

# Pengaruh Inovasi Produk Wisata Terhadap Kepuasan Pengalaman Wisatawan di Destinasi Pantai Taman Impian Jaya Ancol

Miftahudin  
Universitas Pertiwi  
[miftahudin@pertiwi.ac.id](mailto:miftahudin@pertiwi.ac.id)

Submit : 12 Sept 2025 | Diterima : 23 Sept 2025 | Terbit : 24 Sept 2025

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk pariwisata terhadap kepuasan wisatawan di Pantai Taman Impian Jaya Ancol, Jakarta. Latar belakang penelitian didasari oleh tingginya tingkat persaingan destinasi wisata di perkotaan yang menuntut pengelola untuk terus menghadirkan produk dan layanan inovatif demi meningkatkan daya tarik dan mempertahankan loyalitas wisatawan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden yang memenuhi kriteria purposive sampling, yaitu wisatawan berusia minimal 17 tahun dan pernah mengunjungi Pantai Ancol. Instrumen penelitian telah diuji validitas dan reliabilitasnya dengan hasil yang memenuhi kriteria. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier sederhana untuk mengetahui hubungan antara variabel inovasi produk pariwisata (X) dan kepuasan wisatawan (Y). Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan inovasi produk terhadap kepuasan wisatawan, dengan persamaan regresi  $Y' = 28,422 + 0,529X$ . Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,266 mengindikasikan bahwa inovasi produk menjelaskan 26,6% variasi kepuasan wisatawan, sementara 73,4% dipengaruhi faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menegaskan pentingnya pengembangan atraksi baru, peningkatan fasilitas, dan layanan inovatif sebagai strategi untuk meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan. Penelitian ini merekomendasikan agar pengelola Ancol mengintegrasikan inovasi berkelanjutan, termasuk pemanfaatan teknologi digital dan diversifikasi aktivitas, guna memperkuat daya saing destinasi dan menciptakan pengalaman wisata yang berkesan.

**Kata Kunci:** Inovasi Produk Pariwisata, Kepuasan Terhadap Pengalaman, Taman Impian Jaya Ancol, Wisatawan

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor unggulan yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS, 2024), kunjungan wisatawan domestik pada tahun 2023 diproyeksikan mencapai 734,1 juta perjalanan, meningkat dibandingkan tahun sebelumnya seiring dengan pemulihan pascapandemi. Tren ini menandakan meningkatnya permintaan masyarakat terhadap kegiatan pariwisata, terutama di wilayah perkotaan yang menyediakan beragam produk dan pengalaman.

Taman Impian Ancol merupakan lokasi unggulan di Jakarta, terutama di kawasan pesisirnya, yang menarik jutaan wisatawan setiap tahunnya. Laporan dari PT Pembangunan Jaya Ancol Tbk (2023) menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan tahunan ke kawasan Ancol melebihi 18 juta, menjadikannya sebagai objek wisata terbesar di ibu

kota. Persaingan yang ketat antar objek wisata, baik domestik maupun mancanegara, menuntut peningkatan berkelanjutan dari pihak pengelola Ancol. Inovasi dalam produk pariwisata sangat penting untuk memenuhi harapan wisatawan dan meningkatkan kepuasan kunjungan.

Inovasi produk pariwisata melibatkan penciptaan atraksi, fasilitas, dan layanan baru yang berbeda dari penawaran yang sudah ada untuk meningkatkan nilai bagi wisatawan. Schumpeter berpendapat bahwa inovasi merupakan penggabungan baru yang mampu menghasilkan nilai ekonomi dan meningkatkan daya saing. Hjalager menekankan bahwa inovasi produk pariwisata mencakup pengembangan atraksi, diversifikasi aktivitas, dan integrasi teknologi digital (Ali, F., Rasoolimanesh, S. M., dkk. 2024). Astor, R. Y., dkk. (2021).

