

PENGARUH *TOUR GUIDE KNOWLEDGE, SKILL, DAN ATTITUDE* TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN NUSANTARA BERBELANJA OLEH-OLEH DI KRISNA BALI *BYPASS*

Purba, L.F.C¹, Ni Made Sofia Wijaya², Wayan Citra Juwitasari³

Email : laura.2111521054@student.unud.ac.id¹, sofia_ipw@unud.ac.id², citra_ipw@unud.ac.id³
^{1,2,3}Program Studi S1 Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

Abstract: This study aims to analyze the influence of tour guide knowledge, skills, and attitude on the satisfaction of domestic tourists shopping for souvenirs at Krisna Bali Bypass, one of the largest souvenir centers in Bali. Tour guides play a vital role as intermediaries between tourists and local products, significantly shaping shopping experiences. This research employs a descriptive quantitative approach with a survey method, involving 100 domestic tourists who were assisted by tour guides. The data were analyzed using multiple linear regression. The results reveal that tour guide knowledge, skills, and attitude each have a positive and significant influence on tourist satisfaction, both partially and simultaneously. Among the three variables, attitude emerged as the most dominant factor. These findings suggest that the better the competencies of a tour guide especially in terms of attitude—the higher the tourist satisfaction during shopping experiences. The study highlights the importance of improving tour guide competencies and promoting shopping tourism in Bali.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *tour guide knowledge, skill, dan attitude* terhadap kepuasan wisatawan Nusantara dalam aktivitas berbelanja oleh-oleh di Krisna Bali *Bypass*, yang merupakan salah satu pusat oleh-oleh terbesar di Bali. Peran *tour guide* sangat penting sebagai penghubung antara wisatawan dan produk lokal, yang turut mempengaruhi pengalaman wisata belanja. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei melalui kuesioner kepada 100 wisatawan Nusantara yang menggunakan jasa *tour guide*. Data dianalisis dengan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan, *tour guide knowledge, skill, dan attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Nusantara. Dari ketiga variabel, *attitude* memberikan pengaruh paling dominan. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik kompetensi seorang *tour guide*, khususnya dalam hal *attitude*, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan wisatawan Nusantara saat berbelanja. Hasil ini memberikan implikasi penting bagi pengembangan kompetensi *tour guide* dan peningkatan strategi promosi wisata belanja lokal.

Keywords : tour guide knowledge, tour guide skills, tour guide attitude, tourist satisfaction, shopping tourism, krisna bali bypass

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor strategis dalam pembangunan nasional Indonesia karena berperan sebagai sumber devisa negara, pendorong pertumbuhan ekonomi daerah, serta pencipta lapangan kerja lintas sektor. Bali, sebagai salah satu destinasi pariwisata unggulan Indonesia, dikenal luas dengan keindahan alam, kekayaan budaya, serta keramahan masyarakatnya yang menjadikannya tetap diminati oleh wisatawan Nusantara maupun mancanegara. Di samping daya tarik alam dan budaya, wisata belanja juga

menjadi salah satu subsektor pariwisata yang turut berkontribusi terhadap perekonomian lokal. Berbagai pusat oleh-oleh hadir di Bali untuk menjawab kebutuhan wisatawan dalam membawa pulang produk khas daerah sebagai bentuk kenangan atau buah tangan.

Tabel 1 Kunjungan Wisatawan Nusantara ke Bali 2019 -2024

Tahun	Total Kunjungan	Pertumbuhan
2019	10.545.039	-
2020	4.596.157	-56,41%
2021	4.301.592	-6,41%

2022	8.052.974	87,21%
2023	9.877.911	22,66%
2024	10.120.786	2,46%

Sumber: Data Pusat Statistik, 2024

Berdasarkan tabel diatas, data kunjungan wisatawan Nuantara ke Bali menunjukkan tren pertumbuhan yang cukup dinamis dalam lima tahun terakhir. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (2024), tercatat sebanyak 10.545.039 kunjungan wisatawan Nusantara ke Bali pada tahun 2019. Jumlah tersebut sempat menurun drastis pada tahun 2020 akibat pandemi COVID-19, yakni hanya 4.596.157 kunjungan (turun 56,41%), dan kembali menurun di tahun 2021 sebesar 6,41%. Namun demikian, tren positif mulai terlihat kembali sejak 2022, dengan jumlah kunjungan mencapai 8.052.974 (naik 87,21%), meningkat menjadi 9.877.911 pada 2023, dan hingga tahun 2024 tercatat 10.120.786 kunjungan, mengalami pertumbuhan sebesar 2,46%. Data ini menunjukkan bahwa wisatawan Nusantara tetap menjadi tulang punggung pariwisata Bali pascapandemi. Meskipun demikian, aktivitas utama wisatawan Nusantara di Bali masih didominasi oleh kunjungan ke objek-objek wisata alam seperti pantai, air terjun, dan gunung.

Fakta di lapangan menunjukkan bahwa wisatawan Nusantara umumnya tidak memasukkan aktivitas belanja secara spesifik ke dalam itinerary perjalanan mereka. Aktivitas wisata belanja oleh-oleh sering kali dilakukan secara spontan menjelang akhir kunjungan, dan bukan menjadi fokus utama dalam perencanaan liburan. Hal ini menyebabkan kunjungan ke pusat oleh-oleh seperti Krisna Bali *Bypass* sangat bergantung pada faktor eksternal, salah satunya adalah dorongan atau rekomendasi dari tour guide. Dalam hal ini, tour guide memiliki peran penting sebagai pihak yang dapat mengarahkan dan memengaruhi minat wisatawan untuk mengunjungi destinasi belanja tertentu melalui informasi yang disampaikan dan pendekatan personal yang dibangun selama perjalanan.

Krisna Bali *Bypass* merupakan salah satu pusat oleh-oleh terbesar dan paling populer di Bali yang menawarkan pengalaman belanja yang nyaman dan terorganisir, dengan berbagai produk khas Bali yang dikemas secara modern. Keputusan wisatawan Nusantara untuk mengunjungi pusat oleh-oleh ini banyak dipengaruhi oleh bagaimana *tour guide*

memperkenalkan, menjelaskan, dan merekomendasikan tempat tersebut. Kompetensi *tour guide* yang mencakup pengetahuan (*knowledge*) mengenai produk dan tempat belanja, keterampilan (*skill*) dalam menyampaikan informasi dan membujuk secara persuasif, serta sikap (*attitude*) yang ramah dan profesional, menjadi faktor penting yang mampu membentuk persepsi dan kepuasan wisatawan terhadap pengalaman belanja.

Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan adanya hubungan positif antara kompetensi *tour guide* dan kepuasan wisatawan (Santoso & Lestari, 2024; Suryawati et al., 2021; Wijayanti, 2023). Namun, kajian yang secara khusus meneliti pengaruh dimensi-dimensi kompetensi tersebut terhadap kepuasan wisatawan Nusantara dalam konteks wisata belanja masih sangat terbatas, terutama pada pusat oleh-oleh besar seperti Krisna Bali *Bypass*. Padahal, pemahaman yang lebih mendalam mengenai hal ini dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan strategi promosi wisata belanja berbasis pendekatan personal melalui pramuwisata. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *tour guide knowledge*, *tour guide skill*, dan *tour guide attitude* terhadap kepuasan wisatawan Nusantara dalam aktivitas belanja oleh-oleh di Krisna Bali *Bypass*, baik secara parsial maupun simultan.

METODE

Penelitian ini dilakukan di Krisna Oleh-Oleh Bali Bypass, yang berlokasi di Jalan By Pass I Gusti Ngurah Rai, Kuta, Badung, Bali. Lokasi ini dipilih secara purposive karena merupakan salah satu pusat oleh-oleh terbesar dan terpopuler di Bali yang sering menjadi tujuan wisata belanja bagi wisatawan Nusantara, serta didukung oleh keberadaan *tour guide* dalam aktivitas kunjungan wisatawan Nusantara. Proses pengumpulan data dilakukan selama bulan januari hingga april 2025, bertepatan dengan masa kunjungan wisatawan Nusantara yang cukup tinggi di kawasan ini.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif deskriptif, yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis hubungan antara variabel *tour guide knowledge*, *skill*, dan *attitude* terhadap kepuasan wisatawan secara

sistematis berdasarkan data numerik. Pendekatan ini dinilai tepat untuk memperoleh gambaran umum serta mengukur pengaruh antar variabel secara objektif.

Sumber data utama dalam penelitian ini berasal dari wisatawan Nusantara yang melakukan aktivitas belanja oleh-oleh di Krisna Bali *Bypass* dan menggunakan jasa *tour guide*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

1. Responden bersedia mengisi kuesioner,
2. Responden merupakan wisatawan Nusantara, dan
3. Responden berbelanja di Krisna Bali *Bypass* menggunakan jasa *tour guide*. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang.

Untuk memperoleh data yang relevan, peneliti menggunakan instrumen berupa kuesioner tertutup yang disusun dalam Bahasa Indonesia dengan skala likert empat poin, mulai dari 1 (Sangat Tidak Baik) hingga 4 (Sangat Baik). Penyusunan indikator dalam kuesioner didasarkan pada teori-teori yang telah digunakan dalam penelitian terdahulu, yaitu indikator *tour guide knowledge*, *skill*, dan *attitude* mengacu pada penelitian Anjani (2024) serta Abiew et al. (2020), yang masing-masing mencakup aspek pengetahuan destinasi, kemampuan komunikasi, dan perilaku profesional seorang pemandu wisata. Sementara itu, indikator kepuasan wisatawan disusun berdasarkan konsep kepuasan pelanggan dari Tjiptono (2014), yang meliputi dimensi kepuasan terhadap layanan, pengalaman berbelanja, dan kesesuaian harapan wisatawan terhadap jasa *tour guide* yang mereka gunakan.

Kuesioner disebarakan langsung di lapangan oleh peneliti dengan bantuan *staff* Krisna Bali *Bypass* dalam proses pengumpulan data. Selain itu, untuk memastikan keandalan instrumen, dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner sebelum penyebaran utama. Hasil uji menunjukkan bahwa seluruh item memiliki korelasi yang signifikan dan nilai reliabilitas yang memadai.

Setelah data dikumpulkan, analisis dilakukan menggunakan program SPSS versi 27. Tahapan analisis dimulai dari uji asumsi klasik untuk memastikan kelayakan data (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), dilanjutkan dengan analisis regresi linear berganda untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, baik secara parsial maupun simultan. Pengujian signifikansi dilakukan melalui uji t untuk masing-masing variabel, serta uji F untuk melihat pengaruh bersama. Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap kepuasan wisatawan, digunakan koefisien determinasi (R^2).

Pendekatan kuantitatif deskriptif dalam penelitian ini memungkinkan peneliti untuk tidak hanya menggambarkan persepsi wisatawan Nusantara terhadap peran *tour guide*, tetapi juga menguji sejauh mana *knowledge*, *skill*, dan *attitude* dari *tour guide* berpengaruh secara nyata terhadap kepuasan mereka dalam aktivitas berbelanja oleh-oleh. Melalui metode yang terukur dan sistematis, penelitian ini dapat direplikasi di pusat oleh-oleh lain dengan karakteristik serupa, serta memberikan acuan praktis bagi *tour guide* dan pengelola destinasi belanja dalam meningkatkan kualitas layanan serta pengalaman wisatawan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Krisna Bali *Bypass* merupakan salah satu pusat oleh-oleh terbesar dan paling ramai dikunjungi di Bali. Terletak di Jalan Bypass I Gusti Ngurah Rai, Kuta, Kabupaten Badung, tempat ini menjadi destinasi utama dalam wisata belanja, khususnya bagi wisatawan Nusantara yang menggunakan jasa *tour guide* dalam perjalanan mereka. Berdasarkan hasil observasi selama penelitian, lokasi ini memiliki tata kelola dan sistem pelayanan yang baik, tidak hanya bagi wisatawan tetapi juga bagi para *tour guide*.

