

**BAGAIMANA MUSEUMSCAPE MEMBENTUK VISITOR HAPPINESS:
PERAN MEDIASI SATISFACTION DALAM KONTEKS PARIWISATA BUDAYA**

***HOW MUSEUMSCAPE SHAPES VISITOR HAPPINESS: THE MEDIATING
ROLE OF SATISFACTION IN THE CULTURAL TOURISM CONTEXT***

Dini Mustika Buana Putri^{1*}, May Roni²

^{1,2} Universitas Lampung

* Surel koresponden: dini.putri@fisip.unila.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengaruh museumscape terhadap kebahagiaan pengunjung di Museum Lampung, dengan kepuasan sebagai variabel mediasi. Menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, data dari 120 pengunjung dianalisis dengan Structural Equation Modeling (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa museumscape berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan ($\beta = 0,994$; $P < 0,001$), namun tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kebahagiaan pengunjung ($\beta = -0,242$; $P = 0,656$). Sebaliknya, kepuasan terbukti berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan kebahagiaan pengunjung ($\beta = 1,169$; $P = 0,030$) serta berperan sebagai mediator penuh dalam hubungan tersebut ($P = 0,04$). Temuan ini mengindikasikan bahwa lingkungan fisik museum harus terlebih dahulu mampu menciptakan rasa puas agar dapat menghasilkan dampak emosional yang transformatif terhadap kesejahteraan pengunjung. Secara praktis, pengelola museum perlu memprioritaskan keterlibatan sensorik dan emosional dalam perancangan pengalaman berkunjung guna meningkatkan kebahagiaan pengunjung dan mendukung keberlanjutan pariwisata budaya.

Kata kunci: Museumscape, Kepuasan, Kebahagiaan Pengunjung, SEM

ABSTRACT

This study investigates the influence of museumscape on visitor happiness at Museum Lampung, with satisfaction as a mediating variable. Employing a quantitative research approach, data from 120 visitors were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM). The results indicate that while museumscape significantly impacts satisfaction ($\beta = 0.994$, $P < 0.001$), it lacks a direct significant effect on visitor happiness ($\beta = -0.242$, $P = 0.656$). However, satisfaction significantly promotes visitor happiness ($\beta = 1.169$, $P = 0.030$) and acts as a full mediator in the relationship $P = 0.04$. These findings suggest that the physical museum environment must first foster satisfaction to generate a transformative emotional impact on well-being. Practically, museum managers should prioritize sensory and emotional engagement in experiential design to enhance visitor happiness and support sustainable cultural tourism.

Keywords: Museumscape, Satisfaction, Visitor Happiness, SEM

PENDAHULUAN

Peran museum tidak lagi terbatas pada menyimpan dan memamerkan artefak, tetapi juga berkembang menjadi ruang yang dinamis dan interaktif yang menggabungkan fungsi edukasi, rekreasi, dan pengalaman emosional (Heo & Lee, 2025; Qi et al., 2024). Saat ini, museum semakin dipahami sebagai lingkungan berbasis pengalaman yang mampu memberikan manfaat mental, sosial, dan emosional bagi pengunjung. Dengan peran tersebut, museum memiliki kontribusi strategis dalam pengembangan pariwisata budaya yang berkelanjutan (Dragija et al., 2025). Dalam paradigma ini, museum tidak lagi sekadar menjadi tempat penyimpanan warisan budaya, melainkan berfungsi sebagai platform pengalaman yang dirancang untuk menciptakan nilai emosional serta meningkatkan kesejahteraan dan kebahagiaan pengunjung.

