



## Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Kawasan Wisata Bahari Terpadu Mandeh

**Mihardi Sanjaya Sukma Sari**  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP  
E-mail: [mihardiss@gmail.com](mailto:mihardiss@gmail.com)

**Lidya Martha**  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP  
E-mail: [lidyamartha@akbpstie.ac.id](mailto:lidyamartha@akbpstie.ac.id)

**Abstract.** *The poupose of this study is to determine the service quality effects consisting of responsiveness, empathy, tangible, assurance, and reliability on tourist satisfaction in the Mandeh tourism area, Pesisir Selatan Regency, West Sumatra Province. A total of 100 visitors were assigned as respondents (samples) of the study. The data was collected accidentally on randomly selected people as respondents. In conducting data analysis, SPSS software is used to test hypotheses. A total of five hypotheses were formulated in this study. In conclusion, this study proves that responsiveness, tangible, assurance, and reliability have a positive and significant effect on tourist satisfaction at Mandeh tourism area. While empathy does not have a positive and significant effect on tourist satisfaction at Mandeh tourism area.*

**Keywords:** *Quality, Service, Satisfaction, Kawasan Mandeh*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari daya tanggap, empati, bukti nyata, kepastian, dan keandalan terhadap kepuasan wisatawan di kawasan wisata Mandeh Kabupaten Pesisir Selatan Provinsi Sumatera Barat. Sebanyak 100 pengunjung dipilih sebagai responden (sampel) penelitian. Data dikumpulkan secara aksidental pada orang-orang yang dipilih secara acak sebagai responden. Dalam melakukan analisis data, perangkat lunak SPSS digunakan untuk menguji hipotesis. Sebanyak lima hipotesis dirumuskan dalam penelitian ini. Sebagai kesimpulan, penelitian ini membuktikan bahwa daya tanggap, bukti nyata, kepastian, dan keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di kawasan wisata Mandeh. Sedangkan empati tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di kawasan wisata Mandeh.

**Kata Kunci:** Kualitas, Layanan, Kepuasan, Kawasan Mandeh

### PENDAHULUAN

Peran penting sektor kepariwisataan telah diakui oleh pemerintah maupun masyarakat Indonesia dalam upaya membangun perekonomian negara dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sebagai salah satu sektor andalan, pengembangan sektor ini telah diarahkan untuk berbagai tujuan strategis negara, antara lain mengenalkan dan memasarkan produk-produk pariwisata di berbagai daerah, memperluas lapangan pekerjaan dan kesempatan berusaha bagi masyarakat, dan meningkatkan Pendapatan Asli daerah (PAD) yang pada akhirnya bermuara pada meningkatnya pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Salah satu faktor yang paling menentukan dalam upaya memajukan industri pariwisata di suatu daerah adalah banyaknya jumlah kedatangan wisatawan ke daerah tersebut (Sari, 2018).

Salah satu tujuan wisata primadona saat ini di Indonesia umumnya dan di daerah Sumatera Barat khususnya adalah Kawasan Wisata Bahari Terpadu (KWBT) Mandeh di Kecamatan Koto XI Tarusan, Kabupaten Pesisir Selatan, Provinsi Sumatera Barat. Semakin dikenalnya Kawasan Mandeh telah meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Pesisir Selatan setiap tahun, terutama ke Kawasan Mandeh sendiri. Meskipun jumlah kunjungan wisatawan selalu mengalami peningkatan setiap tahun, tidak tertutup kemungkinan di masa-masa mendatang Kawasan Mandeh akan mengalami penurunan jumlah kunjungan. Hal ini dapat saja terjadi apabila tidak dilakukan langkah-langkah yang tepat oleh pemangku kepentingan di Kawasan Mandeh untuk mempertahankan dan meningkatkan daya Tarik Kawasan Mandeh bagi wisatawan.

Layaknya berbagai lokasi wisata lainnya di Sumatera Barat, sejumlah persoalan pariwisata juga ditemukan di Kawasan Mandeh, terutama terkait dengan kesiapan masyarakatnya. Masih banyak ditemui keluhan dan testimoni dari wisatawan terkait pelayanan masyarakat terhadap mereka. Permasalahan lainnya terkait dengan kebersihan, di mana toilet yang disiapkan untuk wisatawan banyak yang tergolong dalam kondisi belum layak pakai. Selain itu, permasalahan ketersediaan air bersih, toilet yang tidak memadai, dan pungutan liar masih marak di Kawasan Mandeh.

Menurut (Sari, 2018), terdapat faktor penting yang berperan dalam menarik perhatian para wisatawan, yaitu pelayanan yang berkualitas dari pihak yang berkepentingan di lokasi ataupun objek wisata. Pariwisata adalah bisnis jasa *hospitality*, di mana kualitas pelayanan yang humanis menjadi kunci keberhasilan dalam memuaskan wisatawan (Hermawan et al., 2018). Kualitas pelayanan yang baik menjadi faktor penentu dalam mewujudkan keberhasilan bisnis kepariwisataan. Keberhasilan ini akan didukung oleh hadirnya insan pariwisata dengan sumber daya yang berkompeten yang mampu melayani wisatawan dengan baik, selain didukung dengan sarana, prasarana atau fasilitas yang memadai. Perpaduan antara insan pariwisata yang berkompeten dan adanya sarana, prasarana atau fasilitas yang baik ini diharapkan dapat mewujudkan pelayanan prima yang mampu memberikan nilai (*value*) positif yaitu terciptanya kepuasan wisatawan.

Upaya mewujudkan pelayanan yang berkualitas baik dapat dibangun dan diterapkan dengan menggunakan lima dimensi pelayanan prima yaitu keandalan, daya tanggap, kepastian, empati, bukti nyata (Hermawan et al., 2018). Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan untuk memberikan jenis pelayanan secara tepat dan benar sesuai dengan apa yang telah dijanjikan kepada pelanggan. Daya tanggap (*responsiveness*) merupakan kesadaran atau keinginan untuk membantu dan melayani pelanggan melalui tindakan cepat dan tepat. Kepastian (*assurance*)

merupakan kompetensi, pengetahuan, kesopansantunan, kepercayaan diri dan respon penyedia layanan terhadap pelanggan. Empati (*empathy*) adalah perasaan dan kesadaran penyedia layanan untuk memberikan perhatian individu secara khusus kepada pelanggan yang ditandai dengan keinginan mereka untuk melakukan pendekatan secara persuasif, melindungi, dan upaya untuk memahami kemauan, kebutuhan dan perasaan pelanggan. Terakhir, bukti nyata (*tangibles*) merupakan perwujudan yang diperlihatkan secara nyata oleh penyedia layanan kepada pelanggan seperti penampilan penyedia layanan, kebersihan dan higienitas peralatan dan fasilitas, ketersediaan peralatan dan fasilitas penunjang yang berfungsi dengan baik, dan lain-lain.

Beberapa penelitian terdahulu telah menganalisa hubungan antara kelima dimensi pelayanan tersebut dengan kepuasan wisatawan, sebagaimana dijelaskan sebagai berikut.

