

Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek

Peggy Rahma Alana dan Tanto Askriyandoko Putro
Jurusan Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara
Jl. Mastrip No. 59 Blitar, 66111, Jawa Timur

Abstraksi

Penelitian ini dilakukan di Goa Lowo Trenggalek. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan wisatawan Goa Lowo Trenggalek Variabel yang digunakan adalah Fasilitas dan Kualitas Pelayanan sebagai variabel bebas, sedangkan variabel Kepuasan Berkunjung adalah variable terikat. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 wisatawan Goa Lowo Trenggalek. Data yang digunakan berupa data primer dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan kuesioner. Analisis yang digunakan meliputi pengujian validitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, regresi linier berganda dan pengujian hipotesis menggunakan bantuan SPSS 20 untuk perangkat lunak windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Fasilitas dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Berkunjung pada wisatawan Goa Lowo Trenggalek.

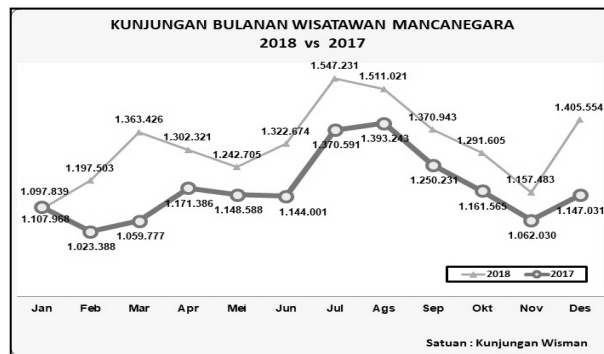
Kata kunci : Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan seseorang untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain dengan meninggalkan tempat semula. Banyak negara bergantung dari industri pariwisata ini sebagai sumber pajak dan pendapatan untuk perusahaan yang menjual jasa kepada wisatawan, oleh karena itu pengembangan industri pariwisata ini adalah salah satu strategi yang dipakai oleh organisasi non pemerintah untuk mempromosikan wilayah tertentu sebagai daerah wisata untuk meningkatkan perdagangan melalui penjualan barang dan jasa kepada orang non-lokal.

Berdasarkan data tahun 2018 pada gambar 1, jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia sebanyak 15.810.305 orang meningkat sebanyak 1.770.500 orang dari tahun 2017 yang hanya sebanyak 14.039.805 orang (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2018). Peringkat indeks daya saing pariwisata Indonesia di dunia naik menjadi peringkat 40 di tahun 2019 dari peringkat 42 di tahun 2017. Hal itu berdasarkan Laporan *The Travel & Tourism Competitiveness Report* yang dirilis WEF (*World Economic Forum*) 2019. Indonesia berada di peringkat 40 dari 140 negara. Di kawasan Asia Tenggara, indeks daya saing pariwisata Indonesia berada di peringkat empat. Pariwisata Indonesia meraih skor 4,3 dari total penilaian pilar-pilar seperti lingkungan bisnis, keamanan, kesehatan dan kebersihan, sumber daya manusia dan lapangan kerja, keberlanjutan lingkungan dan

lainnya. Nilai di atas 5 yang diperoleh Indonesia adalah prioritas pariwisata, adapun skala penilaiannya yaitu 1 untuk terburuk sedangkan angka 7 untuk terbaik.



Gambar 1.
Jumlah wisatawan mancanegara 2018 dan 2017

Fasilitas merupakan penunjang sebuah tempat untuk membuat kesan pertama kali oleh para wisatawan. Fasilitas yang baik dan optimal akan membuat wisatawan merasa puas sedangkan fasilitas yang kurang optimal akan membuat wisatawan kurang puas karena selain tempat wisatanya fasilitas juga merupakan penunjang tempat pariwisata.

Pelayanan adalah aktivitas secara langsung dan tidak berwujud yang dapat dirasakan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan. Pelayanan berdampak pada kepuasan wisatawan karena wisatawan akan merasa puas apabila pelayanan pada pariwisata maksimal sedangkan apabila pelayanan tidak maksimal bisa membuat wisatawan menjadi tidak puas.

