

---

## PENGARUH KEARIFAN LOKAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN UMKM DI HOTEL GRAND MERCURE MALANG MIRAMA

Asnar Juliandri P. A<sup>1</sup>; Enik Rahayu<sup>2</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia, Semarang, Indonesia<sup>12</sup>

Email : asnar.juliandri@gmail.com<sup>1</sup>; enikrahayu79@gmail.com<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Industri perhotelan di Hotel Grand Mercure Malang Mirama menjadi bagian integral dari sektor pariwisata yang mendukung ekonomi lokal dan nasional. Kearifan lokal dan kepuasan pelanggan UMKM merupakan faktor penting dalam memperkuat daya saing dan identitas produk lokal di industri ini. Penelitian ini bertujuan untuk memahami hubungan antara penerapan kearifan lokal dan kepuasan pelanggan UMKM di Hotel Grand Mercure Malang Mirama serta dampaknya terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Metode kuantitatif digunakan dengan melibatkan 100 responden pelanggan hotel. Data dikumpulkan melalui survei berdasarkan kuesioner yang mencakup pertanyaan terstruktur mengenai persepsi terhadap kearifan lokal, kepuasan pelanggan, dan peran UMKM. Analisis regresi linier berganda menunjukkan hubungan yang signifikan antara penerapan kearifan lokal dan kepuasan pelanggan UMKM dengan tingkat kepuasan pelanggan. Uji F dan determinasi ganda mengkonfirmasi keberartian dan kekuatan hubungan tersebut. Strategi bisnis yang mengintegrasikan kearifan lokal dan keterlibatan aktif dengan UMKM memiliki dampak positif pada tingkat kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mercure Malang Mirama. Penelitian ini mengkonfirmasi pentingnya penerapan kearifan lokal dan interaksi yang positif dengan UMKM dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di industri perhotelan. Saran diberikan untuk meningkatkan kesadaran, keterlibatan, kerjasama dengan UMKM, dan penggunaan Informasi untuk pengambilan keputusan yang lebih baik dalam meningkatkan kualitas layanan dan kontribusi terhadap pembangunan lokal.

Kata kunci : Kearifan Lokal; Kepuasan Pelanggan; UMKM.

### ABSTRACT

*The hotel industry at the Grand Mercure Malang Mirama Hotel is an integral part of the tourism sector which supports the local and national economy. Local wisdom and customer satisfaction for MSMEs are important factors in strengthening the competitiveness and identity of local products in this industry. This research aims to understand the relationship between the application of local wisdom and MSME customer satisfaction at the Grand Mercure Malang Mirama Hotel and its impact on the level of customer satisfaction. Quantitative methods were used involving 100 hotel customer respondents. Data was collected through a survey based on a questionnaire which included structured questions regarding perceptions of local wisdom, customer satisfaction and the role of MSMEs. Multiple linear regression analysis shows a significant relationship between the application of local wisdom and customer satisfaction for MSMEs and the level of customer satisfaction. The F test and multiple determination confirmed the significance and strength of the relationship. A business strategy that integrates local wisdom and active involvement with MSMEs has a positive impact on the level of customer satisfaction at the Grand Mercure Malang Mirama Hotel. This research confirms the importance of applying local wisdom and*

*positive interactions with MSMEs in increasing customer satisfaction in the hotel industry. Suggestions are given to increase awareness, involvement, collaboration with MSMEs, and use of information for better decision making in improving service quality and contribution to local development.*