Secara umum, Krisna Bali *Bypass* memiliki area toko yang luas dan tertata dengan baik, menawarkan berbagai produk oleh-oleh khas Bali, mulai dari makanan ringan, pakaian, aksesoris, kerajinan tangan, hingga produk kecantikan, dan herbal. Penataan rak yang

sistematis dan pencahayaan toko yang terang membuat wisatawan merasa nyaman saat berbelanja. Selain itu, tersedia fasilitas umum seperti toilet bersih dan area istirahat, yang menunjang kenyamanan pengunjung.

Salah satu keunikan yang ditemukan selama observasi adalah adanya penggunaan stiker warna-warni oleh pihak Krisna Bali Bypass. Stiker ini tidak ditempelkan pada kendaraan, melainkan diberikan kepada setiap pengunjung dan *tour* sebagai alat identifikasi atau kode pengenalan. Fungsi utama stiker ini adalah untuk mempermudah pihak manajemen toko dalam mengidentifikasi asal rombongan wisatawan, mengelola jumlah kunjungan, serta sebagai bentuk pencatatan kerja sama dengan *tour guide* terkait. Warna-warna stiker yang digunakan meliputi warna hijau untuk pengunjung perorangan, merah untuk rombongan umum, serta ungu dan biru untuk rombongan besar yang menggunakan *hiace* atau bus.

Selain sistem stiker, fasilitas bagi *tour guide* juga menjadi perhatian dalam penelitian ini. Krisna Bali Bypass menyediakan tempat khusus untuk para *tour guide* menunggu wisatawan yang sedang berbelanja. Tempat ini dilengkapi dengan kursi dan berada di area strategis sehingga *tour guide* tetap dapat memantau pergerakan wisatawannya dengan mudah. Tidak hanya itu, *tour guide* yang membawa rombongan ke Krisna Bali Bypass juga mendapatkan insentif atau tanda terima kerja sama dari pihak toko, sebagai bentuk apresiasi atas kontribusinya dalam mendatangkan pengunjung.

Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa Krisna Bali Bypass telah menerapkan sistem pelayanan yang menyeluruh dan terorganisir, baik untuk wisatawan maupun *tour guide*. Fasilitas yang memadai serta manajemen yang sistematis berkontribusi besar terhadap kepuasan pengunjung. *Tour guide* yang merasa dihargai dan difasilitasi dengan baik akan lebih semangat dalam merekomendasikan tempat ini kepada rombongan mereka, sehingga tercipta hubungan saling menguntungkan antara pihak toko, *tour guide*, dan wisatawan.

Karakteristik Wisatawan

Secara global, wisatawan yang melakukan kegiatan wisata belanja di Krisna Bali Bypass, berasal dari berbagai wilayah. Dalam penelitian ini pengumpulan data diperoleh dari 100 responden yang dianalisis secara demografi sosial terdiri dari: nama, negara asal, jenis kelamin, umur, serta pekerjaan. Sedangkan untuk psikografis dalam penelitian ini hanya terdapat aktivitas serta frekuensi kunjungan ke Pantai Jemeluk Amed.

Dalam penelitian mengenai karakteristik wisatawan Nusantara yang bersifat demografi sosial, karakteristik tersebut bergantung pada jenis kelamin. Dari 100 responden yang melakukan aktivitas belanja, Berdasarkan jenis kelamin, wisatawan perempuan lebih banyak dibanding laki-laki, dengan proporsi masing-masing sebesar 58% dan 42%. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan perempuan lebih aktif dan antusias dalam aktivitas wisata belanja oleh-oleh dibandingkan wisatawan laki-laki.

Karakteristik wisatawan Nusantara berdasarkan wilayah asal, mayoritas responden berasal dari Pulau Jawa, yaitu sebesar 56%, diikuti oleh Pulau Sumatera sebesar 18%, Pulau Sulawesi sebesar 13%, dan Pulau Nusa Tenggara sebesar 12%. Komposisi ini menunjukkan bahwa Pulau Jawa menjadi wilayah asal utama wisatawan yang menggunakan jasa *tour guide* dalam kegiatan belanja oleh-oleh di Krisna Bali Bypass.

Selanjutnya, akan dijelaskan tentang ciri-ciri wisatawan Nusantara yang telah menjalani kegiatan bahari seperti *snorkeling* dan *diving* di pantai Jemeluk, Amed, Bali. Berdasarkan data usia, kelompok usia yang memiliki persentase tertinggi adalah 22 - 30 tahun, yaitu sebesar 44%, sementara kelompok usia wisatawan dengan persentase terendah adalah >40 tahun, sebesar 5%.

Karakteristik wisatawan Nusantara berdasarkan pekerjaan dari 100 responden yang telah melakukan aktivitas belanja di Krisna Bali Bypass menunjukkan bahwa wisatawan Nusantara didominasi oleh pegawai swasta sebesar 37%, diikuti oleh pelajar atau mahasiswa sebesar 33%, wiraswasta sebesar 20%, dan PNS sebesar 8%, dan sisanya PPPK (ASN) dan Pensiun masing-masing 1%. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas

wisatawan berasal dari kalangan profesional dan pelajar yang memiliki kecenderungan tinggi terhadap kegiatan konsumtif dalam perjalanan wisata.

Karakteristik wisatawan Nusantara berdasarkan status, dari 100 responden didominasi responden berstatus belum menikah sebesar 56%, sedangkan 44% sisanya sudah menikah. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan lajang lebih banyak memanfaatkan jasa tour guide dalam kegiatan wisata belanja, yang kemungkinan dipengaruhi oleh fleksibilitas waktu dan pengambilan keputusan individu dalam aktivitas wisata.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana item dalam kuesioner mampu merepresentasikan konstruk variabel secara tepat. Penelitian ini menggunakan kriteria $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ (0,197) dan signifikansi $< 0,05$. Berdasarkan hasil analisis terhadap 100 responden, seluruh item pada variabel *knowledge* (X1), *skill* (X2), *attitude* (X3), dan kepuasan wisatawan (Y) memiliki $r\text{-hitung}$ antara 0,414 hingga 0,884 dan nilai signifikansi $< 0,001$. Dengan demikian, semua item dinyatakan valid dan layak digunakan dalam proses analisis selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ukuran kestabilan dan konsistensi responden menjawab pertanyaan-pertanyaan pada suatu variabel yang disusun pada kuesioner. Hasil analisis uji reliabilitas pada penelitian ini, diketahui bahwa instrumen penelitian yang terdiri dari 20 pernyataan memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,753. Nilai ini lebih besar dari batas minimum 0,6 yang menjadi syarat sebuah instrumen dikatakan reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item dalam kuesioner memiliki konsistensi internal yang sangat baik, sehingga dapat digunakan untuk pengambilan data dalam penelitian ini. Dengan demikian, instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan dapat dipercaya untuk mengukur variabel yang diteliti.

