kinerja produk dengan harapan. Pelanggan tidak akan puas jika kinerja berada di bawah harapan, puas jika sesuai harapan, dan sangat puas jika melebihi harapan. Primadi et al. (2021) mengidentifikasi tiga faktor utama yang memengaruhi kepuasan, yaitu kondisi sarana dan prasarana, faktor emosional seperti rasa nyaman, serta kualitas interaksi dengan petugas pelayanan. Ketiga aspek ini membentuk persepsi pengunjung yang kemudian memengaruhi keputusan mereka untuk berkunjung kembali. Septyarani & Nurhadi (2023) menambahkan bahwa loyalitas tidak akan terbentuk tanpa kualitas layanan yang konsisten dan kemampuan pengelola dalam memahami serta mengelola emosi pengunjung.

Kerangka Expectancy Disconfirmation Theory (EDT) oleh Oliver (1980, sebagaimana dijelaskan oleh Luthfiani et al., 2024) memberikan landasan untuk memahami terbentuknya kepuasan atau ketidakpuasan pengunjung. Teori ini menyatakan bahwa kepuasan terjadi ketika kinerja aktual suatu produk atau jasa melampaui ekspektasi, sedangkan ketidakpuasan muncul jika kinerja berada di bawah harapan. Dalam konteks

pariwisata, EDT dapat digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana kualitas layanan yang diberikan pengelola memenuhi atau melampaui harapan pengunjung, serta dampaknya terhadap loyalitas dan kunjungan ulang.

Beberapa studi terdahulu telah menunjukkan keberhasilan implementasi PPP di sektor pariwisata. Yunus & Susanti (2021) menemukan bahwa penerapan PPP di Kabupaten Sinjai, Sulawesi Selatan, mempercepat pembangunan infrastruktur pariwisata, meningkatkan pelayanan, serta berdampak positif terhadap daya tarik dan kepuasan pengunjung. Ridwan & Mudiyo (2021) menemukan bahwa implementasi PPP di wilayah Jawa Barat Selatan menghadapi tantangan koordinasi antar-pemangku kepentingan, namun tetap memberikan hasil positif terhadap efisiensi anggaran dan partisipasi masyarakat. Abdulloh et al. (2023) di Kota Balikpapan menekankan bahwa penguatan peran Corporate Social Responsibility (CSR) dalam PPP dapat memperluas dampak sosial ekonomi sektor pariwisata. Sementara itu, Djabbari (2024) meneliti model Life Cycle Contract (LCC) di Toraja Utara, di mana pihak swasta menjadi inisiator desain, pembangunan, pembiayaan, hingga pemeliharaan objek wisata sebelum intervensi pemerintah, dan terbukti efektif mengefisienkan anggaran serta meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui pembagian hasil yang adil.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa PPP mampu memberikan kontribusi positif dalam pengembangan sektor pariwisata. Namun demikian, sebagian besar kajian tersebut masih berfokus pada dimensi kelembagaan, pembiayaan, dan pengelolaan program. Kajian empiris yang secara langsung menguji keterkaitan antara model BOT dengan kualitas layanan yang dirasakan pengunjung serta implikasinya terhadap tingkat kepuasan masih relatif terbatas, khususnya pada destinasi wisata daerah seperti taman air. Padahal, dalam kerangka pengelolaan pariwisata berkelanjutan, evaluasi terhadap pengalaman dan persepsi pengunjung merupakan indikator kunci yang menentukan keberhasilan dan keberlanjutan kemitraan.

Sejumlah variabel moderasi, termasuk usia, jenis kelamin, dan frekuensi kunjungan, digunakan untuk mengeksplorasi apakah hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pengunjung berbeda secara signifikan antar kelompok. Usia memengaruhi respons terhadap layanan, di mana generasi muda lebih responsif terhadap efisiensi dan inovasi, sementara kelompok yang lebih tua lebih menghargai keramahan dan keandalan staf (Makawowor & Dewantara, 2023). Jenis kelamin memoderasi persepsi layanan, dengan pengunjung perempuan menunjukkan tingkat kepedulian yang lebih tinggi terhadap kebersihan, detail fasilitas, dan kualitas

layanan dibandingkan pengunjung laki-laki (Adriana et al., 2021). Frekuensi kunjungan juga dapat memengaruhi tingkat kepuasan, karena pengunjung dengan pengalaman kunjungan yang lebih sering cenderung menilai kualitas layanan secara lebih kritis (Derizal, 2023).

Selain itu, Importance-Performance Map Analysis (IPMA) digunakan untuk menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja setiap konstruk dalam menjelaskan konstruk target, sehingga membantu menentukan prioritas tindakan manajerial dengan memfokuskan perbaikan pada konstruk yang memiliki pengaruh tinggi namun kinerjanya masih rendah (Hauff et al., 2024). Dalam penelitian ini, IPMA relevan untuk mengidentifikasi dimensi kualitas layanan, seperti tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy, yang berpengaruh besar terhadap loyalitas atau niat berkunjung kembali, namun masih memerlukan peningkatan kinerja di Taman Air Cipanas Indah.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas layanan, ekspektasi awal, dan kepuasan pengunjung terhadap loyalitas dan niat kembali pengunjung Hotel dan Taman Air Cipanas Indah secara kuantitatif, serta mengevaluasi implementasi skema Build-Operate-Transfer (BOT) melalui analisis kualitatif untuk menjelaskan temuan tersebut.

Perbedaan pengaruh antar kelompok pengunjung juga dianalisis menggunakan Multi-Group Analysis (MGA). Penelitian ini menerapkan pendekatan sequential explanatory, di mana tahap awal dilakukan analisis kuantitatif untuk menguji hipotesis, kemudian dilanjutkan dengan analisis kualitatif untuk memberikan interpretasi yang lebih mendalam terhadap temuan.

Selanjutnya, aspek-aspek layanan yang menjadi perhatian utama pengunjung dianalisis melalui Importance-Performance Map Analysis. Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi teoretis dalam kajian administrasi publik terkait kemitraan pemerintah-swasta dalam pengelolaan pariwisata, sekaligus memberikan manfaat praktis bagi pemerintah daerah, mitra swasta, dan pengelola wisata dalam meningkatkan kualitas layanan dan mendukung pengembangan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Hipotesis Penelitian



Gambar 2. Diagram Struktural Penelitian

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan struktur model diagram pada Gambar 2, penelitian ini mengusulkan delapan hipotesis sebagai berikut:

H1: Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengunjung.

H2: Ekspektasi Awal berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengunjung.

H3: Kepuasan Pengunjung berpengaruh positif terhadap Loyalitas dan Niat Kembali.

H4: Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas dan Niat Kembali.

H5: Ekspektasi Awal berpengaruh positif terhadap Loyalitas dan Niat Kembali.

H6: Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas dan Niat Kembali melalui Kepuasan Pengunjung.

H7: Ekspektasi Awal berpengaruh positif terhadap Loyalitas dan Niat Kembali melalui Kepuasan Pengunjung.

H8: Perbedaan demografi (jenis kelamin, usia, dan frekuensi kunjungan) memengaruhi koefisien jalur antar variabel.

A. KAJIAN PUSTAKA

Expectancy Disconfirmation Theory (Middle Range Theory)

Expectancy Disconfirmation Theory (EDT) yang dikembangkan oleh Oliver (1980) merupakan salah satu teori yang paling banyak digunakan untuk menjelaskan terbentuknya kepuasan pengguna terhadap suatu produk maupun layanan. Teori ini menjelaskan bahwa kepuasan merupakan hasil evaluasi individu melalui proses membandingkan ekspektasi sebelum menerima layanan dengan kinerja aktual yang dirasakan setelah layanan diberikan. Ketika kinerja layanan mampu

memenuhi atau bahkan melampaui harapan pengguna (positive disconfirmation), maka tingkat kepuasan akan meningkat. Sebaliknya, apabila kinerja layanan berada di bawah harapan (negative disconfirmation), maka akan muncul ketidakpuasan. Oleh karena itu, kepuasan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan, tetapi juga oleh ekspektasi yang telah terbentuk sebelumnya.