### **Pengaruh Keandalan terhadap Kepuasan Wisatawan**

Keandalan diketahui berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, sebagaimana telah dibuktikan oleh Priyanto (2018), Massie et al. (2016) dan Aini et al. (2013). Kinerja dan pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan harapan wisatawan, di mana ketepatan waktu dan pelayanan yang diberikan oleh pihak pengelola tempat wisata harus sama untuk semua wisatawan tanpa adanya kesalahan dan harus ada sikap yang simpatik serta dengan akurasi yang tinggi. Pemenuhan janji dalam pelayanan akan mencerminkan kredibilitas pihak pengelola tempat wisata.

Beberapa penelitian lainnya tidak membuktikan adanya pengaruh keandalan terhadap kepuasan wisatawan, seperti hasil penelitian Astuti (2018), Abror (2013) dan Detmuliati (2014). Hal ini mengindikasikan bahwa masih terdapat beberapa komponen dalam dimensi keandalan yang masih belum dipenuhi oleh pihak pengelola tempat wisata. Pertama, terkait pemberian pelayanan kepada wisatawan sesuai dengan janji yang ditawarkan. Pengelola tempat wisata perlu memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang ditawarkan kepada wisatawan agar tidak ada komplain yang berakibat pada pindahnya wisatawan ke lokasi atau pengelola lainnya (Matusitz & Breen, 2009). Menepati janji kepada wisatawan akan mampu menjaga reputasi pihak pengelola tempat wisata tetap positif yang tentu merupakan kunci untuk membangun hubungan jangka panjang dan saling menguntungkan dengan wisatawan (Gul, 2014). Hal kedua yang perlu dilakukan pengelola tempat wisata adalah memberikan perhatian serius terhadap pengunjung yang mendapat masalah atau mengalami kesulitan. Pengelola tempat wisata perlu memiliki keterampilan dalam membantu wisatawan yang mengalami permasalahan. Pemberian solusi yang tepat dan bersifat personal akan mampu memberikan kesan bermakna pada diri wisatawan.

### **Pengaruh Daya Tanggap terhadap Kepuasan Wisatawan**

Hasil penelitian Astuti (2018), Al-Rousan & Abuamoud (2013), Abror et al. (2013), Massie et al. (2016) dan Aini et al. (2013) membuktikan bahwa daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Semakin cepat dan tepat pihak pengelola tempat wisata untuk membantu dan memberikan pelayanan kepada wisatawan, maka semakin tinggi kepuasan wisatawan saat berwisata. Sebaliknya, semakin rendah kesigapan dan daya tanggap pengelola tempat wisata dalam membantu wisatawan, maka semakin rendah kepuasan wisatawan.

Daya tanggap berkaitan dengan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada wisatawan dengan penyampaian informasi yang jelas dan tegas. Membiarkan wisatawan menunggu merupakan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Variabel ketanggapan ini terdiri dari kemampuan, kesadaran dan keinginan untuk memberikan pelayanan kepada wisatawan dengan cepat atau tanggap. Menurut Zeithaml & Bitner (1996) dan Palmer (2001) dalam Wijayanti (2008, p. 52) daya tanggap merupakan kesadaran atau keinginan untuk cepat bertindak membantu tamu dan memberikan pelayanan yang tepat waktu. Melalui proses ini diharapkan pelanggan dapat diarahkan pada prosedur dan sistem yang tepat, cepat dan tidak rumit.

### **Pengaruh Kepastian terhadap Kepuasan Wisatawan**

Massie et al. (2016) dan Aini et al. (2013) dalam penelitiannya telah membuktikan bahwa kepastian berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Dalam konteks kepariwisataan, kepastian adalah pengetahuan terhadap layanan wisata yang ditawarkan secara tepat, kesopansantunan pengelola/karyawan dalam memberi pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan dan keyakinan wisatawan terhadap pihak pengelola. Menurut Zeithaml & Bitner (1996) dan Palmer (2001) dalam Wijayanti (2008, p. 52) kepastian adalah pengetahuan dan kesopansantunan serta kepercayaan diri para karyawan, sehingga dapat disimpulkan bahwa kompetensi, kesopansantunan serta sikap *respect* yang dimiliki oleh pengelola maupun karyawan di tempat wisata sangat diperlukan demi terwujudnya penyampaian pelayanan dengan kualitas yang baik kepada para wisatawan.

Penelitian lainnya tidak membuktikan bahwa kepastian berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, sebagaimana dilakukan oleh Astuti (2018) dan Amissah (2013). Hal ini mengindikasikan bahwa masih terdapat beberapa komponen dalam dimensi kepastian yang masih belum dipenuhi oleh pihak pengelola tempat wisata. Pertama, kemampuan dan pengetahuan yang belum memadai dalam memberikan pelayanan. Kompetensi pengelola ataupun seorang karyawan merupakan salah satu dasar yang penting bagi terwujudnya kinerja

yang berkualitas di bidang pariwisata. Beberapa kompetensi yang diperlukan antara lain adalah keterampilan komunikasi, keterampilan melayani tamu, penampilan profesional, dan pemahaman secara mendalam mengenai ruang lingkup pekerjaannya (Tesone & Ricci, 2006). Selain kompetensi karyawan, hal kedua yang perlu menjadi perhatian pengelola tempat wisata adalah keramahan dan kesopanan kepada wisatawan. Pemenuhan kedua hal tersebut akan mampu memunculkan perasaan senang dan nyaman pada diri wisatawan. Selanjutnya, perasaan tersebut akan mampu memberikan pengalaman secara emosional kepada wisatawan. Pada akhirnya, pengalaman secara emosional yang positif ini mampu menciptakan citra yang positif terhadap sebuah destinasi wisata (Prayag et al., 2017).

### **Pengaruh Empati terhadap Kepuasan Wisatawan**

Hasil penelitian Astuti (2018), Canny (2013), Massie et al. (2016) dan Aini et al. (2013) membuktikan bahwa empati berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Namun sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh Abror et al. (2013) tidak membuktikan bahwa empati berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.

Dimensi empati terdiri dari syarat untuk peduli, memberikan perhatian pribadi kepada wisatawan serta kemauan untuk melakukan pendekatan, memberikan perlindungan dan berusaha untuk mengerti keinginan, kebutuhan dan perasaan wisatawan (James A. Fitzmmons dan Mona J. Fitzmons dalam Sulastiyono, 2008, p. 35). Dengan kata lain, melalui proses pemberian pelayanan ini akan dapat mencerminkan hubungan yang baik antar pengelola dengan karyawannya, karena koordinasi yang baik akan menghasilkan kesatuan persepsi dalam bentuk pengertian, kepedulian, pendekatan, serta perlindungan kepada wisatawan. Penerapan metode dalam pemberian pelayanan juga akan sesuai dengan apa yang direncanakan demi mencapai tujuan pengelolaan tempat wisata.

Semakin tinggi kemampuan pengelola tempat wisata dalam memberikan perhatian kepada wisatawan, maka semakin tinggi kepuasan wisatawan saat berwisata. Sebaliknya, semakin rendah sikap empati yang ditunjukkan oleh pengelola maupun karyawannya, maka semakin rendah kepuasan wisatawan. Beberapa hal yang menjadi perhatian utama wisatawan terkait dengan empati antara lain adalah sikap pengelola/karyawan yang ramah dan hangat saat berkomunikasi kepada para wisatawan, menaruh perhatian terhadap keluhan yang disampaikan oleh wisatawan, serta memahami kebutuhan dan harapan para wisatawan.