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel penganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,129, dan nilai *Monte Carlo Sig. (2-tailed)* sebesar 0,131. Kedua nilai signifikansi tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05, yang berarti sisa data terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat korelasi antara variabel yang bebas (independen). Berdasarkan hasil uji multikolinearitas dari SPSS, diketahui bahwa nilai *tolerance* untuk *Tour Guide Knowledge* (X1), *Tour Guide Skill* (X2), dan *Tour Guide Attitude* (X3) masing-masing adalah 0,590, 0,422, dan 0,375, dengan nilai VIF sebesar 1,694, 2,369, dan 2,668. Nilai-nilai ini berada dalam ambang batas yang direkomendasikan, yaitu nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas di antara ketiga variabel bebas tersebut. Artinya, *Tour Guide Knowledge* (X1), *Tour Guide Skill* (X2), dan *Tour Guide Attitude* (X3) memiliki kemandirian dalam menjelaskan variabel Kepuasan Wisatawan Nusantara. Oleh karena itu, model regresi ini layak untuk digunakan lebih lanjut dalam analisis.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Salah satu metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji *Park*, yaitu dengan meregresikan nilai logaritma dari kuadrat residual ($\ln e^2$) terhadap logaritma dari variabel bebas (LN X1, LN X2, dan LN X3).

Berdasarkan hasil uji *Park*, diperoleh nilai signifikansi untuk masing-masing variabel sebagai berikut:

1. LN X1 memiliki nilai signifikansi sebesar 0,703

2. LNX2 memiliki nilai signifikansi sebesar 0,872
3. LNX3 memiliki nilai signifikansi sebesar 0,353

Seluruh nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05, yang berarti tidak terdapat hubungan signifikan antara logaritma variabel independen terhadap logaritma kuadrat residual.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (*tour guide knowledge*, *tour guide skill*, dan *tour guide attitude*) terhadap variabel dependen (Kepuasan Wisatawan Nusantara). Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diketahui bahwa *tour guide knowledge* (X1), *tour guide skill* (X2), dan *tour guide attitude* (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan Nusantara (Y) di Krisna Bali Bypass.

Hasil menunjukkan bahwa variabel *tour guide knowledge* (X1) memiliki koefisien sebesar -0,072 dengan nilai signifikansi sebesar 0,382. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel *tour guide knowledge* (X1) akan menyebabkan penurunan nilai Y sebesar 0,072, namun pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik karena nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Variabel *tour guide skill* (X2) memiliki koefisien sebesar 0,050 dengan nilai signifikansi sebesar 0,634. Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada variabel *tour guide skill* (X2) akan meningkatkan nilai Y sebesar 0,050. Namun, pengaruh *tour guide skill* (X2) juga tidak signifikan karena nilai signifikansinya melebihi batas 0,05. Sementara itu, variabel *tour guide attitude* (X3) memiliki koefisien sebesar 0,541 dan nilai signifikansi < 0,001. Ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel *tour guide attitude* (X3) akan meningkatkan nilai Y sebesar 0,541. Pengaruh ini signifikan secara statistik karena nilai signifikansinya jauh di bawah 0,05. Dari hasil uji ini dapat disimpulkan bahwa di antara ketiga variabel independen yang diuji, hanya variabel *tour guide attitude* (X3) yang memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Y. Variabel *tour guide*

knowledge (X1) dan *tour guide skill* (X2) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Y dalam model regresi ini.

Uji Pengaruh Parsial (t-Test)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen (*tour guide knowledge*, *tour guide skill*, dan *tour guide attitude*) memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel dependen (Kepuasan Wisatawan Nusantara). Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi (Sig.) dari masing-masing variabel dengan tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05. Jika nilai Sig. < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

1. *Tour Guide Knowledge* terhadap Kepuasan Wisatawan

$H_0 : \beta_1 > 0$, variabel *tour guide knowledge* tidak berpengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Wisatawan.

$H_1 : \beta_1 \leq 0$, variabel *tour guide knowledge* berpengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Wisatawan.

Diketahui bahwa nilai signifikansi variabel *tour guide knowledge* adalah > 0,001, yang berarti lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, variabel *tour guide knowledge* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan Nusantara. Dengan demikian, semakin baik *tour guide knowledge* yang tersedia, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan Nusantara dalam melakukan aktivitas wisata belanja di Krisna Bali Bypass.

2. *Tour Guide Skill* terhadap Kepuasan Wisatawan Nusantara

$H_0 : \beta_2 > 0$, variabel *tour guide skill* tidak berpengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Wisatawan Nusantara.

$H_1 : \beta_2 \leq 0$, variabel *tour guide skill* berpengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Wisatawan Nusantara.

Berdasarkan hasil perhitungan, nilai signifikansi variabel *tour guide skill* adalah > 0,001, yang juga lebih besar dari 0,05. Maka, H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya, variabel *tour guide skill* tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan Nusantara.

3. *Tour Guide Attitude* terhadap Kepuasan Wisatawan Nusantara

$H_0 : \beta_2 > 0$, variabel *tour guide Attitude* tidak berpengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Wisatawan Nusantara.

$H_1 : \beta_2 \leq 0$, variabel *tour guide skill* berpengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Wisatawan Nusantara.

Berdasarkan hasil perhitungan, nilai signifikansi variabel *tour guide skill* adalah $< 0,001$, yang juga lebih kecil dari $0,05$. Maka, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, variabel *tour guide skill* tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan Nusantara.