Kepuasan wisatawan merupakan perasaan setelah membandingkan antara harapan dan hasil yang didapatkan setelah berkunjung di sebuah tempat pariwisata. Wisatawan yang merasa puas setelah mengunjungi tempat wisata diharapkan mereka akan mengunjungi destinasi wisata untuk kunjungan selanjutnya. Fasilitas yang optimal dan pelayanan yang maksimal akan menentukan tingkat kepuasan wisatawan yang mengunjungi tempat wisata.

Guo Lowo Trenggalek adalah goa terpanjang dan terbesar se-Asia Tenggara. Sebagai goa yang terbesar dan terpanjang di Asia Tenggara. Goa Lowo memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan dan berpotensi untuk menjadi tempat pariwisata yang diunggulkan karena memiliki tempat yang strategis seperti medan yang bagus, dekat dengan jalan raya dan sangat mudah untuk dikunjungi wisatawan.

LANDASAN TEORI

Kepuasan

Kotler dan Keller (2010:211) mengatakan bahwa kepuasan wisatawan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk/jasa yang ia rasakan dengan harapannya. Kepuasan atau ketidakpuasan wisatawan adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian. "Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan". (Tjiptono 2012:349).

Dapat disimpulkan bahwa kepuasan wisatawan adalah perbandingan antara kinerja produk yang dihasilkan dengan kinerja yang dirasakan oleh wisatawan. Jika berada di

bawah harapan, wisatawan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, wisatawan puas. Jika kinerja melebihi harapan, wisatawan amat puas atau senang. Wisatawan akan merasa puas apabila segala hal yang berada di tempat wisata jika sama dengan ekspektasi mereka.

Fasilitas

Menurut Tjiptono (2014:317) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata konsumen. Menurut Tjiptono (2014:318) indikator fasilitas ada enam, yaitu pertimbangan/perencanaan spasial, perencanaan ruangan, perlengkapan/perabotan, tata cahaya dan warna, pesan-pesan yang disampaikan secara grafis, dan unsur pendukung.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2010) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Tjiptono (2012:172) ada sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas pelayanan. Kesepuluh faktor tersebut adalah *reliability*, *responsiveness*, *competence*, *accessibility*, *courtesy*, *communication*, *credibility*, *security*, *understanding/knowing the customer*, dan *longibles*. Perkembangan selanjutnya, sepuluh dimensi di atas dapat disederhanakan menjadi lima dimensi pokok yang dikenal dengan *SERVQUAL* (*service quality*) yang terdiri dari bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

Hubungan antar Variabel dan Hipotesis

1. Hubungan Fasilitas terhadap kepuasan wisatawan

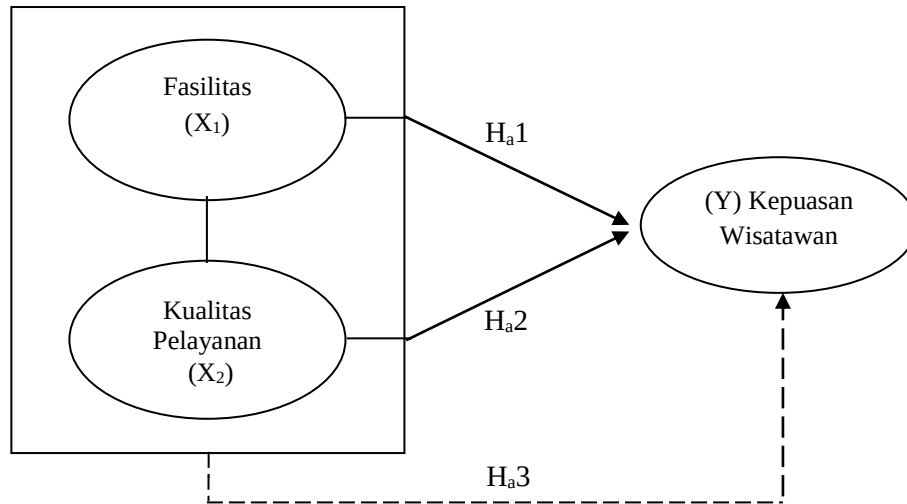
Fasilitas merupakan suatu jasa pelayanan yang disediakan oleh sebuah objek wisata untuk menunjang aktivitas para wisatawan yang berkunjung disana. Apabila sebuah objek wisata mempunyai fasilitas yang memadai serta memenuhi standar pelayanan dan dapat memuaskan wisatawan maka berpeluang untuk menarik wisatawan yang lebih banyak lagi melalui kesan-kesan baik dari wisatawan yang telah berkunjung sebelumnya begitu juga sebaliknya ketika sebuah objek wisata mempunyai fasilitas yang buruk maka tingkat kepuasan wisatawan juga sangat kurang. Fasilitas ini dapat berupa kebersihan dan kerapian fasilitas yang ditawarkan, kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan serta keberadaan toilet, keberadaan tempat parkir dan tempat ibadah.

