Seminar Nasional
FMI 2026 Surabaya
Prosiding

FMI Jawa Timur XVIII 2026

e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

Mengonversi Kecerdasan Layanan Menjadi Perjalanan yang Koheren: Orkestrasi Proses Perjalanan Destinasi dan Kinerja Pengalaman Pengunjung Berkelanjutan

Daryono & Devani Laksmi Indyastuti

Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto

Email: daryono1210@unsoed.ac.id

Abstract

Tourism destinations are increasingly investing in artificial intelligence (AI); however, simply making visitor data visible does not automatically create a coherent visitor journey. This study explains why an AI-driven service orientation in destinations does not automatically enhance visitor experience performance. It proposes "destination journey process orchestration" (DJPO) as a conversion mechanism that translates service intelligence into coordinated, cross-actor actions. Integrating service-dominant logic, business process management, and coordination theory, the model was tested on 312 destination managers and coordinators in Java and Bali using covariance-based structural equation modeling, 5,000-resample bootstrapping, and a series of diagnostic tests. An AI-driven service orientation is strongly associated with DJPO ($\beta = 0.742$). At the same time, DJPO is linked to visitor experience performance—both directly ($\beta = 0.438$) and indirectly through a "responsible technology service climate" (indirect effect = 0.172). In an alternative model, the direct path from an AI-driven service orientation to performance was non-significant ($\beta = 0.119$; $p = 0.083$). These findings shift the discourse on "smart tourism" from a focus on technology adoption to one of process conversion: the value of service intelligence depends on a coordination architecture that determines who responds, how handoffs are executed, and when humans intervene in automated processes. The cross-sectional design limits inferences to associations.

Keywords AI-driven service orientation, orchestration of destination journey processes, smart tourism.

1. Pendahuluan

Destinasi wisata kini bersaing bukan hanya melalui daya tarik alam, budaya, atau keramahan, tetapi juga melalui keandalan perjalanan pengunjung secara keseluruhan. Pengunjung menilai destinasi melalui rangkaian momen yang saling terhubung, mulai dari pencarian informasi, kedatangan, mobilitas, akses atraksi, komunikasi keselamatan, penanganan keluhan, hingga evaluasi pascakunjungan, dan setiap momen tersebut dikendalikan oleh aktor yang berbeda (Lemon dan Verhoef, 2016; Tax et al., 2013). Operator transportasi, pengelola atraksi, akomodasi, dinas pariwisata, dan komunitas lokal bersama-sama memproduksi pengalaman yang dinilai pengunjung sebagai satu kesatuan. Pada ekosistem destinasi di Jawa dan Bali, konfigurasi multiaktor ini berlangsung bersamaan dengan meluasnya penggunaan platform digital, analitik data, dan layanan berbasis AI.

Literatur *smart tourism* umumnya memandang teknologi sebagai pengungkit utama pengalaman: infrastruktur digital, analitik, dan personalisasi diharapkan meningkatkan daya

e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

saing destinasi dan kualitas pengalaman (Buhalis dan Amaranggana, 2015; Gretzel et al., 2015; Boes et al., 2016). Penelitian tentang AI dan otomasi layanan memperluas argumen tersebut dengan menunjukkan bahwa AI dapat mengindera kebutuhan pelanggan, memprediksi permintaan, dan mempercepat respons layanan (Huang dan Rust, 2021; Ivanov dan Webster, 2019; Tussyadiah, 2020). Sementara itu, literatur orientasi layanan menunjukkan bahwa nilai dan praktik yang berfokus pada pelanggan berasosiasi dengan kinerja organisasi (Lytle dan Timmerman, 2006; Briggs et al., 2020). Kedua aliran ini berbagi asumsi implisit yang sama: begitu kebutuhan pengunjung terlihat dan organisasi berorientasi melayani, kinerja pengalaman akan mengikuti.

Asumsi tersebut sulit dipertahankan. Literatur nilai bisnis teknologi informasi telah lama menunjukkan bahwa investasi teknologi menghasilkan kinerja ketika disertai perubahan komplementer pada proses, struktur keputusan, dan rutinitas kerja (Brynjolfsson dan Hitt, 2000; Melville et al., 2004). Kajian manajemen tentang AI menegaskan hal serupa: nilai AI ditentukan oleh cara AI disematkan dalam pembagian kerja antara mesin dan manusia, bukan oleh keberadaan teknologinya (Raisch dan Krakowski, 2021). Destinasi wisata menghadirkan versi yang lebih tajam dari persoalan ini. Sebuah destinasi dapat kaya data tetapi miskin koordinasi. AI dapat mendeteksi antrean di gerbang atraksi, lonjakan keluhan di platform ulasan, atau risiko keselamatan, tetapi tidak ada satu aktor pun yang memiliki kewenangan hierarkis untuk memastikan respons lintas organisasi dijalankan. Visibilitas masalah tidak sama dengan kepemilikan atas penyelesaiannya. Teka-teki intelektual penelitian ini dengan demikian adalah: mengapa destinasi dengan tingkat orientasi layanan berbasis AI yang sebanding dapat menghasilkan kinerja pengalaman pengunjung yang berbeda?

Teka-teki ini berakar pada ketegangan antara dua lensa teoretis. Logika layanan dominan (*service-dominant logic*) menempatkan unit analisis yang tepat, yaitu nilai yang diciptakan bersama melalui integrasi sumber daya dalam ekosistem aktor, tetapi kurang spesifik mengenai proses yang membuat integrasi tersebut benar-benar dieksekusi (Vargo dan Lusch, 2016, 2017). Sebaliknya, manajemen proses bisnis (*business process management*/BPM) menyediakan bahasa proses yang presisi, yaitu aktivitas, serah terima, peran, keputusan, dan putaran umpan balik, tetapi secara tradisional mengasumsikan adanya pemilik proses dalam batas satu organisasi (Dumas et al., 2018; Rosemann dan vom Brocke, 2015). Lensa pertama memiliki unit analisis yang tepat tanpa mekanisme proses; lensa kedua memiliki mekanisme proses pada unit analisis yang terlalu sempit. Penjelasan alternatif juga belum menutup celah ini. Penjelasan berbasis kapabilitas digital berhenti pada kepemilikan teknologi; penjelasan tata kelola destinasi berfokus pada struktur kerja sama antaraktor (Beritelli, 2011); dan perspektif kapabilitas dinamis menjelaskan penginderaan peluang pada tingkat perusahaan (Teece, 2007). Tidak satu pun menspesifikasi langkah konversi dari sinyal yang terindera menjadi respons lintas aktor yang dieksekusi dalam perjalanan pengunjung.

Penelitian ini mengisi celah tersebut dengan teori koordinasi, yang memandang koordinasi sebagai pengelolaan saling ketergantungan antaraktivitas (Malone dan Crowston, 1994) melalui tiga kondisi integratif: akuntabilitas, prediktabilitas, dan pemahaman bersama (Okhuysen dan Bechky, 2009). Atas dasar itu, penelitian ini mengonseptualisasikan orkestrasi proses perjalanan

FMI Jawa Timur XVIII 2026
e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

destinasi (*destination journey process orchestration*/DJPO) sebagai kapabilitas tingkat destinasi untuk mengorganisasi kecerdasan pengunjung menjadi proses perjalanan yang terkoordinasi lintas aktor, kanal, dan titik pemulihan. Pertanyaan penelitiannya adalah: melalui arsitektur proses apa orientasi layanan destinasi berbasis AI dikonversi menjadi kinerja pengalaman pengunjung berkelanjutan ketika tidak ada satu aktor pun yang mengendalikan keseluruhan perjalanan, dan peran apa yang dimainkan iklim layanan teknologi bertanggung jawab dalam konversi tersebut?

