



STUDI KEPUASAN WISATAWAN DENGAN FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN DI DESA WISATA LEREP KABUPATEN SEMARANG

Oleh

Yuliana Halawa¹, Yustina Denik Risyanti²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia Semarang

Email: ¹yuliana.21530125@student.stiepari.ac.id, ²yustina.denik@stiepari.ac.id

Abstract

This study was carried out in the Lerep Tourism Village, Semarang Regency with the aim of analyzing and explaining the impact of facilities and service quality on visitor satisfaction, at a time when tourist visits are fluctuating due to several factors, such as facility infrastructure which is still considered inadequate and service quality is minimal. given to visitors. Study information was obtained from questionnaires and available data. The number of samples used in this study was 94 respondents. The information obtained is processed using descriptive analysis and quantitative statistical analysis. Application of multiple linear regression to identify the impact of independent variables on the dependent variable, as well as to test models and hypotheses. Regression analysis shows that additional facilities and service quality have an impact on tourist satisfaction. Facilities and services have a significant impact on overall visitor satisfaction. This shows that in order to increase visitor satisfaction, it is necessary to add adequate and comfortable facilities as well as the best service for tourists.

Kata Kunci: *Facilities, Service Quality and Tourist Satisfaction*

PENDAHULUAN

Tiap perusahaan diharapkan guna memberi kepuasan pada konsumennya dengan menawarkan produk dan layanan terbaik, perusahaan diharuskan bisa menjaga posisinya dalam persaingan bisnis dimana sangat ketat pada saat ini. Secara umum, tujuan utama industri jasa guna mencapai kepuasan pelanggan melalui pelayanan berkualitas dan keramahan, hingga akan terbentuk hubungan yang harmonis diantara penyedia jasa dengan konsumennya. Pengelola pariwisata diharuskan untuk bersaing dalam menarik pengunjung agar datang ke lokasi mereka.

Wisatawan di era sekarang adalah wisatawan yang cermat dan sangat selektif dalam mengeluarkan uang. Mereka mengevaluasi berbagai faktor dalam memilih suatu produk atau layanan, termasuk layanan pariwisata. Fasilitas serta mutu layanan menjadi faktor yang dipertimbangkan wisatawan dalam memilih. Di tingkat harga

yang serupa, makin baik fasilitasnya dan makin tinggi kualitas layanannya oleh pengelola destinasi, maka kepuasan wisatawan akan meningkat, dan mereka akan terus menjadikan destinasi tersebut sebagai pilihan utama untuk dikunjungi lagi berdasarkan apa yang mereka rasakan terhadap fasilitas yang tersedia.

Fasilitas berperan besar dalam memengaruhi kepuasan pengunjung. Fasilitas menarik perhatian wisatawan untuk datang ke suatu tempat destinasi wisata. Fasilitas adalah segala hal yang membantu wisatawan dalam memanfaatkan layanan perusahaan itu. Tjiptono (2017), fasilitas sebagai sumber daya fisik dimana tersedia didalam suatu pelayanan sebelum ditawarkan pada konsumen, hingga semua aspek fasilitas, seperti kondisi, kelengkapan, desain interior dan eksterior, serta kebersihan fasilitas, perlu diperhatikan, utamanya yang keterkaitan langsung pada pengalaman atau persepsi konsumen.



Kotler (2016), fasilitas meliputi seluruh peralatan fisik yang diberikan oleh penyedia jasa guna meningkatkan kenyamanan para wisatawan. Menurut Nirwana (2014), ada beberapa aspek yang harus diperhatikan saat merancang sarana atau dukungan fisik, termasuk: Perancangan fasilitas, norma fungsi, keindahan, situasi yang mendukung, alat bantu, pakaian karyawan, dokumentasi dan jaminan. Para wisatawan perlu merasa puas melalui berbagai cara, seperti fasilitas serta kualitas layanan yang ditawarkan oleh pihak perusahaan. Jika mereka tidak merasa puas, kemungkinan besar mereka akan memilih untuk mengunjungi tempat wisata lainnya. Ini akan mengakibatkan penurunan jumlah kunjungan, yang pada akhirnya akan mengurangi pendapatan perusahaan.