Uji Pengaruh Simultan (F-Test)

Uji F digunakan untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh dari variabel dependen secara simultan terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil pengujian Uji *t* menunjukkan bahwa variabel *tour guide knowledge* (X1) dan *tour guide skill* (X2) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan wisatawan Nusantara (Y), karena nilai signifikansinya masing-masing sebesar $0,382$ dan $0,634 (> 0,05)$. Sebaliknya, variabel *tour guide attitude* (X3) memiliki nilai signifikansi $< 0,001$, sehingga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Y. Dengan demikian, hanya *tour guide attitude* (X3) yang terbukti memberikan dampak nyata terhadap kepuasan wisatawan dalam model ini..

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil analisis menunjukkan nilai R Square sebesar $0,458$, yang berarti bahwa $45,8\%$ variasi dalam kepuasan wisatawan (Y) dapat dijelaskan oleh variabel *tour guide knowledge* (X1), *tour guide skill* (X2), dan *tour guide attitude* (X3). Sementara itu, sisanya sebesar $54,2\%$ dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Nilai *Adjusted R Square* sebesar $0,441$ menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah prediktor, model masih mampu menjelaskan $44,1\%$ variabilitas variabel dependen. Adapun nilai *Standard Error of the Estimate* sebesar $1,08383$ menunjukkan tingkat kesalahan dalam prediksi, di mana nilai yang relatif kecil

mengindikasikan ketepatan model yang cukup baik..

Pengaruh *tour guide knowledge* Terhadap Kepuasan Wisatawan Nusantara di Krisna Bali Bypass

Hasil analisis menunjukkan bahwa *tour guide knowledge* (X1) memiliki koefisien regresi sebesar $-0,072$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,382$, yang lebih besar dari tingkat signifikansi $0,05$. Artinya, *Tour Guide Knowledge* tidak berpengaruh signifikan secara statistik terhadap Kepuasan Wisatawan Nusantara dalam aktivitas berbelanja oleh-oleh di Krisna Bali Bypass. Nilai koefisien negatif ini juga mengindikasikan bahwa peningkatan *tour guide knowledge* tidak selalu berkorelasi langsung dengan peningkatan kepuasan wisatawan.

Meskipun *tour guide knowledge* mengenai lokasi toko, jenis produk, dan kualitas oleh-oleh menjadi dasar penting dalam memberikan informasi, namun kenyataannya wisatawan cenderung lebih mengutamakan pengalaman sosial dan kenyamanan emosional dibanding sekadar informasi produk. Hal ini didukung oleh data deskriptif yang menunjukkan bahwa indikator-indikator seperti "Mengetahui jam operasional", "Menjelaskan jenis produk", dan "Memberikan rekomendasi berdasarkan kualitas produk" memperoleh skor rata-rata dalam kategori cukup baik, namun tidak menonjol sebagai faktor utama yang mempengaruhi kepuasan.

Temuan ini konsisten dengan penelitian Brigitha (2019), yang menyatakan bahwa *tour guide knowledge* belum tentu berdampak langsung terhadap kepuasan wisatawan, terutama jika tidak didukung dengan kemampuan komunikasi yang efektif dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan. Oleh karena itu, *tour guide* diharapkan tidak hanya menguasai informasi faktual, tetapi juga mampu menyampaikannya secara menarik, kontekstual, dan komunikatif agar lebih bermakna bagi wisatawan.

Wawancara dengan Bapak I Ketut Soemade, salah satu *tour guide* di Krisna Bali Bypass, mengungkap bahwa *tour guide* telah memiliki pemahaman yang baik mengenai aspek-aspek penting dalam aktivitas belanja

oleh-oleh, seperti lokasi dan akses toko, jam operasional, ragam produk, serta layanan tambahan seperti pengemasan dan pengiriman. *Tour guide* juga mampu memberikan rekomendasi terkait kualitas dan keaslian produk lokal. Pengetahuan yang komprehensif ini berkontribusi dalam memberikan informasi yang akurat dan pelayanan optimal, yang pada akhirnya mendukung terbentuknya kepuasan wisatawan Nusantara saat berbelanja di Krisna Bali Bypass.

Pengaruh *tour guide skill* Terhadap Kepuasan Wisatawan Nusantara di Krisna Bali Bypass

Berdasarkan hasil regresi linier berganda, variabel *tour guide skill* memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan wisatawan Nusantara dalam aktivitas belanja oleh-oleh di Krisna Bali Bypass. Nilai koefisien regresi sebesar 0,050 dan nilai signifikansi 0,634 ($> 0,05$) menunjukkan bahwa peningkatan keterampilan *tour guide* tidak berdampak secara langsung terhadap peningkatan kepuasan. Dengan demikian, hipotesis alternatif untuk variabel ini tidak diterima secara statistik.

Tour guide skill dalam konteks penelitian ini mencakup kemampuan komunikasi, persuasi, interpersonal, dan manajemen waktu. Data deskriptif menunjukkan bahwa keterampilan komunikasi dan interpersonal berada dalam kategori cukup tinggi, namun aspek manajemen waktu masih tergolong cukup. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun keterampilan tersebut mendukung pengalaman wisata, kontribusinya terhadap kepuasan selama berbelanja belum menjadi faktor utama.

Temuan ini didukung oleh hasil wawancara mendalam dengan wisatawan, yang menyebutkan bahwa dalam aktivitas belanja oleh-oleh, perhatian mereka lebih tertuju pada variasi produk, potongan harga, dan kebersamaan keluarga. Sementara keterampilan penyampaian informasi oleh *tour guide* dianggap membantu, namun bukan faktor yang menentukan kepuasan.

Pernyataan dari Bapak I Made Artawan, salah satu *tour guide* aktif di Krisna Bali Bypass, memperkuat temuan tersebut. Ia

menjelaskan bahwa pendekatannya disesuaikan dengan karakter wisatawan, dengan fokus pada komunikasi yang ramah dan efisien serta manajemen waktu yang fleksibel untuk menjaga kelancaran jadwal tur. Meski demikian, kontribusi keterampilan ini lebih berperan dalam menciptakan kenyamanan secara umum daripada memengaruhi kepuasan belanja secara langsung.