Penelitian ini memberikan tiga kontribusi. Pertama, penelitian ini membedakan orientasi dari arsitektur proses yang diperlukan untuk mewujudkannya, sehingga menjelaskan mengapa orientasi layanan berbasis AI merupakan kondisi awal, bukan mekanisme kinerja. Kedua, penelitian ini memindahkan objek proses dari organisasi tunggal ke perjalanan pengunjung, sehingga memperluas BPM ke ekosistem antarorganisasi yang tidak memiliki pemilik proses hierarkis. Ketiga, penelitian ini menspesifikasi iklim layanan teknologi bertanggung jawab sebagai pelengkap kredibilitas, bukan pengganti, bagi orkestrasi, sehingga menjelaskan bagaimana proses berbasis AI tetap dipercaya pengunjung (Glikson dan Woolley, 2020). Bukti empiris dari 312 pengelola destinasi di Jawa dan Bali mendukung pola asosiasi yang diajukan. Karena desainnya potong lintang, klaim penelitian ini dibatasi pada spesifikasi mekanisme dan konsistensi pola asosiasi, bukan pembuktian kausal.

2. Tinjauan Literatur

Logika layanan dominan, manajemen proses, dan teori koordinasi. Logika layanan dominan memandang pengalaman wisata sebagai hasil integrasi sumber daya oleh pengunjung, lembaga publik, penyedia swasta, komunitas, dan platform digital (Vargo dan Lusch, 2016). Kerangka ini menjelaskan mengapa nilai bersifat ko-kreatif, tetapi ko-kreasi dapat berbalik menjadi ko-destruksi ketika interaksi antarpihak dalam layanan tidak selaras (Luo et al., 2019). Persoalannya dengan demikian bukan apakah aktor berintegrasi, melainkan bagaimana integrasi diorganisasi menjadi urutan aktivitas yang andal. BPM menjawab sebagian persoalan ini dengan memperlakukan layanan sebagai konfigurasi aktivitas, peran, serah terima, keputusan, dan putaran umpan balik (Dumas et al., 2018), sementara cetak biru layanan memetakan titik kontak beserta proses pendukungnya (Bitner et al., 2008). Namun, di destinasi, proses melintasi batas organisasi. Konsep jaringan penyampaian layanan, yaitu sekumpulan organisasi yang bersama-sama bertanggung jawab atas pengalaman pelanggan, lebih tepat menggambarkan objek proses tersebut (Tax et al., 2013). Teori koordinasi menghubungkan kedua lensa. Saling ketergantungan antaraktor destinasi bersifat resiprokal: keluaran satu aktor menjadi masukan bagi aktor lain secara timbal balik dan dalam waktu nyata (Thompson, 1967). Ketergantungan seperti ini tidak cukup dikelola dengan standardisasi, tetapi memerlukan penyesuaian bersama yang ditopang oleh akuntabilitas, prediktabilitas, dan pemahaman bersama (Okhuysen dan Bechky, 2009). Dalam ekosistem tanpa otoritas hierarkis, kapasitas tersebut dibangun melalui orkestrasi, yakni kemampuan aktor penghubung untuk menjaga aliran pengetahuan dan stabilitas jaringan tanpa kendali formal atas anggotanya (Dhanaraj dan Parkhe, 2006).

FMI Jawa Timur XVIII 2026
e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

Masalah konversi dalam smart tourism. Penelitian smart tourism telah menunjukkan bagaimana infrastruktur digital, analitik, otomasi, dan platform mengubah daya saing destinasi (Buhalis dan Amaranggana, 2015; Gretzel et al., 2015; Boes et al., 2016). Aliran ini cenderung menekankan kapabilitas teknologi, sedangkan literatur orientasi layanan mengasumsikan bahwa nilai layanan diterjemahkan menjadi kinerja melalui rutinitas internal organisasi (Lytle dan Timmerman, 2006). Asumsi kedua sulit berlaku di destinasi. Destinasi dapat mengidentifikasi ketidakpuasan pengunjung tanpa mengetahui aktor mana yang harus merespons, mengumpulkan data mobilitas tanpa menyelaraskan keputusan transportasi dan pengelolaan kerumunan, atau menerapkan chatbot tanpa rutinitas privasi dan eskalasi yang jelas. Masalah konversi ini menggeser pertanyaan dari apakah destinasi berorientasi layanan dan terdigitalisasi menjadi apakah destinasi mampu mengorganisasi kecerdasan pengunjung menjadi arsitektur proses yang dialami pengunjung sebagai koheren.

Orkestrasi proses perjalanan destinasi: konseptualisasi dan batas konstruk. DJPO didefinisikan sebagai kapabilitas tingkat destinasi untuk mengorganisasi kecerdasan pengunjung menjadi proses perjalanan yang terkoordinasi lintas aktor, kanal, dan rutinitas pemulihan. DJPO memiliki tiga komponen yang memetakan kondisi integratif koordinasi (Okhuysen dan Bechky, 2009). Penginderaan perjalanan berbasis AI mengubah ulasan, keluhan, jejak platform, dan sinyal arus pengunjung menjadi informasi proses, sehingga membangun pemahaman bersama mengenai titik friksi. Integrasi layanan lintas aktor menyelaraskan penyedia yang membentuk perjalanan yang sama, sehingga serah terima menjadi dapat diprediksi. Tata kelola pemulihan layanan real-time menetapkan siapa yang bertanggung jawab ketika gangguan terjadi, sehingga menciptakan akuntabilitas. Ketiga komponen bekerja sebagai satu arsitektur proses dan karena itu diukur sebagai konstruk reflektif tunggal (Gambar 1). DJPO juga dibedakan dari konstruk yang berdekatan. DJPO bukan kapabilitas digital, karena kepemilikan platform atau keterampilan analitik tidak dengan sendirinya menetapkan serah terima dan kewenangan pemulihan. DJPO bukan tata kelola destinasi, karena komite dan aturan formal dapat ada tanpa proses perjalanan yang dapat dieksekusi (Beritelli, 2011). DJPO bukan pemetaan perjalanan pelanggan, yang dapat mendeskripsikan titik kontak tanpa menetapkan tanggung jawab lintas aktor (Lemon dan Verhoef, 2016). DJPO juga bukan iklim layanan, karena iklim menangkap persepsi bersama tentang apa yang dihargai dan didukung, bukan urutan aktivitas untuk mengindera, merutekan, dan menyelesaikan masalah layanan (Bowen dan Schneider, 2014). Pembedaan ini memungkinkan pengelola mendiagnosis apakah masalah kinerja bersumber dari kekurangan sumber daya, kewenangan yang lemah, eksekusi proses yang buruk, atau norma yang tidak mendukung.