Selain sarana, terdapat pula mutu layanan yang dapat diandalkan untuk menilai kepuasan para wisatawan. Dengan adanya layanan yang berkualitas tinggi di sebuah organisasi, dapat menghasilkan kepuasan untuk pelanggan. Konsumen akan membandingkan kualitas layanan atau barang setelah mereka merasa puas dengannya. Jika pelanggan puas dengan produk, mereka akan kembali dan menyarankan orang lain untuk pergi ke toko yang sama. Oleh karena itu, perusahaan harus mulai mempertimbangkan pentingnya pelayanan karena semakin disadari bahwa kepuasan pelanggan adalah kunci keberhasilan dalam persaingan dan bertahan dalam dunia bisnis (Tjiptono, 2017).

Kualitas layanan dimana dapat diterapkan dengan efektif adalah elemen penting yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu perusahaan pariwisata karena mampu menghasilkan kepuasan bagi para wisatawan. Kepuasan yang dialami dapat mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung, sehingga menciptakan dampak yang sangat baik bagi pengelola. Jika staf dapat memberikan pelayanan yang memuaskan, maka para wisatawan akan merasa senang, sehingga

menciptakan gambaran destinasi wisata yang baik di pandangan mereka.

Kotler (2016), Perasaan bahagia atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan kinerja atau produk yang dirasakan dengan yang diharapkan dikenal sebagai kepuasan. Jika pengalaman pelayanan pelanggan sebanding, atau setidaknya mendekati, dengan harapan yang dimiliki pelanggan saat memutuskan untuk mengunjungi atau memanfaatkan layanan penyedia jasa, kepuasan pelanggan dapat terjadi. Perusahaan yang memiliki standar fasilitas dan layanan yang cukup akan membuat pelanggan puas. Kunjungan pertama ke Desa Wisata Lerep di Kabupaten Semarang menunjukkan bahwa pengunjung belum puas dengan semua yang ditawarkan.

Desa Wisata Lerep terletak di Desa Lerep, Kecamatan Ungaran Barat, Kabupaten Semarang, Provinsi Jawa Tengah. Desa Wisata Lerep berkomitmen untuk memberikan fasilitas dan pelayanan terbaik untuk wisatawan, baik yang datang untuk berlibur maupun menginap di homestay. Bahkan belakangan ini muncul desa-desa wisata baru yang semakin menambah persaingan di industri pariwisata. Kehadiran desa wisata itu memaksa Desa Wisata Lerep untuk terus memperbaiki diri dan melakukan perbaikan agar tetap menarik minat wisatawan dan tidak beralih kepada pesaingnya. Selain itu, masyarakat juga akan mengalami pengaruh yang ditimbulkan dari kompetisi itu. Warga akan menghadapi pilihan yang rumit saat memutuskan untuk memilih desa wisata, karena tiap desa wisata berusaha memberikan layanan terbaik bagi para pengunjungnya. Akibatnya, pengelola desa wisata saling berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik kepada para wisatawan.

LITERATURE REVIEW

Kepuasan Wisatawan

Kotler (2016), Kepuasan adalah tingkat emosi seseorang setelah menilai hasil atau kinerjanya dibandingkan dengan



ekspektasinya. Namun, Tse dan Wison dalam Lupiyoadi (2013) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan wisatawan adalah reaksi mereka terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara kinerja produk setelah digunakan dan harapan sebelumnya.

Kepuasan pelanggan terjadi ketika keputusan pembelian sesuai atau melebihi ekspektasi pelanggan. Ketika hasil tidak sesuai dengan harapan, orang menjadi tidak puas (Tjiptono, 2017).

Sulit untuk memastikan bahwa pelanggan puas dengan produk atau layanan jika lokasi wisata tidak memahami apa yang diinginkan oleh pelanggan. Wisatawan bervariasi dalam tingkat kepuasan mereka terhadap produk atau layanan dengan kualitas yang sama. Oleh karena itu, tempat wisata harus selalu mempertimbangkan kualitas barang dan jasa yang mereka tawarkan.

Kepuasan wisatawan didefinisikan sebagai tanggapan wisatawan terhadap perbedaan antara kinerja sebenarnya dari pengalaman dan tingkat kepentingan yang diharapkan sebelumnya (Rangkuti, 2015). Kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh persepsi mereka tentang kualitas layanan, barang, dan harga, serta faktor situasional dan individu.

Menurut berbagai perspektif para ahli, kepuasan pengunjung dapat didefinisikan sebagai tanggapan yang ditunjukkan oleh pengunjung dengan membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan hasil yang diharapkan. Wisatawan akan merasa kecewa, kurang puas, atau bahkan tidak puas sama sekali jika hasil yang diinginkan tidak memenuhi harapan. Namun, para wisatawan akan puas jika kinerja memenuhi harapan.

