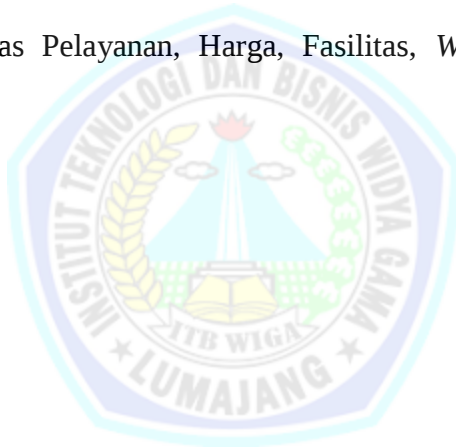


ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kualitas pelayanan, harga, fasilitas, dan *word of mouth* (WOM) terhadap kepuasan pelanggan di destinasi wisata pemandian Joyokarto, Lumajang, Indonesia. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan metode survei, dan data dikumpulkan dari 100 responden yang dipilih secara purposive, berusia minimal 17 tahun dan telah berkunjung lebih dari dua kali. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas dan WOM memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan dan harga tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,496 menunjukkan bahwa keempat variabel independen secara bersama-sama menjelaskan 49,6% variabilitas kepuasan pelanggan. Temuan ini menyarankan agar pengelola wisata lebih fokus pada peningkatan fasilitas fisik dan strategi WOM untuk meningkatkan kepuasan serta loyalitas pengunjung.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas, *Word of Mouth*, Kepuasan Pelanggan



ABSTRACT

This study investigates the influence of service quality, price, facilities, and word of mouth (WOM) on customer satisfaction at the Joyokarto hot spring tourist destination in Lumajang, Indonesia. A quantitative approach was applied using a survey method, with data collected from 100 purposively selected respondents aged 17 and above who had visited the destination more than twice. The data were analyzed using multiple linear regression. The findings reveal that facilities and WOM have a statistically significant impact on customer satisfaction, while service quality and price do not exhibit a significant effect. The coefficient of determination (R^2) value of 0.496 indicates that the four independent variables collectively explain 49.6% of the variance in customer satisfaction. These results suggest that tourism managers should focus on improving physical facilities and enhancing WOM strategies to increase visitor satisfaction and loyalty.

Keywords: Service Quality, Price, Facilities, Word of Mouth, Customer Satisfaction