Pengembangan hipotesis. Orientasi layanan destinasi berbasis AI (AI-enabled destination service orientation/AIDSO) mencerminkan sejauh mana destinasi menggunakan teknologi digital, wawasan berbasis data, dan perangkat berbasis AI untuk memahami serta merespons kebutuhan pengunjung. AIDSO diharapkan berasosiasi dengan DJPO karena kecerdasan layanan meningkatkan visibilitas kebutuhan dan friksi operasional yang menjadi bahan baku orkestrasi. Dalam kerangka kapabilitas dinamis, penginderaan merupakan prasyarat bagi pengambilan keputusan dan rekonfigurasi (Teece, 2007). Koordinasi berbasis manusia murni

FMI Jawa Timur XVIII 2026
e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

mungkin memadai di destinasi kecil dengan arus pengunjung yang stabil, tetapi menjadi kurang memadai ketika permintaan bergejolak dan umpan balik berlangsung dalam waktu nyata. Dalam kondisi tersebut, AIDSO menyediakan basis informasi bagi orkestrasi, meskipun hanya ketika pengelola secara sengaja menghubungkan penginderaan dengan koordinasi lintas aktor.

H1: Orientasi layanan destinasi berbasis AI berasosiasi positif dengan orkestrasi proses perjalanan destinasi.

DJPO diharapkan berasosiasi dengan kinerja pengalaman pengunjung berkelanjutan (sustainable visitor experience performance/SVEP) karena pengunjung menilai destinasi melalui koherensi perjalanan. Pemahaman bersama mengurangi informasi yang saling bertentangan, prediktabilitas mengurangi serah terima yang tidak konsisten, dan akuntabilitas membuat kegagalan layanan dapat dipulihkan sebelum merusak evaluasi keseluruhan (Smith et al., 1999). Penjelasan alternatif menempatkan kinerja terutama pada kualitas atraksi, citra merek, atau intensitas promosi. Faktor-faktor tersebut penting, tetapi tidak dapat mengompensasi proses layanan yang terfragmentasi selama kunjungan. Destinasi yang dipromosikan dengan baik tetap dapat memperoleh evaluasi buruk ketika pengunjung menghadapi informasi yang tidak jelas, kerumunan yang tidak terkelola, atau keluhan yang tidak terselesaikan.

H2: Orkestrasi proses perjalanan destinasi berasosiasi positif dengan kinerja pengalaman pengunjung berkelanjutan.

DJPO diharapkan berasosiasi dengan iklim layanan teknologi bertanggung jawab (responsible technology service climate/RTSC) karena orkestrasi membuat keputusan layanan digital menjadi eksplisit. Begitu aliran data, tanggung jawab pemulihan, dan serah terima terpetakan, destinasi dapat menentukan bagaimana perangkat digital digunakan, siapa yang berwenang mengintervensi, dan bagaimana pengunjung diinformasikan. Visibilitas proses menunjukkan di mana transparansi, privasi, keadilan, dan eskalasi kepada manusia diperlukan, selaras dengan prinsip tata kelola AI yang bertanggung jawab (Floridi et al., 2018). Urutan terbalik juga masuk akal, karena destinasi yang matang dapat menetapkan nilai teknologi bertanggung jawab sebelum mendesain ulang proses. Namun, iklim layanan terbentuk dari kebijakan, praktik, dan prosedur yang dialami karyawan (Schneider et al., 1998), sehingga norma tanggung jawab baru dapat ditegakkan ketika proses aktualnya terlihat.

H3: Orkestrasi proses perjalanan destinasi berasosiasi positif dengan iklim layanan teknologi bertanggung jawab.

RTSC diharapkan berasosiasi dengan SVEP karena layanan berbasis AI bergantung pada kepercayaan, bukan hanya efisiensi. Kepercayaan manusia terhadap AI dipengaruhi oleh transparansi, keandalan, dan cara AI hadir dalam interaksi (Glikson dan Woolley, 2020), sementara penerimaan teknologi layanan di garis depan tidak hanya ditentukan oleh manfaat fungsional tetapi juga oleh unsur sosial-emosional dan relasional (Wirtz et al., 2018). Pandangan yang berpusat pada efisiensi menganggap otomasi yang lebih cepat sudah memadai. Pariwisata melemahkan pandangan tersebut karena pengunjung mencari kenyamanan sekaligus

FMI Jawa Timur XVIII 2026
e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

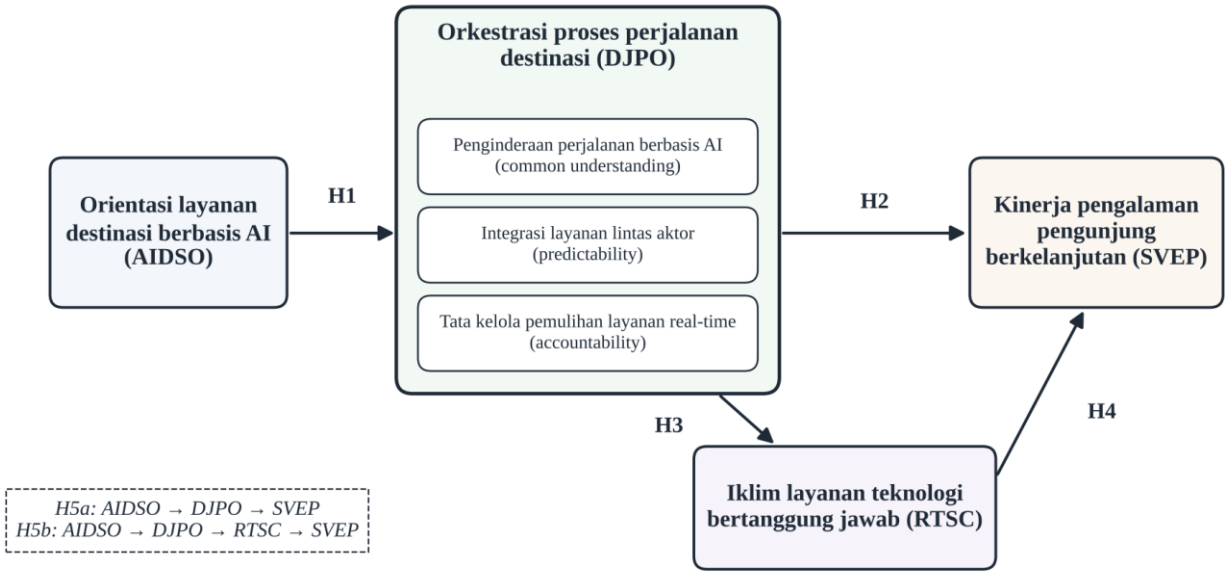
keramahan, penghormatan budaya, dan kepastian etis; otomasi yang mempercepat layanan tetapi mengurangi kepercayaan justru dapat melemahkan pengalaman.

H4: Iklim layanan teknologi bertanggung jawab berasosiasi positif dengan kinerja pengalaman pengunjung berkelanjutan.

Rantai teoretis ini menyiratkan bahwa AIDSO tidak cukup dengan sendirinya. Kecerdasan layanan harus terlebih dahulu diorganisasi melalui DJPO sebelum tampak dalam SVEP; jalur ini menangkap logika konversi proses. Jalur kedua yang berurutan terjadi ketika DJPO mendukung RTSC, yang selanjutnya memperkuat SVEP. Jalur kedua tidak memperkenalkan tulang punggung teoretis terpisah, melainkan menjelaskan bagaimana mekanisme orkestrasi yang sama tetap kredibel ketika pengunjung berinteraksi dengan layanan yang dimediasi teknologi.