Menurut Kotler (2016), terdapat 4 cara yang dapat diterapkan untuk menilai kepuasan wisatawan, yaitu:

a. Sistem keluhan dan saran

Perusahaan yang berfokus pada wisatawan adalah perusahaan yang memberikan peluang lengkap bagi wisatawan untuk menyampaikan pendapat dan keluhan mereka.

b. Survei kepuasan wisatawan

Kadang-kadang organisasi harus mengerjakan survei untuk mengukur kepuasan wisatawan terkait kualitas layanan atau produk yang ditawarkan. Kuesioner dapat dibagikan oleh pengelola kepada wisatawan untuk melakukan survei ini. Dengan survei tersebut, perusahaan dapat memahami keunggulan dan kelemahan dari produk atau layanan yang mereka tawarkan. Dengan demikian, perusahaan bisa memperbaiki hal-hal dimana dirasakan kurang oleh para wisatawan.

c. *Ghost Shopping*

Metode ini melibatkan beberapa orang dari perusahaan (*ghost shopper*) yang bertindak sebagai tamu di perusahaan pesaing. Tujuan dari para *ghost shopper* ini adalah untuk melihat kualitas layanan yang diberikan perusahaan pesaing, yang kemudian dapat diperbaiki oleh perusahaan tersebut.

d. Analisa wisatawan yang hilang

Perusahaan mengontak pelanggan yang sudah lama tidak mengunjunginya atau tidak melakukan transaksi dengannya karena telah beralih ke pesaingnya sebagai bagian dari strategi ini. Di samping itu, organisasi bisa menyelidiki alasan-alasan mengapa wisatawan beralih ke perusahaan pesaing.

Fasilitas

Tjiptono dan Chandra (2016), fasilitas adalah representasi fisik atau lingkungan yang dibuat oleh perusahaan baik di dalam maupun di luar yang memberikan rasa aman dan nyaman bagi pengunjung. Kotler (2016), Semua jenis peralatan fisik yang disediakan oleh penyedia layanan untuk meningkatkan kenyamanan para wisatawan disebut sebagai fasilitas.

Fasilitas adalah bentuk fisik yang membantu meningkatkan nilai sebuah barang atau jasa. Beberapa hal yang perlu diperhatikan saat memberikan layanan adalah kebersihan, kerapian, kondisi dan fungsi sarana, kemudahan menggunakan sarana, dan ketersediaan peralatan. Dari penjelasan tentang definisi fasilitas di atas, dapat disimpulkan



bahwa fasilitas mencakup segala sesuatu yang dapat digunakan dan dinikmati oleh pengunjung sehingga mereka merasa nyaman.

Banyak penyedia layanan tidak tahu bila desain fasilitas berdampak yang signifikan terhadap perasaan dan reaksi wisatawan. Namun, tidak ada standar yang jelas tentang bagaimana tata letak fasilitas seharusnya dirancang. Walaupun begitu, perusahaan jasa harus meningkatkan pemahaman mengenai reaksi wisatawan terhadap berbagai elemen penataan fasilitas jasa. Dari penjelasan itu, bisa diambil Kesimpulan bila fasilitas sebagai semua hal yang digunakan dan dinikmati oleh wisatawan yang secara sengaja disediakan untuk keperluan dan digunakan serta dinikmati oleh para wisatawan.

Kualitas Pelayanan

Menurut Sviokla dalam Tjiptono (2017), kualitas layanan adalah komponen penting yang berkontribusi pada keberhasilan suatu perusahaan dalam membentuk persepsi positif di kalangan wisatawan serta dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas wisatawan. Kualitas juga dapat didefinisikan sebagai tingkat yang dicapai oleh sifat-sifat yang relevan dalam memenuhi kriteria (Lupiyoadi, 2013). Kualitas, yang mencakup kualitas desain dan kesesuaian, sering dipandang sebagai ukuran relatif kualitas produk atau layanan. Sementara kualitas kesesuaian adalah ukuran sejauh mana produk dapat memenuhi standar atau spesifikasi kualitas yang telah ditentukan, kualitas desain adalah hasil dari spesifikasi produk.

