



“PENGARUH KEPUASAN WISATAWAN PADA LOYALITAS WISATAWAN DALAM MEMILIH WISATA ALAM TEMAJUK SEBAGAI OBYEK WISATA ALAM DI KALIMANTAN BARAT

Oleh

Utin Nina Hermina¹, Liliyana², Anggita³

^{1,2,3}Politeknik Negeri Pontianak

Email: ¹nienhermina@gmail.com, ²Liliyana_polnep@yahoo.co.id,

³anggita.anggita8629@yahoo.co.id

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi wisata alam Temajuk yang berada didaerah perbatasan Kalimantan dan Negara Sarawak, Malaysia. Memiliki wisata alam dan wisata bahari dan daerah konservatif perlindungan satwa Penyu. Selain kaya akan potensi komoditi perikanan dan perkebunan, Desa temajuk juga kaya akan potensi pariwisata. Namun tempat wisata alam ini, belum menjadi pilihan utama wisatawan yang berkunjung ataupun berkunjung ulang. Fasilitas tempat wisata ini cukup menarik, walaupun sarana menuju ke lokasi kurang memadai. Peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh kepuasan wisatawan pada loyalitas wisatawan dalam memilih wisata alam Temajuk sebagai obyek wisata alam di Kalimantan Barat. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan alat analisis statistic IBM SPSS dan dengan jenis data primer dan sekunder serta melakukan penyebaran kuesioner untuk mendapatkan data dari responden selama bulan juni dan juli. Populasi dari penelitian inilah adalah pengunjung yang berkunjung ke tempat wisata Temajok di Kabupaten Sambas. Yang berkunjung ke tempat wisata Temajuk dari bulan Juni sampai bulan Juli 2024, jumlah populasi yang berkunjung selama bulan juni – juli tersebut berjumlah 105 orang, namun peneliti membatasi dari jumlah populasi tersebut dengan mengambil sampel. *Convenience sampling* digunakan untuk memilih populasi berdasarkan kemudahan dalam menemui responden. Dari 105 pouplulasi tersebut yang memenuhi syarat untuk diambil sampel sejumlah 50 orang. Pemilihan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik diambil dimana tidak semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sample. Pemilihan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara kepuasan wisatawan terhadap loyalitas wisatwan dalam memilih tempat wisata alam Temajuk sebagai obyek wisata alam di Kalimantan Barat yang ditunjukkan dari hasil $r_{Hitung} > r_{Tabel}$ (0, 2826). Dari 12 pertanyaan hanya 1 pertanyaan yang tidak valid yaitu pertanyaan no 4, (Saya tidak ingin mengajak teman/saudara/relasi mengunjungi tempat wisata ini), sedangkan hasil pertanyaan yang lain valid. Dan menunjukkan kepuasan wisatawan yang berkunjung maka mereka akan loyal dengan tempat wisata tersebut Luaran dari penelitian akan menghasilkan suatu model dalam kajian yang dapat menjadikan referensi pemda khususnya dinas Dispora Kab Sambas dalam membuat kebijakan pengelolaan tempat wisata dan juga memberikan masukan terhadap pihak pengelola untuk meningkatkan jumlah pengunjung wisata pada taman wisata tersebut, dan menjadikan wisata alam Temajuk sebagai pilihan obyek wisata alam di Kalimantan Barat.

Kata Kunci: Kepuasan Wisatawani, Loyalitas Wisatawan, Wisata Alam, Obyek Wisata, PENDAHULUAN

Desa Temajuk merupakan salah satu dari administrasi kecamatan Paloh, Kabupaten delapan desa yang berada dalam wilayah Sambas, provinsi Kalimantan Barat, Indonesia.



Desa Temajuk dibentuk pada tahun 2002 dari pemekaran Desa Sebusus. Berbatasan langsung dengan negeri Sarawak negara bagian Malaysia menjadi potensi dan memiliki daya Tarik tersendiri, antara warga desa temajuk dan kampung melano. Desa Temajuk dengan posisi strategis yang berada di pesisir. Desa ini terletak di wilayah paling utara Kabupaten Sambas, dan berbatasan langsung dengan negeri Sarawak negara bagian Malaysia menjadi potensi dan memiliki daya Tarik tersendiri, kedekatan dengan negara tetangga bukan hanya lokasi saja namun juga aspek social dan ekonomi antara warga desa temajuk dan kampung melano. Desa Temajuk dengan posisi strategis yang berada di pesisir. kedekatan dengan negara tetangga bukan hanya lokasi saja namun juga aspek social dan ekonomi antara warga desa temajuk dan kampung melano. Desa Temajuk dengan posisi strategis yang berada di pesisir. Selain kaya akan potensi komoditi perikanan dan perkebunan, Desa temajuk juga kaya akan potensi pariwisata.