### **Pengaruh Bukti Nyata terhadap Kepuasan Wisatawan**

Pengaruh bukti nyata terhadap kepuasan wisatawan telah dibuktikan oleh Astuti (2018), Massie et al. (2016) dan Aini et al. (2013). Bukti nyata dari penyedia layanan wisata yang ditunjukkan dengan fasilitas, interior dan sumber daya manusia sebagai pemberi pelayanan

akan menentukan kepuasan wisatawan. Karena suatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba, maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Wisatawan akan menggunakan indra penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan di tempat wisata.

Bukti nyata adalah kebutuhan wisatawan yang berfokus pada fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan, tersedia tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan, sarana komunikasi serta penampilan pengelola/karyawan. Dimensi ini terdiri dari fasilitas fisik, peralatan, personel, dan media komunikasi. Menurut James A. Fitzmmons dan Mona J. Fitzmons dalam Sulastiyono (2008, p. 35), bukti nyata adalah sesuatu yang nyata atau yang nampak seperti penampilan para karyawan, dan fasilitas-fasilitas fisik lainnya seperti peralatan dan perlengkapan yang menunjang pelaksanaan pelayanan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa bukti nyata sering dianggap sebagai sumber daya fisik yang dimiliki oleh pengelola tempat wisata serta dapat memberikan kesan terhadap keindahan, kenyamanan, ketenangan, serta kebersihan. Hal ini tentu saja akan menciptakan atmosfir yang baik dalam lingkungan tempat wisata. Semakin tinggi kemampuan pengelola tempat wisata dalam menunjukkan eksistensinya kepada wisatawan, maka semakin tinggi pula kepuasan wisatawan. Sebaliknya, semakin rendah kualitas bukti nyata, maka semakin rendah kepuasan wisatawan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, sementara sifat penelitian adalah penelitian eksploratif. Menurut Nazir (2005, p. 54), penelitian deskriptif adalah teknik penelitian terhadap sekelompok orang, sebuah sistem, ataupun sebuah peristiwa pada kondisi saat ini dengan tujuan menjelaskan, memberikan gambaran fakta-fakta, sifat-sifat, atau hubungan antar kejadian yang ditelusuri dan dianalisa secara sistematis, nyata dan akurat. Menurut Arikunto (2006, p. 12), penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan banyak angka, mulai dari saat pengumpulan data, tahapan analisis, penyajian sampai penafsiran terhadap data tersebut. Selanjutnya, Hernawan et al. (2008, p. 17) mengemukakan bahwa penelitian eksploratif merupakan salah satu jenis penelitian di bidang sosial yang bertujuan memberikan sedikit definisi atau penjelasan mengenai konsep atau pola yang digunakan dalam penelitian.

Menurut Margono (2004, p. 118), populasi merupakan seluruh bahan keterangan yang diperhatikan peneliti dalam suatu cakupan dan waktu yang ditentukan. Di dalam penelitian ini, populasi yang ditetapkan adalah wisatawan (baik wisatawan lokal maupun mancanegara) yang mengunjungi Kabupaten Pesisir Selatan. Jumlah populasi yang ditetapkan adalah jumlah

kunjungan wisatawan pada tahun 2018 yaitu 2.481.556 orang.

Margono (2004, p. 121) menyatakan bahwa sampel bagian dari populasi sebagai contoh yang dikumpulkan dengan metode tertentu. Pada penelitian ini, sampel dikumpulkan dari populasi dengan metode sampling aksidental. Menurut Sugiyono (2006, p. 60), sampling aksidental yaitu metode penentuan sampel dari populasi secara kebetulan, di mana yang dapat dijadikan sampel oleh peneliti adalah siapapun yang ditemui oleh peneliti di dalam penelitian dan dianggap sesuai menjadi sumber data. Atas dasar hal tersebut, sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah wisatawan yang sedang berkunjung ke Kawasan Mandeh pada fase penelitian yang dipilih secara acak sesuai pertimbangan peneliti. Melalui perhitungan dengan rumus Slovin, jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah 100 orang.

Di dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan dari sumbernya dengan melakukan pengamatan secara langsung ke objek yang diamati (Umar, 2003, p. 84), contohnya data yang didapatkan melalui *interview* (wawancara) secara langsung dengan responden dan dengan menggunakan kuesioner. Sementara data sekunder merupakan data yang diperoleh oleh peneliti dari sumbernya secara tidak langsung (Sugiyono, 2005, p. 62), dalam hal ini data sekunder adalah data kunjungan jumlah wisatawan di KWBT Mandeh setiap tahun dari tahun 2010 sampai 2018 yang diperoleh dari Dinas Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Pesisir Selatan. Metode pengumpulan data yang diterapkan oleh peneliti antara lain *interview* (wawancara), daftar pertanyaan (kuesioner), dan studi dokumentasi.

Variabel penelitian terdiri atas variabel bebas dan variabel terikat yang ditampilkan pada Tabel 1 berikut.

**Tabel 1**  
**Definisi dan Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
Kepuasan Wisatawan	Kepuasan adalah perasaan yang diperoleh oleh seseorang setelah ia membandingkan atau hasil yang didapatkan dengan apa yang diinginkan	1) Kualitas dan ketersediaan layanan (Y1) 2) Kemudahan dan kenyamanan dalam pelayanan (Y2) 3) Ketepatan pelayanan (Y3) 4) Keterbukaan informasi (Y4) 5) Kemampuan berkomunikasi (Y5)	Kirom (2009)
Kualitas Pelayanan	Kualitas pelayanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen yang bisa diukur dengan metode penyampaian pelayanan tersebut	1) Keandalan ( <i>reliability</i> ) (X1) 2) Daya tanggap ( <i>responsiveness</i> ) (X2) 3) Kepastian ( <i>assurance</i> ) (X3) 4) Empati ( <i>empathy</i> ) (X4) 5) Bukti nyata ( <i>tangibles</i> ) (X5)	Nasution (2004); Hermawan et al. (2018)

Analisis data dilakukan dengan bantuan *software* (perangkat lunak) SPSS untuk melakukan pengujian hipotesis. Sebelum dilakukan uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis, terlebih dahulu peneliti akan melakukan pengujian data yang terdiri atas uji validitas, uji reliabilitas, dan penentuan tingkat capaian responden. Menurut Ghozali (2009, p. 49), uji validitas ditujukan untuk melakukan pengukuran keabsahan atau kevalidan kuesioner sebagai salah satu instrumen penelitian. Kemampuan pertanyaan di dalam suatu kuesioner untuk dapat memberikan informasi atas apa yang diukur menjadi dasar kevalidan kuesioner tersebut. Pengujian validitas kuesioner dibedakan menjadi 2, yaitu validitas faktor dan validitas item. Validitas faktor diukur apabila item disusun dengan menggunakan lebih dari satu faktor dan antara terdapat kesamaan antar faktor. Validitas faktor ini diukur dengan cara mengkorelasikan antara skor faktor (penjumlahan item dalam satu faktor) dengan skor total faktor (total keseluruhan faktor). Validitas item ditunjukkan dengan adanya korelasi atau dukungan terhadap item total (skor total), di mana perhitungan dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor total item. Bila kita menggunakan lebih dari satu faktor berarti pengujian validitas item dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor faktor, kemudian dilanjutkan mengkorelasikan antara skor item dengan skor total faktor (penjumlahan dari beberapa faktor). Dari hasil perhitungan korelasi akan didapat suatu koefisien korelasi yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item dan untuk menentukan apakah



suatu item layak digunakan atau tidak. Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total.