*Keywords : Local wisdom; Customer satisfaction; MSMEs*

## PENDAHULUAN

Industri perhotelan, khususnya di Hotel Grand Mercure Malang Mirama, merupakan bagian integral dari sektor pariwisata yang menjadi tulang punggung ekonomi lokal dan nasional. Dalam konteks ini, peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi yang signifikan dalam memperkuat daya saing dan identitas produk lokal. Salah satu aspek penting yang mendapat sorotan dalam perkembangan UMKM di industri perhotelan adalah penerapan konsep kearifan lokal. Kearifan lokal mencakup nilai-nilai budaya, tradisi, dan keunikan lokal yang menjadi ciri khas suatu daerah. Menurut (Achmadi & Veronika, 2019), strategi pemasaran berbasis kearifan lokal dapat memberikan nilai tambah yang signifikan bagi UMKM di sektor pariwisata. Hal ini terkait dengan upaya untuk memperkuat identitas produk lokal, meningkatkan daya saing, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami secara lebih mendalam hubungan antara penerapan kearifan lokal dalam strategi bisnis UMKM di Hotel Grand Mercure Malang Mirama dengan tingkat kepuasan pelanggan. Dengan pendekatan penelitian yang mengintegrasikan analisis kuantitatif dan kualitatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif terhadap fenomena yang diamati.

Kontribusi penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari segi teoretis maupun praktis. Secara teoretis, penelitian ini akan memperkaya literatur tentang peran kearifan lokal dalam industri perhotelan dan UMKM, serta hubungannya dengan kepuasan pelanggan. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi panduan bagi manajemen hotel dan UMKM dalam merancang strategi bisnis yang efektif, meningkatkan kualitas layanan, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan melalui penerapan kearifan lokal. Menurut (Achmadi & Veronika, 2019), strategi pemasaran berbasis kearifan lokal dapat memberikan nilai tambah yang signifikan bagi UMKM di sektor pariwisata. Hal ini terkait dengan upaya untuk memperkuat identitas produk lokal, meningkatkan daya saing, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian (Ananda et al., 2023) mengaitkan kearifan lokal dengan kinerja profesional pelayanan restoran di

hotel, menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai lokal dapat memberikan pengalaman yang berbeda dan memuaskan bagi pelanggan. Namun, terdapat gap dalam literatur yang perlu diidentifikasi untuk memperkuat landasan teori dan metodologi penelitian yang lebih mendalam. Selain itu, penelitian sebelumnya juga menyoroti pentingnya konsep kepuasan pelanggan dalam mendukung pertumbuhan UMKM. (Sjahrudin et al., 2021) Studi ini mengulas kontribusi kearifan lokal dalam memoderasi citra perusahaan terhadap kualitas layanan dan promosi yang berdampak pada kepuasan pengunjung. (Hilal & Djabatola, 2018) Penelitian ini menyoroti pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah dan gethok tular pada bank syariah di Kota Palu dengan fokus pada kearifan lokal. (Wazni et al., 2020) Evaluasi kebijakan pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal di Kabupaten Siak menjadi sorotan penting dalam studi ini. (Winata & Ni Wayan Yulianita Dewi, 2024) Pengaruh sistem informasi akuntansi manajemen dan teknologi informasi terhadap kinerja manajerial menjadi tema utama dalam penelitian ini. (Peong et al., 2023) Penelitian ini mencakup pengaruh aksesibilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisata di Desa Adat Wae Rebo. (Hertati et al., 2021) dalam penelitiannya mengenai pengembangan UMKM unggulan produk lokal untuk menopang perekonomian rakyat menekankan bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan bisnis UMKM. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk memahami secara lebih mendalam hubungan antara penerapan kearifan lokal dalam strategi bisnis UMKM di Hotel Grand Mercure Malang Mirama dengan tingkat kepuasan pelanggan. Pendekatan penelitian yang digunakan akan mengintegrasikan analisis kuantitatif dan kualitatif untuk menghasilkan pemahaman yang komprehensif terhadap fenomena yang diamati. Dengan demikian, penelitian ini akan mengisi kekosongan literatur dengan memperluas pemahaman tentang pengaruh kearifan lokal terhadap kepuasan pelanggan UMKM di sektor perhotelan, yang diharapkan dapat memberikan kontribusi penting bagi pengembangan UMKM dan industri perhotelan secara keseluruhan.

Hasil penelitian diharapkan dapat menunjukkan bahwa penerapan kearifan lokal dan dukungan terhadap UMKM memiliki dampak positif terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mercure Malang Mirama. Implikasi praktis yang diusulkan mencakup peningkatan kerjasama dengan UMKM lokal, integrasi kearifan lokal dalam layanan hotel, serta penggunaan informasi pelanggan untuk pengambilan keputusan yang lebih

baik dalam meningkatkan kualitas layanan.