Kepuasan pengunjung sangat terkait dengan kualitas. Kualitas mendorong wisatawan untuk membangun ikatan yang kuat dengan perusahaan. Hubungan jangka panjang ini akan memungkinkan bisnis memahami harapan dan kebutuhan para wisatawan. Dengan cara ini, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan wisatawan yang paling memuaskan dan mengurangi atau menghilangkan pengalaman yang tidak memuaskan, sehingga kepuasan wisatawan

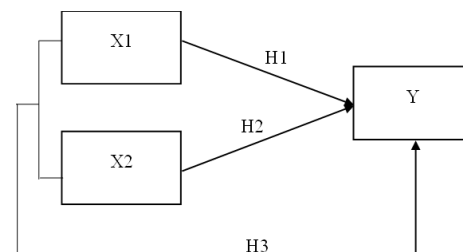
dapat menumbuhkan kesetiaan dan loyalitas mereka kepada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan. Berdasarkan Tjiptono (2017), Layanan yang konsisten dan berkualitas tinggi dapat meningkatkan kepuasan pengunjung, yang dapat menghasilkan banyak keuntungan.

Wisatawan juga menilai kualitas dari sudut pandang penyedia jasa. Wisatawan membeli dan menggunakan jasa ini. Ketika layanan diberikan atau diterima sesuai harapan, kualitasnya dianggap baik dan memuaskan. Kualitas layanan dianggap sempurna jika layanan diterima atau dirasakan melebihi ekspektasi wisatawan. Sebaliknya, jika layanan yang diterima kurang dari yang diharapkan, maka layanan itu dianggap buruk.

METODE PENELITIAN

Dampak fasilitas dan kualitas layanan Desa Wisata Lerep terhadap kepuasan wisatawan akan ditanyakan melalui angket yang disusun untuk responden, yang merupakan metode kuantitatif, faktual, dan tepat.

Studi ini menggunakan desain regresi dan korelasi untuk menunjukkan garis tren variabel atau aktivitas yang terdiri dari dua faktor atau lebih. Dalam suatu kegiatan tertentu, korelasi menentukan hubungan antara variabel Y (dependen) dan X (independent). Regresi sebagai analisis korelasi dan dampak antar variabel hingga nilai suatu variabel dapat diestimasi dengan mengetahui variabel lainnya.



Gambar 1. Desain Penelitian

Populasi dan Sampel Penelitian



Menurut Arikunto (2016), populasi merupakan seluruh subjek yang diteliti. Menurut Hadi (2015), populasi merupakan area generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang telah ditentukan peneliti guna diteliti dan kemudian disimpulkan.

Dari pandangan tersebut, bisa disimpulkan bila populasi sebagai seluruh objek yang diteliti dan menjadi dasar generalisasi atas hasil dari studi. Populasi di dalam studi ini mencakup semua wisatawan yang datang ke Desa Wisata Lerep. Pada tahun 2023, total wisatawan domestik yang datang ke Desa Wisata Lerep mencapai 18.000 orang, dengan rata-rata bulanan sekitar 1.500 orang.

Berdasarkan Sugiyono (2017), sampel merupakan sebagian dari total dan sifat dimana mempunyai populasi itu. Arikunto (2016), sampel sebagai bagian atau perwakilan dari populasi dimana diteliti. Berdasarkan uraian ini, bisa diambil kesimpulan bila sampel sebagai bagian individu dari populasi yang mencerminkan karakter dan sifat yang sama dan dapat secara akurat mewakili populasi dimana diteliti. Di dalam studi ini, jumlah sampel dimana diteliti memakai metode Slovin (Sevilla, 2007) diperoleh sebanyak 94 orang.

Di dalam studi ini, peneliti menggunakan metode *Accidental Sampling* adalah cara mengambil sampel dengan memilih orang dimana secara kebetulan hadir atau ditemukan di lokasi.

Variabel, Definisi Konsep dan Definisi Operasional

Di dalam studi ini ada dua variabel yaitu variabel independen terdiri dari fasilitas (X1), kualitas pelayanan (X2) dan variabel dependen (Y) adalah kepuasan wisatawan:

Tabel 1. Indikator Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Konsep	Indikator
Fasilitas (X1)	Fasilitas sebagai bentuk fisik atau suasana dimana diciptakan oleh	1. Perencanaan Spasial 2. Perencanaan Ruang

	eksterior dan interior perusahaan guna memberikan rasa aman dan nyaman kepada pelanggan, Tjiptono dan Chandra (2016)	3. Perlengkapan 4. Tata Cahaya 5. Warna 6. Pesan Grafis
Kualitas Pelayanan (X2)	Keberhasilan suatu perusahaan bisa dicapai melalui kualitas pelayanan dimana bisa menumbuhkan persepsi positif dari pelanggan dan menghasilkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, Sviokla dalam Tjiptono (2017)	1. Bukti Fisik 2. Kehandalan 3. Daya Tanggap 4. Jaminan 5. Empati
Kepuasan Wisatawan (Y)	Kepuasan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil atau kinerja mereka dengan harapan, Kotler (2016)	1. Loyal pada produk 2. Komunikasi WOM yang bersifat positif 3. Ketika membeli merek lain, perusahaan menjadi faktor utama

