

Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Wisata Pamah View, Kabupaten Langkat

Supriadi Siagian¹, Merry Moy Mita^{2*}

¹STIE-PMCI (Professional Management College Indonesia)

²Universitas Imelda Medan (UIM)

E-mail: SupriadiSiagian7@gmail.com¹, merrymoymita@gmail.com^{*2}

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas layanan terhadap kepuasan wisatawan di wisata Pamah View, kabupaten Langkat. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang datang melakukan perjalanan wisata ke Pamah View, kabupaten Langkat. Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui metode kuesioner terhadap 95 orang responden yang diperoleh dengan menggunakan teknik *random sampling*. Jenis data dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif, analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis lewat uji F dan uji t serta uji analisis koefisien determinasi (R^2). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS Versi 21. Hasil menunjukkan bahwa Daya Tarik (X_1) dan Fasilitas Layanan (X_2) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap terhadap kepuasan wisatawan di wisata Pamah View, kabupaten Langkat. Maka dari itu, perlunya pembaharuan bentuk wisata sehingga memiliki daya tarik buat para wisatawan dan juga meningkatkan fasilitas – fasilitas layanan harus dikemas dan dijalankan dengan baik dalam meningkatkan kepuasan wisatawan di wisata Pamah View, kabupaten Langkat

Kata kunci : Daya Tarik, Fasilitas Layanan, Kepuasan Wisatawan.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of tourist attraction and service facilities on tourist satisfaction in Pamah View tourism, Langkat district. The population in this study were all people who came to travel to Pamah View, Langkat district. In this study, data were collected through a questionnaire method for 95 respondents who were obtained using random sampling technique. The type of data in this study is quantitative data analysis, quantitative analysis includes validity and reliability tests, classical assumption test, hypothesis testing through F test and t test and analysis of the coefficient of determination (R^2). The data analysis technique used is multiple linear regression analysis using the SPSS Version 21 application. The results show that Attractiveness (X_1) and Service Facilities (X_2) simultaneously significantly influence tourist satisfaction in Pamah View tourism, Langkat district. Therefore, it is necessary to renew the form of tourism so that it has an attraction for tourists and also improves service facilities must be packaged and run properly in increasing tourist satisfaction in Pamah View tourism, Langkat district.

Keywords : Attractiveness, Service Facilities, Tourist Satisfaction.

A. PENDAHULUAN

Industri pariwisata merupakan industri yang menghasilkan produk dan jasa yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan (Zaenuri 2012). Produk dan jasa pariwisata memiliki aksesibilitas, amenities dan hospitality. Produk wisata yang terdiri dari unsur pelayanan menyulitkan dalam menetapkan standar mutu yang jelas (Suryadana dan Octavia 2015). Menurut Payangan (2014) upaya dalam membuat standar kualitas produk dan jasa disesuaikan dengan standar yang diharapkan oleh wisatawan untuk menciptakan kepuasan wisatawan.

Kepuasan wisatawan mempengaruhi wisatawan dalam memilih destinasi wisata, serta keputusan untuk berkunjung kembali. Berdasarkan teori Expectancy Disconfirmation, puas atau tidak puas wisatawan terhadap produk dan jasa yang ditawarkan ditentukan dari proses evaluasi wisatawan dengan membandingkan persepsi hasil suatu produk dengan standar yang diharapkan wisatawan (Payangan, 2014). Persepsi wisatawan terhadap produk dan jasa selama berwisata ke beberapa

destinasi wisata akan dipengaruhi oleh perbedaan fasilitas, daya tarik wisata, serta pelayanan yang di dapat dari masing-masing destinasi wisata yang dikunjungi. Menurut Damanik dan Weber (2006), tiga komponen yang perlu diperhatikan adalah atraksi, aksesibilitas, dan amenities dalam menawarkan sebuah produk pariwisata. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Yoeti, (2008) menyatakan bahwa atraksi, aksesibilitas, dan amenities harus tersedia di dalam suatu destinasi wisata untuk dapat memuaskan kebutuhan serta keinginan wisatawan.