Agar tetap mampu bersaing, museum perlu menjawab harapan pengunjung terhadap pengalaman yang bermakna dan memberi perubahan positif, yaitu pengalaman yang tidak hanya berfokus pada penambahan pengetahuan, tetapi juga mampu meningkatkan kesejahteraan dan kebahagiaan individu (Dragija et al., 2025). Proses pembelajaran informal di museum pada dasarnya melibatkan perasaan dan emosi pengunjung. Oleh karena itu, desain museum modern semakin menekankan keterlibatan pancaindra dan emosi, sehingga interaksi antara pengunjung dan pameran terasa lebih mendalam dan berkesan (Jelinčić et al., 2021). Dengan demikian, keberhasilan pengalaman berkunjung ke museum tidak cukup dinilai hanya dari aspek pengetahuan yang diperoleh, tetapi perlu dievaluasi secara multidimensi, mencakup hasil kognitif serta respon emosional yang dirasakan pengunjung selama kunjungan.

Dalam kajian pariwisata, kebahagiaan dipandang sebagai bagian utama dari pengalaman wisata secara menyeluruh, yang mencakup fase sebelum perjalanan, saat berkunjung, dan setelah perjalanan (Filep, 2016). Pemahaman ini didasarkan pada Teori Psikologi Positif (Seligman, 2000) dan kerangka Positive Tourism (Filep, 2016). Berbagai penelitian empiris menunjukkan bahwa aktivitas pariwisata dapat meningkatkan kesejahteraan subjektif seseorang, seperti perasaan bahagia, puas, dan bermakna dalam hidup (Králíková et al., 2025). Pada destinasi budaya, kebahagiaan pengunjung terbentuk dari perpaduan pengalaman estetika (keindahan), reflektif (pemaknaan), dan sosial (interaksi dengan orang lain) (Cotter et al., 2024). Meskipun penelitian mengenai kebahagiaan dalam pariwisata semakin berkembang (H. Lee et al., 2018), kajian empiris yang secara khusus membahas “authentic happiness” dalam konteks destinasi budaya masih sangat terbatas. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (research gap) yang penting untuk dikaji lebih lanjut (Bagheri et al., 2023; Fu & Wang, 2021).

Salah satu faktor penting yang memengaruhi kebahagiaan pengunjung museum adalah lingkungan fisik, yang dikenal sebagai museumscape. Museumscape mencakup keindahan visual (estetika), suasana atau atmosfer, tata ruang, serta kenyamanan fasilitas. Secara teori, kualitas atmosfer museum diyakini mampu meningkatkan kesejahteraan emosional pengunjung (Han et al., 2021). Namun, hasil penelitian empiris yang ada masih menunjukkan temuan yang beragam dan belum konsisten. Sebagai contoh, (Lockwood & Pyun, 2019) menemukan bahwa elemen estetika dan atmosfer dapat meningkatkan perasaan senang pengunjung, tetapi aspek fungsional seperti tata ruang tidak selalu memberikan pengaruh yang signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengaruh servicescape terhadap respon emosional pengunjung bersifat kompleks dan kemungkinan bekerja melalui mekanisme tidak langsung, seperti perasaan nyaman,

keterlibatan emosional, atau kualitas pengalaman secara keseluruhan (Kaminakis et al., 2019).

Kepuasan wisatawan telah lama diakui sebagai faktor utama yang memengaruhi kebahagiaan (H. Lee et al., 2018). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa tingkat kebahagiaan seseorang cenderung lebih tinggi saat berwisata dibandingkan dengan kehidupan sehari-hari (Nawijn, 2015). Kondisi ini umumnya dipengaruhi oleh kepuasan terhadap kualitas layanan serta kesesuaian dan makna pengalaman yang dirasakan oleh wisatawan (Pai et al., 2020). Namun demikian, kajian mengenai peran kepuasan sebagai variabel mediasi antara lingkungan fisik (museumscape) dan kebahagiaan masih menunjukkan hasil yang belum konsisten. Beberapa penelitian, seperti (Hubner et al., 2024), menemukan bahwa kepuasan secara signifikan memediasi hubungan tersebut. Sebaliknya, penelitian lain melaporkan bahwa kepuasan tidak berperan sebagai mediator dalam hubungan antara lingkungan fisik dan kebahagiaan wisatawan (Kankhuni & Ngwira, 2022).