Dalam konteks sektor pariwisata, ekspektasi pengunjung dibangun melalui berbagai sumber informasi seperti promosi destinasi, media sosial, ulasan wisatawan lain, maupun pengalaman kunjungan sebelumnya. Setelah menikmati pelayanan dan fasilitas yang tersedia, pengunjung akan melakukan evaluasi terhadap pengalaman aktual yang diperoleh. Hasil evaluasi tersebut menentukan tingkat kepuasan yang selanjutnya memengaruhi perilaku pascakunjungan, seperti niat untuk kembali berkunjung maupun kesediaan memberikan rekomendasi kepada orang lain (Rather, 2021). Dengan demikian, Expectancy Disconfirmation Theory menjadi landasan teoritis utama dalam penelitian ini karena mampu menjelaskan mekanisme hubungan antara ekspektasi awal, kualitas layanan, kepuasan pengunjung, dan loyalitas pengunjung pada pengelolaan destinasi wisata melalui kemitraan pemerintah dan swasta.

Public-Private Partnership (Applied Theory)

Public-Private Partnership (PPP) merupakan bentuk kerja sama jangka panjang antara pemerintah dan sektor swasta dalam penyediaan infrastruktur maupun pelayanan publik melalui pembagian tanggung jawab, investasi, risiko, serta manfaat yang diperoleh masing-masing pihak (World Bank, 2023). Konsep ini berkembang sebagai respons terhadap keterbatasan kapasitas pemerintah dalam memenuhi kebutuhan pembangunan, sehingga keterlibatan sektor swasta diharapkan mampu meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan kualitas pelayanan publik. Dalam paradigma tata kelola pemerintahan modern, pemerintah tidak lagi menjadi satu-satunya aktor penyedia layanan publik, melainkan berperan sebagai regulator, fasilitator, dan pengawas yang berkolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan.

Pada sektor pariwisata, penerapan PPP memungkinkan pemerintah daerah memperoleh dukungan investasi, inovasi, teknologi, dan kemampuan manajerial dari sektor swasta dalam mengembangkan serta mengelola destinasi wisata. Kolaborasi tersebut tidak hanya ditujukan untuk meningkatkan daya tarik wisata dan pendapatan daerah, tetapi juga untuk menghasilkan pelayanan yang berkualitas bagi pengunjung. Keberhasilan kemitraan

pemerintah dan swasta pada akhirnya ditentukan oleh kemampuan kedua belah pihak dalam membangun tata kelola yang transparan, akuntabel, serta mampu menghasilkan manfaat yang berkelanjutan bagi masyarakat dan pengguna layanan (UNWTO, 2022). Dalam penelitian ini, konsep PPP digunakan untuk menjelaskan bentuk kemitraan antara Pemerintah Kabupaten Garut dan pihak swasta dalam pengelolaan Taman Air Cipanas Indah.

Build-Operate-Transfer (Applied Theory)

Build-Operate-Transfer (BOT) merupakan salah satu bentuk implementasi Public-Private Partnership yang memberikan hak kepada pihak swasta untuk membangun, mengoperasikan, serta mengelola suatu aset publik dalam jangka waktu tertentu sebelum akhirnya diserahkan kembali kepada pemerintah sebagai pemilik aset (Yescombe, 2018). Melalui skema ini, pemerintah memperoleh manfaat berupa pembangunan infrastruktur tanpa harus menanggung seluruh biaya investasi pada tahap awal, sedangkan pihak swasta memperoleh kesempatan untuk mengembalikan investasi melalui kegiatan operasional selama masa konsesi berlangsung.

Di Indonesia, penerapan BOT dikenal sebagai skema Bangun Guna Serah yang diatur dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 19 Tahun 2016 tentang Pedoman Pengelolaan Barang Milik Daerah. Skema tersebut banyak diterapkan dalam pengelolaan aset daerah, termasuk sektor pariwisata, karena dinilai

mampu meningkatkan pemanfaatan aset publik secara lebih produktif. Keberhasilan implementasi BOT tidak hanya diukur dari keberhasilan pembangunan fisik, tetapi juga dari efektivitas pengelolaan operasional, kualitas pelayanan, keberlanjutan fasilitas, serta manfaat ekonomi yang dihasilkan bagi pemerintah daerah maupun masyarakat. Oleh sebab itu, konsep BOT menjadi dasar dalam mengevaluasi pengelolaan Taman Air Cipanas Indah yang dilaksanakan melalui kerja sama antara pemerintah daerah dan pihak swasta.

Service Quality (Applied Theory)

Kualitas layanan merupakan kemampuan organisasi dalam memberikan pelayanan yang mampu memenuhi atau melebihi harapan pengguna jasa (Parasuraman et al., 1988). Dalam sektor jasa, kualitas layanan menjadi faktor penting yang menentukan persepsi pengguna terhadap suatu organisasi karena layanan tidak hanya dinilai dari hasil akhir, tetapi juga dari proses pelayanan yang diterima. Model SERVQUAL menjelaskan bahwa kualitas layanan terdiri atas lima dimensi utama, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Kelima dimensi tersebut digunakan secara luas dalam penelitian pariwisata karena mampu menggambarkan pengalaman pengunjung terhadap pelayanan yang diberikan oleh pengelola destinasi wisata.

Semakin baik kualitas layanan yang dirasakan pengunjung, semakin besar

kemungkinan terbentuknya kepuasan terhadap destinasi wisata. Sebaliknya, pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan akan menimbulkan persepsi negatif yang berdampak pada rendahnya tingkat kepuasan serta menurunkan minat untuk melakukan kunjungan kembali. Oleh karena itu, kualitas layanan dipandang sebagai salah satu determinan utama dalam membangun pengalaman wisata yang positif sekaligus meningkatkan daya saing destinasi wisata (Kotler et al., 2022). Dalam penelitian ini, kualitas layanan diposisikan sebagai variabel yang memengaruhi kepuasan serta loyalitas pengunjung terhadap Taman Air Cipanas Indah.

Loyalitas Pengunjung (Applied Theory)

Loyalitas pengunjung merupakan komitmen yang terbentuk setelah individu memperoleh pengalaman positif terhadap suatu destinasi wisata sehingga mendorong keinginan untuk melakukan kunjungan ulang serta memberikan rekomendasi kepada orang lain (Oliver, 1999). Loyalitas tidak hanya tercermin dalam perilaku pembelian ulang atau kunjungan kembali, tetapi juga pada sikap positif yang ditunjukkan melalui kepercayaan, preferensi, dan kesediaan mempromosikan destinasi kepada calon pengunjung lainnya.

Dalam industri pariwisata, loyalitas menjadi indikator penting karena biaya

mempertahankan pengunjung yang sudah ada relatif lebih rendah dibandingkan memperoleh pengunjung baru. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa loyalitas dipengaruhi oleh pengalaman wisata yang menyenangkan, kualitas layanan yang baik, serta tingkat kepuasan yang tinggi (Rather, 2021). Dengan demikian, semakin tinggi kepuasan yang dirasakan pengunjung setelah memperoleh pelayanan, semakin besar kemungkinan mereka untuk kembali mengunjungi destinasi tersebut dan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain. Dalam penelitian ini, loyalitas pengunjung diposisikan sebagai variabel akhir yang dipengaruhi oleh kualitas layanan, ekspektasi awal, dan kepuasan pengunjung dalam konteks pengelolaan Taman Air Cipanas Indah melalui skema kemitraan pemerintah-swasta.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan mixed methods dengan model sequential explanatory design, yaitu kombinasi metode kuantitatif dan kualitatif yang dilakukan secara berurutan. Pada desain ini, metode kuantitatif digunakan terlebih dahulu, diikuti oleh metode kualitatif yang berfungsi memperdalam atau menjelaskan hasil kuantitatif sebelumnya. Menurut Creswell (2018, sebagaimana dikutip dalam Pane et al., 2022), desain ini disebut juga two-phase

design, karena pelaksanaan kedua metode dilakukan dalam dua tahap berbeda, tidak secara bersamaan. Hasil kuantitatif dan kualitatif dari kedua tahap tersebut kemudian diintegrasikan dan didiskusikan dengan mengacu pada penelitian sebelumnya, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pengelolaan pariwisata dan kualitas layanan wisata (Khabibullah et al., 2024).