H5a: Orkestrasi proses perjalanan destinasi memediasi asosiasi antara orientasi layanan destinasi berbasis AI dan kinerja pengalaman pengunjung berkelanjutan.

H5b: Orientasi layanan destinasi berbasis AI berasosiasi tidak langsung dengan kinerja pengalaman pengunjung berkelanjutan melalui jalur berurutan orkestrasi proses perjalanan destinasi dan iklim layanan teknologi bertanggung jawab.



Gambar 1. Model penelitian: orkestrasi proses perjalanan destinasi sebagai mekanisme konversi (referensi: pengembangan penulis)

3. Metode Penelitian

Desain, sampel, dan pengumpulan data. Penelitian ini menggunakan desain survei potong

FMI Jawa Timur XVIII 2026
e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

lintang dengan destinasi wisata sebagai unit analisis dan pengelola sebagai informan kunci. Responden yang memenuhi syarat adalah pengelola destinasi, kepala situs, koordinator kantor pariwisata, supervisor operasional, dan koordinator layanan digital yang memiliki pengetahuan langsung tentang operasi layanan, interaksi pengunjung, koordinasi antaraktor, dan praktik layanan berbasis teknologi. Kerangka sampel mencakup destinasi di Jawa dan Bali yang ekosistemnya memadukan lembaga publik, penyedia swasta, komunitas, dan platform digital, sehingga kinerja destinasi bergantung pada keandalan proses bersama, bukan pada kualitas layanan satu organisasi. Sebanyak 425 kuesioner didistribusikan secara daring dan 326 dikembalikan (76.7%). Sebanyak 14 kasus tidak memenuhi satu atau lebih kriteria kelengkapan dan kualitas respons yang ditetapkan sebelumnya, yaitu data hilang, pola jawaban invarian, waktu pengisian yang tidak wajar, dan pencilan multivariat; karena kriteria dapat tumpang tindih, setiap kasus dihitung satu kali. Sampel analisis akhir terdiri atas 312 respons valid (73.4% dari kuesioner yang didistribusikan). Perbandingan responden awal dan akhir pada rerata konstruk fokal tidak menunjukkan pola bias nonrespons yang material (Armstrong dan Overton, 1977). Profil responden disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Profil responden

Kategori	Kelompok	Frekuensi	Persentase
Usia (tahun)	≤ 20	8	2.6%
	21–30	46	14.7%
	31–40	90	28.8%
	41–50	116	37.2%
	> 50	52	16.7%
Jabatan	Manajer destinasi/manajer situs	155	49.7%
	Kepala operasional atau cabang	136	43.6%
	Direktur/koordinator	21	6.7%
Wilayah	DKI Jakarta	35	11.2%
	Jawa Barat	55	17.6%
	Jawa Tengah	82	26.3%
	DI Yogyakarta	35	11.2%
	Jawa Timur	55	17.6%
	Banten	28	9.0%
	Bali	22	7.1%
Total	Respons valid	312	100.0%

(referensi: data primer diolah)

Pengukuran. Seluruh konstruk diukur dengan skala interval sepuluh poin (1 = sangat tidak setuju; 10 = sangat setuju). AIDSO diadaptasi dari logika orientasi layanan (Lytle dan Timmerman, 2006) dan dibingkai ulang untuk kecerdasan layanan berbasis AI (Huang dan Rust, 2021). DJPO dikembangkan dari logika BPM, perjalanan pelanggan, dan pemulihan layanan (Dumas et al., 2018; Lemon dan Verhoef, 2016; Tax et al., 2013). RTSC diadaptasi dari literatur iklim layanan dan tata kelola teknologi yang bertanggung jawab (Bowen dan

FMI Jawa Timur XVIII 2026
e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

Schneider, 2014; Floridi et al., 2018). SVEP diadaptasi dari ukuran kinerja layanan dan pengalaman pengunjung. Adaptasi semantik dilakukan dalam tiga tahap: penerjemahan butir ke bahasa tingkat destinasi dengan mempertahankan domain konstruk; telaah validitas isi oleh dua dosen manajemen pariwisata dan tiga praktisi destinasi; serta uji rintis pada 30 responden tingkat destinasi untuk memastikan keterpahaman dan keselarasan butir. Butir pengukuran beserta muatan faktornya disajikan pada Tabel 2.

Pengendalian bias dan strategi analisis. Secara prosedural, kuesioner memisahkan blok prediktor, mediator, dan hasil; menggunakan jangkar skala netral; menghindari kata-kata evaluatif; serta menjamin anonimitas (Podsakoff et al., 2003). Satu variabel penanda mengenai kejelasan formulir administratif, yang secara konseptual jauh dari konstruk fokal, disertakan (Lindell dan Whitney, 2001). Secara statistik, bias metode umum diperiksa melalui full-collinearity VIF dengan ambang 3.30 (Kock, 2015). Covariance-based SEM dengan AMOS dipilih karena model menspesifikasi konstruk reflektif, struktur jalur yang dipandu teori, dan jalur asosiasi tidak langsung. Model pengukuran dievaluasi melalui muatan butir, Cronbach's alpha, composite reliability (CR), average variance extracted (AVE) (Fornell dan Larcker, 1981; Hair et al., 2019), dan heterotrait-monotrait ratio (HTMT) (Henseler et al., 2015). Kesesuaian model dinilai dengan kriteria Hu dan Bentler (1999). Efek tidak langsung diestimasi dengan bootstrap bias-corrected 5.000 resampel (Preacher dan Hayes, 2008), dan koreksi Bollen-Stine digunakan karena normalitas multivariat tidak sepenuhnya terpenuhi (Bollen dan Stine, 1992). Model jalur langsung alternatif, variabel penanda, dan perbandingan responden awal-akhir digunakan sebagai uji sensitivitas. Prosedur ini tidak menghasilkan identifikasi kausal (Antonakis et al., 2010), tetapi memperkecil kemungkinan bahwa pola yang dilaporkan semata-mata merupakan artefak dari satu spesifikasi pengukuran atau model.

4. Hasil dan Pembahasan

Evaluasi model pengukuran. Model pengukuran memenuhi kriteria konsistensi internal, validitas konvergen, dan validitas diskriminan (Tabel 2 dan Tabel 3). Muatan terstandar berada pada rentang 0.668–0.834; CR berkisar 0.833–0.865 (di atas 0.70); AVE berkisar 0.556–0.617 (di atas 0.50); dan Cronbach's alpha berkisar 0.804–0.854 (Hair et al., 2019). Seluruh rasio HTMT berada di bawah 0.85. Pasangan AIDSO–DJPO memiliki rasio tertinggi (0.743). Nilai ini sejalan dengan argumen bahwa kecerdasan layanan merupakan bahan baku orkestrasi, tetapi juga menuntut kehati-hatian dalam memperlakukan keduanya sebagai konstruk yang terpisah, sebagaimana dibahas pada bagian diskusi.