Secara geografis terletak pada koordinat 20 01' 22.6'' LU dan 109 37' 00.5'' BT Desa Temajuk dalam wilayah administratif seluas 230 km² yang dihuni oleh 1914 jiwa /penduduk (kecamatan Paloh dalam angka). Secara umum, topografi Desa Temajuk adalah berbukit-bukit dan mendatar di pesisir. Pada tanggal 9 Agustus 2021, Desa Temajuk ditetapkan menjadi desa wisata di Kabupaten Sambas karena mempunyai banyak destinasi wisata yang dapat meningkatkan perekonomian Kabupaten Sambas.

Terdapat 6 objek wisata andalan yang ada di Desa Wisata Temajuk yaitu Pantai Camar Bulan, Resort Camar Bulan, Grab Village Temajuk, Teluk Atong Bahari, JLO resort, Pantai Batu Nenek, dan Mangrove Temajuk. (Sumber data : Disapora. Kab Sambas.co.id).

Pengembangan wisata alam di kabupaten Sambas, khususnya di Wisata alam Temajuk memiliki beberapa permasalahan seperti infrastruktur yang mendukung sarana menuju

lokasi desa temajuk, masih banyak jalan yang rusak, sehingga pengembangan pariwisata di daerah tersebut masih belum maksimal, promosi yang kurang dari pemerintah daerah maupun masyarakat setempat, namun untuk fasilitas penginapan dan layanan bagi wisatawan sudah tersedia dan sudah terdapat kelompok pengelola tempat wisata temajuk. Dari hasil pengamatan sementara yang peneliti lakukan, wisata alam temajuk merupakan destinasi yang menarik untuk dikunjungi dengan beberapa produk wisata yang ditawarkan, namun wisatawan yang sudah berkunjung tersebut tidak melakukan kunjungan ulang (loyalitas wisatwan).

Menurut Hasan, perilaku wisatawan berkaitan dengan image, sikap, persepsi, kepuasan, pilihan, motivasi, pengambilan keputusan, dan sebagainya yang berhubungan dengan loyalitas wisatawan (pembelian ulang atau perilaku kunjungan ulang). Kepuasan wisatawan memainkan peran penting dalam struktur model perilaku wisatawan, adanya hubungan yang kuat antara kepuasan wisatawan secara keseluruhan dengan loyalitas wisatawan (niat untuk melakukan kunjungan ulang). (Hasan:2015:365).

Keterlibatan wisatawan dalam mengevaluasi berbagai faktor yang secara signifikan akan mempengaruhi kepuasan mereka. Factor-faktor tersebut, yaitu **Pertama**, keramahan masyarakat *local (host)* dan sikap karyawan terhadap wisatawan. Kepuasan wisatawan tidak hanya datang dari destinasi yang indah, tetapi juga dari pertemuannya dengan masyarakat local dan karyawan penyedia layanan pariwisata.

Persepsi masyarakat setempat (host) negative terhadap wisatawan dapat memicu ketidakpuasan dan menghalangi wisatawan kembali. Sebaliknya persepsi host positif dapat memotivasi wisatwan untuk mengunjungi destinasi yang sama di masa mendatang. Pengalaman interpersonal yang autentik antara host dan guest akan menciptakan kenyamanan psikologis wisatawan. Komunikasi wisatawan



dengan dengan masyarakat local dan penyedia layanan dapat menumbuhkan empati dan perasaan aman dapat memengaruhi kenikmatan lingkungan wisata dan keputusan dalam memilih destinasi masa depan mereka.