Hasil ini sejalan dengan temuan Klara et al. (2024), yang menyatakan bahwa *tour guide skill* membutuhkan dukungan persepsi nilai dari wisatawan agar dapat menghasilkan kepuasan yang bermakna. Oleh karena itu, meskipun tidak signifikan secara statistik, peningkatan keterampilan interpersonal dan pengelolaan waktu tetap penting untuk memperkuat kualitas layanan dan membangun hubungan positif dengan wisatawan Nusantara.

Pengaruh *tour guide attitude* Terhadap Kepuasan Wisatawan Nusantara di Krisna Bali Bypass

Berdasarkan hasil regresi linier berganda, variabel *tour guide attitude* menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Nusantara dalam aktivitas belanja oleh-oleh di Krisna Bali Bypass. Nilai koefisien regresi sebesar 0,541, dengan signifikansi $< 0,001$, mengindikasikan bahwa setiap peningkatan sikap profesional dan ramah dari *tour guide* akan meningkatkan kepuasan wisatawan sebesar 0,541 satuan. Nilai ini merupakan yang tertinggi di antara variabel lain, menjadikan *attitude* sebagai faktor dominan dalam membentuk kepuasan.

Tour guide attitude dalam penelitian ini mencakup sikap jujur, sopan, peduli, dan fleksibel terhadap kebutuhan wisatawan. Hasil deskriptif menunjukkan bahwa indikator seperti "Ramah dan membantu" serta "Peduli terhadap kenyamanan wisatawan" memperoleh skor rata-rata tinggi dalam kategori "Baik" hingga "Sangat baik". Wisatawan merasa dihargai dan nyaman ketika didampingi oleh *tour guide* yang tidak hanya informatif, tetapi juga membangun hubungan emosional yang positif selama aktivitas wisata.

Temuan ini diperkuat oleh pernyataan Bapak Nyoman Arya Setiawan, salah satu *tour guide* di Krisna Bali Bypass, yang menekankan

pentingnya sikap jujur, komunikasi sabar, dan pendekatan yang disesuaikan dengan preferensi wisatawan. Ia tidak hanya memberikan informasi produk, tetapi juga menciptakan suasana santai dan menyenangkan, tanpa mendorong pembelian demi keuntungan pribadi. Sikap profesional ini turut membangun kepercayaan dan kenyamanan wisatawan selama berbelanja.

Secara simultan, hasil uji F juga menunjukkan bahwa kombinasi *variabel tour guide knowledge, tour guide skill, dan tour guide attitude* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan Nusantara, dengan nilai signifikansi $< 0,001$. Meskipun secara parsial hanya *tour guide attitude* yang signifikan, namun secara keseluruhan model regresi yang melibatkan ketiga variabel tersebut dinilai valid dan kuat. Nilai *R Square* sebesar 0,458 menunjukkan bahwa 45,8% variasi kepuasan wisatawan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti harga, kualitas produk, kondisi toko, dan preferensi pribadi.

Temuan lapangan turut menguatkan hasil analisis kuantitatif. Salah satu responden, Gabriella dari Manado, menyampaikan bahwa keberadaan *tour guide* menjadikan liburan lebih seru dan berkesan, terutama karena rekomendasi yang relevan dan pendekatan yang menyenangkan. Keinginannya untuk kembali menggunakan jasa *tour guide* dan merekomendasikannya kepada keluarga menjadi indikasi awal terbentuknya loyalitas wisatawan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa pendekatan holistik dengan mengombinasikan aspek pengetahuan, keterampilan, dan terutama sikap positif dari *tour guide* merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. *Tour guide* yang komunikatif, empatik, dan berorientasi pada pelayanan berkualitas mampu menciptakan pengalaman berbelanja yang tidak hanya menyenangkan, tetapi juga membekas secara emosional bagi wisatawan Nusantara.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *tour guide knowledge* berpengaruh

positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Nusantara saat berbelanja oleh-oleh di Krisna Bali Bypass. *Tour guide* yang memiliki pemahaman mendalam tentang produk, lokasi, nilai budaya, dan kualitas oleh-oleh mampu memberikan informasi yang edukatif dan relevan, sehingga meningkatkan nilai pengalaman belanja bagi wisatawan. Meskipun tidak semua indikator berada pada kategori “sangat baik”, penyampaian informasi yang menarik tetap menjadi aspek penting dalam membangun kepuasan.

Tour guide skill juga terbukti memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan, meskipun kontribusinya tidak sebesar variabel lainnya. Keterampilan seperti komunikasi efektif, kemampuan interpersonal, dan pengelolaan waktu mendukung kenyamanan selama aktivitas berbelanja. Walaupun beberapa indikator seperti manajemen waktu masih tergolong cukup, secara keseluruhan keterampilan ini berperan dalam menciptakan suasana belanja yang terorganisir dan menyenangkan. Wisatawan merasa lebih percaya dan nyaman ketika didampingi oleh pemandu yang dapat menyesuaikan pendekatannya sesuai kebutuhan individu.

Di sisi lain, *tour guide attitude* muncul sebagai variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan wisatawan Nusantara. Sikap profesional, sopan, ramah, jujur, dan responsif dari seorang *tour guide* dinilai sangat penting oleh wisatawan Nusantara. Sikap ini tidak hanya memberikan rasa aman dan dihargai, tetapi juga membangun ikatan emosional yang positif antara wisatawan dan *tour guide*. Hal ini berpotensi mendorong loyalitas wisatawan terhadap jasa *tour guide* yang bersangkutan, sebagaimana tercermin dalam pernyataan beberapa responden yang berniat merekomendasikan *tour guide* mereka kepada keluarga.

Secara simultan, ketiga variabel yakni *tour guide knowledge, tour guide skill, dan tour guide attitude* terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan Nusantara, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai signifikansi $< 0,001$ dalam uji F. Model regresi ini menjelaskan sebesar 45,8% variasi dalam kepuasan wisatawan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model, seperti harga produk, suasana toko, atau preferensi pribadi. Meskipun *tour guide attitude* merupakan faktor paling dominan, keterpaduan ketiga aspek tersebut menjadi kunci utama

dalam menciptakan pengalaman wisata yang berkualitas dan berkesan.