Persyaratan Validitas Data

Data adalah representasi variabel yang dianalisis dan berperan sebagai sarana verifikasi hipotesis. Oleh karena itu, keakuratan data sangat mempengaruhi kualitas hasil penelitian. Sebuah instrumen dianggap valid



jika dapat menampilkan data variabel dimana diteliti dengan akurat (Arikunto, 2016). Level validitas instrumen mencerminkan sejauh mana data dimana diukur tidak menyimpang dari representasi variabel yang dimaksud. Alat yang digunakan oleh penulis adalah Validitas dan Reliabilitas.

a. Uji Validitas

Validitas sebagai ukuran dimana menggambarkan derajat kevalidan sebuah instrumen. Guna mengujinya dipergunakan dengan dengan taraf signifikan ($\alpha=5\%$), dipergunakan rumus koefisien korelasi *Product Moment* (Arikunto, 2016).

Proses penghitungan dikerjakan menggunakan bantuan program SPSS, didalam uji validitas dimana melibatkan 94 responden menggunakan ketentuan nilai kritis *product moment* 5% hingga bisa dinyatakan bila pernyataan sebagai valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan instrumen yang mencerminkan konsistensi alat ukur yang relevan bila diterapkan secara berulang dalam kondisi berbeda, penghitungan reliabilitas dikerjakan menggunakan rumus *alfa cronbach* (Arikunto, 2016). Dinyatakan dapat dipercaya jika nilai $r \geq 0.60$ (setidaknya 0.60).

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda diterapkan guna mengidentifikasi pengaruh fasilitas (X1) dan kualitas pelayanan (X2) pada kepuasan wisatawan (Y). Peneliti memanfaatkan analisis regresi linear berganda menggunakan formula ini:

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2$$

Uji Model

a. Uji F (ANOVA)

Uji hipotesis dengan bersamaan menggunakan uji F sebagai uji dimana signifikan dari persamaan dengan tujuan guna mengukur seberapa besar dampak variabel X1 hingga X2 pada Y menggunakan langkah berikut:

1. Menetapkan signifikan $\alpha = 5\%$, $df = k/n-k-1$

2. Menetapkan F hitung menggunakan program SPSS analisis regresi berganda (Sugiyono, 2017).

3. Menarik kesimpulan

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig < 0,05$ (5%) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, model layak guna dilanjutkan (ada dampak signifikan variabel X pada variabel Y dengan bersama-sama), atau sebaliknya

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Berguna guna memahami variasi berubahnya variabel terikat (Y) dimana dikarenakan oleh berubahnya variabel bebas (X) dan dikemukakan didalam persentase (%). Koefisien ini diterapkan merupakan pendekatan guna menggambarkan korelasi linear diantara variabel (Sugiyono, 2017):

1. Nilai koefisien mendekati 1, artinya variabel bebas (X) berdampak besar pada variabel terikat (Y).

2. Nilai koefisien mendekati 0, berarti banyak faktor diluar variabel yang diteliti berdampak pada variabel terikat (Y), hingga model kurang baik bila dilanjutkan.

Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Guna menilai bila terdapat dampak variabel X, pada Y secara terpisah, maka dikerjakan analisis uji t menggunakan langkah:

Menentukan signifikan $\alpha = 5\%$, $df = n-k$, guna menetapkan t tabel

a) $t_{hitung} < t_{tabel}$ artinya H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak terdapat dampak variabel X dan Y)

b) $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima (ada dampak variabel X dan Y)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Kelayakan Instrumen

Uji Validitas

Sebuah angket atau kuesioner dinyatakan valid bila bisa mengukur yang diinginkan dan bisa menyajikan data atas variabel dimana diteliti dengan akurat. Oleh sebab itu, tinggi atau rendahnya validitas kuesioner



menunjukkan seberapa jauh data yang diperoleh tidak berbeda dari representasi variabel dimaksud. Keabsahan yang diterapkan didalam studi ini memakai rumus *product moment*.