Kedua adalah kualitas pelayanan yang berkaitan dengan kesopanan, keramahan, efiesiesi, dan ketanggapan personel pelayanan terhadap permintaan dan keluhan wisatawan. Persepsi positif karyawan baik verbal; dan non-verbal dalam interaksinya dengan guest memiliki peran penting dalam pembentukan keputusan wisatawan.⁹ oleh karena itu, penting untuk dicatat bahwa tidak peduli seberapa bagus destinasi yang di tawarkan atau bagaimana pun briliannya rencana pemasaran, itu semua akan sia-sia jika ada kerusakan pada bagian yang paling kritis dalam layanan first impression (bandara) atau front office (karyawan garis depan) sebagai titik sentuh pertama wisatawan atau guest melakukan kontak dengan perusahaan dan guide.

Ketiga, akomodasi dan fasilitas sebagai factor signifikan mempengaruhi kepuasan wisatawan, baik secara fisik maupun psikologis. Fasilitas akomodasi yang nyaman merupakan instrument kualitas pengalaman wisatawan. Demikian juga rangkaian produk akomodasi (misalnya makanan) akan membentuk kualitas pengalaman berwisata, bahkan mungkin menjadi instrumental terpenting dalam melahirkan kepuasan wisatawan. Pihak pengelola harus focus pada penyampaian kualitas makanan dengan layanan yang penuh perhatian, berpengetahuan, serta keramahan, hidangan yang lezat dan menyehatkan dengan harga wajar.

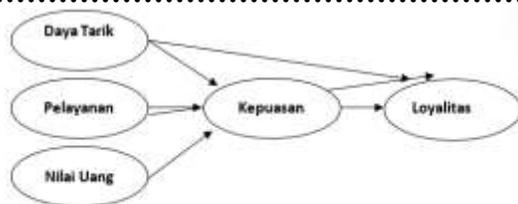
Keempat, budaya perilaku konsumsi produk pariwisata dipandang sebagai fenomena social yang pluralistic, integrative, dan multidimensional. Salah satu aspek budaya, misalnya bahasa dapat membantu memfasilitasi komunikasi antara tuan rumah dan tamu mampu mempromosikan destinasi sebagai tempat yang lebih baik untuk dikunjungi.

Dalam konteks budaya, tingkat kepuasan cenderung lebih tinggi dalam budaya yang sama (kalaupun berbeda, perbedaan itu kecil dan justru menjadi tambahan) dalam interaksi. Karena konteks budaya yang lebih dekat antara tamu dan tuan rumah. Kepuasan wisatawan lebih rendah pada budaya yang sangat berbeda dan sulit atau tidak bisa dikompabilkan. ketika tingkat kepuasan wisatawan dari Negara yang berbeda karena perbedaan budaya mereka dengan budaya tuan rumah, maka memungkinkan kepuasan wisatawan itu di temukan secara parsial.

Kelima, harga (biaya moneter) yang berkaitan dengan penilaian kepuasan wisatawan dan tidak tahu apakah tawaran destinasi lain bisa luar biasa. Destinasi yang gagal dalam pengelolaan kepuasan wisatawan dan tidak menyadari kelemahan relative produk mereka terhadap destinasi lain dalam kategori yang sama, maka perusahaan akan cenderung kehilangan market dan pendapatan . identifikasi dan perbandingan mendalam atas kesenjangan kinerja kompetitif di antara destinasi dalam hal kekuatan dal kelemahan serangkaian atribut destinasi.

Keenam, biaya non-moneter dalam model persepsi nilai, persepsi kualitas, dan pengorbanan yang diraskan adalah dua driver utama persepsi nilai bagi wisatawan. Rancangan layanan yang berfokus pada persepsi nilai “get” umumnya persepsi biaya non-moneter, kualitas dan kepuasan menentukan nilai dan perilaku, sementara persepsi nilai “give” umumnya berfokus pada persepsi biaya moneter.