Desa Pamah yang berada di Kabupaten Langkat menjadi destinasi wisata alam baru yang cukup menarik minat wisatawan setempat. Salah satu wisata alam yang cukup diminati adalah Pamah View yang menyajikan pemandangan Desa Pamah yang dikelilingi Bukit Barisan semakin membuat wisata ini indah dan sejuk. Berlatarkan pemandangan alam serta suhu yang dingin membuat wisata ini digemari untuk men-refresh diri.

Daya tarik wisata alam di Pamah View juga didukung dengan tersedianya fasilitas-fasilitas yang cukup lengkap diantaranya penginapan, musholla, pendopo, kantin, kamar mandi, parkir, listrik dan wifi. Pengelola destinasi wisata ini terus meningkatkan kualitas pelayanan dan jumlah fasilitas untuk dapat menarik wisatawan yang berkunjung ke Pamah View. Hal ini diharapkan mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dengan tetap memperhatikan kenyamanan wisatawan selama berwisata di Pamah View.

Rekomendasi merupakan bentuk dari kepuasan wisatawan terhadap daya tarik wisata (Basya dan Rozak, 2012). Terciptanya kepuasan wisatawan merupakan tujuan setiap pengelola wisata. Agar mampu mencapai kepuasan tersebut maka produk dan jasa yang ditawarkan harus sesuai dengan yang diharapkan wisatawan. Begitu juga dengan daya tarik dan fasilitas yang ada harus mampu memenuhi kebutuhan sesuai dengan standar kualitas yang diharapkan wisatawan agar mampu mencapai kepuasan wisatawan. Maka dari itu lingkup penelitian ini adalah pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas layanan terhadap kepuasan wisatawan di Pamah View, Kabupaten Langkat.

B. KAJIAN TEORI

Daya Tarik wisata

Menurut Undang-Undang No 10 Tahun 2009, daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisata. Menurut Zaenuri (2012), daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki daya tarik untuk dilihat dan dinikmati yang layak dijual ke pasar pariwisata. Menurut Devy dan Soemanto (2017) daya tarik objek wisata merupakan salah satu modal utama yang harus dimiliki dalam upaya peningkatan dan pengembangan objek dan daya tarik wisata.

Objek wisata dan daya tarik wisata menjadi hal yang terpenting dalam kegiatan wisata. Hal ini disebabkan karena faktor utama yang membuat pengunjung atau wisatawan untuk mengunjungi daerah tujuan wisata adalah untuk melihat potensi dan daya tarik yang dimiliki oleh objek wisata tersebut. Unsur-unsur terpenting yang menjadi daya tarik sebuah daerah wisata menurut Sudarto (1999) adalah kondisi alam, kondisi flora dan fauna, kondisi fenomena alam, kondisi adat dan budaya. Menurut Cooper (2005), Daya tarik wisata harus mempunyai empat komponen yaitu:

1. Atraksi (attraction), merupakan hal yang mampu menarik minat kunjungan wisatawan ke destinasi wisata yang memiliki keunikan dan pembeda antar destinasi wisata.
2. Aksesibilitas (accessibilities), merupakan fasilitas yang terkait langsung maupun tidak langsung dengan sektor pariwisata.

3. Amenitas atau fasilitas (amenities), merupakan semua jenis sarana dan prasarana transportasi yang mendukung pergerakan wisatawan dari wilayah asal ke destinasi pariwisata.
4. Pendukung pariwisata (ancillary) merupakan lembaga pariwisata wisatawan yang akan semakin sering mengunjungi dan mencari DTW apabila di daerah tersebut wisatawan dapat merasakan keamanan dan terlindungi.