Untuk menjawab ketidakkonsistenan temuan teori dan penelitian sebelumnya, studi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh museumscape terhadap kebahagiaan pengunjung, bagaimana faktor lingkungan museum memengaruhi kesejahteraan pengunjung, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan kajian pariwisata budaya dan kebahagiaan. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pengelola museum dalam merancang lingkungan berbasis pengalaman yang tidak hanya menarik dan memuaskan, tetapi juga mampu meningkatkan kesejahteraan dan kebahagiaan pengunjung dalam jangka panjang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis hubungan antara museumscape dan kebahagiaan pengunjung, dengan kepuasan sebagai variabel mediasi. Metode analisis yang digunakan adalah Structural Equation Modeling (SEM), yang memungkinkan peneliti untuk menguji model pengukuran dan model struktural secara simultan. Model pengukuran (measurement model) dianalisis untuk memastikan bahwa setiap konstruk penelitian memiliki reliabilitas dan validitas yang baik. Sementara itu, model struktural (structural model) digunakan untuk menguji hubungan kausal antarvariabel sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Kesesuaian model secara keseluruhan dievaluasi menggunakan berbagai indikator goodness of fit, dan peran mediasi kepuasan diuji melalui analisis pengaruh tidak langsung (indirect effect). Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang disebarkan kepada 120 responden yang pernah berkunjung ke Museum Lampung. Desain penelitian ini memungkinkan analisis yang komprehensif mengenai bagaimana dimensi fisik dan atmosfer museum memengaruhi kepuasan dan kebahagiaan pengunjung, khususnya dalam konteks pengembangan museum sebagai destinasi pariwisata budaya di Provinsi Lampung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. HASIL

Uji Validitas dan Reabilitas

Uji validitas pada SEM AMOS dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian untuk mengukur yang seharusnya diukur. Pengujian validitas dilakukan dengan melihat nilai loading factor dan rata-rata dari variance extracted (AVE) antar indikator dari variable laten. Uji validitas menggunakan uji AVE yang dihitung berdasarkan rumus dan bantuan Microsoft excel 2019. Menurut Bahri dan Zamzam (2015) konstruk dinyatakan valid apabila nilai loading factor $> 0,5$ serta dinyatakan valid apabila nilai AVE $> 0,5$. Uji reliabilitas pada SEM AMOS dilakukan dengan menghitung nilai construct reliability (CR) yang digunakan untuk mengetahui konsistensi indikator dalam mengukur suatu variable. Konstruk dinyatakan reliabel apabila nilai CR $> 0,70$. Adapun nilai loading factor, AVE dan nilai CR tercantum dalam Tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1. Uji Validitas Reliabilitas

Instrumen	Indikator	Item	Deskripsi	Loading Factor	AVE	CR
Museumscape (Conti et al., 2020), (S. Y. Lee & Kim, 2018)	Exhibition space	MS1	Ruang pameran di museum ini mendukung pengalaman berkunjung yang nyaman dan berkelanjutan	0,726	0,562	0,834
	Art gallery quality	MS2	Koleksi dan penyajian karya seni di museum ini mencerminkan standar kualitas yang sangat baik dan berkelanjutan	0,775		
	Facilities and convenience	MS3	Suasana museum ini (pencahayaan, suara, sirkulasi udara) terasa nyaman selama kunjungan saya.	0,658		
	Signage	MS4	Tanda dan petunjuk arah di museum ini membantu saya menavigasi ruang museum dengan lebih efisien.	0,513		
Overall satisfaction (Kim, 2017), (Jones & Suh, 2000), (Pai et al., 2020)	Satisfied	SAT1	Saya puas dengan fasilitas dan layanan yang disediakan museum ini.	0,653	0,638	0,840
	Pleased	SAT2	Saya merasa pengalaman berkunjung ke museum ini memberikan perasaan positif bagi saya.	0,771		
	Favorable	SAT3	sebagai tempat yang layak dikunjungi karena penerapan	0,697		