Menurut Tze dan Wang (2012) dalam Ray Utama (2016:203) : Kepuasan wisatawan terhadap destinasi pariwisata adalah konsep yang multi dimensi yang terdiri dari banyak factor yang saling terkait. Salah satu faktor yang membuat wisatawan puas, mungkin faktor lainnya tidak mampu memuaskan wisatawan. Secara sederhana, hubungan, faktor-faktor yang memuaskan wisatawan terhadap destinasi dapat digambarkan pada gambar berikut, ini :



Kepuasan wisatawan terhadap destinasi pariwisata
(Sumber : Tze dan Wang : 2012 dalam Ray Utama: 2016; 203)

Sementara kepuasan wisatawan terhadap destinasi pariwisata, menurut model yang dikembangkan oleh The Hong Kong Polytechnic University dapat digambarkan seperti gambar berikut :

Nguyen dan Chi (2015) dalam penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa, “Pada industri pariwisata, terdapat bukti empiris yang menganggap bahwa kepuasan adalah indikator kuat terhadap loyalitas wisatawan untuk berkunjung kembali pada sebuah destinasi pariwisata, dan sekaligus juga wisatawan yang loyal tersebut akan menjadi pemasar yang baik bagi destinasi karena mereka cenderung akan bercerita dan merekomendasi teman-teman, keluarga, serta kerabat dan orang lain untuk mengunjungi destinasi yang telah mereka kunjungi.”

Menurunnya loyalitas wisatawan dapat dilihat dari wisatawan yang datang ke suatu tempat wisata, mereka tidak melakukan kunjungan ulang, atau melakukan perjalanan wisata kembali ketempat yang berbeda dalam wilayah yang sama. Dan bahkan mereka juga tidak akan mengajak orang lain untuk melakukan kunjungan ketempat wisata tersebut.

Wisatawan yang puas akan cenderung datang kembali pada destinasi yang sama pada masa liburan yang akan datang, dan mereka cenderung akan berbagi cerita positif tentang pengalamannya selama berlibur kepada teman-teman dan kerabatnya. Kecenderungan ini menjadi indikator yang sangat reliabel untuk mengukur loyalitas wisatawan. Kepuasan yang berdampak pada loyalitas wisatawan tersebut akan menjadi indikator terhadap semua industri

pada sebuah destinasi (Kozak dan Rimmington, 2000; dalam Nguyen dan Chi, 2015).

Hasil penelitian Palupi (2017) ini mendukung penelitian yang telah dilakukan Sawitri dkk, (2013) yang menjelaskan dalam penelitiannya bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, mengidentifikasi terjadinya penurunan loyalitas pelanggan dikarenakan menurunnya kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pada latar belakang yang telah disajikan, maka peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Kepuasan Wisatawan pada loyalitas wisatawan dalam memilih wisata Alam Temajuk sebagai obyek wisata alam di Kalimantan Barat”**.

METODE PENELITIAN

Rancangan penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian spss statistic. Alat yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan kusioner sebagai instrument yang akan diukur dengan skala likert dan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mencari pengaruh dari variabel kepuasan wisatawan pada variabel loyalitas wisatawan. Metode analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis data statistic pengolahan data menggunakan SPSS IBM.

Populasi yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah pengunjung wisata alam Temajuk di Kabupaten Sambas. Yang berkunjung ke tempat wisata Temajuk dari bulan Juni sampai bulan Juli 2024, jumlah populasi yang berkunjung selama bulan juni – juli tersebut berjumlah 105 orang, namun peneliti membatasi dari jumlah populasi tersebut dengan mengambil sampel. *Convenience sampling* digunakan untuk memilih populasi berdasarkan kemudahan dalam menemui responden. Dari 105 populasi tersebut yang memenuhi syarat untuk diambil sampel sejumlah 50 orang.



Pemilihan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik diambil dimana tidak semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sample. Pemilihan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2017:82) *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Menurut Sugiyono (2017:156), *convenience sampling* yaitu pengambilan sampel yang dilakukan secara kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat diambil sebagai sampel. Dari 50 orang yang dijadikan sampel tersebut di sebarakan questioner penelitian dan questioner yang kembali dan dapat diolah sejumlah 35 questioner. Penyebaran kuesioner kepada responden yaitu wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata alam Temajuk.

Data primer adalah data yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumber utamanya. Dalam penelitian ini, pengambilan data primer ini diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden.

Adapun data sekunder diperoleh dari analisis dokumen yang terkait dengan permasalahan dan tujuan penelitian. Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui pihak lain atau berdasarkan data yang telah diolah sebelumnya, berupa data dalam bentuk jadi yang telah dimiliki yang digunakan sebagai perlengkapan didalam pelaksanaan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengujian secara empiris ini diharapkan bermanfaat tidak hanya untuk peneliti tetapi juga untuk institusi dan rekan-rekan seprofesi.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner secara langsung kepada 50 (lima puluh) responden, namun kuesioner yang baru dikembalikan sejumlah 30 dalam bentuk hardcopy dan 5 dalam bentuk online.