Tahap kuantitatif dilakukan menggunakan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) yang dianalisis dengan perangkat lunak SmartPLS versi 4. Pendekatan ini dipilih karena mampu menguji hubungan antar variabel laten, indikator, serta kesalahan pengukuran meskipun teori belum sepenuhnya mapan (Nazaina et al., 2023). Analisis kuantitatif mencakup uji validitas konstruk melalui outer loading dan Average Variance Extracted (AVE), uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha dan Composite Reliability (CR), serta uji signifikansi antar variabel menggunakan bootstrapping dan pengukuran kekuatan model melalui nilai R^2 , f^2 , dan Q^2 .

Instrumen penelitian berupa kuesioner berskala Likert lima poin (1 = sangat tidak setuju sampai 5 = sangat setuju) yang mencakup variabel kualitas layanan (14 indikator berbasis SERVQUAL), ekspektasi awal (5 indikator), kepuasan pengunjung (5 indikator), serta loyalitas dan niat kembali (8 indikator). Penelitian ini juga menggunakan

variabel demografis berupa usia, jenis kelamin, dan frekuensi kunjungan yang dianalisis melalui Multi-Group Analysis (MGA) untuk mengidentifikasi perbedaan koefisien jalur antar kelompok responden. Pengumpulan data dilakukan pada periode 25 Juni hingga 8 Juli 2025, baik secara langsung (offline) di Taman Air Cipanas Indah maupun secara daring (online) melalui WhatsApp dan Instagram. Responden dipilih menggunakan teknik accidental sampling terhadap pengunjung yang bersedia mengisi kuesioner, dengan jumlah responden sebanyak 99 orang yang diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia (18–30 tahun dan 31–45 tahun), serta frekuensi kunjungan (2–3 kali dan lebih dari 3 kali).

Tahap kualitatif dilakukan untuk memperdalam temuan kuantitatif, terutama terkait implementasi skema Build-Operate-Transfer (BOT) dan dampaknya terhadap kualitas layanan, kepuasan, serta loyalitas pengunjung. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pendekatan selektif yang mempertimbangkan relevansi dan peran informan dalam konteks riset, sehingga memungkinkan peneliti memperoleh data yang mendalam dan representatif (Arianto & Handayani, 2024).

Informan terdiri atas dua orang perwakilan Dinas Pariwisata Kabupaten Garut, dua orang perwakilan pihak swasta selaku mitra pengelola wisata, dan enam pengunjung

Hotel Cipanas Indah dengan frekuensi kunjungan berbeda. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur menggunakan panduan pertanyaan yang fleksibel, sehingga memungkinkan eksplorasi lebih mendalam sesuai konteks wawancara (Adinugraha et al., 2025).

Untuk menjaga validitas dan kredibilitas data, dilakukan triangulasi sumber dan metode dengan membandingkan informasi dari berbagai informan serta mengintegrasikan hasil kualitatif dengan temuan kuantitatif. Selain itu, diterapkan member checking untuk memverifikasi interpretasi hasil wawancara kepada informan (Luthfiyani & Murhayati, 2024). Menurut Pane et al. (2022), pendekatan mixed methods ini memberikan hasil penelitian yang lebih komprehensif, valid, reliabel, dan objektif dibandingkan penggunaan satu metode saja, serta memungkinkan peneliti tidak hanya menguji hubungan antar variabel secara statistik, tetapi juga memahami dinamika kemitraan pariwisata secara kontekstual dan empiris.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Data Kuantitatif

Evaluasi Model Pengukuran

Tabel 1
Hasil Validitas Konvergen

Item	OL	CA	rho	rho	AVE
Ekspektasi Awal		0.888	0.888	0.918	0.691

Item	OL	CA	rho	rho	AVE
Saya memiliki ekspektasi tinggi terhadap layanan di hotel ini.	0.828				
Saya percaya fasilitas yang tersedia akan memuaskan.	0.843				
Saya mengharapkan pengalaman yang menyenangkan saat berkunjung.	0.799				
Saya mendapat informasi positif tentang hotel ini sebelum datang.	0.823				
Sebelum datang, saya percaya hotel ini memiliki fasilitas yang lengkap.	0.860				
Kualitas Layanan		0.927	0.930	0.941	0.696
Staf mendengarkan keluhan dan masukan dengan baik.	0.887				
Staf berusaha memberikan kenyamanan selama berkunjung.	0.860				
Area taman nyaman dan menarik.	0.787				
Staf memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan.	0.787				
Staf mampu menyelesaikan masalah dengan baik.	0.828				
Staf tanggap terhadap pertanyaan dan keluhan.	0.841				
Staf terlihat profesional dan kompeten.	0.844				
Kepuasan Pengunjung		0.831	0.837	0.888	0.665
Saya merasa puas dengan pelayanan secara keseluruhan.	0.785				
Harga sesuai dengan kualitas.	0.758				
Saya merasa senang dan puas selama berada di hotel ini.	0.850				
Pengalaman saya sesuai dengan bayangan sebelum datang.	0.866				
Loyalitas dan Niat Kembali		0.907	0.908	0.928	0.683
Saya ingin kembali berkunjung ke Hotel Cipanas Indah.	0.785				
Saya akan terus memilih Hotel Cipanas Indah meskipun ada hotel lain di Garut.	0.880				
Saya sering menceritakan pengalaman positif saya kepada orang lain.	0.830				
Saya merasa memiliki ikatan emosional dengan hotel ini.	0.802				
Saya bersedia membayar lebih untuk menikmati layanan di hotel ini dibanding tempat lain.	0.855				
Saya merasa Hotel Cipanas Indah adalah pilihan utama saya untuk rekreasi air.	0.805				

Sumber: Olah data peneliti, 2026

Berdasarkan hasil analisis model pengukuran, seluruh konstruk dalam penelitian ini memiliki validitas konvergen yang baik, dibuktikan dari seluruh nilai outer loading > 0,70. Selain itu, nilai Average Variance Extracted (AVE) untuk seluruh konstruk berada pada rentang 0,665 hingga 0,696, melampaui batas minimum 0,50. Hal ini menunjukkan bahwa lebih dari separuh varians indikator dapat dijelaskan oleh konstruk yang diukur, sehingga memenuhi syarat validitas konvergen. Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability (rho_c) seluruh konstruk juga berada di atas 0,80, yang menegaskan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang tinggi.

Tabel 2**Hasil Validitas Diskriminan**

Kriteria	EA	KL	KP	LNK
Fornell-Larcker				
EA	0.831			
KL	0.726	0.834		
KP	0.741	0.794	0.816	
LNK	0.733	0.811	0.752	0.827
Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)				
KL	0.796			
KP	0.865	0.898		
LNK	0.814	0.879	0.859	

Sumber: Olah data peneliti, 2026

Catatan: Akar kuadrat AVE ditampilkan secara diagonal (dicetak miring pada data asli); EA = Ekspektasi Awal, KL = Kualitas Layanan, KP = Kepuasan Pengunjung, LNK = Loyalitas dan Niat Kembali.