Terkait dengan uji reliabilitas, Ghazali (2009, p. 46) mengemukakan bahwa kuesioner dapat dinyatakan reliabel (handal) apabila jawaban dari responden terhadap item pernyataan yang terdapat di dalam kuesioner bersifat konsisten (stabil) untuk waktu yang tidak sama. Suatu pengukuran dinyatakan memiliki nilai reliabilitas yang tinggi jika data yang dihasilkan dari pengukuran tersebut handal. Secara empirik, derajat reliabilitas ditunjukkan oleh nilai koefisien reliabilitas, di mana nilai koefisien reliabilitas yang mendekati nilai 1 menunjukkan nilai reliabilitas yang tinggi. Secara umum, kuesioner dianggap mempunyai reliabilitas cukup memuaskan jika nilai reliabilitasnya lebih dari atau sama dengan 0,6 (0,600).

Terkait dengan Tingkat Capaian Responden (TCR), Sugiyono (2010, p. 74) mengemukakan bahwa TCR adalah ukuran yang digunakan untuk mengkalkulasi masing-masing kategori jawaban dari deskripsi variabel dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$TCR = \frac{\text{Rata-rata Skor}}{\text{Skor Maksimum}} \times 100\%$$

Setelah dilakukan pengujian data, selanjutnya dilakukan pengujian asumsi klasik. Uji asumsi klasik terhadap model regresi dilakukan untuk mengetahui baik atau tidaknya model regresi. Pada penelitian ini, uji asumsi klasik yang dilakukan antara lain uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Uji normalitas bertujuan untuk melihat normal atau tidaknya distribusi nilai residual (Ghozali, 2006, p. 147). Pengambilan keputusan pada uji normalitas didasarkan pada nilai signifikansi, di mana data dikatakan terdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

Uji multikolinieritas ditujukan untuk melihat kesempurnaan dari keterkaitan atau hubungan antar variabel bebas (Ghozali, 2006, p. 95). Hasil uji multikolinieritas dapat diketahui dengan mempedomani nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF melebihi 10, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa data yang diuji memiliki multikolinieritas. Sebaliknya apabila nilai VIF kurang dari 10, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi multikolinieritas antar data yang diuji.

Tujuan dilakukannya uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji ketidaksamaan varians dari nilai sisa suatu pengamatan ke pengamatan lainnya di dalam model regresi (Ghozali, 2006, p. 125). Jika varians dari nilai sisa suatu pengamatan ke pengamatan lain bersifat tetap, maka dikatakan terjadi homokedastisitas. Sebaliknya jika varians tersebut berbeda maka dikatakan terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak

terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui apakah terjadi masalah heteroskedastisitas adalah dengan berpedoman pada grafik sebaran titik (*scatterplot*). Jika persebaran titik di dalam grafik membentuk pola khusus maka dikatakan bahwa di dalam model terjadi heteroskedastisitas. Namun, apabila tidak ada ditemukan pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 sumbu Y pada grafik, maka dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas di dalam model regresi.

Setelah dilakukan uji asumsi klasik, selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis yang terdiri dari analisis regresi linier berganda, penentuan koefisien determinasi dan uji T. Tujuan dilakukannya analisis regresi adalah untuk menguji hubungan atau pengaruh antar variabel. Variabel yang terpengaruh disebut variabel terikat atau variabel terikat, sedangkan variabel yang memberikan pengaruh disebut variabel tidak terikat atau variabel bebas. Di dalam penelitian ini, persamaan regresi dinotasikan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + c$$

Di mana:

$Y$  = variabel terikat (Kepuasan Wisatawan)

$a$  = nilai konstanta (nilai  $Y$  bila  $X = 0$ )

$b$  = nilai arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan naik ataupun turunnya nilai variabel terikat berdasarkan variabel bebas

$X_1$  = variabel bebas 1 (Keandalan)

$X_2$  = variabel bebas 2 (Daya Tanggap)

$X_3$  = variabel bebas 3 (Kepastian)

$X_4$  = variabel bebas 4 (Empati)

$X_5$  = variabel bebas 5 (Bukti Nyata).

Dari persamaan regresi kemudian ditentukan koefisien determinasi. Menurut Ghazali (2012, p. 97) koefisien determinasi adalah nilai yang menjadi dasar untuk mengukur kemampuan model regresi dalam memberikan penjelasan atas perbedaan nilai variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berada pada rentang antara satu dan nol. Di dalam penelitian ini koefisien determinasi yang digunakan adalah *Adjusted R square* karena terdapat lebih dari dua variabel bebas yang digunakan dalam regresi (Santoso, 2001, p. 167).

Selanjutnya dilakukan uji t (*T Test*) yaitu salah satu test statistik yang dipergunakan untuk menguji kebenaran atau kepaluan hipotesis nihil yang menyatakan bahwa diantara dua buah mean (rata-rata) sampel yang diambil secara random dari populasi yang sama, tidak terdapat perbedaan yang signifikan (Sugiyono, 2010, p. 128). Uji T dikenal dengan uji parsial, yaitu

untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas dilakukan dengan metode korelasi *Product Moment*. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila  $r_{hitung}$  mempunyai nilai yang lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$ . Nilai  $r_{tabel}$  bisa dilihat dari Tabel *Product Moment* yang ditentukan dengan rumus berikut:  $r_{tabel} ( \alpha, n-2)$ . Pada penelitian ini jumlah sampel ( $n$ ) = 100 dan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) yang digunakan adalah 5%, sehingga:  $r_{tabel} (5\%, 100-2) = 0,197$ . Setiap item pertanyaan akan dinyatakan valid jika nilai  $r_{hitung}$  melebihi 0,197. Untuk variabel kualitas pelayanan, hasil uji validitasnya ditampilkan pada Tabel 2 dan untuk variabel kepuasan wisatawan hasil uji validitasnya ditampilkan pada Tabel 3. Pengujian validitas variabel kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari keandalan (X1), daya tanggap (X2), kepastian (X3), empati (X4), dan bukti nyata (X5) dilakukan sebanyak 3 (tiga) kali karena dalam 2 (dua) kali pengujian pertama masih terdapat item yang tidak valid. Tabel 2 menunjukkan hasil pengujian ketiga di mana dari awalnya terdapat 18 item pernyataan yang diuji, item yang dinyatakan valid dari hasil uji validitas berjumlah 16 item pernyataan. Dengan demikian setiap item pernyataan di atas merupakan item pertanyaan yang bisa mengukur variabel kualitas pelayanan. Tabel 3 menunjukkan item pernyataan yang valid untuk variabel kepuasan wisatawan berdasarkan hasil uji validitas berjumlah 5 item pernyataan. Dengan demikian setiap item pernyataan di atas merupakan item pertanyaan yang bisa mengukur variabel kepuasan wisatawan.