Pengumpulan data ini dilakukan pada bulan juli tahun 2024. Sebelum melakukan penyebaran kuesioner, tim peneliti membuat kuesioner terlebih dahulu.

Dalam analisis ini, akan menjelaskan pengujian validitas “ Pengaruh Kepuasan Wisatawan Pada Loyalitas Wisatawan Dalam Memilih Wisata Alam Temajuk Sebagai Obyek Wisata Alam Di Kalimantan Barat” yang dimana terdiri dari 2 instrumen, yaitu instrumen Kepuasan Wisatawan dan Loyalitas Wisatawan , lalu mengkorelasikan antar masing-masing skor item indikator dengan total skor konstruk.

Kriteria pengujiannya yaitu:

H0 diterima apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, (alat ukur yang digunakan valid atau sah)

H0 ditolak apabila $r \text{ statistik} \leq r \text{ tabel}$. (alat ukur yang digunakan tidak valid atau sah)

Cara menentukan besar nilai R tabel

$R \text{ tabel} = df = (N-2)$, tingkat signifikansi uji dua arah.

Penelitian ini menggunakan 35 responden, jadi $r \text{ tabel} : df = (N - 2) = 35 - 2 = 33$.

Tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05 atau . Dengan probabilitas 5% dan nilai df sebesar 33, maka r tabelnya yaitu 0,2826 yang dapat dilihat pada ketentuan R - Tabel.

Tabel 5.2.
Analisis Data

No	r Hitung	r Tabel	Kriteria Pengambilan	Hasil
1	0.416	0.2826	1. Apabila r hitung \geq r tabel, maka soal valid 2. Apabila r hitung $<$ r tabel, maka soal tidak valid	Valid
2	0.306			Valid
3	0.326			Valid
4	0.150			Tidak Valid
5	0.416			Valid
6	0.385			Valid
7	0.295			Valid
8	0.332			Valid
9	0.376			Valid
10	0.365			Valid
11	0.358			Valid
12	0.555			Valid

Berdasarkan hasil analisis SPSS, untuk 12 soal berdasarkan kuesioner loyalitas wisatawan hampir semua soal memiliki hasil valid untuk diujikan. Namun pada nomor 4 memiliki hasil



tidak valid dikarenakan Hasil nilai R- Hitung kurang dari R- Tabel.

Uji Reliabilitas Loyalitas Wisatawan

Menurut Notoatmodjo (2005) dalam Widi R (2011), reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Sehingga uji reliabilitas dapat digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali. Biasanya sebelum dilakukan uji reliabilitas data, dilakukan uji validitas data. Hal ini dikarenakan data yang akan diukur harus valid, dan baru dilanjutkan dengan uji reliabilitas data. Namun, apabila data yang diukur tidak valid, maka tidak perlu dilakukan uji reliabilitas data.

Pada penelitian ini, menggunakan Uji Reliabilitas Metode Cronbach's Alpha dengan alat bantu software IBM SPSS 25. Pada hasil uji validitas, ditemukan untuk soal nomor 4 dinyatakan tidak valid. Oleh karena itu analisis reliabilitas yang dilakukan mencakup seluruh soal yang memiliki hasil valid pada hasil uji validitas, agar hasil uji reliabilitas dapat memenuhi nilai Cronbach's Alpha Acuan sesuai standar yang ada.

Interpretasi Hasil Uji Reliabilitas Metode Cronbach's Alpha

Setelah melakukan perhitungan data, kemudian hasil perhitungan dengan uji reliabilitas akan muncul pada Output. Pada Output hasil perhitungan data akan berupa tabel, yaitu CaseProcessing Summary, Reliability Statistics, Item-Total Statistics, dan Scale Statistics.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	35	100.0

Pada tabel Case Processing Summary dapat dilihat baris Cases Valid menyatakan

bahwa jumlah responden ada 10 dan persentase menunjukkan 100%, hal ini menandakan bahwa 35 responden tersebut valid dan tidak ada responden yang masuk ke kategori Exculded. Lalu, untuk mengetahui apakah hasil perhitungan data dapat dipercaya dan konsisten atau reliabel, dapat diperhatikan pada tabel Reliability Statistics. Seperti tabel dibawah ini.