Tabel 2. Butir pengukuran, muatan faktor, dan reliabilitas konstruk

Kode	Butir pengukuran	Muatan
AIDSO – Orientasi layanan destinasi berbasis AI (CR = 0.865; AVE = 0.617; α = 0.854)		
AIDSO1	Destinasi menggunakan teknologi digital untuk memahami kebutuhan layanan pengunjung.	0.834
AIDSO2	Destinasi menggunakan wawasan berbasis data untuk meningkatkan layanan pengunjung.	0.789

e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

Kode	Butir pengukuran	Muatan
AIDSO3	Destinasi menerapkan perangkat berbasis AI untuk merespons masalah layanan pengunjung.	0.752
AIDSO4	Destinasi memprioritaskan kualitas layanan berbasis teknologi di seluruh titik kontak pengunjung.	0.776
DJPO – Orkestrasi proses perjalanan destinasi (CR = 0.846; AVE = 0.579; α = 0.823)		
DJPO1	Destinasi menggunakan informasi pengunjung untuk mengindera friksi perjalanan di seluruh titik kontak.	0.718
DJPO2	Destinasi mengoordinasikan proses layanan lintas atraksi, transportasi, pelaku perhotelan, dan komunitas.	0.806
DJPO3	Destinasi memiliki rutinitas yang jelas untuk merespons gangguan layanan secara real-time.	0.771
DJPO4	Destinasi menyelaraskan proses layanan digital dan manusia untuk menciptakan perjalanan pengunjung yang koheren.	0.742
RTSC – Iklim layanan teknologi bertanggung jawab (CR = 0.833; AVE = 0.556; α = 0.804)		
RTSC1	Karyawan didorong menggunakan teknologi secara transparan ketika melayani pengunjung.	0.668
RTSC2	Destinasi melindungi privasi pengunjung dalam proses layanan digital.	0.741
RTSC3	Destinasi mendorong penggunaan teknologi yang adil dan bertanggung jawab dalam layanan pengunjung.	0.792
RTSC4	Destinasi menyeimbangkan efisiensi digital dengan keramahan yang berpusat pada manusia.	0.776
SVEP – Kinerja pengalaman pengunjung berkelanjutan (CR = 0.842; AVE = 0.573; α = 0.827)		
SVEP1	Destinasi mencapai kepuasan pengunjung yang lebih tinggi melalui pengalaman layanannya.	0.819
SVEP2	Destinasi memperkuat loyalitas pengunjung melalui pengalaman layanan yang bertanggung jawab.	0.765
SVEP3	Destinasi meningkatkan reputasinya sebagai destinasi yang cerdas dan berkelanjutan.	0.733
SVEP4	Destinasi memperoleh evaluasi positif dari pengunjung sambil mendukung tujuan keberlanjutan.	0.706

Catatan: skala 1 (sangat tidak setuju) sampai 10 (sangat setuju); seluruh konstruk reflektif.. (referensi: data primer diolah)

Tabel 3. Validitas diskriminan berdasarkan rasio HTMT

Konstruk	AIDSO	DJPO	RTSC
DJPO	0.743		
RTSC	0.642	0.697	
SVEP	0.661	0.704	0.652

FMI Jawa Timur XVIII 2026
e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

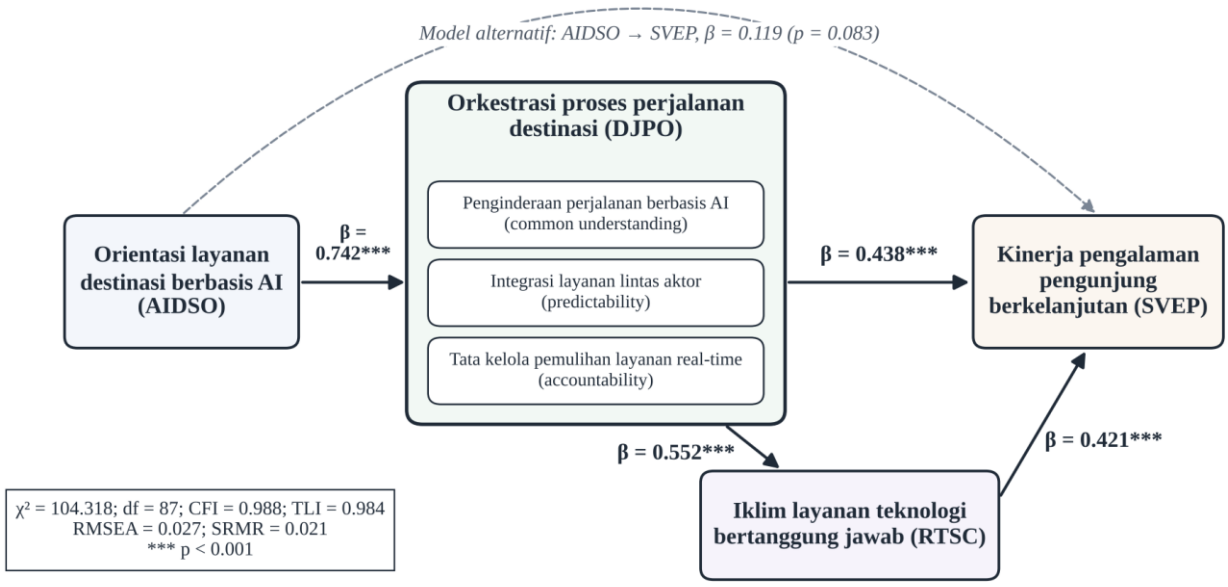
Catatan: seluruh rasio HTMT < 0.85 (Henseler et al., 2015). (referensi: data primer diolah)

Model struktural dan pengujian hipotesis. Model struktural menunjukkan kesesuaian yang baik: $\chi^2 = 104.318$; df = 87; $\chi^2/df = 1.199$; CFI = 0.988; TLI = 0.984; RMSEA = 0.027; dan SRMR = 0.021, seluruhnya memenuhi kriteria Hu dan Bentler (1999). AIDSO berasosiasi positif dengan DJPO ($\beta = 0.742$; $p < 0.001$), sehingga H1 didukung. DJPO berasosiasi positif dengan SVEP ($\beta = 0.438$; $p < 0.001$) dan dengan RTSC ($\beta = 0.552$; $p < 0.001$), sehingga H2 dan H3 didukung. RTSC berasosiasi positif dengan SVEP ($\beta = 0.421$; $p < 0.001$), sehingga H4 didukung. Estimasi lengkap disajikan pada Tabel 4 dan Gambar 2.