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Kearifan lokal merupakan konsep yang mencakup nilai-nilai budaya, tradisi, dan keunikan yang dimiliki oleh suatu komunitas atau daerah tertentu. Menurut (Achmadi & Veronika, 2019), strategi pemasaran berbasis kearifan lokal dapat memberikan nilai tambah yang signifikan bagi UMKM di sektor pariwisata. Nilai-nilai lokal ini mampu memperkuat identitas produk dan meningkatkan daya saing di pasar.

Penelitian (Ananda et al., 2023) mengaitkan kearifan lokal dengan kinerja profesional dalam pelayanan restoran di hotel, menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai lokal dapat memberikan pengalaman berbeda dan memuaskan bagi pelanggan. (Sjahrudin et al., 2021) dalam studi mereka mengulas kontribusi kearifan lokal dalam memoderasi citra perusahaan terhadap kualitas layanan dan promosi yang berdampak pada kepuasan pengunjung.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor kunci dalam keberhasilan bisnis perhotelan. (Hilal & Djatola, 2018) menyoroti pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah di bank syariah, dengan fokus pada kearifan lokal. (Hilal & Djatola, 2018) mengevaluasi kebijakan pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal di Kabupaten Siak, sementara (Winata & Ni Wayan Yulianita Dewi, 2024) meneliti pengaruh sistem informasi akuntansi manajemen dan teknologi informasi terhadap kinerja manajerial.

Penelitian (Peong et al., 2023) mencakup pengaruh aksesibilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisata di Desa Adat Wae Rebo. Sementara itu, penelitian (Hertati et al., 2021) mengenai pengembangan UMKM unggulan produk lokal menekankan bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan bisnis UMKM.

Berdasarkan tinjauan pustaka, penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: Penerapan kearifan lokal dalam strategi bisnis UMKM di Hotel Grand Mercure Malang Mirama memiliki pengaruh positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

H2: Dukungan terhadap UMKM lokal oleh Hotel Grand Mercure Malang Mirama meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.

Penelitian ini akan menguji hipotesis tersebut melalui metode kuantitatif dengan

survei terhadap 100 pelanggan hotel. Analisis regresi linier berganda akan digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel-variabel yang diuji, yaitu kearifan lokal, dukungan terhadap UMKM, dan kepuasan Pelanggan (Abdillah et al., 2020). Hasil analisis diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana kearifan lokal dan UMKM dapat berkontribusi dalam meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan di industri perhotelan (Nidyawati & Hartini, 2021).

### **METODE PENELITIAN**

Metode kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan 100 pelanggan Hotel Grand Mercure Malang Mirama sebagai responden (Sugiyono, 2018). Informasi akan dikumpulkan melalui survei berdasarkan kuesioner yang disusun untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap penerapan kearifan lokal dalam strategi bisnis hotel (Rahman et al., 2023). Kuesioner akan mencakup pertanyaan-pertanyaan terstruktur yang dirancang untuk mengumpulkan informasi numerik mengenai persepsi dan tingkat kepuasan pelanggan terhadap aspek-aspek tertentu yang terkait dengan kearifan lokal. Variable kearifan local seberapa sering Anda melihat kearifan lokal di hotel? apakah kearifan lokal memberikan nilai tambah bagi Anda? bagaimana pendapat Anda tentang promosi kearifan lokal oleh hotel? apakah kearifan lokal memperkuat identitas produk dan meningkatkan daya saing hotel? seberapa penting kearifan lokal dalam pengambilan keputusan Anda? bagaimana kearifan lokal mempengaruhi persepsi Anda terhadap layanan? bagaimana Anda menilai harga dan nilai dengan kearifan lokal? apakah Anda memiliki saran untuk meningkatkan kearifan lokal di hotel?.