BAGAIMANA MUSEUMSCAPE MEMBENTUK VISITOR HAPPINESS:
PERAN MEDIASI SATISFACTION DALAM KONTEKS PARIWISATA BUDAYA

Visitor Happiness (Fu & Wang, 2021), (Park & Ahn, 2022)	Pleasant life		prinsip keberlanjutannya dalam melestarikan budaya			
		TH1	Kunjungan ke museum ini membuat saya merasa bersemangat.	0,691		
		TH2	Saya menikmati fasilitas dan layanan yang disediakan museum ini	0,755	0,640	0,898
	Engaged life	TH3	Saya merasa sangat terlibat dengan pengalaman budaya yang ditawarkan museum ini.	0,63		
		TH4	Saya merasa fasilitas seperti penyajian koleksi budaya di museum ini menstimulasi rasa ingin tahu saya	0,791		
	Meaningful life	TH5	Museum ini memberikan wawasan yang membuat saya merenungkan peran saya dalam menjaga keberlanjutan warisan budaya	0,653		

Sumber: Data Primer diolah Peneliti (2025)

Pada penelitian ini nilai loading factor pada semua indicator yang tercantum pada Tabel 1 sudah melebihi 0,5. Sehingga dapat dinyatakan bahwa indicator valid. Dapat dilihat juga bahwa nilai AVE sudah melebihi 0,5 sehingga adapat dikatakan variable dalam penelitian ini valid. Hasil perhitungan CR pada semua variable dalam penelitian ini sudah melebihi 0,70. Sehingga dapat dinyatakan bahwa variable dalam penelitian ini reliabel.

Nilai Goodness of Fit (GOF)

Pada analisis SEM diperlukan uji kecocokan model (goodness of fit) yang bertujuan untuk mengetahui apakah model yang dibuat sesuai dengan data yang diamati. Model layak digunakan apabila telah sesuai dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. Menurut (Latan & Ghozali, 2013), apabila hasil uji kecocokan model (goodness of fit) memiliki nilai yang baik, maka model tersebut dapat diterima. Sebaliknya, apabila hasil goodness of fit buruk, maka model tersebut mungkin ditolak atau memerlukan modifikasi. Adapun hasil analisis goodness of fit dalam penelitian ini tercantum dalam Tabel 2.

Tabel 2. Analisis Goodness of Fit

Goddness of Fit Index	Cut off Value	Hasil Model	Keterangan
CMIN/DF	< 2	1,546	Good Fit
GFI	≥ 0,90	0,902	Good Fit
AGFI	≥ 0,90	0,850	-
TLI	>0,90	0,941	Good Fit
NFI	>0,90	0,884	-
RMSEA	0.05 – 0.08	0,068	Good Fit

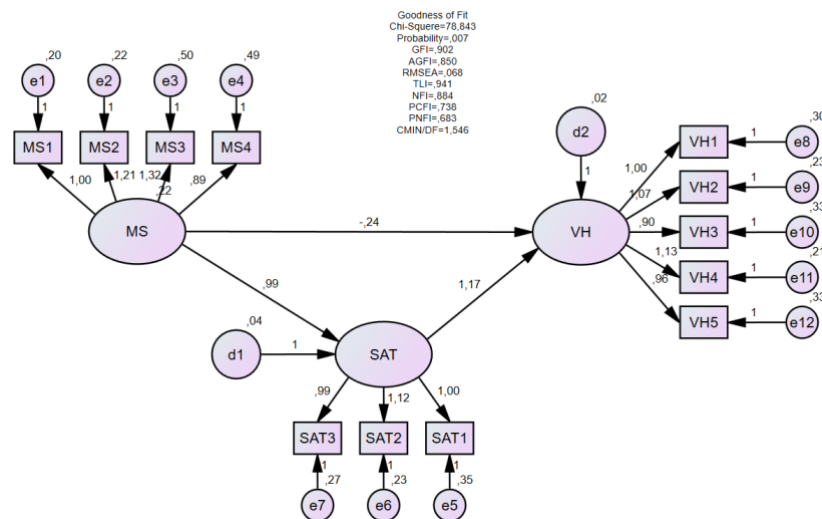
Sumber: Data Primer diolah Peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa nilai goodness of fit memiliki keterangan good fit dan memadai untuk pengujian hipotesis, sehingga model yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima. Didukung oleh pendapat (Hair et al., 2014) bahwa penggunaan 4-5 goodness of fit yang memenuhi syarat sudah mencukupi untuk menilai kelayakan suatu model.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menjawab tujuan penelitian dengan mengetahui berpengaruh atau tidaknya variable eksogen terhadap variable endogen. Dalam tahapan ini dapat diketahui apakah variable berpengaruh signifikan sehingga hipotesis diterima maupun variable tidak berpengaruh signifikan sehingga hipotesis ditolak. Adapun model SEM akhir pengujian hipotesis tercantum dalam Gambar 1 dibawah ini:

Gambar 1. Model SEM



Sumber: Data Primer diolah Peneliti (2025)

Menurut Bahri dan Zamzam (2015) hipotesis diterima apabila nilai $CR \geq 1,96$ atau nilai $P \leq 0,05$. Hubungan antar konstruk dalam hipotesis dapat dilihat nilai Regression weight yang tercantum dalam Tabel 3 dibawah ini.

Tabel 3.1. Uji Hipotesis Langsung

Hipotesis	Jalur	B (beta)	SE	CR	P	Kesimpulan
H1	MS - SAT	,994	,162	6,129	***	Positif signifikan
H2	MS - VH	-,242	,545	-,445	,656	Negatif insignifikan
H3	SAT - VH	1,169	,539	2,170	,030	Positif signifikan

Sumber: Data Primer diolah Peneliti (2025)

Tabel 3.2. Uji Hipotesis Tidak Langsung

Hipotesis	Jalur	Sobel		Kesimpulan
H4	MS-SAT-VH	T-stat 2.044	P value 0.04	Signifikan

Sumber: Data Primer diolah Peneliti (2025)

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Museumscape terhadap Satisfaction

Berdasarkan hasil uji struktural, museumscape terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung dengan koefisien regresi (β) sebesar 0,994, nilai Critical Ratio (CR) 6,129, serta signifikansi (P) yang sangat kuat (***). Temuan ini mengukuhkan bahwa lingkungan fisik Museum Lampung—yang mencakup estetika ruang pameran, kualitas galeri seni, kondisi atmosfer, hingga efektivitas penanda arah—merupakan pendorong utama kepuasan pengunjung. Hasil ini selaras dengan teori bahwa atmosfer yang unggul dirancang untuk menstimulasi kesejahteraan emosional dan memperkuat studi Pai et al. (2020) yang menyatakan bahwa kepuasan sangat bergantung pada kualitas layanan serta relevansi pengalaman fisik di lokasi wisata. Dengan demikian, optimalisasi fasilitas dan kenyamanan lingkungan menjadi syarat mutlak dalam memenuhi ekspektasi pengunjung.

2. Pengaruh Museumscape terhadap Visitor Happiness

Berbeda dengan pengaruhnya terhadap kepuasan, hubungan langsung antara museumscape dengan kebahagiaan pengunjung menunjukkan nilai negatif insignifikan (β) = -0,242; P = 0,656. Hal ini mengindikasikan bahwa penataan fisik museum yang baik tidak serta-merta bertransformasi menjadi kebahagiaan personal secara instan. Fenomena ini mencerminkan pandangan Kaminakis et al. (2019) mengenai adanya mekanisme tidak langsung yang kompleks dalam pengaruh servicescape terhadap respon afektif. Selain itu, temuan ini sejalan dengan observasi Lockwood dan Pyun (2019) yang menyatakan bahwa meskipun elemen estetika meningkatkan kesenangan, atribut fungsional tertentu terkadang memberikan dampak yang sangat kecil terhadap emosi yang lebih mendalam jika berdiri sendiri.