Studi ini menerapkan signifikansi (α) 5%, sementara nilai kritis guna pengujian sampel ($n-2$)=94-2= 92, didapatkan R tabel 0,2006. Dari hasil evaluasi validitas, semua item pernyataan dalam kuesioner fasilitas menunjukkan nilai R hitung > 0,2006, sehingga semua indikator penelitian dinyatakan valid dan bisa dipergunakan menjadi instrumen pengumpul data didalam studi.

Uji Reliabilitas

Uji ketahanan bertujuan guna menilai kapasitas alat hingga bisa mendapatkan data yang stabil dan tanpa kesalahan. Metode dimana dipergunakan guna menilai reliabilitas studi ini adalah teknik alpha Cronbach, dimana indeks reliabilitas dianggap dapat diandalkan jika nilai α yang didapatkan minimal 0,60. Dari hasil penghitungan indeks reliabilitas instrumen dimana diuji coba, bisa dinyatakan bila harga α dimana didapatkan mencapai 0,60 ke atas, hingga dinyatakan reliabel.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dikerjakan guna mengukur dampak variabel independen fasilitas (X1) dan kualitas pelayanan (X2) pada variabel dependen kepuasan wisatawan (Y) baik secara terpisah maupun bersama-sama. Melalui penggunaan program SPSS versi 25.0 untuk *Windows*, dilihat bila persamaan regresi linear berganda:

Tabel 2. Output Regresi Linear Berganda

Koefisien	B	Beta	t	Sig t
Fasilitas	0,195	0,257	2,265	0,022
Kualitas Pelayanan	0,208	0,309	2,753	0,008
F	15,548			
Sig F	0,000			
<i>Adjusted R²</i>	0,558			

Dari tabel 2. persamaan regresi yang diperoleh:

$$Y = 0,257x_1 + 0,309x_2$$

Dari persamaan ini bisa dijelaskan bila:

a. Koefisien regresi variabel fasilitas (X1) 0,257 (positif), yang memperlihatkan bila variabel fasilitas memberikan pengaruh positif dan signifikan pada kepuasan wisatawan. Makin baik fasilitas tersedia, maka makin besar pula kepuasan para wisatawan.

b. Koefisien regresi variabel kualitas layanan (X2) 0,309 (positif), yang memperlihatkan bila variabel kualitas layanan berdampak positif dan signifikan pada kepuasan wisatawan. Makin baik nilai kualitas pelayanan diberikan, maka makin tinggi pula kepuasan para wisatawan.

Uji Model

Hasil uji model atau regresi berikut :

a. Uji Anova (F-Test)

Uji F dilakukan guna mendapatkan dampak variabel independen pada variabel dependen dengan bersamaan, dari analisis regresi linear berganda didapatkan nilai $F_{hitung} = 15,548$ dan nilai F tabel ($\alpha = 0,05$, $df_{pembilang} = k = 2$, $df_{penyebut} = n - k - 1 = 94 - 2 - 1 = 91$) 3,10. Jadi $F_{hitung} (15,548) > F_{tabel} (3,10)$ signifikansi $0,000 < 0,05$, yang memperlihatkan adanya dampak positif dan signifikan diantara fasilitas dan kualitas pelayanan pada kepuasan wisatawan secara bersamaan.

b. Uji Determinasi (R^2)

Uji determinasi dipergunakan guna mengukur sebesar apa dampak fasilitas (X1) dan kualitas layanan (X2) didalam memberikan penjelasan perubahan pada variabel kepuasan wisatawan (Y). Nilai *adjusted R²* 0,558 menunjukkan bila dampak variabel fasilitas (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara bersamaan pada variabel kepuasan wisatawan (Y) mencapai 55,8%, dan 44,2% sisanya debrikan dampak oleh variabel lainnya diluar studi ini. Oleh karena itu, variabel-variabelnya, yaitu fasilitas dan kualitas pelayanan, diterima dan cocok guna menjadi objek studi.



Uji t (Parsial)

a. Dampak Fasilitas pada Kepuasan Wisatawan di Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang

Uji dilakukan dengan metode uji t-test. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi fasilitas mencapai $2,265 > 1,990$, dengan tingkat signifikansi $0,022 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan dari fasilitas terhadap kepuasan pengunjung di Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang. Ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima.

b. Dampak Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Wisatawan di Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang

Pengujian dilaksanakan dengan menerapkan uji t-test. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi untuk kualitas pelayanan adalah $2,753 > 1,990$, dengan tingkat signifikansi $0,008 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang. Ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua diterima.

Pembahasan

Uji hipotesis 1 menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari fasilitas pada kepuasan wisatawan. Koefisien regresi fasilitas 0,257 dengan signifikansi $0,022 < 0,05$, artinya hipotesis pertama diterima. Dengan kata lain, fasilitas yang baik mempengaruhi kepuasan pengunjung di Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang.