Tabel Hasil Analisis Uji Reliabilitas SPSS

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.689	31

Hasil perhitungan uji reliabilitas metode Cronbach's Alpha (r hitung) dapat dilihat pada kolom Cronbach's Alpha, yaitu 0.602 dengan N of Items menunjukkan bahwa jumlah dari items atau jumlah pertanyaan yang kami input pada variable view adalah 11. Sehingga dapat dikatakan bahwa hasil Cronbach's Alpha untuk 11 data dari items atau 11 pertanyaan, yaitu 0.602.

Kemudian, untuk mengetahui apakah data tersebut dapat dipercaya atau tidak, maka apabila perhitungan r hitung > r tabel 5%, dimana r hitung dilihat dari tabel hasil perhitungan yang kamu dapatkan pada SPSS, sedangkan r tabel 5% dilihat pada tabel yang telah ditentukan, seperti dibawah ini:

N	The Level Of Significance		N	The Level Of Significance	
	5 %	1 %		5 %	1 %
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372

Interpretasi Hasil SPSS

Cronbach's Alpha Hitung	Cronbach's Alpha Acuan	Kriteria Pengambilan Keputusan	Hasil
0,689	0,602	1. Apabila Cronbach's Alpha hitung ≥ acuan, maka kuisioner reliabel (konsisten) 2. Apabila Cronbach's Alpha hitung < acuan maka kuisioner tidak reliabel (tidak konsisten)	INSTRUMEN RELIABEL



Berdasarkan hasil analisis SPSS, dapat disimpulkan bahwa kuesioner memiliki hasil realibel, karena hasil nilai Alpha hitung lebih tinggi dari Alpha acuan. Oleh karena itu, kuesioner tersebut dapat dipercaya dan diandalkan dalam mengumpulkan data yang akurat dan konsisten

Uji Hipotesa Loyalitas Wisatawan

Dari hasil pengujian diatas dapat disimpulkan bahwa Hipotesa (H0) terdapat Pengaruh yang signifikan antar kepuasan wisatawan terhadap loyalitas wisatwan dalam memilih tempat wisata alam Temajuk sebagai obyek wisata alam di Kalimantan Barat yang ditunjukkan dari hasil r Hitung > r Tabel (pada tabel 5.2).

Hambatan dalam penelitian ini adalah kesulitan mendapatkan wisatawan dari luar kabupaten Sambas, dikarenakan jarak tempuh yang cukup jauh dari ibukota propinsi Kalimantan Barat atau kota Pontianak. Mahalnya transportasi untuk menuju lokasi juga menjadi hambatan dalam kunjungan wisatawan di Temajuk.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi Pemerintah daerah setempat untuk mengembangkan tempat wisata Alam tersebut. untuk numerikal.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Pengunjung tempat wisata Alam Temajuk sebagian besar dikunjungi oleh pelajar dan mahasiswa dan pegawai baik PNS maupun pegawai swasta. mereka mengetahui informasi tempat wisata ini rekoemdasi dari keluarga dan teman dan juga dari media social. Tempat wisata alam temajuk ini merupakan tempat wisata yang dikelola oleh masyarakat setempat secara mandiri dengan menonjolkan wisata alamnya.
2. Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS IBM ini pada indicator **kepuasan wisatawan**

menunjukan yang berkunjung pada taman wisata alam temajuk, melalui indikator keramahan masyarakat sekitar tempat wisata, petugas pemandu yang melayani dengan ramah , masyarakat yang disekitar tempat wisata ramah, dan harga masuk tempat wisata murah, penginapan mudah didapat karena hampir semua penduduk local memiliki penginapan yang cukup representative. Namun pada indikator prasarana tidak lengkap nilainya tidak valid. Dari hasil pengolahan data kepuasan tersebut hasilnya reliable karena nilai Cronbach's Alpha Acuan sudah sesuai standar yang ada. Sehingga dapat dinyatakan bahwa kepuasan wisatawan berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan.