Fasilitas Layanan

Fasilitas wisata dapat diartikan sebagai sarana dan prasarana yang harus disediakan oleh pengelola untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Menurut Spillane (1994), Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang mendukung operasional objek wisata untuk mengakomodasi segala kebutuhan wisatawan, tidak secara langsung mendorong pertumbuhan tetapi berkembang pada saat yang sama atau sesudah atraksi berkembang. Menurut teori Spillane, fasilitas dikelompokkan menjadi tiga bagian, yaitu:

1. Fasilitas utama, merupakan sarana yang dibutuhkan dan dirasakan sangat perlu selama wisatawan berada di objek wisata tersebut. Fasilitas utama dilihat dari kebersihan, keindahan, dan kenyamanan pengunjung.
2. Fasilitas pendukung, merupakan pelengkap fasilitas utama sehingga wisatawan merasa lebih betah. Fasilitas pendukung dilihat dari akomodasi, restaurant, dan fasilitas belanja.
3. Fasilitas pelengkap, merupakan sarana yang sangat dibutuhkan dan dirasakan sangat perlu selama pengunjung berada di objek wisata. Fasilitas pelengkap terlihat dari toilet umum, pemandu wisata, pusat informasi, dan tempat parkir.

Menurut Wahyuningrum (2004:4) menyatakan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha. Sementara menurut Mill (2000) fasilitas wisata merupakan pelayanan pendukung yang dapat dimanfaatkan oleh para wisatawan dengan menawarkan mutu dan harga yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan selama berada di destinasi wisata tersebut.

Kepuasan Wisatawan

Kepuasan wisatawan menjadi acuan dari keberhasilan pengelola wisata dalam memberikan pelayanannya kepada wisatawan. Kepuasan ataupun ketidakpuasan merupakan wujud dari perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk wisata yang riil atau actual dengan kinerja yang diharapkan (Sangadji dan Sopiah 2013). Menurut Kotler dan Philip (2011), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan di bandingkan

dengan yang diharapkan. Jika berada dibawah harapan, wisatawan tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan, wisatawan sangat puas. Menurut Kotler dan Philip (2011), ada lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, antara lain:

1. Kualitas produk wisata, wisatawan akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan wisata, wisatawan akan merasa puas jika mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapan mereka.
3. Citra Emosional, merupakan keadaan emosional seseorang wisatawan berupa perasaan senang, bangga atau puas.
4. Harga, Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.
5. Biaya, Wisatawan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang uang untuk mendapatkan produk dan jasa cenderung puas terhadap produk dan jasa tersebut.

Menurut Suryadana dan Octavia (2015), mentakan bahwa apabila hasil produk dan jasa lebih rendah dari harapan maka wisatawan merasa tidak puas, dan sebaliknya, apabila produk dan jasa sesuai dengan harapan maka wisatawan merasakan puas. Maka dapat disimpulkan bahwa, kepuasan wisatawan adalah evaluasi dari perbandingan riil wisatawan dengan harapan mereka. Kekecewaan timbul dari adanya kinerja yang tidak memenuhi standar harapan wisatawan, tetapi wisatawan akan merasa puas jika kinerja yang ada mampu melebihi harapan mereka. Kepuasan wisatawan akan mendorong wisatawan untuk kembali melakukan wisata di destinasi tersebut.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas pelayanan wisata terhadap kepuasan wisatawan di Wisata Pamah View, Kabupaten Langkat. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang merupakan data berbentuk angka (Sugiyono, 2016). Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Penelitian ini dilakukan di wisata Pamah View Kabupaten Langkat. Untuk menentukan besar sampel dengan menggunakan *random sampling* dengan menggunakan rumus Slovin dengan populasi sebesar 125 orang, sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

- n = Besar sampel yang digunakan
- N = Jumlah Populasi
- e = Batas toleransi kesalahan (5%)

Sehingga jumlah sampel menjadi

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{125}{1 + 125 \cdot (0,5)^2}$$

$$N = 95$$

Jadi besarnya sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 95 orang

Untuk mengumpulkan data-data, informasi, keterangan-keterangan serta fakta-fakta yang dibutuhkan untuk penelitian ini, maka dilakukan teknik pengumpulan data dengan menggunakan data primer berupa angket yang disebarlangsung di objek penelitian tersebut dan data sekunder berupa studi kepustakaan baik berupa buku, jurnal, majalah dan dokumen lainnya yang memiliki kaitan dengan penelitian ini. Teknik analisis yang digunakan dengan menggunakan analisis deskriptif.