Validitas diskriminan diverifikasi melalui dua metode, yaitu kriteria Fornell-

Larcker dan rasio Heterotrait-Monotrait (HTMT). Berdasarkan kriteria Fornell-Larcker, akar kuadrat AVE dari setiap konstruk lebih besar daripada korelasinya dengan konstruk lain, menunjukkan bahwa setiap konstruk dalam model bersifat unik dan berbeda. Selain itu, nilai HTMT untuk seluruh pasangan konstruk berada di bawah 0,90, yang menunjukkan bahwa hubungan antar konstruk tidak terlalu tinggi sehingga validitas diskriminan tetap terjaga. Dengan demikian, hasil ini menegaskan bahwa konstruk dalam penelitian ini memiliki validitas diskriminan yang memadai.

Evaluasi Model Struktural**Tabel 3****Hasil Model Struktural**

Hubungan	β	Nilai T	R ²	R ² Disesuaikan	Q ²	F ²	VIF
EA → KP	0.348	2.166	0.688	0.681	0.442	0.184	2.113
EA → LNK	0.241	1.756				0.081	2.501
KL → KP	0.541	3.829				0.444	2.113
KL → LNK	0.488	3.526				0.272	3.052
KP → LNK	0.186	1.130	0.713	0.704	0.465	0.038	3.204

Sumber: Olah data peneliti, 2026

Berdasarkan hasil analisis model struktural, diketahui bahwa Ekspektasi Awal (EA) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (KP) dengan nilai $\beta = 0,348$ dan $T = 2,166$ ($> 1,96$), serta Kualitas Layanan (KL) juga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung dengan $\beta = 0,541$ dan $T = 3,829$. Kombinasi kedua

variabel ini mampu menjelaskan sebesar 68,8% variansi Kepuasan Pengunjung ($R^2 = 0,688$), yang menunjukkan bahwa model memiliki daya prediksi yang baik. Selanjutnya, KL terbukti berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas dan Niat Kembali (LNK) dengan nilai $\beta = 0,488$ dan $T = 3,526$, sedangkan EA menunjukkan pengaruh positif terhadap LNK namun belum signifikan secara statistik dengan nilai $T = 1,756 (< 1,96)$. Di sisi lain, Kepuasan Pengunjung tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas, dengan nilai $\beta = 0,186$ dan $T = 1,130$. Meski demikian, model ini mampu menjelaskan 71,3% variansi Loyalitas dan Niat Kembali ($R^2 = 0,713$), yang menunjukkan kontribusi variabel eksogen terhadap loyalitas cukup tinggi.

(signifikan). Ekspektasi Awal (EA) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (KP) dengan $\beta = 0,348$; $T = 2,166$; $P = 0,030$. Kualitas Layanan (KL) berpengaruh positif dan signifikan terhadap KP ($\beta = 0,541$; $T = 3,829$; $P = 0,000$) serta terhadap Loyalitas dan Niat Kembali (LNK) ($\beta = 0,488$; $T = 3,526$; $P = 0,000$). Sementara itu, empat hipotesis lainnya ditolak karena tidak signifikan secara statistik, yaitu pengaruh EA terhadap LNK ($\beta = 0,241$; $T = 1,756$; $P = 0,079$), pengaruh KP terhadap LNK ($\beta = 0,186$; $T = 1,130$; $P = 0,258$), pengaruh tidak langsung EA terhadap LNK melalui KP ($\beta = 0,065$; $T = 1,019$; $P = 0,308$), dan pengaruh tidak langsung KL terhadap LNK melalui KP ($\beta = 0,101$; $T = 1,002$; $P = 0,316$).

Tabel 4
Pengujian Hipotesis

Hubungan	β	Nilai T	Nilai P	Hipotesis	Keterangan
H1: EA $\rightarrow$ KP	0.348	2.166	0.030	Diterima	Signifikan
H2: EA $\rightarrow$ LNK	0.241	1.756	0.079	Ditolak	Tidak Signifikan
H3: KL $\rightarrow$ KP	0.541	3.829	0.000	Diterima	Signifikan
H4: KL $\rightarrow$ LNK	0.488	3.526	0.000	Diterima	Signifikan
H5: KP $\rightarrow$ LNK	0.186	1.130	0.258	Ditolak	Tidak Signifikan
H6: EA $\rightarrow$ KP $\rightarrow$ LNK	0.065	1.019	0.308	Ditolak	Tidak Signifikan
H7: KL $\rightarrow$ KP $\rightarrow$ LNK	0.101	1.002	0.316	Ditolak	Tidak Signifikan

Sumber: Olah data peneliti, 2026

Berdasarkan hasil pengujian, dari tujuh hipotesis yang diajukan, tiga di antaranya diterima karena memiliki nilai $P < 0,05$

Multi-Group Analysis (MGA)

Tabel 5
Hasil Analisis MGA

Jalur Pengaruh	P	STDEV	P	STDEV	CR	Perbedaan
Jenis Kelamin	Laki-laki		Perempuan			
EA $\rightarrow$ KP	0.735	0.083	0.004	0.516	1.398	Tidak Signifikan
EA $\rightarrow$ LNK	0.499	0.098	0.041	0.482	1.443	Tidak Signifikan
KL $\rightarrow$ KP	0.000	0.725	0.010	0.437	1.096	Tidak Signifikan
KL $\rightarrow$ LNK	0.001	0.536	0.047	0.454	0.298	Tidak Signifikan
KP $\rightarrow$ LNK	0.036	0.312	0.909	-0.034	1.086	Tidak Signifikan
Umur	18-30 Tahun		> 30 Tahun			

Jalur Pengaruh	P	STDEV	P	STDEV	CR	Perbedaan
EA → KP	0.063	0.404	0.149	0.538	0.538	Tidak Signifikan
EA → LNK	0.197	0.231	0.349	0.135	0.135	Tidak Signifikan
KL → KP	0.021	0.021	0.000	1.132	1.132	Tidak Signifikan
KL → LNK	0.002	0.002	0.148	0.181	0.181	Tidak Signifikan
KP → LNK	0.293	0.293	0.383	0.280	0.280	Tidak Signifikan
Frekuensi Kunjungan	1-3 Kali		> 3 Kali			
EA → KP	0.451	0.160	0.007	1.392	1.392	Tidak Signifikan
EA → LNK	0.170	0.290	0.143	0.155	0.155	Tidak Signifikan
KL → KP	0.000	0.695	0.099	1.349	1.349	Tidak Signifikan
KL → LNK	0.000	0.183	0.000	1.923	1.923	Tidak Signifikan
KP → LNK	0.126	0.436	0.988	1.291	1.291	Tidak Signifikan

Sumber: Olah data peneliti, 2026

Berdasarkan hasil Multi-Group Analysis (MGA), seluruh jalur pengaruh tidak menunjukkan perbedaan signifikan berdasarkan jenis kelamin, usia, maupun frekuensi kunjungan, dengan nilai CR seluruhnya $< 1,96$. Hal ini mengindikasikan bahwa pengaruh Ekspektasi Awal, Kualitas Layanan, dan Kepuasan terhadap Loyalitas dan Niat Kembali berlaku konsisten di semua kelompok responden. Meski demikian, terdapat beberapa jalur dengan tren mendekati signifikan, seperti $KL \rightarrow LNK$ pada kelompok frekuensi kunjungan ($CR = 1,923$) dan $EA \rightarrow KP$ pada kelompok jenis kelamin ($CR = 1,398$), yang dapat menjadi sinyal adanya perbedaan persepsi di kelompok tertentu. Temuan ini dapat dipertimbangkan secara manajerial,

meskipun secara statistik hipotesis moderasi tetap ditolak.