3. Sedangkan pada variabel **loyalitas wisatawan**, menunjukkan pengunjung ke tempat wisata alam Temajuk ini cukup loyal, karena indicator yang tertinggi (LW12) menyatakan pengunjung tidak tertarik pada tempat wisata lain yang ditawarkan oleh biro perjalanan wisata. Mereka juga ingin datang kembali ke tempat wisata alam Temajuk. Ingin mengajak teman untuk berkunjung ke wisata alam Temajuk juga. Sedangkan pada indicator ke 4, hasilnya tidak valid yaitu pada indicator tidak ingin mengajak teman/relasi/saudara berkunjung ke tempat wisata alam Temajuk. Namun karena Sebagian besar dari indicator tersebut valid (11 indikator valid dan 1 indikator yang tidak valid).
4. Dari hasil pengujian diatas dapat disimpulkan bahwa Hipotesa (H0) terdapat Pengaruh yang signifikan antar kepuasan wisatawan terhadap loyalitas wisatwan dalam memilih tempat wisata alam Temajuk sebagai obyek wisata alam di Kalimantan Barat yang



ditunjukkan dari hasil r Hitung > r Tabel (pada tabel 5.2).

Saran

Dari hasil penelitian ini dapat peneliti sarankan sebagai berikut :

1. Tempat wisata alam Temajuk memiliki tempat wisata yang menarik, namun akses jalan untuk menuju lokasi cukup jauh dan memerlukan waktu tempuh yang cukup lama (lebih kurang 7 jam).
2. Pada hari-hari sabtu dan minggu, pengunjung yang ramai datang namun rata-rata yang datang adalah warga setempat atau dari daerah Sambas, sedangkan dari daerah lain seperti Pontianak, Mempawah, Ketapang dan daerah Hulu jarang terlihat.
3. Masih diperlukan wahana permainan yang lebih bervariasi untuk lebih meningkatkan minat pengunjung yang datang, dan juga masih ada diperlukan perbaikan sarana jalan menuju ke pantai Temajuk.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Acuto, M. (2022, September 13). Cities are gaining power in global politics – can the UN keep up?. The Conversation. <https://theconversation.com/cities-are-gaining-power-in-global-politics-can-the-un-keep-up-83668>
- [2] Alfarisi, M. A., & Heriyanto, H. (2023). Peran Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Ekowisata Di Perbatasan Kalimantan Barat–Malaysia. *Jurnal Administrasi Negara*, 1(4), 259-269.
- [3] Hasan, Ali. (2015). *Tourism Marketing*. Cetakan pertama, Yogyakarta, CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- [4] Heriyanto, H., Siallagan, D. Y., & Sulaiman, S. (2020). Peran Pemerintah dalam Pengembangan Teluk Berdiri sebagai Objek Ekowisata di Kabupaten Kuburaya Kalimantan Barat. *EDUTOURISM Journal Of Tourism Research*, 2(2), 8-16.
- [5] Heriyanto, H., Alfarisi, M. A., & Oktavianda, M. (2022). The Efforts of the Natural Resources Conservation Agency in Attracting Tourists in Kapuas Hulu Regency. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2120-2126.
- [6] IBOJO, Bolanle Odunlami, (2015), Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalty: A Case Study of a Reputable Bank in Oyo, Oyo State, Nigeria. *Proceedings of the International Academic Research Conference on Marketing & Tourism (MTC16Paris Conference)* ISBN: 978-1-943579-40-2 Paris, France. 1-3 July, 2016. Paper ID: PM611 : 1 www.globalbizresearch.org
- [7] Lovelock, Christopher H., Wirtz, Jochen, Mussry, Jacky, (2011), *Pemasaran Jasa, Manusia, Teknologi, Strategi Persfektif Indonesia*, Jilid 2, Edisi ke 7, Erlangga, Jakarta
- [8] Nunuk Dwi Garwanti Endang Palupi, (2017), *ANALISIS PENGARUH KEPUASAN PRODUK WISATA TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN* (Studi Kasus pada Wisatawan DIY : JBMA – Vol. IV, No. 2, September 2017 ISSN : 2252-5483
- [9] Purwanto, Edi. (2016). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*, Cetakan pertama, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [10] Sugiyono. (2016). *Metodel Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D* (15 ed.). Bandung: Alfabeta
- [11] Utama, Rai. (2017). *Pemasaran pariwisata*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- [12] guyen Hue Minh, Nguyen Thu Ha, Phan Chi Anh & Yoshiki Matsui, (2015), *Service Quali*