Metode analisis deskriptif merupakan cara merumuskan dan menafsirkan data yang ada, sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian ini. Dan Teknik analisis data untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini menggunakan *software SPSS 21*, dengan cara memasukkan hasil dari operasionalisasi variabel yang akan diuji. kuisisioner yang kemudian diolah menggunakan beberapa uji statistik yaitu: uji statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas uji heteroskedastisitas, uji koefisien determinasi, dan uji statistik t.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin pada daya tarik wisata dan fasilitas layanan terhadap kepuasan wisatawan di wisata pamah view, kabupaten langkat bahwa konsumen yang ingin berkunjung. Komposisi responden menurut jenis kelamin disajikan pada Tabel 1 berikut ini

Tabel 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pria	64	67,4	67,4	67,4
Wanita	31	32,6	32,6	100,0

Total	95	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Sumber: Diolah oleh penulis (2021)

yang merasakan kepuasan dalam pelayanan pada wisata pamah View adalah laki – laki.

Tabel 1 menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki lebih banyak daripada responden dengan jenis kelamin perempuan yang menjadi responden penelitian ini. Responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 67,4 % (persen) dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 32.6 % (persen). Hal ini berarti menunjukkan bahwa dilihat pada tabel diatas, peminat yang paling banyak

Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Umur

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur pada daya tarik wisata dan fasilitas layanan terhadap kepuasan wisatawan di wisata pamah view, kabupaten langkat bahwa konsumen yang ingin berkunjung. Komposisi responden menurut umur disajikan pada Tabel 2 berikut ini.

Tabel 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Usia Muda 0 -25 Tahun	23	24,2	24,2	24,2
Usia Menengah 26 - 35 Tahun	56	58,9	58,9	83,2
Usia Produktif 36 - 45 Tahun	11	11,6	11,6	94,7
Usia Tua 46 - 60 Tahun	5	5,3	5,3	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Sumber: Diolah oleh penulis (2021)

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa untuk umur konsumen yang ingin melakukan perjalanan wisata, terbanyak adalah yang berusia antara 31 – 40 tahun yaitu sebanyak 31 orang atau 47%, lalu diikuti dengan umur konsumen 21 – 30 tahun yaitu sebanyak 22 orang atau 33,3%. Lalu mengikuti umur 41 tahun ke atas sebanyak 13 orang atau 19,7%. Dapat disimpulkan bahwa usia yang produktif dalam melakukan perjalanan wisata adalah Usia Menengah 26 - 35 Tahun.

Uji Normalitas

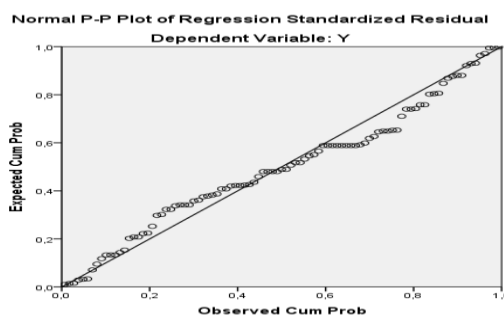
Uji normalitas menurut Juliansyah Noor (2011:174) dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak.

Ada beberapa teknik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas data. Uji normalitas akan dideteksi melalui analisis

grafis yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dengan SPSS dasar pengambilan keputusan yaitu :

- Data menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas.

Maka berdasarkan hasil Gambar 4.1 dibawah maka dapat dikatakan bahwa data menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas dan berdistribusi normal.



Gambar 1
Histogram
Kolmogrov Smirnov

Sumber: Diolah oleh penulis (2021)

Uji Parsial (Uji –t)

Uji parsial/Uji T untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas atau secara individu mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Uji T

dilakukan dengan membandingkan T hitung dengan T tabel, derajat kebebasan (df) yaitu 0,05. T table yaitu 1,66 (lihat pada tabel t).