Kenikmatan wisatawan pada dasarnya berkorelasi dengan pengalaman yang diperoleh selama kunjungan. Pine dan Gilmore, melalui konsep Ekonomi Pengalaman, menegaskan bahwa pengalaman yang unik dan berkesan meningkatkan kenikmatan dan loyalitas wisatawan (Hwang, J., Joo, K., & Moon, J. H. (2023). Ferhat Shaker dan Kamil Unur. 2022. Selain itu, Kotler dan Keller, Wu, H.-C., dan Liang, R.-D. (2020) menjelaskan bahwa kepuasan terjadi ketika kinerja suatu produk atau layanan sesuai atau melampaui harapan pelanggan. Oleh karena itu, dalam sektor pariwisata, inovasi produk merupakan elemen penting dalam menciptakan pengalaman berkesan dan memastikan kenikmatan wisatawan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji dampak inovasi produk pariwisata terhadap kepuasan pengalaman wisatawan di destinasi Pantai Taman Impian Jaya Ancol. Temuan penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan perumusan strategi manajemen destinasi, khususnya dengan meningkatkan daya tarik melalui inovasi berkelanjutan.

## TINJAUAN PUSTAKA

Hjalager mendefinisikan inovasi produk pariwisata sebagai penciptaan atraksi, fasilitas, layanan, dan aktivitas baru atau yang telah diubah yang dirancang untuk menawarkan pengalaman yang berbeda dan lebih baik kepada wisatawan. Inovasi ini mencakup diversifikasi produk, penerapan teknologi, dan pengembangan pengalaman yang khas di lokasi wisata. Schumpeter mendefinisikan inovasi sebagai penggabungan baru produk, proses, pasar, sumber daya, atau organisasi. Dalam pariwisata, inovasi produk mengacu pada pengembangan atau perubahan penawaran pariwisata yang meningkatkan nilai dan daya saing destinasi. Hall & Williams menegaskan bahwa inovasi dalam pariwisata, yang mencakup inovasi produk, melibatkan penciptaan atau peningkatan penawaran pariwisata untuk meningkatkan kepuasan wisatawan, membedakan destinasi, dan mendorong keberlanjutan sektor pariwisata. Inovasi ini dapat bermanifestasi sebagai pengalaman baru, aktivitas berorientasi budaya, atau integrasi teknologi digital di lokasi wisata. Ku, E. C. S. (2024), Albaladejo dkk. (2025), López-Guzmán, T. dkk. (2023)

Pine dan Gilmore menyatakan bahwa kepuasan wisatawan berasal dari keterlibatan emosional, intelektual, dan sensorik yang dialami selama aktivitas pariwisata. Wisatawan memperoleh kepuasan dari pengalaman yang khas, tak terlupakan, dan melampaui ekspektasi mereka. Kesenangan wisatawan Otto & Ritchie merupakan penilaian subjektif terhadap kualitas pengalaman yang mereka rasakan, yang menggabungkan karakteristik afektif (emosi baik), kognitif (pengetahuan atau pembelajaran), dan perilaku (keterlibatan aktif). Kualitas pengalaman yang superior berkorelasi dengan tingkat kepuasan wisatawan yang tinggi. Tung & Ritchie menggambarkan kepuasan pengalaman wisatawan sebagai tingkat di mana pengalaman pariwisata memenuhi kebutuhan hedonis, estetika, sosial, dan pribadi pengunjung. Kepuasan wisatawan tercapai ketika pertemuan dengan suatu tempat menghasilkan makna yang mendalam dan kenangan yang abadi. Wong, I. A., dkk. (2020); Dewi, dkk. (2021); Chen, H., & Rahman, I. 2022.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif yang memanfaatkan survei untuk mengkaji dampak inovasi produk pariwisata terhadap kepuasan wisatawan di destinasi Pantai Taman Impian Jaya Ancol. Metodologi kuantitatif dipilih karena dianggap tepat untuk mengkaji hubungan antar variabel terukur yang dapat dikaji melalui metode statistik (Sugiyono, 2017).

Populasi penelitian ini terdiri dari seluruh wisatawan yang pernah mengunjungi dan merasakan pengalaman di kawasan Taman Impian Jaya Ancol. Mengingat luasnya populasi, penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden melalui purposive sampling. Metode ini dipilih karena peneliti membutuhkan partisipan yang memenuhi kriteria tertentu (Sekaran & Bougie, 2016), yaitu: (1) wisatawan yang pernah mengunjungi Pantai Taman Impian Jaya Ancol minimal satu kali, (2) individu berusia 17 tahun ke atas, dan (3) penduduk wilayah DKI Jakarta. Dengan demikian, data yang diperoleh dapat secara akurat menggambarkan wisatawan yang relevan dan memiliki pengalaman nyata terkait subjek penelitian.