Peta Kinerja – Importance-Performance Map Analysis (IPMA)

Tabel 6

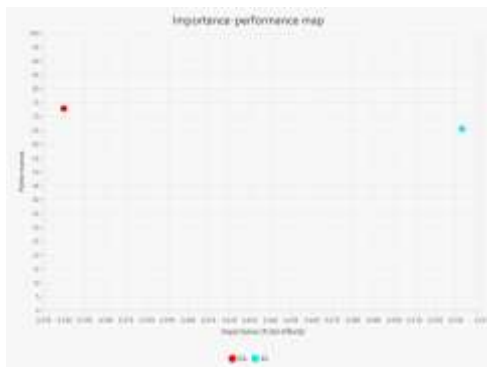
Dampak dan Peta Kinerja (IPMA)

Konstruk	Kepentingan (KL)	Kinerja (KL)	Kepentingan (LNK)	Kinerja (LNK)	Interpretasi
Ekspektasi Awal	0.348	72.776	0.306	72.776	Kinerja tinggi, penting moderat
Kualitas Layanan	0.541	65.442	0.589	65.442	Paling penting, kinerja terendah - prioritas utama
Kepuasan Pengunjung	—	—	0.186	73.195	Kinerja tertinggi, kepentingan moderat

Sumber: Olah data peneliti, 2026

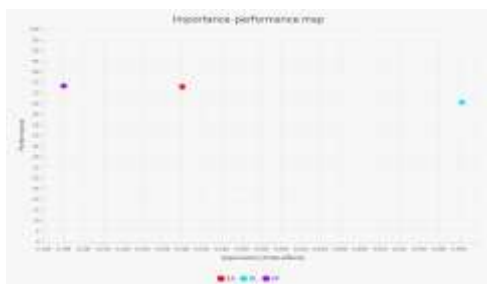
Berdasarkan hasil IPMA, Kualitas Layanan menjadi faktor dengan pengaruh terbesar terhadap Loyalitas dan Niat Kembali (kepentingan = 0,589; kinerja = 65,442), sekaligus berperan penting dalam membentuk Kepuasan Pengunjung (kepentingan = 0,541; kinerja = 65,442). Namun, kinerjanya masih terendah di antara variabel utama sehingga perlu menjadi prioritas peningkatan. Ekspektasi Awal juga berperan signifikan, baik dalam membentuk persepsi kualitas (kepentingan = 0,348; kinerja = 72,776) maupun dalam memengaruhi loyalitas (kepentingan = 0,306; kinerja = 72,776). Kepuasan Pengunjung memiliki kinerja tertinggi (73,195), namun kepentingannya

terhadap loyalitas (0,186) lebih rendah dibandingkan dua variabel lainnya. Temuan ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara tingginya kepentingan kualitas layanan dan persepsi pengunjung terhadap kinerjanya saat ini, sehingga strategi pengelolaan objek wisata sebaiknya memprioritaskan peningkatan kualitas layanan, terutama pada aspek fasilitas dan interaksi staf.



Gambar 3. IPMA - Kualitas Layanan

Sumber: Olah data peneliti, 2026



Gambar 4. IPMA - Loyalitas dan Niat Kembali

Sumber: Olah data peneliti, 2026

2. Hasil Analisis Data Kualitatif

Skema BOT dalam Kerja Sama Pemanfaatan (KSP)

Analisis hasil wawancara dengan pihak pemerintah daerah mengonfirmasi bahwa pengelolaan Hotel dan Taman Air Cipanas Indah telah berlangsung sejak tahun 2018

dengan menggunakan mekanisme Kerja Sama Pemanfaatan (KSP) yang mengadopsi model Build-Operate-Transfer (BOT). Jangka waktu kontrak yang disepakati adalah selama 30 tahun, di mana pemerintah daerah bertindak sebagai regulator dan pengawas tahap pembangunan serta promosi destinasi, sementara pihak swasta bertanggung jawab penuh atas pengelolaan operasional sehari-hari. Dalam wawancara, pihak pemerintah menyatakan:

“Bentuk kerja sama kami dengan pihak swasta adalah dalam bentuk KSP (Kerja Sama Pemanfaatan). Pemerintah mendukung dari sisi pengawasan tahap pembangunan dan promosi destinasi, sementara pihak swasta bertanggung jawab dalam pengelolaan operasional.”

Evaluasi, Profit-Sharing, dan Transparansi Tata Kelola

Dalam pelaksanaan skema BOT melalui KSP di Hotel & Taman Air Cipanas Indah, evaluasi kontrak hanya dilakukan setiap lima tahun sekali oleh auditor independen. Pihak pemerintah menjelaskan:

“Auditor independen ini menilai perkembangan laporan kemajuan kerja sama pemanfaatan barang milik daerah. Tidak ada pelibatan masyarakat sipil secara langsung dalam pengawasan harian atau audit operasional.”

Mengenai kontribusi finansial dari pihak swasta kepada pemerintah, pihak pemerintah menyatakan:

“Pembagian keuntungan kepada pemerintah daerah sebesar 5% dari pendapatan bersih yang diperoleh pihak swasta.”

Sementara itu, transparansi dalam pengelolaan dan pendapatan kerja sama masih terbatas, dengan keterlibatan masyarakat hanya pada saat proses perizinan pembangunan. Pemerintah menuturkan:

“Informasi pengelolaan dan pendapatan disampaikan secara transparan, namun masyarakat tidak dilibatkan secara langsung kecuali saat proses pembangunan.”

Dari sisi pengelola swasta, pengukuran kepuasan pengunjung dilakukan secara aktif melalui survei dan media sosial untuk memastikan layanan tetap berkualitas. Pengelola menjelaskan:

“Kami mengukur kepuasan pengunjung melalui survei langsung di lokasi maupun secara online. Kami juga memantau ulasan pengunjung di media sosial dan platform wisata lainnya.”

Pendekatan ini sangat penting dalam upaya memenuhi ekspektasi pengunjung sekaligus meningkatkan daya saing hotel di industri pariwisata. Temuan ini sejalan dengan teori kualitas layanan yang dikemukakan oleh Nurfaedah et al. (2022), yang menekankan pentingnya mendengarkan suara pelanggan

sebagai bagian integral dari pengelolaan layanan.

Keterbatasan keterlibatan publik ini menunjukkan adanya celah dalam tata kelola yang ideal. Teori kemitraan publik-swasta menurut Lolkary & Laurens (2024) menuntut adanya partisipasi masyarakat aktif serta audit sosial yang rutin guna membangun kepercayaan dan legitimasi proyek. Saputro & Mustafida (2023) juga menemukan bahwa transparansi dan partisipasi publik secara signifikan meningkatkan akuntabilitas keuangan, kualitas layanan, dan kepuasan pengunjung di sektor pariwisata. Ketiadaan audit publik yang rutin dan minimnya mekanisme partisipasi masyarakat berisiko menurunkan transparansi dan akuntabilitas pengelolaan.

Hal ini juga sejalan dengan temuan Tsauri (2023) yang menyimpulkan bahwa keterlibatan masyarakat dalam monitoring dan audit sosial dapat memperkuat kepercayaan publik serta legitimasi program PPP.

Kualitas Layanan, Kepuasan, dan Ekspektasi Awal Pengunjung

Analisis wawancara mendalam dengan pengunjung Hotel dan Taman Air Cipanas Indah mengungkapkan adanya sejumlah kelemahan signifikan yang berdampak langsung pada pengalaman menginap dan kepuasan pelanggan. Miftah Farid (35 tahun) menyampaikan:

“Kamarnya kurang bersih, ada beberapa sampah bekas permen yang tidak dibuang, mungkin tidak kelihatan oleh staf kebersihan.”

Keluhan ini mengindikasikan potensi kelalaian dalam protokol housekeeping dan kurangnya perhatian staf terhadap detail kebersihan. Sri Rahayu Fauziah (29 tahun) menambahkan:

“AC di kamar saya bocor dan pelayanan lambat. Saya sudah minta handuk dan sabun dua kali ke resepsionis tapi tetap lama menunggunya.”