2. Hubungan Kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Witrin (2014:15) dalam jurnalnya mengatakan bahwa kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh sebuah objek wisata akan berpengaruh besar terhadap tingkat kepuasan berkunjung wisatawan. Dengan ini sebuah objek wisata umumnya harus mempunyai kualitas pelayanan yang baik agar wisatawan yang datang ke objek tersebut merasa dimanjakan dan dilayani dengan sepenuh hati. Apabila kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh sebuah objek wisata kurang otomatis para wisatawan akan kecewa

dan dapat menurunkan jumlah wisatawan yang datang apabila hal ini terjadi secara terus menerus.

Kerangka konseptual yang menggambarkan hubungan antar variabel dapat di lihat dari gambar 2 berikut:



Gambar 2.
Hubungan Antar Variabel

Keterangan :

Pengaruh langsung

———

Pengaruh tidak langsung

3. Hipotesis

H_{a1}: Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

H_{o1}: Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

H_{a2}: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

H_{o2}: Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

H_{a3}: Fasilitas dan Kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

H_{o3}: Fasilitas dan Kualitas pelayanan secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

METODE PENELITIAN

Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa operasional variable Adapun pengertian dari masing-masing variable adalah:

1. Fasilitas (X₁)

Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang disediakan sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut di mata konsumen. Indikator fasilitas antara lain :

a. Pertimbangan/Perencanaan

Spasial aspek-aspek seperti simetri, proporsi, tekstur, warna, dan lain-lain dipertimbangkan, dikombinasikan, dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari orang yang melihatnya

b. Perencanaan Ruang

Unsur ini mencakup perancangan *interior* dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi dan lain-lain.

c. Perlengkapan/Perabotan

Perlengkapan memiliki berbagai fungsi, diantaranya sebagai sarana pelindung barang-barang berharga berukuran kecil, sebagai barang pajangan, sebagai tanda penyambutan bagi para pelanggan, dan sebagai sesuatu yang menunjukkan status pemilik atau penggunaanya.

d. Tata Cahaya

Beberapa yang perlu diperhatikan dalam mendesain tata cahaya adalah warna, jenis, dan sifat aktivitas yang dilakukan di dalam ruangan, dan suasana yang diinginkan

e. Warna

Warna dapat menggerakkan perasaan dan emosi. Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi dalam ruangan, menimbulkan kesan rileks, mengurangi kecelakaan.

f. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis

Aspek penting dan saling terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda untuk maksud tertentu.

2. Kualitas pelayanan. (X_2)

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Indikator kualitas pelayanan :

a. Bukti langsung (*tangibles*); meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi

b. Keandalan (*reliability*); yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan

c. Daya tanggap (*responsiveness*); yaitu keinginan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap

d. Jaminan (*assurance*); mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya, risiko, atau keraguraguan

e. Empati (*empathy*); meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para wisatawan.

3. Kepuasan (Y)

Kepuasan wisatawan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Indikator kepuasan wisatawan antara lain :

a. Kesesuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.

b. Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait.

c. Kesediaan merekomendasikan merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman ataupun keluarga.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah semua wisatawan yang berkunjung di Goa lowo Trenggalek selama 3 bulan Juni-September 2019. Roscoe (1982) dalam Sugiyono (2008) memberikan saran-saran yang terkait dengan penentuan jumlah sampel seperti berikut:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariat, maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali jumlah variabel yang diteliti.