### Teknik Model Analisis

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk mengkaji dampak inovasi produk pariwisata terhadap kepuasan wisatawan di destinasi Pantai Taman Impian Jaya Ancol. Pendekatan ini digunakan karena fokus penelitian pada dua variabel utama: variabel independen (X), yang mewakili inovasi produk pariwisata, dan variabel dependen (Y), yang mencerminkan pengalaman kepuasan wisatawan. Regresi linier sederhana memungkinkan peneliti untuk memastikan arah dan besarnya dampak inovasi produk pariwisata terhadap tingkat kepuasan wisatawan.

Sebelum melakukan analisis regresi, instrumen penelitian diuji validitasnya. Uji validitas memastikan bahwa setiap item kuesioner secara akurat mengukur variabel yang diteliti, sementara uji reliabilitas menilai konsistensi jawaban responden, dengan nilai Cronbach's Alpha  $\geq 0,70$  yang menunjukkan reliabilitas (Ghozali, 2018). Setelah instrumen divalidasi dan reliabilitasnya dikonfirmasi, analisis regresi dilakukan dengan menggunakan berbagai uji statistik, termasuk uji signifikansi untuk menilai dampak variabel independen terhadap variabel dependen, serta koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk memastikan sejauh mana variasi kepuasan wisatawan dapat dikaitkan dengan inovasi produk pariwisata.

Persamaan regresi linier yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan pengalaman wisatawan, dengan a mewakili konstanta, b menunjukkan koefisien regresi, X menunjukkan inovasi produk pariwisata, dan suku galat disertakan. Model ini bertujuan untuk menjelaskan secara empiris dampak inovasi produk pariwisata terhadap peningkatan kepuasan wisatawan di Pantai Taman Impian Jaya Ancol.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melakukan uji validitas instrumen pengukuran untuk variabel inovasi produk (X) dan kepuasan pengalaman wisatawan (Y). Hasil validitas menunjukkan bahwa 10 item terkait inovasi produk dan 12 pertanyaan terkait kepuasan pelanggan memenuhi kriteria validitas. Uji validitas dilakukan melalui uji korelasi dua sisi pada tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$ , menghasilkan nilai r tabel sebesar 0,195. Suatu item dianggap valid jika nilai r hitung melebihi r tabel ( $r \text{ hitung} > 0,195$ ), yang menandakan kesesuaian item tersebut dengan konstruk variabel yang dinilai.

Selain itu, uji reliabilitas instrumen dilakukan untuk memverifikasi konsistensi internal setiap variabel. Penelitian menunjukkan bahwa variabel inovasi teknologi untuk produk (X) menghasilkan nilai r hitung sebesar 0,970, melampaui nilai r tabel sebesar 0,60, sehingga mengkonfirmasi reliabilitasnya. Variabel kepuasan pengalaman wisatawan (Y)

memiliki nilai  $r$  hitung sebesar 0,958, melampaui nilai  $r$  tabel sebesar 0,60. Temuan ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi dan dapat diandalkan untuk mengukur konstruk penelitian secara andal.

### Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Koefisien pada Tabel 2 menunjukkan nilai  $t$ , tingkat signifikansi, dan rumus regresi yang diperoleh dari analisis regresi linier dasar. Koefisien selanjutnya diperoleh dari analisis yang dilakukan dengan SPSS.

Hasil analisis regresi linier sederhana menghasilkan persamaan regresi yang memfasilitasi prediksi hubungan antara variabel independen ( $X$ ) dan variabel dependen ( $Y$ ), khususnya,  $Y' = 28,422 + 0,529X$ . Persamaan ini menunjukkan bahwa nilai konstanta 28,422 mewakili tingkat kepuasan pengalaman wisatawan yang independen dari inovasi produk pariwisata, sedangkan koefisien regresi 0,529 menandakan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam inovasi produk pariwisata akan meningkatkan kepuasan pengalaman wisatawan sebesar 0,529 unit. Ini menandakan korelasi yang menguntungkan antara inovasi produk pariwisata dan kepuasan pengalaman wisatawan. Uji- $t$  berfungsi sebagai kriteria pengambilan keputusan: jika nilai yang dihitung melebihi nilai  $t$ -tabel, dampak signifikan dari variabel inovasi produk pariwisata ( $X$ ) terhadap kepuasan pengalaman wisatawan ( $Y$ ) ditunjukkan; sebaliknya, jika nilai yang dihitung kurang dari nilai  $t$ -tabel, tidak ada efek signifikan yang hadir. Oleh karena itu, uji- $t$  berfungsi sebagai tolok ukur penting untuk menilai apakah inovasi produk pariwisata secara signifikan meningkatkan kepuasan wisatawan di lokasi Pantai Taman Impian Jaya Ancol.