Variable kepuasan Pelanggan seberapa puas Anda dengan layanan hotel?, bagaimana responsivitas dan keramahan staf?, seberapa baik fasilitas dan kenyamanan memenuhi harapan? apakah hotel memberikan nilai tambah atau pengalaman memuaskan?, bagaimana Anda menilai kebersihan dan kondisi lingkungan?, seberapa efektif sistem reservasi, check-in, dan check-out?, apakah hotel memperlakukan Anda dengan baik?, bagaimana Anda menilai nilai dengan pengalaman yang Anda dapatkan?. Variable umkm seberapa sadar Anda akan UMKM di sekitar hotel?, pernah menggunakan produk UMKM terkait dengan hotel?, bagaimana kontribusi UMKM dalam memperkuat daya saing dan identitas lokal?, apakah Anda mendukung UMKM lokal dalam pengambilan keputusan?, seberapa penting perkembangan UMKM bagi Anda?, bagaimana peran hotel dalam mendukung UMKM lokal?, bagaimana kualitas

produk atau layanan dari UMKM?, saran untuk meningkatkan kerjasama antara hotel dan UMKM lokal?.

Analisis kuantitatif akan dilakukan terhadap informasi yang diperoleh dari kuesioner menggunakan teknik statistik untuk mengidentifikasi hubungan antara penerapan kearifan lokal dan tingkat kepuasan pelanggan. Informasi yang diperoleh dari kuesioner akan dimasukkan ke dalam perangkat lunak statistik SPSS (Ghozali, 2016). Langkah pertama adalah mengorganisir data tersebut agar sesuai dengan format yang dibutuhkan untuk analisis. Ini termasuk menghapus data yang tidak lengkap atau tidak relevan, menetapkan kode atau label pada variabel, dan memastikan data siap untuk diolah. Tahap ini melibatkan penggunaan teknik statistik seperti regresi untuk menguji hubungan antara variabel independen (penerapan kearifan lokal) dan variabel dependen (tingkat kepuasan pelanggan) (Suprina et al., 2022). Selain itu, uji-uji statistik lainnya seperti uji-t untuk perbandingan antar kelompok (Moha & Loindong, 2016) atau uji F untuk pengujian signifikansi model regresi juga dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan analisis. Hasil analisis akan diinterpretasikan untuk menarik kesimpulan tentang apakah terdapat hubungan yang signifikan antara penerapan kearifan lokal dan tingkat kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mercure Malang Mirama. Interpretasi ini juga akan menggambarkan kekuatan dan arah hubungan antara variabel yang diuji.

### HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Hasil survei yang menggabungkan metode kuantitatif dengan 100 responden menunjukkan beberapa temuan yang signifikan terkait respon masyarakat terhadap kearifan lokal dan kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mercure Malang Mirama. Dari hasil analisis regresi linier berganda (tabel 1), Berdasarkan hasil regresi berganda tersebut diperoleh persamaan regresi berganda.

Berdasarkan perhitungan Hipotesis Secara Simultan (Uji F) *SPSS 25.00 for Windows* diperoleh hasil Tabel 2.

Uji F dilakukan untuk melihat keberartian pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen atau sering disebut uji kelinieran persamaan regresi. Hasil pengujian secara simultan diperoleh nilai F sebesar 43, dengan nilai sig. (p) sebesar 0,000 sehingga  $p < 0,05$  menunjukkan terdapat pengaruh positif secara simultan antara pengaruh kearifan lokal, kepuasan pelanggan UMKM di Hotel Grand Mercure Malang Mirama.



Hasil pengujian determinasi ganda diperoleh nilai  $R^2 = 0,690$  atau 69% ini berarti variabel pengaruh kearifan lokal, kepuasan pelanggan UMKM di Hotel Grand Mercure Malang Mirama, sebesar 69% dan sisanya sebesar 31% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Dari hasil analisis regresi linier berganda, ditemukan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen (kearifan lokal dan kepuasan pelanggan UMKM) dengan variabel dependen (tingkat kepuasan pelanggan atau faktor lain yang diamati dalam penelitian ini). Hasil regresi menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel dependen.