Dari 6 dimensi yang dianalisis, dimensi warna muncul sebagai faktor utama yang berhubungan dengan kepuasan wisatawan, rata-rata variabel 4,15. Hal ini terbukti dengan kombinasi warna yang dipakai cukup menarik dan pilihan warna dimana dipergunakan mampu memberikan kenyamanan bagi para wisatawan. Dimensi peralatan sebagai faktor terakhir dampaknya, rata-rata variabel 3,85. Ini terbukti melalui adanya tempat duduk memadai

di sekitar tempat tersebut serta tempat sampah yang tersedia di lokasi.

Fasilitas dimana disediakan pengelola buat pengunjung, ternyata membuat pengunjung merasakan puas. Sejumlah indikator yang menunjukkan kepuasan wisatawan terhadap fasilitas yang ada adalah dengan rekomendasi atas Desa Wisata Lerep kepada pengunjung lain dan mendorongnya guna mengunjungi lagi. Oleh karena itu, fasilitas yang telah ada perlu ditenahi dan ditambah agar jadi lebih baik.

Studi ini mengamalkan argumen yang diajukan oleh Tjiptono dan Chandra (2016) yang menyebutkan bila fasilitas sebagai bentuk fisik atau suasana yang diciptakan oleh elemen luar dan dalam yang tersedia oleh perusahaan guna menjamin rasa aman dan nyaman wisatawan. Studi dengan variabel yang serupa oleh Nurul Chikmah (2018) dan (Suprptini & Supriyadi, 2020) menyebutkan bila fasilitas berdampak pada kepuasan wisatawan.

Uji hipotesis 2 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berdampak positif dan signifikan pada kepuasan wisatawan. Koefisien regresi fasilitas 0,309 signifikansi $0,008 < 0,05$, yang memperlihatkan bila hipotesis kedua diterima. Oleh karena itu, mutu pelayanan yang prima mempengaruhi kepuasan pengunjung di Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang.

Dari 5 dimensi yang dianalisis, dimensi daya tanggap jadi aspek utama berdampak pada kepuasan wisatawan, rata-rata 3,7. Tercermin dari responsivitas pengelola, khususnya didalam kesiapsiagaan pemandu wisata didalam melayani dan pemandu wisata membantu wisatawan, terutama saat wisatawan menghadapi kendala. Sementara itu, dimensi keandalan menjadi faktor terakhir yang berpengaruh dengan rata-rata nilai variabel sebesar 3,4. Terlihat dari kecepatan pemandu wisata didalam menyelesaikan permasalahan serta pelayanan oleh pemandu wisata tepat dan sesuai standar operasional prosedurnya.

Kualitas layanan dimana disajikan oleh pengelola pada pengunjung ternyata menjadikan pengunjung merasa puas. Banyak



faktor dimana menunjukkan bila pengunjung merasa puas dengan pelayanan, seperti kesesuaian diantara harapan pengunjung dan layanan yang diterima, yang menjadikan mereka tertarik untuk kembali mengunjungi guna menerima pelayanan memuaskan itu. Bahkan, pengunjung cenderung memberikan rekomendasi atas pelayanan memuaskan itu. Oleh karena itu, mutu layanan harus senantiasa dibenahi dan ditambah lebih baik.

Studi ini sejalan dengan pendapat Sviokla dalam Tjiptono (2012) dimana berpendapat bila kualitas layanan merupakan faktor penting keberhasilan sebuah perusahaan dalam membentuk persepsi positif di mata pelanggan serta dapat memberikan kepuasan dan loyalitas dari pelanggan. Studi yang dikerjakan Nurul Chikmah (2018) (Andhi et al., 2024) memperlihatkan bila variabel kualitas pelayanan berdampak pada kepuasan wisatawan.

Uji hipotesis 3 dari studi ini memperlihatkan bila fasilitas dan kualitas pelayanan berdampak positif dan signifikan secara bersamaan pada kepuasan wisatawan di Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang. Nilai $F = \text{hitung} > F \text{ tabel}$, yaitu $15,548 > 3,10$. Dapat diambil Kesimpulan bila H_a diterima dan H_o ditolak, dimana memperlihatkan adanya dampak positif dan signifikan dari variabel fasilitas serta kualitas pelayanan secara bersamaan pada kepuasan wisatawan. Oleh karena itu, makin baik sarana dan mutu layanan yang tersedia buat pengunjung, maka pengunjung akan merasa senang dan akan berkunjung kembali ke Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang.