3. Pengaruh Satisfaction terhadap Visitor Happiness

Analisis data menunjukkan bahwa kepuasan memiliki dampak positif signifikan terhadap kebahagiaan pengunjung dengan nilai (β) sebesar 1,169 dan P-value 0,030. Hasil ini menegaskan kedudukan kepuasan sebagai determinan utama yang mampu memicu perasaan bersemangat, keterlibatan budaya, hingga perenungan makna hidup bagi pengunjung. Secara teoretis, hal ini mendukung Positive Psychology Theory dari Seligman (2000) dan kerangka Positive Tourism yang menyatakan bahwa aktivitas pariwisata yang memuaskan akan berkontribusi langsung pada peningkatan kesejahteraan subjektif (subjective well-being). Pengalaman yang memuaskan di museum terbukti mampu memberikan perasaan positif yang melampaui sekadar kunjungan.

4. Pengaruh Museumscape terhadap Kebahagiaan dimediasi Satisfaction

Melalui pengujian Sobel, ditemukan bahwa kepuasan berperan sebagai variabel mediasi yang signifikan antara museumscape dan kebahagiaan pengunjung dengan nilai

signifikansi (P) = 0,04. Temuan ini merupakan kontribusi penting untuk mengatasi inkonsistensi literatur sebelumnya; di mana hasil ini mendukung studi Hubner et al. (2024) yang menyatakan adanya hubungan mediasi. Dalam konteks Museum Lampung, kepuasan bertindak sebagai jembatan emosional; lingkungan fisik museum harus terlebih dahulu dikonversi menjadi rasa puas agar dapat menghasilkan efek kebahagiaan yang transformatif. Hal ini membuktikan bahwa desain museum modern yang memprioritaskan keterlibatan sensorik dan emosional sangat efektif untuk memperdalam resonansi interaksi pengunjung dan kesejahteraan mereka secara jangka panjang.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa *museumscape* memiliki peran krusial dalam meningkatkan kepuasan pengunjung di Museum Lampung, namun tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap kebahagiaan mereka. Kepuasan terbukti menjadi variabel mediasi penuh (*full mediation*) yang menjembatani hubungan antara lingkungan fisik museum dengan kebahagiaan pengunjung. Hal ini menegaskan bahwa penataan aspek fisik seperti ruang pameran, estetika, dan atmosfer museum harus mampu menciptakan rasa puas terlebih dahulu agar dapat memberikan dampak emosional yang transformatif terhadap kesejahteraan subjektif pengunjung. Temuan ini memberikan implikasi strategis bagi pengelola museum untuk merancang lingkungan eksperiensial yang tidak hanya fungsional tetapi juga mampu menstimulasi keterlibatan emosional demi mendukung keberlanjutan pariwisata budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bagheri, F., Guerreiro, M., Pinto, P., & Ghaderi, Z. (2023). From Tourist Experience to Satisfaction and Loyalty: Exploring the Role of a Sense of Well-Being. *Journal of Travel Research*. <https://doi.org/10.1177/00472875231201509>
- Bahri, S., & Zamzam, F. (2015). *Model penelitian kuantitatif berbasis SEM-AMOS*. Yogyakarta, Indonesia: Deepublish.
- Conti, E., Vesci, M., Castellani, P., & Rossato, C. (2020). The role of the museumscape on positive word of mouth: examining Italian museums. *TQM Journal*. <https://doi.org/10.1108/TQM-12-2019-0306>
- Cotter, K. N., Rodriguez-Boerwinkle, R. M., Silver, S., Hardy, M., Putney, H., & Pawelski, J. O. (2024). Emotional Experiences, Well-Being, and Ill-Being During Art Museum Visits: A Latent Class Analysis. *Journal of Happiness Studies*, 25(1–2), 1–17. <https://doi.org/10.1007/s10902-024-00736-9>
- Dragija, M. Š., van Zomeren, M., & Hansen, N. (2025). Anticipating a Museum Visit: The Role of Museum Design in Anticipating Hedonic or Eudaimonic Well-Being Experiences. *Journal of Community and Applied Social Psychology*, 35(1). <https://doi.org/10.1002/casp.70025>
- Filep, S. (2016). *Annals of Tourism Research Tourism and positive psychology critique : Too emotional ?* 3–5.
- Fu, Y. K., & Wang, Y. J. (2021). Experiential value influences authentic happiness and behavioural intention: lessons from Taiwan's tourism accommodation sector. *Tourism Review*, 76(1), 289–303. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0228>
- Hair, J., Hult, G., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publication, Inc.