Berdasarkan hasil perhitungan uji pada tingkat signifikansi 5%, nilai tersebut dipastikan menggunakan rumus  $t_{tabel} = t(\alpha/2; n-k-1)$ . Dengan ukuran sampel ( $n$ ) 100 dan satu variabel bebas ( $k$ ), derajat kebebasan ( $df$ ) dihitung sebesar 98. Akibatnya, nilai kritis dari distribusi- $t$  adalah  $t(0,025; 98) = 1,987$ . Hasil perhitungan menunjukkan nilai 7,646, yang melebihi jumlah pada Tabel 1.987. Nilai signifikansi uji adalah 0,000, yang kurang dari 0,05, yang menunjukkan signifikansi statistik. Akibatnya, dapat disimpulkan bahwa variabel inovasi produk pariwisata memberikan dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di destinasi Pantai Taman Impian Jaya Ancol. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan tingkat inovasi produk pariwisata berkorelasi dengan peningkatan kepuasan pengalaman wisatawan.

Estimasi pada Tabel 2 menunjukkan bahwa variabel inovasi produk pariwisata menyumbang 26,6% kepuasan wisatawan, sementara 73,4% sisanya disebabkan oleh faktor-faktor yang tidak diteliti. Variabel inovasi produk memberikan pengaruh positif yang moderat, ditunjukkan oleh nilai  $r$  sebesar 0,515, yang berada dalam rentang koefisien korelasi 0,40-0,599.

**Tabel 2 Tabel Analisis Regresi Linear Sederhana**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	$t$	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	28.422	3.717		7.646	.000
	X	.529	.089	.515	5.953	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah dari SPSS

Hasil analisis regresi linier sederhana menghasilkan persamaan regresi yang memfasilitasi prediksi hubungan antara variabel independen ( $X$ ) dan variabel dependen ( $Y$ ), khususnya,  $Y' = 28,422 + 0,529X$ . Persamaan ini menunjukkan bahwa nilai konstanta

28,422 mewakili tingkat kepuasan pengalaman wisatawan yang independen dari inovasi produk pariwisata, sedangkan koefisien regresi 0,529 menandakan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam inovasi produk pariwisata akan meningkatkan kepuasan pengalaman wisatawan sebesar 0,529 unit. Ini menandakan korelasi yang menguntungkan antara inovasi produk pariwisata dan kepuasan pengalaman wisatawan. Uji-t berfungsi sebagai kriteria pengambilan keputusan: jika nilai yang dihitung melebihi nilai t-tabel, dampak signifikan dari variabel inovasi produk pariwisata (X) terhadap kepuasan pengalaman wisatawan (Y) ditunjukkan; sebaliknya, jika nilai yang dihitung kurang dari nilai t-tabel, tidak ada efek signifikan yang hadir. Oleh karena itu, uji-t berfungsi sebagai tolok ukur penting untuk menilai apakah inovasi produk pariwisata secara signifikan meningkatkan kepuasan wisatawan di lokasi Pantai Taman Impian Jaya Ancol.

Berdasarkan hasil perhitungan uji pada tingkat signifikansi 5%, nilai tersebut dipastikan menggunakan rumus  $t_{tabel} = t(\alpha/2; n-k-1)$ . Dengan ukuran sampel (n) 100 dan satu variabel bebas (k), derajat kebebasan (df) dihitung sebesar 98. Akibatnya, nilai kritis dari distribusi-t adalah  $t(0,025; 98) = 1,987$ . Hasil perhitungan menunjukkan nilai 7,646, yang melebihi jumlah pada Tabel 1.987. Nilai signifikansi uji adalah 0,000, yang kurang dari 0,05, yang menunjukkan signifikansi statistik. Akibatnya, dapat disimpulkan bahwa variabel inovasi produk pariwisata memberikan dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di destinasi Pantai Taman Impian Jaya Ancol. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan tingkat inovasi produk pariwisata berkorelasi dengan peningkatan kepuasan pengalaman wisatawan.