Uji reliabilitas dilakukan dengan teknik analisis Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Variabel atau indikator yang digunakan di dalam instrumen penelitian dapat dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha melebihi 0,60. Sebaliknya apabila nilai Cronbach Alpha kurang dari 0,60 maka variabel atau indikator yang digunakan tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas terhadap variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan wisatawan (Y) ditampilkan pada Tabel 4.

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X)**

Indikator	Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan	Validitas
X1	Item_2	0,203	0,197	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	Item_3	0,320	0,197	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X2	Item_4	0,260	0,197	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	Item_5	0,256	0,197	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	Item_6	0,260	0,197	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X3	Item_7	0,272	0,197	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	Item_8	0,302	0,197	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	Item_10	0,404	0,197	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	Item_11	0,409	0,197	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X4	Item_12	0,258	0,197	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	Item_13	0,402	0,197	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	Item_14	0,474	0,197	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	Item_15	0,265	0,197	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X5	Item_16	0,265	0,197	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	Item_17	0,369	0,197	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
	Item_18	0,291	0,197	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Validitas Kepuasan Wisatawan (Y)**

Indikator	Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan	Validitas
Y1	Item_1	0,466	0,197	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y2	Item_2	0,468	0,197	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y3	Item_3	0,440	0,197	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y4	Item_4	0,477	0,197	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Y5	Item_5	0,413	0,197	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,890	Reliabel
Kepuasan Wisatawan	0,732	Reliabel

Tabel 4 memperlihatkan nilai Cronbach's Alpha semua variabel melebihi 0,60, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari indikator daya tanggap, empati, bukti nyata, kepastian dan keandalan dan variabel kepuasan wisatawan memiliki reliabilitas atau keandalan yang cukup tinggi sebagai alat ukur variabel.

Hasil perhitungan TCR untuk variabel kualitas pelayanan ditampilkan pada Tabel 5 dan hasil perhitungan TCR untuk variabel kepuasan wisatawan ditampilkan pada Tabel 6. Dari Tabel 5 diketahui bahwa skor rata-rata untuk semua indikator pada variabel kualitas pelayanan

adalah 3,14 dan skor tertinggi adalah 5. Dengan demikian nilai TCR untuk variabel kualitas pelayanan adalah 62,78%. Nilai TCR ini mengindikasikan bahwa variabel kualitas pelayanan dikategorikan Baik. Dari Tabel 6 diketahui bahwa skor rata-rata untuk semua indikator pada variabel kepuasan wisatawan adalah 3,54 dan skor tertinggi adalah 5. Dengan demikian nilai TCR untuk variabel kepuasan wisatawan adalah 70,84%. Nilai TCR ini mengindikasikan bahwa variabel kepuasan wisatawan dikategorikan Baik.

**Tabel 5**  
**Hasil Perhitungan TCR Variabel Kualitas Pelayanan**

No. Item	Alternatif Jawaban										Rata-Rata Skor	TCR
	SS		S		N		TS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
1	23	23,00	23	23,00	24	24,00	30	30,00	0	0,00	3,39	67,80
2	36	36,00	20	20,00	25	25,00	19	19,00	0	0,00	3,73	74,60
3	23	23,00	26	26,00	29	29,00	22	22,00	0	0,00	3,50	70,00
4	24	24,00	20	20,00	34	34,00	22	22,00	0	0,00	3,46	69,20
5	28	28,00	18	18,00	29	29,00	25	25,00	0	0,00	3,49	69,80
6	35	35,00	20	20,00	26	26,00	19	19,00	0	0,00	3,71	74,20
7	23	23,00	27	27,00	29	29,00	21	21,00	0	0,00	3,52	70,40
8	26	26,00	22	22,00	24	24,00	28	28,00	0	0,00	3,46	69,20
9	28	28,00	29	29,00	22	22,00	21	21,00	0	0,00	3,64	72,80
10	32	32,00	20	20,00	31	31,00	17	17,00	0	0,00	3,67	73,40
11	31	31,00	29	29,00	18	18,00	22	22,00	0	0,00	3,69	73,80
12	26	26,00	22	22,00	24	24,00	28	28,00	0	0,00	3,46	69,20
13	20	20,00	22	22,00	24	24,00	34	34,00	0	0,00	3,28	65,60
14	29	29,00	28	28,00	22	22,00	21	21,00	0	0,00	3,65	73,00
15	25	25,00	25	25,00	25	25,00	25	25,00	0	0,00	3,50	70,00
16	19	19,00	26	26,00	26	26,00	29	29,00	0	0,00	3,35	67,00
Total	428	428	377	377	412	412	383	383	0	0	56,50	1130
Rata-Rata	23,78	23,78	20,94	20,94	22,89	22,89	21,28	21,28	0,00	0,00	3,14	62,78

**Tabel 6**  
**Hasil Perhitungan TCR Variabel Kepuasan Wisatawan**

No. Item	Alternatif Jawaban										Rata-Rata Skor	TCR
	SS		S		N		TS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
1	24	24,00	30	30,00	18	18,00	28	28,00	0	0,00	3,50	70,00
2	28	28,00	25	25,00	24	24,00	23	23,00	0	0,00	3,58	71,60
3	30	30,00	23	23,00	32	32,00	15	15,00	0	0,00	3,68	73,60
4	27	27,00	18	18,00	33	33,00	22	22,00	0	0,00	3,50	70,00
5	19	19,00	32	32,00	24	24,00	25	25,00	0	0,00	3,45	69,00
Total	128	128	128	128	131	131	113	113	0	0	18	354,20
Rata-Rata	25,60	25,60	25,60	25,60	26,20	26,20	22,60	22,60	0,00	0,00	3,54	70,84

Hasil uji normalitas ditampilkan pada tabel 7. Sesuai dengan hasil uji normalitas, nilai signifikansi (Asymp. Sig. (2-tailed)) adalah 0,200 yang artinya melebihi nilai taraf signifikan (0,05). Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai residual berdistribusi normal, sehingga analisa lebih lanjut bisa dilakukan.