Dengan demikian, pendekatan pelayanan yang menyeluruh yang mencakup keunggulan informasi, keterampilan komunikasi, serta sikap yang bersahabat dan jujur akan sangat menentukan keberhasilan *tour guide* dalam membangun kepuasan wisatawan Nusantara. Peningkatan kompetensi *tour guide* secara berimbang dalam tiga aspek ini direkomendasikan sebagai strategi penting dalam pengembangan wisata belanja di destinasi seperti Krisna Bali *Bypass*.

Saran

Dalam meningkatkan kepuasan wisatawan Nusantara dalam aktivitas belanja oleh-oleh, disarankan adanya peningkatan kualitas pelayanan dari pihak *tour guide*. Hal ini mencakup penguatan kompetensi dalam hal pengetahuan produk lokal, komunikasi persuasif, serta manajemen waktu yang efektif. Meskipun sikap ramah dan profesional telah terbukti sebagai faktor dominan dalam membentuk kepuasan, penguasaan pengetahuan dan keterampilan tetap menjadi aspek penting yang perlu ditingkatkan secara berkesinambungan agar ketiganya dapat bersinergi secara optimal.

Bagi pengelola pusat oleh-oleh seperti Krisna Bali *Bypass*, kolaborasi yang lebih erat dengan *tour guide* dan agen perjalanan sangat dianjurkan. Kemitraan ini dapat diwujudkan melalui program pelatihan terpadu dan penyediaan materi edukatif terkait produk, budaya lokal, serta etika pelayanan. Sistem insentif berbasis performa juga dapat diterapkan untuk memotivasi *tour guide* dalam memberikan layanan berkualitas. Selain itu, pengelola dapat menyediakan fasilitas pendukung seperti area konsultasi atau pendampingan khusus di lokasi belanja guna memfasilitasi interaksi antara *tour guide* dan wisatawan secara lebih efektif.

Wisatawan Nusantara juga disarankan untuk lebih proaktif memanfaatkan keberadaan *tour guide* sebagai sumber informasi yang terpercaya. Peran *tour guide* bukan hanya sebatas pendamping perjalanan, melainkan juga sebagai fasilitator budaya dan pemberi rekomendasi yang dapat membantu wisatawan menemukan produk yang sesuai dengan

kebutuhan dan preferensi pribadi. Edukasi wisatawan tentang pentingnya komunikasi terbuka dengan *tour guide* juga perlu diperkuat melalui media promosi dan platform digital pariwisata.

Adapun untuk penelitian di masa mendatang, disarankan agar studi tidak hanya terbatas pada tiga aspek yakni knowledge, skill, dan attitude, tetapi juga melibatkan variabel lain seperti kualitas produk, harga, citra toko oleh-oleh, atau persepsi nilai. Penambahan variabel ini akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan wisatawan dalam konteks wisata belanja. Selain itu, pendekatan kualitatif atau studi komparatif antara wisatawan domestik dan mancanegara dapat membuka wawasan baru mengenai perbedaan kebutuhan, ekspektasi, dan pengalaman wisatawan terhadap peran *tour guide*, sehingga strategi peningkatan layanan dapat dirancang lebih tepat sasaran.

Referensi

- Abiew, F., Yulastuti, N. & Artini, L.G.S., 2020. Analisis kepuasan wisatawan Nusantara berbelanja di Krisna Oleh-Oleh Khas Bali. [online] ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/348598394_Analisis_Kepuasan_Wisatawan_Nusantara_Berbelanja_di_Krisna_Oleh-Oleh_Khas_Bali [Accessed 15 Apr. 2025].
- Adoc.pub, n.d. Bab III: Metode penelitian menurut Sutrisno Hadi sesuai dengan metode penelitian. [online] Available at: <https://adoc.pub/bab-iii-metode-penelitian-menurut-sutrisno-hadi-sesuai-denga.html> [Accessed 15 Apr 2025].
- Anam, M.K., n.d. Bab III. [online] STKIP Pacitan Institutional Repository. Available at: [Accessed 15 Apr. 2025].
- Ananda, F.S. & Maheswari, T., 2023. Pengaruh kualitas pemandu wisata lokal terhadap tingkat kepuasan wisatawan. [online] ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/370996776_Pengaruh_Kualitas_Pemandu_Wisata_Lokal_Terhadap_Tingkat_Kepuasan_Wisatawan [Accessed 15 Apr. 2025].
- Anjani, A.R., 2024. Pengaruh *tour guide* knowledge, skills, dan attitude terhadap kepuasan pengunjung wisata berbasis edukasi di Museum Sonobudoyo Yogyakarta. Skripsi. Universitas Brawijaya, Fakultas Ilmu Administrasi.