Tabel 3
Uji T
Coefficients^a

Model		T	Sig.
		(Constant)	,921
1	Daya Tarik (X ₁)	1,738	,025
	Fasilitas Layanan (X ₂)	1,685	,016

Dependent variabel: Kepuasan wisata
Sumber: Diolah oleh penulis (2021)

H1: Uji pengaruh daya tarik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada Pamah View.

Jika t hitung > t tabel maka ada pengaruh secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat, Jika t hitung < t tabel maka tidak ada pengaruh secara parsial dari variable bebas terhadap variabel terikat. Variabel Daya Tarik (X₁) menunjukkan nilai t hitung (1,738) > t tabel (1,66) atau nilai sig < a (0,025 < 0,05). Dapat disimpulkan bahwa daya tarik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada Pamah View.

H2: Uji pengaruh Fasilitas Layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada Pamah View.

Jika t hitung > t tabel maka ada pengaruh secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat, Jika t hitung < t tabel maka tidak ada pengaruh secara parsial dari variable bebas terhadap variabel terikat. Variabel Fasilitas Layanan (X₂)

menunjukkan nilai t hitung (1,685) > t tabel (1,66) atau nilai sig < a (0,016 < 0,05). Dapat disimpulkan bahwa Fasilitas Layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap kepuasan wisatawan.n pada Pamah View

Uji F

Uji F untuk mengetahui apakah semua variabel bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji F dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel, kriteria penilaian yaitu:

Jika F hitung > F tabel maka H₀ ditolak, H₁ diterima.

Jika F hitung < F tabel maka H₀ diterima, H₁ ditolak.

Hasil uji dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4
Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	427,822	2	142,607	57,042	,000 ^b
Residual	227,504	93	2,500		
Total	655,326	95			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), Daya Tarik X₁, Fasilitas Layanan X₂

Sumber: Diolah oleh penulis (2021)

Berdasarkan hasil uji pada tabel di atas, nilai F_{hitung} adalah 57,607 dengan *degree of freedom* (derajat bebas)/df regresi yaitu 2 dan nilai df residual yaitu 91,

maka dapat dilihat bahwa nilai F tabelnya yaitu 2,039 dengan taraf signifikan 5% (a = 0,05). (lihat pada tabel f). Dapat disimpulkan bahwa F hitung (57,042) > F tabel (2,039) dan nilai taraf signifikan 0,000 <

- Devy, H. A & Soemanto, R. B. 2017. *Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata di Kabupaten Karanganyar*. Jurnal Sosiologi DILEMA. Vol. 32 (1).
- Eka, R. A. dan Edriana, E. P. 2017. *Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Balekambang Kabupaten Malang*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 51. (2), 16-21.
- Kotler dan Philip. 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia (edisi 1)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mill, Robert Christie. 2000. *Tourist The International Business*. Jakarta: PT Raja GrafindoPersada.
- Payangan, Otto R. 2014. *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Bandung: IPB Press
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Spillane, J. J. 1994. *Pariwisata Indonesia. Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*. Kanisius: Yogyakarta.
- Sudarto, G. 1999. *Ekowisata: Wahana Pelestarian Alam, Pengembangan Ekonomi Berkelanjutan, dan Pemberdayaan Masyarakat*. Yayasan Kalpataru Bahari. Bekasi.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: AFABETA, CV.
- Suryadana, M. Liga dan Vanny Octavia. 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10.Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.
- Wahyuningrum. 2004. *Buku Ajar Manajemen Fasilitas Pendidikan*.Yogyakarta: FIP UNY
- Yoeti, Oka A. 2008. *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, dan Aplikasi*. Jakarta: Kompas.
- Zaenuri, Muchamad. 2012. *Perencanaan Strategis Kepariwisataaan Daerah: Konsep dan Aplikasi*. Jogjakarta: e-Gov Publishing.