Atas pertimbangan tersebut, maka sampel minimum yang digunakan adalah sebanyak 100 orang wisatawan yang berkunjung dalam kurun waktu tersebut.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Gambaran umum tempat penelitian

Goa Lowo ditemukan pada tahun 1931, oleh seorang warga bernama Lomedjo, kondisi saat pertama kali ditemukan ini tertutup oleh semak belukar dan berada didalam rimbunnya hutan. Penamaan Goa Lowo karena di goa ini dari zaman dahulu hingga saat ini dihuni oleh kelelawar yang dalam bahasa Jawa disebut *lowo*, bahkan hingga saat ini didalamnya masih tercium aroma khas kelelawar di beberapa titik gua. Meskipun ditemukan pada tahun 1931 tetapi pemerintah Kabupaten Trenggalek baru merencanakan Gua Lowo ini sebagai objek wisata pada tahun 1983.

Pada masa perencanaan ini, pemerintah Trenggalek mendatangkan ahli Geologi dari Bogor dan Perancis yang bernama Gilbert Manthovani dan Dr. Robert K Kho. Dari hasil penyusuran oleh kedua ahli ini, diketahui bahwa Gua Lowo ini memiliki panjang 2 KM, selain panjang Gua Lowo juga memiliki ruangan-ruangan yang begitu lebar. Setelah proses pengkajian selesai, pada tahun 1984 Gua Lowo resmi dibuka menjadi obyek wisata untuk masyarakat umum. Menurut Kepala Bidang Promosi Wisata dan Budaya Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Trenggalek, Suparlan, sesuai hasil penelitian ahli gua asal Prancis, Gilbert Mantovani dan Kingston Kho pada tahun 1985 lalu, Goa Lowo dinyatakan sebagai goa terbesar dan terpanjang se-Asia Tenggara.

Analisis Data

Penelitian dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada Wisatawan Goa Lowo Trenggalek pada bulan awal bulan Juni-September 2019 dengan ketentuan bahwa Wisatawan merupakan wisatawan domestik, minimal usia 15 tahun, telah menikmati wahana atau permainan dan telah menikmati fasilitas yang ditawarkan. Hal tersebut bertujuan untuk mendapatkan respon atau perasaan yang memang benar-benar dirasakan Wisatawan itu sendiri. Peneliti menyebarkan kuesioner langsung kepada Wisatawan dan menunggu sampai pengisian kuesioner selesai terjawab. Peneliti tidak menggunakan perantara orang lain untuk menyebarkan kuesioner, hal tersebut dilakukan untuk memastikan keakuratan pihak yang mengisi kuesioner tersebut ialah Wisatawan yang memenuhi ketentuan untuk mengisi kuesioner. Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X_1) dan fasilitas (X_2) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Wisatawan (Y). Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS 20 (*Statistical Product and Service Solution*) dan Microsoft Office Excel 2010.

Hasil Uji Validitas

Pada penelitian ini metode yang digunakan dalam uji validitas ialah korelasi *product moment*. Nilai r_{tabel} diperoleh dari rumus : $r_{\text{tabel}} (\alpha, n-2)$ dari *table product moment*. Pada uji validitas diketahui bahwa $\alpha = 5\%$, dan n adalah 100 yang merupakan jumlah responden.

Jadi $r_{\text{tabel}} (5\%, 100-2) = 0,1966$. Setiap item pertanyaan dapat dikatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (Kuncoro, 2001). Adapun uji validitas yang telah dilakukan menunjukkan bahwa r_{hitung} seluruh item pertanyaan untuk ketiga variabel lebih besar dari r_{tabel} . Sehingga seluruh item pertanyaan adalah valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini teknik yang digunakan dalam uji reliabilitas ialah *Cronbach's Alpha*. Untuk menentukan suatu instrumen reliabel atau tidak maka dapat menggunakan batas nilai Alpha 0,6. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel (Kuncoro, 2001). Adapun uji reliabilitas dari data Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Kepuasan Wisatawan seluruhnya menunjukkan nilai Cronbach's Alpha di atas 0,8. Maka seluruh instrumen tersebut dapat dinyatakan reliabel.

Deskripsi Responden

Pada penelitian ini karakteristik responden dikategorikan berdasarkan jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, tempat tinggal, dan jumlah kunjungan dalam kurun waktu satu tahun.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Komposisi responden berdasarkan jenis kelamin secara rinci diperlihatkan dalam tabel berikut :

Tabel 1.
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase %
Laki-laki	52	52
Perempuan	48	48
Total	100	100

Sumber : Data diolah

Berdasarkan Tabel 1 dapat terlihat bahwa jumlah responden yang paling besar ialah laki-laki dengan persentase 52%. Sedangkan persentase responden perempuan sebanyak 48%.