Kondisi fasilitas rekreasi juga menjadi sumber ketidakpuasan, dengan Miftah mengeluhkan:

“Kolamnya ada, tapi licin karena dasar kolam agak berlumut. Saya agak khawatir, apalagi kalau anak-anak yang main di sana.”

Sri Rahayu juga kecewa karena kolam renang sedang direnovasi dan air kamar mandi kurang panas. Hal ini menandakan kurangnya pemeliharaan preventif dan minimnya transparansi terkait kondisi fasilitas. Aspek estetika kamar juga menjadi perhatian, seperti yang disampaikan Ilham Rizki Firdaus (24 tahun):

“Pemandangan kamar kurang, harusnya bisa lihat gunung tapi malah tertutup tembok.”

Temuan ini selaras dengan teori SERVQUAL menurut Joviando & Kurniawati (2022), yang menunjukkan bahwa dimensi tangibles (fisik hotel, kebersihan, perhatian terhadap detail), responsiveness (kecepatan

staf merespons), dan reliability (keandalan layanan sesuai janji) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di sektor perhotelan Indonesia. Ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan (disconfirmation) pada aspek-aspek ini cenderung menurunkan tingkat kepuasan dan niat kunjungan ulang.

Namun, meskipun terdapat kekurangan, terdapat fenomena loyalitas pragmatis dari sebagian pengunjung. Ilham Rizki Firdaus, misalnya, tetap merekomendasikan hotel karena harga terjangkau dan fasilitas unggulan seperti bak rendam air hangat di kamar yang memberikan nilai tambah unik:

“Kamarnya bersih dan luas. Ada AC, smart TV, dan yang paling saya suka itu bak rendam air hangat di kamar. Cocok banget buat istirahat setelah seharian jalan-jalan.”

Integrasi Hasil Kuantitatif dan Kualitatif

Tabel 7

Integrasi Hasil Kuantitatif dan Kualitatif

Temuan Kuantitatif	Temuan Kualitatif	Interpretasi Integratif
Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan ($\beta = 0,541$; $p < 0,001$) dan loyalitas ($\beta =$	Pengunjung mengeluhkan kebersihan kamar, kolam licin, dan respons staf yang lambat. Namun pihak swasta aktif memantau kepuasan	Meskipun kualitas layanan secara statistik kuat memengaruhi kepuasan dan loyalitas, temuan kualitatif menunjukkan adanya kesenjangan kinerja

Temuan Kuantitatif	Temuan Kualitatif	Interpretasi Integratif
0,488; $p < 0,001$).	melalui survei dan media sosial.	pada aspek tangibles dan responsiveness.
Ekspektasi awal berpengaruh terhadap kepuasan ($p = 0,030$), tetapi tidak terhadap loyalitas ($p = 0,079$).	Pengunjung datang dengan ekspektasi tinggi berdasarkan informasi promosi, namun kecewa saat fasilitas tidak sesuai (kolam direnovasi, pemandangan tertutup tembok).	Ekspektasi awal membentuk kepuasan awal, tetapi jika tidak diimbangi pengalaman aktual yang positif, dampaknya terhadap loyalitas menjadi lemah. Perlu manajemen ekspektasi yang realistis.
Kepuasan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas ($p = 0,258$).	Beberapa pengunjung tetap merekomendasikan hotel karena harga terjangkau dan fitur unik (bak rendam air hangat), meski tidak puas secara keseluruhan.	Loyalitas bersifat pragmatis, didorong perceived value, bukan kepuasan penuh. Ini menjelaskan ketidaksignifikanan hubungan KP $\rightarrow$ LNK secara statistik.
IPMA menunjukkan kualitas layanan paling penting (0,589) tetapi kinerjanya paling rendah (65,442).	Pengunjung secara konsisten mengeluhkan masalah teknis dan operasional: kebersihan kamar, responsivitas staf, dan pemeliharaan fasilitas.	Gap antara kepentingan dan kinerja sangat nyata. Prioritas strategis harus difokuskan pada peningkatan aspek fisik dan keandalan layanan.
Skema BOT berjalan lancar menurut pihak pengelola.	Meski operasional berjalan baik, tata kelola kurang transparan. Audit hanya lima tahun sekali dan partisipasi masyarakat sangat minimal.	Risiko akuntabilitas jangka panjang perlu diantisipasi dengan audit sosial yang lebih rutin dan memperkuat mekanisme partisipasi publik.

Sumber: Olah data peneliti, 2026

Diskusi Pembahasan

Temuan kuantitatif menunjukkan bahwa Kualitas Layanan (KL) merupakan prediktor paling kuat terhadap Loyalitas dan

Niat Kembali (LNK), dengan koefisien $\beta = 0,488$ ($p < 0,001$), sekaligus berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung ($\beta = 0,541$; $p < 0,001$). Temuan ini secara kuat mendukung teori SERVQUAL oleh Parasuraman et al. dalam Malawat (2022), yang menekankan pentingnya dimensi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy dalam membentuk loyalitas pelanggan. Hasil ini diperkuat oleh data kualitatif, di mana pengunjung menyebutkan aspek positif seperti keramahan staf, pengantaran sarapan ke kamar, dan kehadiran fitur unik seperti bak rendam air hangat di kamar sebagai alasan untuk kembali.

Namun, temuan kualitatif juga mengungkap ketidaksesuaian signifikan antara harapan dan kenyataan, seperti kamar yang tidak bersih, AC bocor, kolam licin karena berlumut, dan respons staf yang lambat. Ketegangan ini mencerminkan gap kinerja layanan yang selaras dengan Expectation-Disconfirmation Theory oleh Oliver (1980, sebagaimana dikutip dalam Schiebler et al., 2025), di mana ketidaksesuaian antara ekspektasi dan pengalaman aktual dapat mengikis kepuasan, meskipun belum menghentikan niat kembali.

Temuan Importance-Performance Map Analysis (IPMA) memperdalam analisis ini: meskipun KL memiliki tingkat kepentingan tertinggi terhadap LNK (0,589), kinerjanya hanya mencapai 65,442, jauh di bawah Ekspektasi Awal (72,776) dan Kepuasan

Pengunjung (73,195). Ini menunjukkan adanya dilema kritis, di mana pelanggan sangat mengandalkan kualitas layanan sebagai dasar loyalitas, tetapi pengalaman mereka saat ini belum memenuhi standar tersebut. Temuan ini konsisten dengan studi Wantara & Irawati (2021) yang menekankan bahwa kualitas layanan bukan hanya soal keberadaan fasilitas, tetapi juga konsistensi, kebersihan, dan responsivitas, yang justru menjadi titik lemah di lapangan.

Ekspektasi Awal (EA) terbukti berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung ($\beta = 0,348$; $p = 0,030$), namun tidak berpengaruh langsung terhadap Loyalitas ($\beta = 0,241$; $p = 0,079$). Temuan kualitatif memberikan penjelasan yang kuat: banyak pengunjung datang dengan ekspektasi tinggi berdasarkan promosi dan informasi positif, tetapi mengalami *disconfirmation* saat menemukan kondisi fasilitas yang tidak sesuai (misalnya kolam sedang direnovasi atau pemandangan kamar tertutup tembok). Meski demikian, mereka tetap bersedia kembali karena nilai tambah tertentu seperti harga terjangkau dan fitur unik. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas di sini tidak bersumber dari kepuasan penuh, melainkan dari nilai ekonomi dan diferensiasi layanan, fenomena yang dikenal sebagai loyalitas pragmatis (Septianing & Farida, 2021).