Tabel 4. Jalur struktural dan keputusan hipotesis

Hipotesis	Jalur	β	SE	t	p	95% CI	f^2	Keputusan
H1	AIDSO → DJPO	0.742	0.060	12.27	< 0.001	[0.615, 0.852]	0.451	Didukung
H2	DJPO → SVEP	0.438	0.080	5.49	< 0.001	[0.281, 0.594]	0.238	Didukung
H3	DJPO → RTSC	0.552	0.073	7.56	< 0.001	[0.402, 0.684]	0.306	Didukung
H4	RTSC → SVEP	0.421	0.075	5.61	< 0.001	[0.270, 0.565]	0.211	Didukung

Catatan: β = koefisien terstandar; $\chi^2 = 104.318$; df = 87; CFI = 0.988; TLI = 0.984; RMSEA = 0.027; SRMR = 0.021. (referensi: data primer diolah)



Gambar 2. Estimasi model struktural (referensi: data primer diolah)

e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

Analisis asosiasi tidak langsung dan uji ketahanan. Analisis bootstrap mendukung kedua jalur tidak langsung (Tabel 5). Jalur konversi proses AIDSO → DJPO → SVEP bernilai 0.325 (95% CI [0.214, 0.463]), sehingga H5a didukung. Jalur berurutan AIDSO → DJPO → RTSC → SVEP bernilai 0.172 (95% CI [0.096, 0.271]), sehingga H5b didukung. Total efek tidak langsung sebesar 0.497 (95% CI [0.354, 0.663]); sekitar 65% di antaranya mengalir melalui jalur DJPO langsung dan sekitar 35% melalui jalur stabilisasi RTSC. Tabel 6 menunjukkan bahwa model dapat diterima di bawah koreksi non-normalitas (Bollen-Stine p = 0.547), nilai full-collinearity VIF (1.682–2.716) berada di bawah 3.30, variabel penanda tidak membalik pola jalur fokal, dan tidak terdapat perbedaan rerata konstruk yang material antara responden awal dan akhir. Dalam model alternatif yang menambahkan jalur langsung, asosiasi AIDSO → SVEP lemah dan tidak signifikan (β = 0.119; p = 0.083), jauh lebih kecil daripada total efek tidak langsung.

Tabel 5. Efek tidak langsung berdasarkan bootstrap (5.000 resampel)

Hipotesis	Jalur tidak langsung	β	SE	z	p	95% CI (BC)	Keputusan
H5a	AIDSO → DJPO → SVEP	0.325	0.062	5.24	< 0.001	[0.214, 0.463]	Didukung
H5b	AIDSO → DJPO → RTSC → SVEP	0.172	0.044	3.91	< 0.001	[0.096, 0.271]	Didukung
Total	AIDSO → DJPO/RTSC → SVEP	0.497	0.081	6.14	< 0.001	[0.354, 0.663]	Didukung

Catatan: BC = bias-corrected; β = efek tidak langsung terstandar. (referensi: data primer diolah)

Tabel 6. Uji diagnostik dan ketahanan

Diagnostik	Hasil	Ambang/logika	Interpretasi
Bootstrap Bollen-Stine	p = 0.547	p > 0.05	Model dapat diterima setelah koreksi non-normalitas
Full-collinearity VIF	1.682–2.716	< 3.30	Inflasi metode umum tidak dominan
Variabel penanda	Tidak ada pembalikan jalur fokal	Butir kejelasan formulir administratif yang tidak terkait secara konseptual	Pengaruh metode bersama tidak cukup menjelaskan model
Model jalur langsung alternatif	AIDSO → SVEP: β = 0.119; p = 0.083	Asosiasi langsung lebih lemah daripada jalur tidak langsung	Interpretasi mekanisme dipertahankan

e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

Diagnostik	Hasil	Ambang/logika	Interpretasi
Perbandingan responden awal-akhir	Tidak ada perbedaan rerata konstruk yang material	$p > 0.05$ pada seluruh konstruk fokal	Bias nonrespons tidak terindikasi

(referensi: data primer diolah)

Diskusi: dari adopsi teknologi ke konversi proses. Temuan yang paling konsekuensial adalah bahwa asosiasi AIDSO dengan kinerja pengalaman pengunjung berjalan melalui arsitektur proses, bukan secara langsung. Ketika DJPO dan RTSC dimasukkan, jalur langsung AIDSO menjadi lemah dan tidak signifikan, sementara total efek tidak langsung bernilai sekitar empat kali koefisien langsungnya. Pola ini menunjukkan bahwa orientasi layanan berbasis AI lebih tepat dipahami sebagai kondisi awal daripada mekanisme kinerja. Secara teoretis, temuan ini memperluas logika komplementaritas dalam literatur nilai bisnis TI (Brynjolfsson dan Hitt, 2000; Melville et al., 2004) ke konteks yang tidak memiliki organisasi fokal. Di destinasi, komplementer yang dibutuhkan bukan restrukturisasi internal, melainkan arsitektur koordinasi antarorganisasi. Temuan ini juga mempertajam logika layanan dominan: Vargo dan Lusch (2016, 2017) menjelaskan mengapa nilai muncul dari integrasi sumber daya, sedangkan DJPO menjelaskan bagaimana integrasi tersebut diorganisasi menjadi aktivitas, peran, dan titik pemulihan yang dapat dieksekusi. Sifat kemajuannya adalah mengungkap mekanisme yang terabaikan sekaligus membatasi cakupan asumsi bahwa orientasi layanan berubah menjadi kinerja melalui rutinitas internal organisasi (Lytle dan Timmerman, 2006; Briggs et al., 2020). Keberatan terkuat yang dapat diajukan penelaah skeptis adalah bahwa DJPO hanyalah kematangan digital dengan nama lain, mengingat koefisien AIDSO → DJPO yang tinggi ($\beta = 0.742$) dan HTMT tertinggi pada pasangan ini. Tiga pertimbangan melemahkan keberatan tersebut tanpa menghapusnya. Pertama, HTMT tetap di bawah ambang 0.85, sehingga kedua konstruk dapat dibedakan secara empiris (Henseler et al., 2015). Kedua, isi butir DJPO menyangkut serah terima, rutinitas respons gangguan, dan penyelarasan proses manusia-digital, bukan penggunaan teknologi. Ketiga, jika DJPO sekadar cerminan AIDSO, jalur langsung AIDSO → SVEP semestinya tetap kuat dalam model alternatif, padahal jalur itu lemah. Meski demikian, tumpang tindih yang tinggi menunjukkan bahwa dalam praktik kedua kapabilitas cenderung berkembang bersama, dan pemisahan kausalnya memerlukan desain longitudinal.

Temuan kedua adalah bahwa DJPO tetap berasosiasi langsung dengan SVEP ($\beta = 0.438$) setelah jalur RTSC diperhitungkan. Hal ini menunjukkan bahwa objek proses yang relevan bagi kinerja destinasi adalah perjalanan pengunjung, bukan organisasi tunggal. Temuan ini memperluas BPM melampaui batas perusahaan (Dumas et al., 2018; Rosemann dan vom Brocke, 2015) dan memberikan dukungan empiris bagi argumen jaringan penyampaian layanan bahwa pengalaman pelanggan diproduksi oleh beberapa organisasi yang tidak satu pun mengendalikan keseluruhannya (Tax et al., 2013). Teori koordinasi menjelaskan alasannya: saling ketergantungan resiprokal di destinasi (Thompson, 1967) hanya dapat dikelola bila akuntabilitas, prediktabilitas, dan pemahaman bersama dibangun lintas aktor (Okhuysen dan Bechky, 2009). DJPO juga memberi isi operasional pada konsep orkestrasi jaringan (Dhanaraj

e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

dan Parkhe, 2006). Di destinasi, orkestrasi terutama berarti pengelolaan serah terima dan pemulihan dalam waktu nyata, bukan pengelolaan aliran pengetahuan inovasi. Kondisi batasnya jelas: mekanisme ini paling relevan ketika saling ketergantungan antaraktor tinggi dan jejak digital pengunjung tersedia, sedangkan di destinasi kecil dengan arus pengunjung stabil koordinasi informal mungkin sudah memadai.