Dari hasil perbandingan yang tidak jauh tersebut terlihat bahwa jasa wisata yang ditawarkan tidak hanya diminati oleh Wisatawan laki-laki saja. Terlihat bahwa Wisatawan dengan jenis kelamin perempuan juga menyukai jasa wisata yang tergolong kegiatan yang dapat memacu adrenalin Wisatawan. Hal yang menjadi perbedaan proporsi laki-laki lebih besar daripada perempuan ialah tingkat tantangan dari jenis kegiatan *adventure* itu sendiri. Wisatawan dengan jenis kelamin laki-laki cenderung lebih berani mencoba kegiatan *adventure* atau wahana dengan tingkat tantangan yang lebih ekstrim dibandingkan Wisatawan berjenis kelamin perempuan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Komposisi responden berdasarkan usia secara rinci diperlihatkan dalam tabel 2. Berdasarkan Tabel 2 dapat terlihat bahwa sebagian besar responden berusia 15 - 25 tahun dengan persentase 52%, responden 26 - 35 tahun memiliki persentase 26%, responden 36 - 45 tahun memiliki persentase 21%, dan responden 46 - 55 tahun memiliki persentase terendah yaitu 1%.

Tabel 2.
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase %
15 - 25 tahun	52	52
26 - 35 tahun	26	26
36 - 45 tahun	21	21
46 - 55 tahun	1	1
Total	100	100

Sumber : Data diolah

Berdasarkan persentase perbedaan usia terlihat bahwa jasa paling besar bagi Wisatawan berusia muda. Hal tersebut dipengaruhi oleh rasa ingin tau dan keberanian Wisatawan berusia muda yang sangat kuat untuk mencoba pengalaman baru yang menawarkan petualangan yang menantang.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan Komposisi responden berdasarkan jenis pekerjaan secara rinci diperlihatkan dalam tabel berikut :

Tabel 3.
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase %
Pegawai Swasta	47	47
PNS	11	11
Wiraswasta	19	19
Pelajar	23	23
Total	100	100

Sumber : Data diolah

Berdasarkan Tabel 3 dapat terlihat bahwa jumlah responden terbesar ialah pegawai swasta dengan persentase 47%, responden pelajar dengan persentase 23%, responden wiraswasta dengan persentase 19%, dan responden terkecil ialah PNS dengan persentase 11%.

Berdasarkan persentase perbedaan jenis pekerjaan terlihat bahwa daya tarik yang paling besar bagi Wisatawan dengan jenis pekerjaan pegawai swasta dan pelajar. Biasanya pada akhir pekan terjadi penumpukan Wisatawan yang pada umumnya pelajar atau mahasiswa untuk menikmati akhir pekan dan kelompok pegawai swasta untuk melakukan *outbound training* sekaligus berlibur bersama.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal

Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal Komposisi responden berdasarkan tempat tinggal secara rinci diperlihatkan dalam tabel berikut :

Tabel 4.
Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal

Tempat Tinggal	Frekuensi	Persentase %
Kab. Trenggalek	78	78
Luar Kab. Trenggalek	22	22
Total	100	100

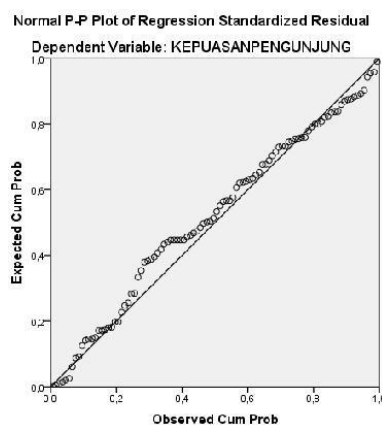
Sumber : Data diolah

Berdasarkan Tabel 4 dapat terlihat bahwa jumlah responden terbesar ialah Wisatawan yang bertempat tinggal di Guo Lowo Trenggalek dengan persentase 78%. Sedangkan Wisatawan yang bertempat tinggal di luar Guo Lowo Trenggalek memiliki persentase 22%.