Pertama-tama, mari kita lihat lebih detail mengenai persamaan regresi berganda yang dihasilkan dari analisis:

$$Y=13.328+0.110x_1 +0.481x_2$$

Dalam persamaan di atas,  $Y$  merupakan variabel dependen (misalnya, tingkat kepuasan pelanggan), sedangkan  $x_1$  dan  $x_2$  merupakan variabel independen (kearifan lokal dan kepuasan pelanggan UMKM). Koefisien regresi berganda menunjukkan kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Selanjutnya, dilakukan uji F untuk melihat keberartian pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Hasil pengujian simultan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif secara simultan antara variabel independen (kearifan lokal dan kepuasan pelanggan UMKM) dengan variabel dependen (tingkat kepuasan pelanggan atau faktor lain yang diamati dalam penelitian ini). Nilai F yang signifikan (43.971) dengan nilai signifikansi ( $p$ ) yang sangat rendah (0,000,  $p < 0,05$ ) menunjukkan bahwa pengaruh tersebut memiliki keberartian statistik yang kuat.

Selanjutnya, hasil pengujian determinasi ganda menunjukkan bahwa variabel independen (kearifan lokal dan kepuasan pelanggan UMKM) dapat menjelaskan sebesar 69% variasi atau variasi yang terjadi pada variabel dependen (misalnya, tingkat kepuasan pelanggan atau faktor lain yang diamati dalam penelitian ini). Sisanya, sebesar 31% dipengaruhi oleh variabel lain harga dan nilai, fasilitas hotel, lokasi hotel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil analisis informasi tersebut, dimana kearifan lokal, kepuasan pelanggan, dan peran UMKM memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan

pelanggan di Hotel Grand Mercure Malang Mirama. Upaya hotel dalam mempromosikan kearifan lokal dan mendukung UMKM juga memainkan peran penting dalam mempengaruhi persepsi dan pengalaman positif pelanggan. Ini menggambarkan pentingnya strategi bisnis yang berfokus pada kearifan lokal dan interaksi yang positif dengan pelanggan serta UMKM dalam konteks industri perhotelan.

### KESIMPULAN

Kesimpulan Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara penerapan kearifan lokal dan kepuasan pelanggan UMKM di Hotel Grand Mercure Malang Mirama. Analisis regresi linier berganda mengindikasikan bahwa variabel independen (kearifan lokal dan kepuasan pelanggan UMKM) secara bersama-sama memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel dependen (tingkat kepuasan pelanggan). Uji F dan determinasi ganda juga menegaskan keberartian dan kekuatan hubungan antara variabel tersebut. Dengan demikian, strategi bisnis yang berfokus pada kearifan lokal dan interaksi yang positif dengan pelanggan serta UMKM memiliki dampak positif pada tingkat kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mercure Malang Mirama.

1. Hotel Grand Mercure Malang Mirama dapat meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap kearifan lokal melalui program-program edukasi, promosi lokal, dan keterlibatan aktif dalam mendukung UMKM di sekitar hotel.
2. Hotel dapat meningkatkan kerjasama dengan UMKM lokal melalui program kemitraan, pelatihan, dan dukungan dalam pengembangan produk dan layanan yang berkualitas.
3. Analisis Informasi dalam penelitian ini bisa digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan yang lebih baik dalam meningkatkan kualitas layanan, menyesuaikan strategi pemasaran, dan menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan bagi pelanggan.
4. Hotel dapat mengembangkan model bisnis berkelanjutan yang mengintegrasikan kearifan lokal, keberlanjutan lingkungan, dan pemberdayaan masyarakat sebagai bagian dari strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan kontribusi terhadap pembangunan lokal.

### DAFTAR PUSTAKA

Abdillah, W., Mulyatini, N., & Yustini, I. (2020). Pengaruh Experiential Marketing dan Perceived Quality Terhadap Kepuasan Pengunjung (Suatu Studi pada Pengunjung