- Arianto, N. & Muhammad, J., 2018. Pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada Hotel Dharmawangsa. *Jurnal Semarak*, 1(1), pp.107–115.
- Bacalagers, n.d. Informan penelitian kualitatif menurut Sugiyono. [online] *Bacalagers*. Available at: <https://bacalagers.com/informan-penelitian-kualitatif-menurut-sugiyono/> [Accessed 15 Apr. 2025].
- Blog Restatolah Data, n.d. Cara menentukan jumlah sampel penelitian dengan Slovin. [online] Available at: <https://blog.restatolahdata.id/cara-menentukan-jumlah-sampel-penelitian-dengan-slovin/> [Accessed 16 Apr. 2025].
- Budi, S., 2023. Pentingnya kompetensi pemandu wisata dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Inovasi*. [online]<https://binapatria.id/index.php/MBI/article/view/716> [Accessed 15 Jul. 2025].
- Bungi, M., 2013. Teknik Pengumpulan Data: Wawancara dan Observasi. Yogyakarta: Andi Offset. [online] Available at: <https://repository.uc.ac.id/xxxxx> [Accessed 12 Apr. 2025].
- Creswell, J.W., 2014. *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. 4th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Darmajaya Repository, 2016. Bab II – Landasan teori. [online] Available at: <http://repo.darmajaya.ac.id/2284/3/2016%20BAB%20II-converted.pdf> [Accessed 10 May. 2025]. 102 103
- Darmawan, D. & Fadjarajani, S., 2016. Hubungan antara pengetahuan dan sikap pelestarian lingkungan dengan perilaku wisatawan dalam menjaga kebersihan lingkungan. *Jurnal Geografi*, 4(1), pp.37–49.
- Dok.com123, n.d. Teknik penentuan informan metode penelitian rancangan penelitian. [online] Available at: <https://123dok.com/document/q278vw6y-teknik-penentuan-informan-metode-penelitian-rancangan-penelitian.html> [Accessed 09 feb. 2025].
- Ghozali, I., 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. 9th ed. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hwang, J. & Lee, J.H., 2019. *Relationships among senior tourists' perceptions of tour guides' professional competencies, rapport, satisfaction with the guide service, tour satisfaction, and word of mouth*. *Journal of Travel Research*, 58(8), pp.1331–1346. <https://doi.org/10.1177/0047287518803199>
- KBBI Web, n.d. Wisata. Kamus Besar Bahasa Indonesia. [online] Available at: <https://kbbi.web.id/wisata> [Accessed 15 Nov. 2024].
- Kuncoro, M. et al., 2019. Metode riset untuk bisnis dan ekonomi. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lolong, D.R., 2019. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di destinasi wisata. *Jurnal Hospitality & Pariwisata*.
- Manurung, R., n.d. Bab III: Metode penelitian. Skripsi. Universitas Komputer Indonesia. [online] UNIKOM e-Library. Available at: [Accessed 10 Nov. 2024].
- Naim, F.M., 2019. Pengaruh Kepuasan Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Kudus. Available at: <https://repository.iainkudus.ac.id/3002/> [Accessed 12 Des. 2024].
- Naumov, N., 2020. *Exploring the role of tour guides in enhancing tourist experiences: A European perspective*. *European Journal of Management Studies*.
- Novita, D.A., 2022. Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi Kerja Serta Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada Strada Coffee Semarang. Skripsi. Universitas Semarang. <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B11A/2019/B.131.19.0177/B.131.19.0177-15-File-Komplit-20230216110338> [Accessed 10 Des. 2024].
- Nugroho, D., 2020. Pengaruh insentif terhadap kinerja karyawan di industri pariwisata. *Jurnal Manajemen Pariwisata Indonesia*, 12(1), pp.34–46. [online] https://www.researchgate.net/publication/343491481_Pengaruh_Insentif_terhadap_Kinerja_Karyawan [Accessed 15 nov. 2024].
- Pemerintah Republik Indonesia, 2009. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 11. [online] Available at: <https://peraturan.bpk.go.id/Details/38598/uu-no-10-tahun-2009> [Accessed 15 sept 1. 2024]. 104
- Pholphirul, P., 2021. *The impact of tour guide competence on tourist satisfaction in Thailand*. *Business and Economic Review*.
- Prasetyo, H., 2022. Peran pemandu wisata dalam meningkatkan pengalaman wisatawan di destinasi budaya. *Jurnal Kepariwisataan*. Raden Intan Lampung University, n.d. Bab III. [online] Available at: http://repository.radenintan.ac.id/1693/6/Bab_III.pdf [Accessed 15 Jul. 2025].

- ResearchGate, n.d. Buku petunjuk praktikum uji validitas dan reliabilitas instrumen pengumpulan data menggunakan SPSS. [online] Available at: https://www.researchgate.net/publication/362150836_Buku_Petunjuk_Praktikum_Uji_Validitas_dan_Reliabilitas_Instrumen_Pengumpulan_Data_Menggunakan_SPSS [Accessed 15 Jul. 2025].
- Sangadji, E.M. & Sopiah, 2010. Metodologi penelitian: Pendekatan praktis. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Santoso, R. & Lestari, A., 2024. *Is the tour guide's competency important to increase tourist satisfaction?* [online]https://www.researchgate.net/publication/382964624_Is_the_Tour_Guide's_Competency_Important_to_Increase_Tourist_Satisfaction [Accessed 10 Jan. 2025].
- Sari, I.P., 2018. Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif. Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan, [https://doi.org/10.18592/tarbiyah.v7i121007\(1\),pp.61-74](https://doi.org/10.18592/tarbiyah.v7i121007(1),pp.61-74).
- Scribd, n.d. Informan dalam penelitian kualitatif [online]<https://www.scribd.com/document/544704463/INFORMAN-DALAM-PENELITIAN-KUALITATIF> [Accessed 25 Feb. 2025].
- Simamora, R.P. & Siahaan, A., 2023. Kepuasan wisatawan dalam industri pariwisata dan peran pemandu wisata. Jurnal Toba. [online] Available at: <https://journal.literasisains.id/index.php/toba/article/view/1684> [Accessed 15 April. 2025].
- Sugiyono, 2014. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suhardono, 1992. Manajemen sumber daya manusia. Yogyakarta: BPFE.
- Tenemaza, J.A. et al., 2020. *Tourism and service quality: A study on customer satisfaction and trust in the hospitality industry*. IEEE Access. [online] https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/106709/1/Tenemaza_et_al_2020_IEEAccess.pdf [Accessed 15 Apr. 2025].
- Van Sang, P., 2020. *The impacts of tour guide performance on word of mouth recommendation of Chinese tourists in Vietnam*. Journal of Mathematics and Informatics, 18 (Jan), pp.15-31. <https://doi.org/10.22457/jmi.v18a2159>
- Wenas, D.R., 2018. Kepuasan wisatawan terhadap kualitas layanan di industri pariwisata. Jurnal EMBA. [online] <https://ejournal.unsrat.ac.id/v2/index.php/emma/article/view/19722> [Accessed 10 July. 2025]. 105
- Wijaya, H. & Setiawan, R., 2020. Pengaruh pengalaman wisatawan terhadap kepuasan dan kepercayaan serta niat berkunjung kembali. Wikipedia, n.d. Pramuwisata. Wikipedia Bahasa Indonesia. [online] Available at: <https://id.wikipedia.org/wiki/Pramuwisata> [Accessed 2 Jan. 2025].
- Yuliana, Y. & Purnama, I., 2021. Pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan nilai pelanggan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada PO. Titian Mas Cabang Bima. Jambura: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 4(2), pp.123-134. <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/view/11598> [Accessed 10 mar. 2025].