Estimasi pada Tabel 3 menunjukkan bahwa variabel inovasi produk pariwisata menyumbang 26,6% kepuasan wisatawan, sementara 73,4% sisanya disebabkan oleh faktor-faktor yang tidak diteliti. Variabel inovasi produk memberikan pengaruh positif yang moderat, ditunjukkan oleh nilai r sebesar 0,515, yang berada dalam rentang koefisien korelasi 0,40-0,599.

**Tabel 3 Koefisien Determinasi  
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.515 <sup>a</sup>	.266	.258	7.128

a. Predictors: (Constant), X

Sumber: Data diolah dari SPSS

## PEMBAHASAN

Uji statistik menunjukkan bahwa inovasi produk pariwisata (X) secara signifikan mempengaruhi kepuasan pengalaman wisatawan (Y) di wilayah Jakarta. Temuan penelitian menunjukkan bahwa nilai-t yang dihitung sebesar 7,646 melebihi nilai t-tabel sebesar 1,987 pada tingkat signifikansi 5% ( $t(0,025; 98) = 1,987$ ). Nilai signifikansi yang dihitung adalah 0,000, jauh lebih rendah dari kriteria 0,05. Temuan ini memvalidasi penerimaan hipotesis penelitian, yang menunjukkan bahwa tingkat inovasi yang tinggi dalam penawaran pariwisata berkorelasi dengan peningkatan kepuasan wisatawan. Ini memperkuat perspektif teoritis bahwa inovasi dalam produk pariwisata, baik melalui pengembangan atraksi, peningkatan fasilitas, atau peningkatan layanan, merupakan elemen penting dalam menciptakan pengalaman pariwisata yang signifikan. Temuan ini sejalan dengan pernyataan Ghozali (2018) bahwa uji-t berfungsi untuk menilai dampak individu dari variabel independen terhadap variabel dependen; Dengan demikian, nilai t terhitung yang lebih tinggi relatif terhadap nilai t tabel menunjukkan bukti lebih kuat adanya hubungan signifikan antara variabel.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa inovasi produk pariwisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Kurniawan (2025) mengidentifikasi bahwa di Kintamani, Bali, inovasi produk pariwisata merupakan faktor vital dalam meningkatkan kualitas pengalaman dan meningkatkan kepuasan pengunjung. Inovasi ini mencakup penciptaan atraksi baru, diversifikasi produk, dan peningkatan layanan pendukung yang sesuai dengan kebutuhan dan antisipasi pengunjung. Sejalan dengan temuan ini, studi yang dilakukan oleh Fitriani, Rahmawati, dan Nugroho (2023) di Yogyakarta menunjukkan bahwa peningkatan atraksi, fasilitas, dan amenities tidak hanya meningkatkan kepuasan wisatawan tetapi juga memperkuat citra dan branding destinasi. Hal ini menggambarkan bahwa inovasi produk pariwisata memiliki tujuan ganda: meningkatkan kebahagiaan wisatawan dan merupakan elemen penting dalam membangun keunggulan kompetitif dan keberlanjutan pariwisata dalam konteks global.

### KESIMPULAN

Hasil studi menunjukkan bahwa inovasi produk pariwisata secara parsial memengaruhi kepuasan pengalaman wisatawan di destinasi Pantai Taman Impian Jaya Ancol, Jakarta. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas inovasi—yang diwujudkan melalui pengembangan objek wisata, peningkatan fasilitas pendukung, atau penyediaan layanan yang lebih inovatif dan adaptif—berkorelasi dengan peningkatan kepuasan wisatawan di lokasi tersebut. Inovasi yang selaras dengan kebutuhan dan harapan pengunjung telah menunjukkan kapasitas untuk menghasilkan nilai tambah, meningkatkan pengalaman wisatawan, dan meningkatkan opini positif terhadap lokasi tersebut. Keberhasilan sebuah resor wisata tidak hanya bergantung pada aset alam atau infrastrukturnya, tetapi juga pada kapasitas manajemen untuk menerapkan inovasi berkelanjutan. Oleh karena itu, inovasi dalam produk pariwisata sangat penting untuk meningkatkan daya saing destinasi, menumbuhkan loyalitas wisatawan, dan mendorong keberlanjutan industri pariwisata.