- Green Canyon Pangandaran). *Business Management End Entrepreneurship*, 2, 93–102. <https://jurnal.unigal.ac.id/bmej/article/view/4219/3610>
- Achmadi, N. S., & Veronika, R. (2019). Strategi Pemasaran Benteng Fort Rotterdam sebagai Green Tourism Berbasis Kearifan Lokal di Makassar. *Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 19(2), 52–63.
- Ananda, I. W. A. T. M., Ekasani, K. A., & Sinaga, F. (2023). Kinerja Profesional Pelayanan Restoran di Hotel Plataran Ubud. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 2(5), 1153–1176. <https://doi.org/10.22334/paris.v2i5.418>
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program. IBM SPSS 23. In *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program. IBM SPSS 23*.
- Hertati, L., Feri, I., Puspitawati, L., Gantino, R., & Ilyas, M. (2021). Pengembangan UMKM Unggulan Gambo Muba Produk Lokal Guna Menopang Perekonomian Rakyat Akibat COVID-19. *Indonesia Berdaya*, 2(1), 55–68. <https://doi.org/10.47679/ib.202170>
- Hilal, N., & Djabatola, H. R. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Gethok Tular pada Bank Syariah di Kota Palu. *Jurnal Manajemen Dan Kearifan Lokal Indonesia*, 2(1), 23. <https://doi.org/10.26805/jmkli.v2i1.14>
- Moha, S., & Loindong, S. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 4(1), 575–584. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/11715>
- Nidyawati, N., & Hartini, I. (2021). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Bukit Serelo Lahat. *Motivasi*, 6(2), 88. <https://doi.org/10.32502/mti.v6i2.3760>
- Peong, H. K., Nengah, I., & Astawa, D. (2023). Pengaruh Aksesibilitas Dan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Wisata Di Desa Adat Wae Rebo. *Jurnal Akademisi Vokasi*, 2(1), 1–10.
- Rahman, E., Machmud, R., & Isa, R. A. (2023). Pemberdayaan UMKM Penunjang Pariwisata Berbasis Masyarakat Sebagai Tindak Lanjut Sustainable Tourism Management di Kawasan Pesisir Teluk Tomini. *Mopolayio : Jurnal Pengabdian Ekonomi*, 3(1), 20–29. <https://doi.org/10.37479/mopolayio.v3i1.77>
- Sjahrudin, H., Kadir, A., Djaya, S., & Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar Bongaya, S. (2021). Jurnal Manajemen dan Kearifan Lokal Indonesia KONTRIBUSI PEMODERASI CORPORATE IMAGE DALAM MENJELASKAN KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI PADA KEPUASAN PENGUNJUNG Info Artikel. *J-Mkli*, 5(2), 63–75. <https://doi.org/10.26805/jmkli.v5i2.103>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Suprina, R., Hendrayati, H., Gaffar, V., & Hurriyati, R. (2022). Memahami Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan Hotel: Suatu Tinjauan Pustaka Sistematis Understanding Customer Satisfaction toward Hotel Service: A Systematic Literature Review. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi (JMO)*, 13(3), 233–243. <https://doi.org/10.29244/jmo.v13i3.39338>
- Wazni, W., Harirah, MS, Z., & Darmansyah, R. (2020). Evaluasi Input Kebijakan Pengembangan Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal Di Kabupaten Siak. *Sebatik*, 24(2), 178–186. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v24i2.1124>
- Winata, I. G. P. H. W., & Ni Wayan Yulianita Dewi. (2024). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Manajemen dan Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Kinerja Manajerial. *Vokasi : Jurnal Riset Akuntansi*, 13(1), 93–103. <https://doi.org/10.23887/vjra.v13i1.74681>

Zulkarnaen, W., Fitriani, I., & Yuningsih, N. (2020). Pengembangan Supply Chain Management Dalam Pengelolaan Distribusi Logistik Pemilu Yang Lebih Tepat Jenis, Tepat Jumlah Dan Tepat Waktu Berbasis Human Resources Competency Development Di KPU Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(2), 222-243. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss2.pp222-243>.

### GAMBAR, GRAFIK DAN TABEL

Table 1. analisis regresi linier berganda  
Coefficients<sup>a</sup>

Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
B	Std. Error	Beta		
13.328	1.950		6.836	.000
.110	.097	.426	3.143	.016
.481	.090	.591	5.362	.000

a. Dependent Variable: y

Table 2. Uji F  
ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	346.530	2	173.265	43.971	.000 <sup>a</sup>
Residual	382.220	97	3.940		
Total	728.750	99			

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: Y

Tabel 3.  
Koefisien Determinasi Ganda  
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.690 <sup>a</sup>	.476	.465	1.98505

a. Predictors: (Constant), X2, x1