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Normalitas**

Taraf Signifikansi	Nilai
Kolmogorov-Smirnov (Asymp.Sig)	0,05
Hasil Pengujian	0,20

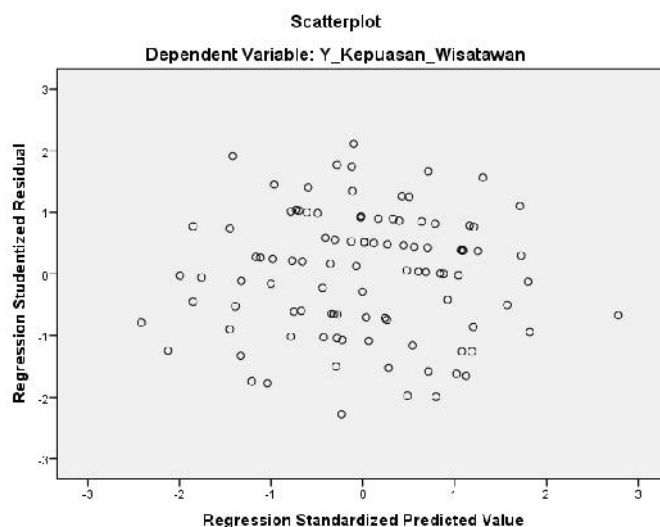
Hasil uji multikolinieritas ditampilkan pada tabel 8. Berdasarkan hasil uji multikolinieritas, nilai VIF pada setiap variabel bebas adalah kurang dari 10. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi multikolinieritas di antara variabel bebas, sehingga analisa lebih lanjut bisa dilakukan.

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel Independen	Nilai VIF
Keandalan	1,017
Daya Tanggap	1,106
Kepastian	1,126
Empati	1,177
Bukti Nyata	1,091

Hasil uji heteroskedastisitas ditampilkan pada gambar 1. Sebagaimana ditampilkan pada gambar 1, tidak ditemukan adanya pola tertentu yang terbentuk karena penyebaran titik-titik tidak beraturan di atas dan di bawah sumbu 0 pada sumbu Y. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa di dalam penelitian ini data yang diuji tidak mengalami heteroskedastisitas, sehingga dapat dianalisis lebih lanjut.

**Gambar 1**  
**Hasil Uji Heterokedasititas**



Dalam regresi linier berganda, analisis yang dilakukan adalah pengaruh variabel bebas (keandalan, daya tanggap, kepastian, empati dan bukti Nyata) secara parsial terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan). Hasil analisis regresi linier berganda ditampilkan pada Tabel 9.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda sebagaimana ditampilkan pada tabel 9, maka persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

$$Y = -6,349 + 0,569X_1 + 0,189X_2 + 0,380X_3 + 0,093X_4 + 0,414X_5$$

**Tabel 9**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-6,349	,854		-7,436	,000
X1_Keandalan	,569	,081	,423	7,044	,000
X2_Daya_Tanggap	,189	,075	,143	2,510	,014
X3_Kepastian	,380	,099	,254	3,841	,000
X4_Empati	,093	,091	,065	1,019	,311
X5_Bukti_Nyata	,414	,073	,343	5,663	,000

a. Dependent Variable: Y\_Kepuasan\_Wisatawan

Dari persamaan regresi dapat diinterpretasikan beberapa hal sebagai berikut :

$a = -6,349$  adalah konstanta, di mana jika variabel Keandalan ( $X_1$ ), Daya Tanggap ( $X_2$ ), Kepastian ( $X_3$ ), Empati ( $X_4$ ), dan Bukti Nyata ( $X_5$ ) sama dengan 0, maka Kepuasan Wisatawan ( $Y$ ) adalah sebesar  $-6,349$ .

$b_1 = 0,569$  merupakan koefisien regresi dari variabel Keandalan ( $X_1$ ), di mana apabila Keandalan ( $X_1$ ) mengalami peningkatan satu satuan, maka akan diikuti dengan peningkatan Kepuasan Wisatawan ( $Y$ ) terhadap Keandalan pelayanan di Kawasan Mandeh, yaitu sebesar  $0,569$  satuan, sementara yang lain tetap, dan begitupun sebaliknya.

$b_2 = 0,189$  merupakan koefisien regresi dari variabel Daya Tanggap ( $X_2$ ), di mana apabila Daya Tanggap ( $X_2$ ) mengalami peningkatan satu satuan, maka akan diikuti dengan peningkatan Kepuasan Wisatawan ( $Y$ ) terhadap Daya Tanggap pelayanan di Kawasan Mandeh, yaitu sebesar  $0,189$  satuan, sementara yang lain tetap, dan begitupun sebaliknya.

$b_3 = 0,380$  merupakan koefisien regresi dari variabel Kepastian ( $X_3$ ), di mana apabila Kepastian ( $X_3$ ) mengalami peningkatan satu satuan, maka akan diikuti dengan peningkatan Kepuasan Wisatawan ( $Y$ ) terhadap Kepastian pelayanan di Kawasan Mandeh, yaitu sebesar  $0,380$  satuan, sementara yang lain tetap, dan begitupun sebaliknya.

$b_4 = 0,093$  merupakan koefisien regresi dari variabel Empati ( $X_4$ ), di mana apabila Empati ( $X_4$ ) mengalami peningkatan satu satuan, maka akan diikuti dengan peningkatan Kepuasan Wisatawan ( $Y$ ) terhadap Empati pelayanan di Kawasan Mandeh, yaitu sebesar  $0,093$  satuan, sementara yang lain tetap, dan begitupun sebaliknya.

$b_5 = 0,414$  merupakan koefisien regresi dari variabel Bukti Nyata ( $X_5$ ), di mana apabila Bukti Nyata ( $X_5$ ) mengalami peningkatan satu satuan, maka akan diikuti dengan peningkatan Kepuasan Wisatawan ( $Y$ ) terhadap Bukti Nyata pelayanan di Kawasan Mandeh, yaitu sebesar  $0,414$  satuan, sementara yang lain tetap, dan begitupun sebaliknya.

Selanjutnya, koefisien determinasi ditampilkan pada tabel 10. Koefisien determinasi ( $R$ ) bertujuan untuk menunjukkan persentase tingkat ketepatan perkiraan dari analisis regresi yang dilakukan, di mana semakin besar nilai  $R$  maka semakin besar keragaman dari variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas. Berdasarkan tabel 10, koefisien determinasi (*adjusted R square*) yang diperoleh adalah sebesar  $0,739$  berarti bahwa variabel keandalan, daya tanggap, kepastian, empati dan bukti nyata hanya mampu menjelaskan kepuasan wisatawan sebesar  $73,9\%$ .



**Tabel 10**  
**Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,867 <sup>a</sup>	,752	,739	1,022

a. Predictors: (Constant), X5\_Bukti\_Nyata, X3\_Kepastian, X2\_Daya\_Tanggap, X1\_Keandalan, X4\_Empati

Selanjutnya, uji T secara parsial dilakukan untuk menguji hubungan variabel independen dan variabel dependen secara parsial. Hipotesis penelitian dikemukakan sebagai berikut:

$H_0$ : Tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

$H_1$ : Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Untuk melakukan pengujian hipotesis pada penelitian ini,  $t_{tabel}$  untuk taraf nyata ( ) 5% = 0,05 (untuk uji satu sisi) dan  $df = (n-2) = (100-2) = 98$  adalah sebesar 1,660. Hasil pengujian hipotesis berupa uji T (parsial) ditampilkan pada tabel 11.

### 1. Pengaruh Keandalan terhadap Kepuasan Wisatawan

Hasil pengujian secara parsial (uji T) variabel keandalan terhadap kepuasan wisatawan didapatkan nilai  $t_{hitung} = 7,044$  dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,660. Ini berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan variabel keandalan terhadap kepuasan wisatawan di Kawasan Mandeh.