### DAFTAR PUSTAKA

- Albaladejo, I. P., Camisón, C., & Clemente-Almendros, J. A. (2025). Open innovation in the tourism industry: A systematic review. *Tourism and Hospitality*, 6(3), 124. <https://doi.org/10.3390/tourhosp6030124>
- Ali, F., Rasoolimanesh, S. M., Cobanoglu, C., & Hussain, K. (2024). A meta-analytic investigation of innovation predictors in tourism and hospitality organizations. *Tourism Management*, 97, 104728. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104728>
- Astor, R. Y., Wibisono, Y., Novianti, E., & Rafdinal, W. (2021). The role of technology and innovation in creative tourism. In *Proceedings of the International Seminar on Science and Technology (ISSAT 2021)* (pp. 354–360). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211122.056>.
- Badan Pusat Statistik. (2025, Februari 24). *Geliat Sektor Pariwisata Pacu Pertumbuhan Ekonomi*. Indonesia.go.id. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/9026/geliat-sektor-pariwisata-pacu-pertumbuhan-ekonomi>
- Chen, H., & Rahman, I. (2022). Theories of experience value and mental health at tourism destinations: Senses, personalities, emotions and memories. *Journal of Destination Marketing & Management*, 23, 100667.
- Dewi, I. G. A. A. O., Rahayu, S. M., & Santosa, I. (2021). Hedonic happiness of foreign tourists in Bali. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, 9(3), 158–165. <https://doi.org/10.21776/ub.jitode.2021.009.03.08>

- Ferhat Şeker & Kamil Unur. (2022).** *Memorable Customer Experience: Examining the Effects of Customer Experience on Memories and Loyalty in Malaysian Resorts.* *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 2022, № 2, 31-43.
- Fitriani, A., Rahmawati, D., & Nugroho, S. (2023). Evaluation of tourism recovery innovations in D.I. Yogyakarta based on data analytics. *ASEAN Journal on Hospitality and Tourism*, 22(1), 35–49. ITB Journals.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hwang, J., Joo, K., & Moon, J. H. (2023).** *Relationships among Experience Economy, Tour Quality, Tour Satisfaction, and Word-of-Mouth in the Senior Tourism Context in Korea: The Moderating Role of Tour Guiding Services.* *Sustainability*, 15(8), 6367.
- Ku, E. C. S. (2024). Tourism digital transformation and future supply chain competition: An integrated perspective on real options theory and digital competencies. *Journal of Tourism Futures*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1108/JTF-10-2023-0232>
- Kurniawan, R. (2025). The effect of product innovation, consumer awareness, environmental policy, tourist satisfaction, and social culture on sustainable tourism in the tourism industry in Kintamani Bali. *Ristek Journal of Leading Education*, 6(1), 1–12. Ristek Journals. <https://journals.ristek.or.id/index.php/LE/article/view/121>
- Lembaga KITA. (2024). Pengaruh pemasaran digital, inovasi produk, dan pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di Kota Medan. *Journal of Economics, Management and Technology*, 8(2), 455–466. Lembaga KITA Journal. <https://www.journal.lembagakita.org/index.php/emt/article/view/2987>
- López-Guzmán, T., Peña, A. I., & Sánchez-Cañizares, S. (2023). Public policy and its impact on innovation, competitiveness, and performance in the tourism sector. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2249692. <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2249692>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). Wiley
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wong, I. A., & Lai, I. K. W. (2020). Experiencing culture in attractions, events and tour settings. *Tourism Management*, 77, 104028. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104028>
- Wu, H.-C., & Liang, R.-D. (2020). The relationships among experiential marketing, service innovation, and customer satisfaction: A case study of tourism factories in Taiwan. *Sustainability*, 11(4), 1041. <https://doi.org/10.3390/su11041041>