Kepuasan Pengunjung (KP) tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas ($\beta = 0,186$; $p = 0,258$). Secara teoretis, hubungan ini dianggap linear, namun temuan ini dijelaskan dengan baik oleh data kualitatif: pengunjung seperti Ilham Rizki Firdaus menyatakan bahwa bak rendam air hangat di kamar menjadi daya tarik utama untuk kembali, bukan karena kepuasan secara menyeluruh. Narasi ini menunjukkan bahwa loyalitas dibentuk oleh atribut unggulan tertentu, bukan oleh kepuasan global. Temuan ini mengkonfirmasi bahwa dalam konteks pariwisata dengan daya saing terbatas, *perceived value* dan diferensiasi layanan dapat menggantikan peran kepuasan sebagai pendorong utama loyalitas.

Hasil Multi-Group Analysis (MGA) menunjukkan tidak ada perbedaan signifikan dalam hubungan antar variabel berdasarkan jenis kelamin, usia, atau frekuensi kunjungan (seluruh $CR < 1,96$). Namun, data kualitatif mengungkap perbedaan persepsi yang nyata: pengunjung muda (18–30 tahun) lebih menekankan teknologi, estetika kamar, dan fasilitas modern, sementara kelompok usia > 30 tahun lebih menghargai kenyamanan dasar dan keramahan staf. Responden perempuan juga lebih sensitif terhadap detail seperti kebersihan dan kelengkapan. Perbedaan ini mungkin belum cukup besar untuk mengubah hubungan statistik, tetapi penting secara manajerial dalam strategi segmentasi dan

personalisasi layanan (Adriana et al., 2021; Makawowor & Dewantara, 2023).

Dari sisi tata kelola, skema BOT melalui KSP telah memberikan stabilitas operasional, termasuk pemenuhan kewajiban kontraktual selama pandemi, seperti pembayaran kontribusi 5% dari pendapatan bersih dan gaji karyawan. Hal ini menunjukkan resiliensi kontraktual dan komitmen jangka panjang dari pihak swasta. Evaluasi independen setiap lima tahun oleh auditor menjamin akuntabilitas, meskipun partisipasi masyarakat masih terbatas. Temuan ini menjelaskan mengapa kualitas layanan tetap dapat dipertahankan meskipun ada kelemahan operasional, karena pihak swasta memiliki insentif untuk menjaga reputasi dan memenuhi kontrak jangka panjang.

Berdasarkan kerangka evaluasi Casanova (2012, sebagaimana dikutip dalam Djabbari, 2024), skema BOT di Hotel Cipanas Indah dapat dievaluasi sebagai berikut: (1) *Equity* — pembagian 5% ke pemerintah menunjukkan pembagian manfaat yang proporsional, meskipun transparansi perlu diperkuat; (2) *Effectiveness* — pemenuhan kewajiban selama krisis menunjukkan efektivitas, tetapi keluhan layanan menunjukkan ruang perbaikan; (3) *Efficiency* — pemanfaatan survei dan media sosial untuk pengukuran kepuasan mencerminkan efisiensi, meski pemeliharaan preventif masih lemah; (4) *Exportability* — risiko operasional dan finansial berhasil dialihkan ke pihak swasta,

sesuai prinsip BOT. Secara keseluruhan, skema BOT terbukti efektif dalam menjaga kelangsungan layanan publik, tetapi perlu diperkuat dengan mekanisme partisipasi publik dan audit sosial untuk meningkatkan legitimasi dan akuntabilitas jangka panjang (Halim et al., 2022; Susanti, 2024; Syahrudin et al., 2022).

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis kuantitatif menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dan pendalaman kualitatif melalui wawancara, penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan merupakan faktor yang paling dominan dalam membentuk loyalitas dan niat kembali pengunjung serta berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Hotel dan Taman Air Cipanas Indah. Aspek pelayanan yang baik, seperti keramahan staf, responsivitas pelayanan, dan keberadaan fasilitas unggulan berupa bak rendam air hangat, menjadi faktor utama yang mendorong pengunjung untuk kembali berkunjung. Namun demikian, masih ditemukan beberapa kelemahan pada aspek kebersihan dan pemeliharaan fasilitas yang menimbulkan kesenjangan antara harapan dan pengalaman aktual pengunjung.

Penelitian ini juga menemukan bahwa ekspektasi awal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, tetapi tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas dan niat kembali. Temuan ini menunjukkan bahwa

loyalitas pengunjung lebih banyak dipengaruhi oleh pengalaman aktual selama kunjungan dibandingkan harapan sebelum berkunjung. Selain itu, kepuasan pengunjung tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas dan niat kembali. Kondisi ini mengindikasikan bahwa loyalitas pengunjung cenderung bersifat pragmatis, yaitu didasarkan pada manfaat yang dirasakan seperti harga yang terjangkau, lokasi yang strategis, dan fasilitas khas yang dimiliki destinasi wisata.

Hasil Multi-Group Analysis (MGA) menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam hubungan antar variabel berdasarkan jenis kelamin, usia, dan frekuensi kunjungan. Meskipun demikian, hasil wawancara menunjukkan adanya perbedaan preferensi antar kelompok pengunjung yang dapat menjadi pertimbangan dalam pengembangan strategi pelayanan yang lebih tersegmentasi. Dari sisi tata kelola, implementasi skema Build-Operate-Transfer (BOT) melalui Kerja Sama Pemanfaatan (KSP) terbukti mampu menjaga keberlanjutan operasional Hotel dan Taman Air Cipanas Indah serta memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD). Namun demikian, transparansi dan partisipasi masyarakat dalam pengawasan masih perlu diperkuat guna meningkatkan akuntabilitas dan legitimasi kemitraan.

Berdasarkan temuan tersebut, pengelola Hotel dan Taman Air Cipanas Indah disarankan untuk meningkatkan kualitas layanan terutama pada aspek kebersihan kamar, pemeliharaan fasilitas, dan responsivitas staf. Pemerintah daerah juga perlu memperkuat transparansi serta keterlibatan masyarakat dalam pengawasan pelaksanaan kerja sama melalui mekanisme evaluasi yang lebih terbuka. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel seperti *perceived value*, *destination image*, *trust*, dan *electronic word of mouth (e-WOM)* agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulloh, A., Markhamah, S., & Soesilowati, E. (2023). Role of public-private partnership in improving the economy through tourism development at Disporapar Balikpapan City. *International Journal Business, Law, and Education*, 4(2), 1504–1512. <https://www.ijble.com/index.php/journal/article/view/348/370>
- Adinugraha, H. H., Shulthoni, M., & Syakirunni'am, L. (2025). Halal supply chain management from theory to application: Case studies in Indonesia. *Journal of Islamic Management Studies*, 8(2), 36–48.
- Adriana, C., Mustaqim, A., Nugraini, M. T., et al. (2021). Loyalitas konsumen yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen. *Jurnal*