Berdasarkan hasil pengujian di atas, dapat diketahui bahwa keandalan merupakan salah satu variabel utama yang menentukan kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kawasan Mandeh. Hal ini dapat diwujudkan apabila pihak-pihak terkait atau pemangku kepentingan di Kawasan Mandeh (seperti *Tour Guide*, penjual makanan dan barang-barang, tukang parkir, dan petugas wisata) mampu melayani wisatawan sesuai dengan janji yang disampaikan, mampu memberikan pelayanan secara cepat, tepat, dan memuaskan kepada wisatawan, dan mampu menyampaikan informasi yang mudah dipahami dan dimengerti oleh wisatawan. Jika hal ini dapat diwujudkan, maka Kawasan Mandeh akan dianggap andal oleh wisatawan yang berkunjung. Hasil pengujian pengaruh keandalan terhadap kepuasan wisatawan di KWBT Mandeh di dalam penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Priyanto et al. (2018) dengan studi kasus Ciater Spa Resort Jawa Barat. Menurut hasil penelitian tersebut, keandalan merupakan salah satu dimensi kualitas pelayanan yang paling menentukan kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Ciater Spa Resort Jawa Barat.

**Tabel 11**  
**Hasil Uji T (Parsial)**

Variabel Bebas	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	Keterangan	Kesimpulan
Keandalan	7,044	1,660	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan variabel keandalan terhadap kepuasan wisatawan di KWBT Mandeh dapat diterima
Daya Tanggap	2,510	1,660	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan variabel daya tanggap terhadap kepuasan wisatawan di KWBT Mandeh dapat diterima
Kepastian	3,841	1,660	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan variabel kepastian terhadap kepuasan wisatawan di KWBT Mandeh dapat diterima
Empati	1,019	1,660	$t_{hitung} < t_{tabel}$	Hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan variabel empati terhadap kepuasan wisatawan di KWBT Mandeh ditolak
Bukti Nyata	5,663	1,660	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan variabel bukti nyata terhadap kepuasan wisatawan di KWBT Mandeh dapat diterima

## 2. Pengaruh Daya Tanggap terhadap Kepuasan Wisatawan

Hasil pengujian secara parsial (uji T) variabel daya tanggap terhadap kepuasan wisatawan diperoleh nilai  $t_{hitung} = 2,510$  dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,660. Ini berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan variabel daya tanggap terhadap kepuasan wisatawan di Kawasan Mandeh.

Daya tanggap akan menentukan wisatawan akan merasa puas atau tidak ketika berkunjung ke Kawasan Mandeh. Daya tanggap ini akan diukur dari kecepatan pihak-pihak terkait atau pemangku kepentingan di Kawasan Mandeh (seperti *Tour Guide*, penjual makanan dan barang-barang, tukang parkir, dan petugas wisata) dalam menanggapi permintaan dari wisatawan, kejelasan dan kelengkapan informasi yang diberikan kepada wisatawan, dan kecepatan para pihak terkait atau pemangku kepentingan tersebut dalam menanggapi kesulitan-kesulitan yang didapatkan wisatawan selama berkunjung ke Kawasan Mandeh. Hasil pengujian pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan wisatawan di KWBT Mandeh di dalam penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Abror et al. (2013) yang membuktikan bahwa daya tanggap berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Pantai Carocok Painan Pesisir Selatan, dimana pengaruh ini bersifat positif. Dengan demikian daya tanggap secara nyata ikut menentukan dan memberikan

kontribusi terhadap tingkat kepuasan wisatawan. Daya tanggap menyangkut dengan keinginan dan kesiapan petugas dalam memberikan pelayanan, reaksi dan keinginan dalam membantu dan memberikan pelayanan pada wisatawan dan ketanggapan dalam menyampaikan informasi penting dengan segera (Pitana & Diarta, 2009, p. 160).

### **3. Pengaruh Kepastian terhadap Kepuasan Wisatawan**

Hasil pengujian secara parsial (uji T) variabel kepastian terhadap kepuasan wisatawan diperoleh nilai  $t_{hitung} = 3,841$  dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,660. Ini berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan variabel kepastian terhadap kepuasan wisatawan di Kawasan Mandeh.

Kepastian akan sangat menentukan kepuasan wisatawan selama berkunjung ke Kawasan Mandeh. Pihak-pihak terkait atau pemangku kepentingan di Kawasan Mandeh seperti *Tour Guide*, penjual makanan dan barang-barang, tukang parkir, dan petugas wisata harus memiliki kemampuan dan pengetahuan yang memadai dalam memberikan informasi dan pelayanan. Mereka harus bersikap santun dan ramah dalam berkomunikasi dengan wisatawan. Mereka juga harus menjamin bahwa wisatawan akan merasa aman selama kunjungan dan merasa terjamin dan bebas dari tindakan kejahatan, pemalakan, dan premanisme. Selain itu mereka juga harus memberikan asuransi bagi wisatawan selama kunjungan dan informasi yang diberikan kepada wisatawan harus benar dan akurat.

Hasil pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan wisatawan di KWBT Mandeh di dalam penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Astuti (2018) dengan studi kasus kawasan objek wisata Dlingo Yogyakarta yang menyimpulkan bahwa variabel daya tanggap berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan wisatawan. Semakin cepat dan tepat karyawan di objek wisata untuk membantu dan memberikan pelayanan kepada pengunjung, maka semakin tinggi kepuasan wisatawan saat berwisata. Sebaliknya, semakin rendah kesigapan karyawan dalam membantu pengunjung, maka semakin rendah kepuasan wisatawan. Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian Al-Rousan dan Abuamoud (2013) yang menunjukkan bahwa daya tanggap memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pengunjung. Beberapa hal yang harus menjadi perhatian utama terkait dengan daya tanggap antara lain adalah karyawan yang cepat tanggap dalam menangani permintaan wisatawan, pemberian informasi kepada pengunjung secara tegas dan jelas, dan cepat tanggap saat pengunjung mengalami kesulitan.

#### **4. Pengaruh Empati terhadap Kepuasan Wisatawan**

Hasil pengujian secara parsial (uji T) variabel empati terhadap kepuasan wisatawan diperoleh nilai  $t_{hitung} = 1,019$  dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,660. Ini berarti  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yang berarti  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak ada pengaruh positif dan signifikan variabel kepastian terhadap kepuasan wisatawan di Kawasan Mandeh.

Hasil pengujian pengaruh empati terhadap kepuasan wisatawan di KWBT Mandeh di dalam penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Abror et al. (2013) di mana hipotesis yang diuji bahwa empati memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan tidak diterima. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel empati tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di KWBT Mandeh. Menurut Pitana dan Diarta (2009, p. 160), empati berkaitan dengan perhatian secara pribadi dari petugas kepada wisatawan menyangkut dengan kebutuhan wisatawan, emosi wisatawan, keluhan wisatawan, dan sebagainya. Dimensi empati terlihat dari sikap simpatik petugas terhadap permintaan ataupun keluhan-keluhan wisatawan dan keinginan petugas dalam membantu menangani keluhan wisatawan tersebut (Abror et al., 2013). Berdasarkan karakteristik responden yang dianalisa di dalam penelitian ini diketahui bahwa 52% responden telah melakukan kunjungan sebanyak 1 sampai 3 kali. Mereka yang telah sering melakukan kunjungan ke Kawasan Mandeh tentunya akan memiliki pengetahuan yang lebih banyak tentang kawasan tersebut sehingga mereka tidak membutuhkan banyak bantuan langsung dari petugas ataupun pemandu wisata.