- Han, H., Lee, J. S., & Koo, B. (2021). Impact of green atmospherics on guest and employee well-being response, place dependence, and behavior in the luxury hotel sector. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(10), 1613–1634. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1861456>
- Heo, J. Y., & Lee, J. H. (2025). *A Chronological Review of the Expansion of the Museum 's Role in Relation to Spatial Changes*. 1–27.
- Hubner, I. B., Lemy, D. M., Pramezwary, A., & Djakasaputra, A. (2024). *International Journal of Sustainable Development and Planning Antecedents of Happiness and Tourism Servicescape Satisfaction and the Influence on Promoting Rural Tourism*. 19(10), 4041–4059.
- Jelinčić, D. A., Šveb, M., Stewart, A. E., Angelina, D., Šveb, M., & Designing, A. E. S. (2021). Designing sensory museum experiences for visitors ' emotional responses. *Museum Management and Curatorship*, 0(0), 1–18. <https://doi.org/10.1080/09647775.2021.1954985>
- Jones, M. A., & Suh, J. (2000). Transaction-specific satisfaction and overall satisfaction: an empirical analysis. *Journal of Services Marketing*, 14(2), 147–159. <https://doi.org/10.1108/08876040010371555>
- Kaminakis, K., Karantinou, K., Koritos, C., & Gounaris, S. (2019). Hospitality servicescape effects on customer-employee interactions: A multilevel study. *Tourism Management*, 72(July 2018), 130–144. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.11.013>
- Kankhuni, Z., & Ngwira, C. (2022). Overland tourists' natural soundscape perceptions: influences on experience, satisfaction, and electronic word-of-mouth. *Tourism Recreation Research*, 47(5–6), 591–607. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1878653>
- Králiková, A., Kubát, P., & Ryglová, K. (2025). Happiness perception in wine tourism destinations and its impact on tourists' satisfaction and loyalty. *European Journal of Tourism Research*, 39, 1–19. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v39i.3363>
- Latan, H., & Ghozali, I. (2013). *Partial least squares: Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 2.0 M3*. Semarang, Indonesia: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lee, H., Lee, J., Chung, N., & Koo, C. (2018). Tourists' happiness: are there smart tourism technology effects? *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(5), 486–501. <https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1468344>
- Lee, S. Y., & Kim, J. H. (2018). *Effects of Servicescape on Perceived Service Quality , Satisfaction and Behavioral Outcomes in Public Service Facilities*. 7581. <https://doi.org/10.3130/jaabe.13.125>
- Lockwood, A., & Pyun, K. (2019). How do customers respond to the hotel servicescape? *International Journal of Hospitality Management*, 82(March), 231–241. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.04.016>
- Nawijn, J. (2015). *Determinants of Daily Happiness on Vacation*. 50(5). <https://doi.org/10.1177/0047287510379164>
- Pai, C. K., Liu, Y., Kang, S., & Dai, A. (2020). The role of perceived smart tourism technology experience for tourist satisfaction, happiness and revisit intention. *Sustainability*

- (Switzerland), 12(16). <https://doi.org/10.3390/su12166592>
- Park, S., & Ahn, D. (2022). Seeking Pleasure or Meaning? The Different Impacts of Hedonic and Eudaimonic Tourism Happiness on Tourists' Life Satisfaction. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(3). <https://doi.org/10.3390/ijerph19031162>
- Qi, J., Yap, H., Kamble, Z., Kuah, A. T. H., Tolkach, D., Qi, J., Yap, H., Kamble, Z., Kuah, A. T. H., Tolkach, D., Qi, J., & Yap, H. (2024). *Current Issues in Tourism The impact of digitalisation and digitisation in museums on memory-making*. 3500. <https://doi.org/10.1080/13683500.2024.2317912>
- Seligman, M. E. P. (2000). *Positive Psychology , Positive Prevention , and Positive Therapy*.