- Pendidikan Tambusai, 5, 114602–114611.
- Arianto, B., & Handayani, B. (2024). Populasi dan sampel penelitian kualitatif dalam konteks sosial humaniora. <https://doi.org/10.70310/3ms9bb14>
- Astuti, C. S. (2022). Analisis kerjasama build operate transfer (BOT) pemerintah dengan badan usaha dalam pembangunan infrastruktur di Indonesia. *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 10(8), 1816. <https://doi.org/10.24843/ks.2022.v10.i08.p09>
- Casmiwati, D., & Tuah, U. H. (2025). Buku partnership model.
- Derizal, D. (2023). Analisis nilai ekonomi dan frekuensi kunjungan wisatawan pada Wisata Lembah Harau sebelum dan setelah pandemi Covid-19. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 260. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.1031>
- Djabbari, M. H. (2024). Public private partnership di sektor pariwisata Kabupaten Toraja Utara: Model life cycle contract. *Jurnal Pesona Pariwisata*, 1(2), 76–88. <https://doi.org/10.33005/peta.v1i2.21>
- Dwi Anggoro, D., Maulani Ramadhan, H., & Ngindana, R. (2022). Public private partnership in tourism: Build up a digitalization financial management model. *Policy & Governance Review*, 6(3), 282. <https://doi.org/10.30589/pgr.v6i3.510>
- Halim, M. H., Djawa, R. K., Haluti, S. K., Layoo, F., & Asriadi, N. (2022). The effect of public-private partnerships on trust in tourism networks management and tourism service innovation during Covid-19 pandemic in Indonesia. *Academy of Strategic Management Journal*, 21(1), 1–11.
- Hardana, A., Nasution, J., & Damisa, A. (2022). Analisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung pada PT. BSI Cabang Padangsidimpuan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(2), 828–838.
- Hauff, S., Franziska, N., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2024). Importance and performance in PLS-SEM and NCA: Introducing the combined importance-performance map analysis (cIPMA). *Journal of Retailing and Consumer Services*, 78, 103723. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.103723>
- Indahsari, N. D., Subianto, A., & Tamrin, M. H. (2022). Kemitraan stakeholders dalam pengelolaan jalur wisata heritage trainz loko tour cepu di Kabupaten Blora. *Reformasi*, 12(2), 303–316. <https://doi.org/10.33366/rfr.v12i2.3968>
- Iqbal, I. I., & Fasyehhudin, M. (2021). Kewenangan pengelolaan wisata alam sebagai destinasi wisata daerah di wilayah Kecamatan Padarincang Kabupaten Serang. *Yustisia Tirtayasa: Jurnal Tugas Akhir*, 1(2), 56–66.
- Jasmine. (2024). Pengantar perencanaan kota.
- Joviando, J., & Kurniawati, K. (2022). Effects of overall service quality, customer value, customer trust, and customer satisfaction on customer loyalty in the hotel industry. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 16(2), 156–169. <https://doi.org/10.55208/jebe.v16i2.271>
- Khabibullah, M., Alimin, A., & Sholahuddin, G. M. I. (2024). Tahapan dan langkah-langkah penerapan mixed method research (MMR) dalam penelitian pendidikan. *Qomaruna Journal of Multidisciplinary Studies*, 2(1), 69–86.
- Lolkary, S. Y., & Laurens, S. (2024). Implementasi kebijakan pengembangan pariwisata berkelanjutan: Perspektif collaborative governance. *JIIP – Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(12), 14327–14333.

- <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i12.6269>
- Longdong, K., Rogahang, J., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Maesa Print Kawangkoan. *Productivity Journal*, 3(1), 13–17.
- Luthfiani, F., Yuhefizar, Y., & Josephine Sudiman. (2024). Pengaruh e-service quality dan e-trust terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Aplikasi PLN Mobile Kota Padang Panjang. *Akuntansi dan Manajemen*, 19(1), 27–42.
<https://doi.org/10.30630/jam.v19i1.263>
- Luthfiyani, P. W., & Murhayati, S. (2024). Strategi memastikan keabsahan data dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8, 45315–45328.
- Makawowor, C. C., & Dewantara, Y. F. (2023). Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan menginap pada generasi milenial di Mercure Jakarta Sabang. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(2), 334–341.
<https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.58950>
- Malawat, S. (2022). Buku pengantar administrasi publik. *Buku Ajar Pengantar Administrasi Publik*.
- Muhsin, I. (2022). Optimizing public-private partnerships for improved efficiency and sustainability of public infrastructure in Indonesia. *Celebes Journal of Community Services*, 1(1), 14–21.
- Nazaina, N., Raza, H., & Nur Faliza, N. F. (2023). Pelatihan pengolahan data menggunakan SEM PLS bagi mahasiswa S1 Akuntansi FEB Universitas Malikussaleh. *Jurnal Malikussaleh Mengabdi*, 2(1), 161.
<https://doi.org/10.29103/jmm.v2i1.9430>
- Nurfaedah, Rustam, A., & Bahri, S. (2022). Pengaruh kepuasan konsumen, harga, waktu, dan kualitas produk terhadap keputusan konsumen untuk pembelian melalui store online. *Jurnal Ilmiah*, 2.
- Pane, I., et al. (2022). Desain penelitian mixed method. *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.
- Primadi, R., Simanjuntak, M., & Muflikhati, I. (2021). Faktor penentu kepuasan dan minat kunjung ulang ekowisata. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 7(1), 110–120.
<https://doi.org/10.17358/jabm.7.1.110>
- Rafani, S. R., Azmi, M. U., Musleh, M., & Tamrin, M. H. (2024). Model kerjasama build-operate-transfer (BOT) dalam pengelolaan Pasar Turi Baru di Surabaya. *Kolaborasi: Jurnal Administrasi Publik*, 10(1), 22–36.
<https://doi.org/10.26618/kjap.v10i1.13070>
- Riadi, D., Permadi, L. A., & Retnowati, W. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali ke Desa Wisata Hijau Bilebante yang dimediasi oleh kepuasan wisatawan. *Jurnal Riset Pemasaran*, 2(2), 38–49.
- Ridwan, B., & Mudiyo, R. (2021). Tantangan implementasi proyek infrastruktur melalui kerjasama pemerintah-swasta di bagian selatan Provinsi Jawa Barat. *Seminar Nasional Ketekniksipilan, Infrastruktur dan Industri Jasa Konstruksi (KIIJK)*, 1(1).
- Riyanto, A., Dewi, A., Yuliamir, H., & Rahayu, E. (2024). Peningkatan kepuasan pelanggan melalui kualitas layanan dan fasilitas di hotel berbintang tiga Kota Semarang. 7(1), 172–178.
- Saputro, & Mustafida. (2023). Akuntabilitas pengelolaan keuangan wisata: Peran

- partisipasi. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 15(2), 57–68.
- Schiebler, T., Lee, N., & Brodbeck, F. C. (2025). Expectancy-disconfirmation and consumer satisfaction: A meta-analysis. *Journal of the Academy of Marketing Science*. <https://doi.org/10.1007/s11747-024-01078-x>
- Septianing, A. D., & Farida, N. (2021). Pengaruh fasilitas wisata dan kualitas pelayanan terhadap niat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung (Studi Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 781–792.
- Septyarani, T. A., & Nurhadi, N. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 7(2), 218–227. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v7i2.15877>
- Susanti, S. (2024). Kerjasama investasi antara pemerintah dengan badan usaha menggunakan model build operate transfer (BOT) dalam pembangunan infrastruktur di Indonesia. *Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, 2414–2425.
- Syahrudin, D., Rahmawati, R., & Luthfie, M. (2022). Potensi dan strategi pengembangan pariwisata saat pandemi Covid-19 di Indonesia. 5(1).
- Tetep, T., Suherman, A., Mulyana, E., Widyanti, T., Pebriani, W., Susanti, Y., & Ilah, I. (2021). Potensi pariwisata Garut dalam mewujudkan ekonomi kreatif. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(02), 141–146. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i02.219>
- Tsauri, S. (2023). Efek kemitraan pemerintah–swasta dalam implementasi program Gerbangmastra. *Profit: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan*, 7(1), 36–47.
- Wahyuni, M. D. (2023). Analisis kualitas pelayanan administrasi publik. *Jurnal Ilmiah Cakrawarti*, 6(2). <https://doi.org/10.47532/jic.v6i2.872>
- Wantara, P., & Irawati, S. A. (2021). Relationship and impact of service quality, destination image, on customer satisfaction and revisit intention to syariah destination in Madura, Indonesia. *European Journal of Business and Management Research*, 6(6), 209–215.
- Yunus, M., & Susanti, G. (2021). The impact of public-private partnerships on development of tourism infrastructure destination and tourism service innovation as mediating variable. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(11), 1470–1479.