Berdasarkan persentase perbedaan tempat tinggal terlihat bahwa memiliki daya tarik yang paling besar bagi Wisatawan yang bertempat tinggal di Guo Lowo Trenggalek, peneliti berpendapat bahwa banyak dikenal oleh wisatawan yang berasal dari luar Trenggalek. Selain itu melihat lokasi memungkinkan wisatawan untuk mempertimbangkan jarak waktu tempuh menuju lokasi. Sebagian besar wisatawan ingin mengoptimalkan waktu liburan dengan mengunjungi banyak objek wisata lainnya, karena minimnya waktu libur yang dimiliki. Wisatawan berpendapat bahwa jarak tempuh menuju lokasi serta minimnya waktu yang dimiliki menjadi kendala bagi wisatawan untuk menikmati indahnya Guo Lowo. Oleh karena itu wajar banyak Wisatawan yang baru pertama kali menikmati wahana serta kegiatan adventure yang ditawarkan setelah benar-benar memiliki waktu luang untuk berlibur.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas



Gambar 2.
P-Plot Uji Normalitas

Berdasarkan Gambar 2 dapat terlihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis dan mengikuti garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas (Kuncoro, 2001).

2. Uji Multikolinearitas

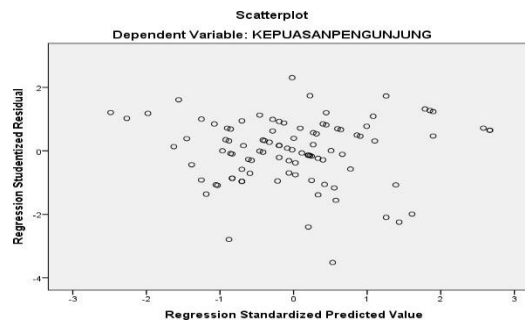
Tabel 5.
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
(Constant)	8,397	2,62			3,205	0,002		
PELAYANAN	0,223	0,071	0,341		3,144	0,002	0,551	1,815
FASILITAS	0,178	0,059	0,325		2,998	0,003	0,551	1,815

Dependent Variable: KEPUASANWISATAWAN

Dari Tabel 5 terlihat bahwa hasil output nilai tolerance sebesar 0,551 dan nilai VIF sebesar 1,815. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa antar variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas, hal tersebut dapat terlihat dari nilai tolerance tidak lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10 (Kuncoro, 2001).

3. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3.
Grafik Scatterplot

Gambar 3 di atas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak di sekitar sumbu 0 vertikal dan sumbu 0 horisontal. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam suatu model regresi (Kuncoro, 2001).

Uji t

Uji t dilakukan dengan menggunakan software SPSS 20.0 untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan Wisatawan dan pengaruh fasilitas terhadap kepuasan Wisatawan. Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dan nilai t_{tabel} dengan tingkat signifikan (α) dalam penelitian ini adalah 5%. Adapun hasil uji t ditampilkan pada tabel 6.

Tingkat signifikan (α) pada penelitian ini ialah 5% (0,05) dan derajat kebebasan (df) = $n - k - 1$. Berdasarkan tabel t pada $\alpha = 5\%$ diketahui bahwa nilai t_{tabel} dengan $df = 100 - 2 - 1 = 97$ ialah sebesar 1,661. Pada tabel 6, nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 3,144 > t_{tabel} sebesar 1,661 hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya dengan tingkat kesalahan 5%, ditemukan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan Wisatawan. Dan sebaliknya semakin buruk kualitas pelayanan, maka semakin rendah kepuasan yang dirasakan Wisatawan. Nilai t_{hitung} variabel fasilitas (X_2) sebesar 2,998 > t_{tabel} sebesar 1,661 hal tersebut menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya dengan tingkat kesalahan 5%, ditemukan bahwa semakin baik fasilitas yang diberikan, maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan Wisatawan. Dan sebaliknya semakin buruk kualitas fasilitas, maka semakin rendah kepuasan yang dirasakan Wisatawan. Berdasarkan nilai t_{hitung} diatas variabel Fasilitas (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan (Y). Berdasarkan Tabel 6 didapatkan hasil persamaan regresi $Y = 8,397 + 0,223X_1 + 0,178X_2$.