Hasil analisis terhadap variabel fasilitas dan kualitas pelayanan, di antara dua variabel yang diteliti, variabel fasilitas pada dimensi warna menduduki posisi pertama dalam hubungannya dengan kepuasan wisatawan dengan rata-rata variabel 4,15. Hal ini terbukti dengan kombinasi warna yang digunakan sangat menarik dan pilihan warna yang ada mampu memberikan kenyamanan bagi para

wisatawan. Sementara itu, variabel kualitas pelayanan dengan dimensi daya tanggap merupakan faktor utama yang mempengaruhi kepuasan wisatawan dengan rata-rata 3,7. Ini terbukti dari responsivitas pengelola, utamanya didalam kesigapan pemandu wisata didalam melayani dan menawarkan bantuan pada wisatawan, utamanya saat wisatawan menghadapi masalah. Respons cepat yang diberikan pemandu wisata pada wisatawan menjadikan mereka merasa puas.

Studi ini mendukung pandangan Kotler (2016) yang menyebutkan bila kepuasan wisatawan sebagai ukuran emosi seseorang sesudah mengevaluasi kinerja atau hasil yang diterimanya berbanding ekspektasinya. Melalui studi yang dilaksanakan oleh (Suprptini & Supriyadi, 2020) (Jabbar & Supriyadi, 2023) yang menyampaikan bila kepuasan pengunjung diberikan dampak oleh sarana dan mutu pelayanan yang tersedia oleh pengelola.

KESIMPULAN

Ada beberapa kesimpulan yang dapat dibuat berdasarkan hasil penelitian, analisis data, dan pengujian hipotesis:

- Ada dampak fasilitas pada kepuasan wisatawan di Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang.
- Ada dampak kualitas pelayanan pada kepuasan wisatawan di Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang.
- Ada dampak fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersamaan pada kepuasan wisatawan di Desa Wisata Lerep Kabupaten.

SARAN

Atas temuan penelitian, penulis dapat memberikan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

- Untuk mendukung pengembangan wisata di Desa Wisata Lerep, lembaga pemerintah setempat harus membantu pengelola dengan menyediakan fasilitas yang cukup dan tong sampah yang sesuai.



2. Pemandu wisata di Desa Wisata Lerep agar lebih meningkatkan kecepatannya dalam merespon masalah terutama pada wisatawan.

3. Pengelola Desa Wisata Lerep agar dapat meningkatkan pelayanannya sesuai dengan standar operasional prosedur.

4. Pengelola agar lebih meningkatkan fasilitas dan kualitas pelayanannya agar dapat dijadikan pilihan utama wisatawan saat berkunjung dan dapat menarik wisatawan untuk berkunjung kembali.

5. Peneliti selanjutnya agar dapat menambahkan faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Andhi, Supriyadi, & Trenggono. (2024). Study Minat Berkunjung Ulang di Kota Lama Semarang dengan Daya Tarik , Fasilitas dan Kepuasan Wisatawan sebagai Prediktornya. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 7(1), 105–116. <https://doi.org/10.34007/jehss.v7i1.2316>
- [2] Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- [3] Fandy Tjiptono, *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta 2017
- [4] Jabbar, U. A., & Supriyadi, A. (2023). Geliat Pariwisata Wellness Tourism Dalam Masa Pandemi. *Jurnal Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(3), 94–106. <https://doi.org/10.59581/jmpp-widyakarya.v1i3.1006>
- [5] Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016: *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc
- [6] Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- [7] Nirwana. (2014). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Alta.
- [8] Nurul Hikmah, Abdul Latib (2018) *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah*
- [9] Rangkuti, Freddy. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia, 2015
- [10] Sevilla, Consuelo G. (2007). *Pengantar Metode Penelitian (Terjemahan)*. Jakarta: UI Press
- [11] Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- [12] Supraptini, N., & Supriyadi, A. (2020). Pengaruh Fasilitas, Transportasi Dan Akomodasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dikabupaten Semarang. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 3(2), 121–131.
- [13] Sutrisno Hadi, M. (2015). *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [14] Tjiptono, Fandy dan Gregorius Candra. 2016. *Service, Quality, and Satisfaction*, Edisi Keempat, Yogyakarta: Penerbit ANDI Yogyakarta.
- [15] UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.
- [16] UU Otonomi Daerah UU No. 22 Tahun 1999 junto UU No. 23 Tahun 2014