Temuan ketiga menyangkut RTSC. Jalur berurutan menyumbang sekitar sepertiga dari total efek tidak langsung, sementara jalur langsung DJPO → SVEP tetap kuat. RTSC dengan demikian berfungsi sebagai pelengkap kredibilitas, bukan pengganti orkestrasi. Penafsiran ini selaras dengan paradoks otomasi-augmentasi (Raisch dan Krakowski, 2021): orkestrasi membuat terlihat titik-titik di mana otomasi perlu diserahkan kepada penilaian manusia, dan iklim yang bertanggung jawab menjadikan penyerahan tersebut norma yang dialami karyawan. Karena kepercayaan terhadap AI bergantung pada transparansi dan keandalan (Glikson dan Woolley, 2020), layanan yang lebih cepat tidak selalu berarti layanan yang lebih baik ketika pengunjung mengalami teknologi sebagai sesuatu yang buram atau impersonal. Urutan terbalik, yaitu RTSC mendahului DJPO, tetap masuk akal secara teoretis dan tidak dapat dikesampingkan oleh desain potong lintang. Karena itu, klaim penelitian ini adalah bahwa data konsisten dengan urutan yang diajukan, bukan bahwa urutan tersebut telah dibuktikan.

Penjelasan rival lain juga perlu diakui. Destinasi dengan tata kelola lebih kuat, skala lebih besar, atau kematangan digital lebih tinggi dapat sekaligus melaporkan AIDSO, DJPO, dan kinerja yang lebih tinggi, sehingga variabel yang tidak diamati dapat menggelembungkan asosiasi (Antonakis et al., 2010). Kualitas atraksi dan kekuatan merek juga dapat memengaruhi evaluasi pengunjung secara independen. Desain informan tunggal menambah risiko varians metode bersama, walaupun hasil VIF dan variabel penanda menunjukkan bahwa varians tersebut tidak dominan (Podsakoff et al., 2003). Kontribusi penelitian ini karenanya adalah spesifikasi mekanisme, bukan eksklusivitas kausal.

Implikasi teoretis. Pertama, penelitian ini menspesifikasi batas proses dalam logika layanan dominan. Sebelum penelitian ini, literatur belum dapat menjelaskan secara memadai mengapa destinasi dengan orientasi layanan berbasis AI yang sebanding menghasilkan pengalaman pengunjung yang berbeda. Setelah penelitian ini, perbedaan tersebut dapat dijelaskan oleh sejauh mana kecerdasan layanan dikonversi menjadi arsitektur koordinasi lintas aktor, karena asosiasi orientasi dengan kinerja terutama mengalir melalui DJPO. Kedua, penelitian ini memindahkan unit proses BPM dari organisasi ke perjalanan pengunjung dan mengoperasionalkan orkestrasi tanpa otoritas hierarkis melalui tiga kondisi integratif koordinasi, sehingga menjembatani BPM, teori koordinasi, dan riset jaringan penyampaian layanan. Ketiga, penelitian ini membedakan dua fungsi yang selama ini bercampur dalam riset smart tourism, yaitu fungsi eksekusi (orkestrasi) dan fungsi kredibilitas (iklim teknologi bertanggung jawab), serta menunjukkan bahwa keduanya bersifat komplementer. Ketiga implikasi ini berlaku pada destinasi dengan saling ketergantungan multiaktor dan ketersediaan jejak digital, serta pada tingkat asosiasi.

FMI Jawa Timur XVIII 2026
e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

Implikasi manajerial dan kebijakan. Karena AIDSO berasosiasi dengan kinerja terutama melalui DJPO, pengelola destinasi yang telah memiliki infrastruktur data dasar disarankan mengalokasikan anggaran digital tahap awal untuk penginderaan perjalanan dan penetapan pemilik proses, bukan untuk menambah perangkat otomasi yang berdiri sendiri. Urutan praktisnya adalah penangkapan sinyal pengunjung, pemetaan friksi perjalanan, penetapan tanggung jawab aktor, dan pengujian rutinitas pemulihan. Karena DJPO berasosiasi langsung dengan SVEP, pengelola dapat menyusun peta proses bersama yang mencakup kedatangan, mobilitas, akses atraksi, penanganan keluhan, komunikasi keselamatan, dan umpan balik pascakunjungan, dengan pemilik proses dan aturan eskalasi pada setiap serah terima. Langkah ini paling relevan ketika ketidakpuasan pengunjung bersumber dari informasi yang terfragmentasi atau pemulihan yang lemah, bukan dari kualitas atraksi. Karena RTSC melengkapi jalur orkestrasi, rutinitas teknologi bertanggung jawab seperti pemberitahuan privasi, opsi eskalasi kepada petugas, skrip chatbot yang transparan, pemeriksaan keadilan sistem rekomendasi, dan pelatihan staf perlu ditanamkan sebelum otomasi diperluas. Implementasi sebaiknya dipantau dengan ukuran proses, bukan jumlah adopsi teknologi: proporsi titik kontak prioritas yang tercakup data perjalanan bersama, persentase kegagalan layanan berulang yang memiliki pemilik lintas aktor, median waktu perutean pemulihan, porsi interaksi otomatis yang menawarkan eskalasi kepada manusia, dan tingkat penyelesaian keluhan yang melibatkan lebih dari satu penyedia. Indikator ini dapat menjadi dasar investasi bertahap: otomasi baru dilanjutkan hanya ketika ambang kepemilikan proses, eskalasi, dan tata kelola data terpenuhi. Bagi otoritas pariwisata, skema pendanaan destinasi cerdas dapat mensyaratkan peta proses perjalanan, protokol koordinasi aktor, pernyataan tata kelola data pengunjung, dan standar pemulihan layanan, sehingga dukungan publik bergeser dari akuisisi teknologi menuju kesiapan proses.

5. Kesimpulan

Penelitian ini berangkat dari teka-teki mengapa orientasi layanan destinasi berbasis AI tidak otomatis menghasilkan kinerja pengalaman pengunjung berkelanjutan. Jawabannya terletak pada konversi proses. Bukti dari 312 pengelola destinasi di Jawa dan Bali menunjukkan bahwa orientasi layanan berbasis AI berasosiasi dengan kinerja pengalaman pengunjung terutama ketika dikonversi menjadi orkestrasi proses perjalanan destinasi, dan bahwa iklim layanan teknologi bertanggung jawab memperkuat kredibilitas konversi tersebut. Kontribusi utamanya dapat dirumuskan secara ringkas: dalam ekosistem layanan tanpa pemilik proses tunggal, nilai kecerdasan layanan bergantung pada arsitektur koordinasi yang menentukan siapa merespons, bagaimana serah terima dijalankan, dan kapan manusia mengambil alih otomasi.