#### **5. Pengaruh Bukti Nyata terhadap Kepuasan Wisatawan**

Hasil pengujian secara parsial (uji T) variabel bukti nyata terhadap kepuasan wisatawan diperoleh nilai  $t_{hitung} = 5,663$  dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,660. Ini berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan variabel bukti nyata terhadap kepuasan wisatawan di Kawasan Mandeh.

Hasil pengujian pengaruh bukti nyata terhadap kepuasan wisatawan di KWBT Mandeh di dalam penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Priyanto et al. (2018) dengan studi kasus Ciater Spa Resort Jawa Barat. Menurut hasil penelitian tersebut, bukti nyata merupakan salah satu dimensi kualitas pelayanan yang paling menentukan kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Ciater Spa Resort Jawa Barat. Dalam penelitian lain, Astuti (2018) juga menyatakan bahwa variabel bukti nyata berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan wisatawan. Semakin tinggi kemampuan pengelola objek wisata dalam menunjukkan eksistensinya kepada wisatawan, maka semakin tinggi pula kepuasan wisatawan saat berwisata di kawasan wisata. Sebaliknya, semakin rendah dimensi bukti nyata (yang

meliputi fasilitas fisik), maka semakin rendah kepuasan wisatawan.

Bukti nyata merupakan variabel kualitas pelayanan yang sangat menentukan kepuasan wisatawan. Fasilitas, sarana, dan prasarana di Kawasan Mandeh (bangunan, alat transportasi, tempat parkir, dan wahana permainan) harus bersih dan nyaman untuk digunakan. Kondisi fasilitas, sarana, dan prasarana tersebut juga harus cukup baik, lengkap, dan memadai bagi kebutuhan wisatawan. Selain itu, penampilan pihak-pihak terkait dan pemangku kepentingan Kawasan Mandeh seperti *Tour Guide*, penjual makanan dan barang-barang, tukang parkir, petugas wisata, dan masyarakat juga harus rapi dan menarik. Semua bukti nyata inilah yang akan menjadi penilaian oleh wisatawan dan menentukan kepuasan wisatawan saat berkunjung ke Kawasan Mandeh.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil dan pembahasan di dalam penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel keandalan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Kawasan Mandeh.
2. Variabel daya tanggap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Kawasan Mandeh.
3. Variabel kepastian memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Kawasan Mandeh.
4. Variabel empati tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Kawasan Mandeh.
5. Variabel bukti nyata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Kawasan Mandeh.

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Aminar Sutra Dewi, SE, M.Si, selaku Ketua STIE “KBP” Padang, Ibu Febsri Susanti, SEI, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE “KBP” Padang dan Ibu Lidya Martha, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing Skripsi atas segala bantuan, bimbingan serta dukungan moril selama penulis menyelesaikan penelitian ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak Dinas Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Pesisir Selatan yang telah memberikan dukungan berupa data data kunjungan jumlah wisatawan di KWBT Mandeh setiap tahun.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abror, Tabrani, G., & Elfani, R. D. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Kawasan Wisata Pantai Carocok Painan terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 2(2), 19–31.
- Aini, S., Fanani, D., & Latief, W. A. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Tamu Hotel Ollino Garden Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(2), 1–8.
- Al-Rousan, R. M., & Abuamoud, I. N. (2013). The Mediation of Tourists Satisfaction on the Relationship between Tourism Service Quality and Tourists Loyalty: Five Stars Hotel in Jordanian Environment. *International Business Research*, 6(8), 79–90.
- Amissah, E. F. (2013). Tourist Satisfaction with Hotel Services in Cape Coast and Elmina, Ghana. *American Journal of Tourism Management*, 2(1), 26–33.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (6th ed.). PT. Rineka Cipta.
- Astuti, A. K. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Wisatawan Di Kawasan Wisata Dlingo. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 12(2), 107.
- Canny, I. U. (2013). An Empirical Investigation of Service Quality, Tourist Satisfaction and Future Behavioral Intentions among Domestic Local Tourist at Borobudur Temple. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 4(2), 86–91.
- Detmuliati, A., Achnes, S., & Agus, A. K. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Objek Wisata Riau Fantasi Labersa Water & Themepark. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 2(1), 1–15.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20* (6th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gul, R. (2014). The Relationship between Reputation, Customer Satisfaction, Trust, and Loyalty. *Journal of Public Administration and Governance*, 4(3), 368–387.
- Hermawan, H., Brahmanto, E., & Hamzah, F. (2018). *Pengantar Manajemen Hospitality*. PT. Nasya Expanding Management.
- Hernawan, A. H., Susilana, R., Julaeha, S., & Sanjaya, W. (2008). *Pengembangan Kurikulum dan Pembelajaran* (1st ed.). Universitas Terbuka.
- Kirom, B. (2009). *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*. Pustaka Reka Cipta.
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. PT. Rineka Cipta.
- Massie, S. P., Kindangan, P., & Palandeng, I. D. (2016). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Objek Wisata Sumaru Endo Remboken. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1), 86–97.

- Matusitz, J., & Breen, G.-M. (2009). Consumer Dissatisfaction, Complaints, and the Involvement of Human Resource Personnel in the Hospitality and Tourism Industry. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 8(2), 234–246.
- Nasution, M. N. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Penerbit Ghalia Indonesia.
- Nazir, M. (2005). *Metode Penelitian*. Penerbit Ghalia Indonesia.
- Pitana, I. G., & Diarta, I. K. S. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Penerbit Andi.
- Prayag, G., Hosany, S., Muskat, B., & Chiappa, G. Del. (2017). Understanding the Relationships between Tourists' Emotional Experiences, Perceived Overall Image, Satisfaction, and Intention to Recommend. *Journal of Travel Research*, 56(1), 41–54.
- Priyanro, R., Hermawan, H., Nurhalimah, & Suryana. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan serta Dampaknya terhadap Loyalitas. *Upajiw Dewantara*, 2(2), 99–111.
- Santoso, S. (2001). *Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. PT. Elex Media Komputindo.
- Sari, S. N. (2018). PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN MELALUI KUALITAS PELAYANAN (STUDI KASUS OBYEK WISATA KEPULAUAN SERIBU). *Majalah Ilmiah Bijak*, 13(1), 90–104.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sulastiyono, A. (2008). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel : Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi*. ALFABETA.
- Tesone, D. V., & Ricci, P. (2006). Toward a Definition of Entry-Level Job Competencies: Hospitality Manager Perspectives. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 7(4), 65–80.
- Umar, H. (2003). *Metode Riset Prilaku Organisasi*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wijayanti, I. D. S. (2008). *Manajemen Pemasaran Usaha Kesehatan* (2nd ed.). Mitra Cendikia Press.