Klaim ini dibatasi oleh beberapa keterbatasan yang sekaligus membuka agenda penelitian. Pertama, desain potong lintang hanya mendukung inferensi asosiasi; penelitian lanjutan perlu menggunakan desain multigelombang yang mengukur AIDSO sebelum DJPO, RTSC, dan kinerja untuk menguji urutan temporal, termasuk kemungkinan urutan terbalik antara RTSC dan DJPO. Kedua, desain informan tunggal membatasi pemisahan sumber; ukuran kinerja pengalaman pengunjung akan lebih kuat bila dipadukan dengan penilaian pengunjung, catatan keluhan, ulasan platform, atau arsip destinasi. Ketiga, DJPO merupakan konstruk baru yang

FMI Jawa Timur XVIII 2026
e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

memerlukan validasi pengembangan skala pada sampel independen, termasuk pengujian apakah ketiga komponennya lebih tepat dimodelkan sebagai konstruk tingkat kedua, serta perbandingan dengan cetak biru layanan, tata kelola destinasi, dan manajemen perjalanan pelanggan. Keempat, batas empirisnya adalah destinasi di Jawa dan Bali dengan saling ketergantungan multiaktor, ketersediaan jejak digital, dan kematangan koordinasi yang tidak merata; studi lintas destinasi dengan tingkat kematangan digital, pengaturan tata kelola, dan volatilitas arus pengunjung yang berbeda diperlukan untuk mengidentifikasi kapan mekanisme orkestrasi menguat atau melemah. Dengan batasan tersebut, pesan penelitian ini bagi pengelola dan pembuat kebijakan tetap jelas: kecerdasan layanan baru bernilai ketika diorganisasi menjadi perjalanan pengunjung yang koheren.

Referensi

Antonakis, J., Bendahan, S., Jacquart, P., & Lalive, R. (2010). On making causal claims: A review and recommendations. *The Leadership Quarterly, 21*(6), 1086-1120.

Armstrong, J. S., & Overton, T. S. (1977). Estimating nonresponse bias in mail surveys. *Journal of Marketing Research, 14*(3), 396-402.

Beritelli, P. (2011). Cooperation among prominent actors in a tourist destination. *Annals of Tourism Research, 38*(2), 607-629.

Bitner, M. J., Ostrom, A. L., & Morgan, F. N. (2008). Service blueprinting: A practical technique for service innovation. *California Management Review, 50*(3), 66-94.

Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2016). Smart tourism destinations: Ecosystems for tourism destination competitiveness. *International Journal of Tourism Cities, 2*(2), 108-124.

Bollen, K. A., & Stine, R. A. (1992). Bootstrapping goodness-of-fit measures in structural equation models. *Sociological Methods & Research, 21*(2), 205-229.

Bowen, D. E., & Schneider, B. (2014). A service climate synthesis and future research agenda. *Journal of Service Research, 17*(1), 5-22.

Briggs, E., Deretti, S., & Kato, H. T. (2020). Linking organizational service orientation to retailer profitability: Insights from the service-profit chain. *Journal of Business Research, 107*, 271-278.

Brynjolfsson, E., & Hitt, L. M. (2000). Beyond computation: Information technology, organizational transformation and business performance. *Journal of Economic Perspectives, 14*(4), 23-48.

Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalisation of services. In I. Tussyadiah & A. Inversini (Eds.), *Information and communication technologies in tourism 2015* (pp. 377-389). Springer.

Dhanaraj, C., & Parkhe, A. (2006). Orchestrating innovation networks. *Academy of Management Review, 31*(3), 659-669.

FMI Jawa Timur XVIII 2026
e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

Dumas, M., La Rosa, M., Mendling, J., & Reijers, H. A. (2018). *Fundamentals of business process management* (2nd ed.). Springer.

Floridi, L., Cowls, J., Beltrametti, M., Chatila, R., Chazerand, P., Dignum, V., Luetge, C., Madelin, R., Pagallo, U., Rossi, F., Schafer, B., Valcke, P., & Vayena, E. (2018). AI4People: An ethical framework for a good AI society: Opportunities, risks, principles, and recommendations. *Minds and Machines, 28*(4), 689-707.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research, 18*(1), 39-50.

Glikson, E., & Woolley, A. W. (2020). Human trust in artificial intelligence: Review of empirical research. *Academy of Management Annals, 14*(2), 627-660.

Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets, 25*(3), 179-188.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.

Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science, 43*(1), 115-135.

Hu, L., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling, 6*(1), 1-55.

Huang, M.-H., & Rust, R. T. (2021). A strategic framework for artificial intelligence in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science, 49*(1), 30-50.

Ivanov, S., & Webster, C. (2019). *Robots, artificial intelligence, and service automation in travel, tourism and hospitality*. Emerald Publishing.

Kock, N. (2015). Common method bias in PLS-SEM: A full collinearity assessment approach. *International Journal of e-Collaboration, 11*(4), 1-10.

Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing, 80*(6), 69-96.

Lindell, M. K., & Whitney, D. J. (2001). Accounting for common method variance in cross-sectional research designs. *Journal of Applied Psychology, 86*(1), 114-121.

Luo, J., Wong, I. A., King, B., Liu, M. T., & Huang, G. (2019). Co-creation and co-destruction of service quality through customer-to-customer interactions: Why prior experience matters. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 31*(3), 1309-1329.

Lytle, R. S., & Timmerman, J. E. (2006). Service orientation and performance: An organizational perspective. *Journal of Services Marketing, 20*(2), 136-147.

Malone, T. W., & Crowston, K. (1994). The interdisciplinary study of coordination. *ACM*

FMI Jawa Timur XVIII 2026
e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

Computing Surveys, 26(1), 87-119.

Melville, N., Kraemer, K., & Gurbaxani, V. (2004). Information technology and organizational performance: An integrative model of IT business value. *MIS Quarterly, 28*(2), 283-322.

Okhuysen, G. A., & Bechky, B. A. (2009). Coordination in organizations: An integrative perspective. *Academy of Management Annals, 3*(1), 463-502.

Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J.-Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology, 88*(5), 879-903.

Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods, 40*(3), 879-891.

Raisch, S., & Krakowski, S. (2021). Artificial intelligence and management: The automation-augmentation paradox. *Academy of Management Review, 46*(1), 192-210.

Rosemann, M., & vom Brocke, J. (2015). The six core elements of business process management. In J. vom Brocke & M. Rosemann (Eds.), *Handbook on business process management 1* (2nd ed., pp. 105-122). Springer.

Schneider, B., White, S. S., & Paul, M. C. (1998). Linking service climate and customer perceptions of service quality: Test of a causal model. *Journal of Applied Psychology, 83*(2), 150-163.

Smith, A. K., Bolton, R. N., & Wagner, J. (1999). A model of customer satisfaction with service encounters involving failure and recovery. *Journal of Marketing Research, 36*(3), 356-372.

Tax, S. S., McCutcheon, D., & Wilkinson, I. F. (2013). The service delivery network (SDN): A customer-centric perspective of the customer journey. *Journal of Service Research, 16*(4), 454-470.

Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: The nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal, 28*(13), 1319-1350.

Thompson, J. D. (1967). *Organizations in action: Social science bases of administrative theory*. McGraw-Hill.

Tussyadiah, I. (2020). A review of research into automation in tourism: Launching the *Annals of Tourism Research* curated collection on artificial intelligence and robotics in tourism. *Annals of Tourism Research, 81*, Article 102883.

Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2016). Institutions and axioms: An extension and update of service-dominant logic. *Journal of the Academy of Marketing Science, 44*(1), 5-23.

Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2017). Service-dominant logic 2025. *International Journal of Research in Marketing, 34*(1), 46-67.

e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

Wirtz, J., Patterson, P. G., Kunz, W. H., Gruber, T., Lu, V. N., Paluch, S., & Martins, A. (2018). Brave new world: Service robots in the frontline. *Journal of Service Management, 29*(5), 907-931.

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)