Tabel 6.
Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8,397	2,620		3,205	,002
PELAYANAN	,223	,071	,341	3,144	,002
FASILITAS	,178	,059	,325	2,998	,003

Dependent Variable: KEPUASAN WISATAWAN

Uji F

Uji F dilakukan dengan menggunakan software SPSS 20.0 untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan pengaruh fasilitas secara bersama-sama terhadap kepuasan Wisatawan Guo Lowo Trenggalek. Hasil pengujian uji tampak pada tabel 7.

Tabel 7.
Uji F ANOVA

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	405,264	2	202,632	28,590	,000 ^b
Residual	687,486	97	7,087		
Total	1092,750	99			

Dependent Variable: KEPUASANWISATAWAN

Predictors: (Constant), FASILITAS, PELAYANAN

Nilai F_{hitung} sebesar 28,5950 > F_{tabel} sebesar 3,090 hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan Wisatawan Guo Lowo Trenggalek.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X_1) dan fasilitas (X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu kepuasan Wisatawan (Y). Nilai koefisien determinasi dapat dilihat dari tabel di bawah.

Tabel 8.
Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,609 ^a	,371	,358	2,662

Predictors: (Constant), FASILITAS, PELAYANAN

Dari tabel 8 dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* (R^2) ialah 0,358. Hal tersebut menunjukkan bahwa sumbangan dari variabel bebas yaitu kualitas pelayanan

dan fasilitas berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu kepuasan wisatawan sebesar 37,1% sedangkan sisanya 62,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Pembahasan

Karakteristik Wisatawan Guo Lowo Trenggalek

Proporsi responden terbesar berdasarkan karakteristik jenis kelamin ialah Wisatawan dengan jenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 52%. Sedangkan proporsi Wisatawan dengan jenis kelamin perempuan sebesar 48%. Terlihat tidak jauh perbandingan jumlah proporsi antara laki-laki dan perempuan.

Proporsi responden terbesar Berdasarkan karakteristik berdasarkan usia ialah Wisatawan berusia 15-25 tahun yaitu sebesar 52%. Penulis berpendapat bahwa berbagai kegiatan yang ditawarkan oleh Guo Lowo merupakan daya tarik bagi Wisatawan berusia 15-25 tahun, hal tersebut dapat dipengaruhi oleh Wisatawan berusia muda memiliki rasa ingin tau yang kuat dan rasa keberanian yang kuat untuk mencoba tantangan baru dari setiap wahana atau kegiatan *adventure* yang ditawarkan.

Proporsi responden terbesar berdasarkan karakteristik jenis pekerjaan ialah Wisatawan dengan jenis pekerjaan pegawai swasta yaitu sebesar 47% dan pelajar 23%. Biasanya pada akhir pekan terjadi penumpukkan Wisatawan yang pada umumnya pelajar atau mahasiswa untuk menikmati akhir pekan dan kelompok pegawai swasta untuk melakukan outbound traning sekaligus berlibur bersama.

Proporsi responden terbesar berdasarkan karakteristik tempat tinggal ialah Wisatawan yang bertempat tinggal di Kabupaten Trenggalek yaitu sebesar 78%. Sedangkan proporsi Wisatawan yang bertempat tinggal di luar Kabupaten Trenggalek sebesar 22%. Penulis berpendapat bahwa jarak tempuh menuju lokasi wisata yang dapat dikatakan jauh menjadi pertimbangan dikarenakan Wisatawan yang bertempat tinggal di luar pulau Bali datang untuk memanfaatkan waktu liburan semaksimal mungkin.

Proporsi jumlah responden terbesar berdasarkan jumlah kunjungan yang diperoleh penulis ialah Wisatawan yang melakukan kunjungan pertama yaitu sebesar 71%. Banyaknya Wisatawan yang baru pertama kali melakukan kunjungan ke Guo Lowo dikarenakan waktu yang diperlukan untuk mencapai lokasi cukup memakan waktu perjalanan. Wisatawan berpendapat bahwa jarak tempuh menuju lokasi serta minimnya waktu yang dimiliki menjadi kendala bagi wisatawan untuk menikmati indahnya alam. Oleh karena itu wajar banyak Wisatawan yang baru pertama kali menikmati wahana serta kegiatan *adventure* yang ditawarkan Guo Lowo setelah memiliki waktu luang untuk berlibur.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin baik fasilitas yang diberikan maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan Wisatawan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik fasilitas yang diberikan , maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan Wisatawan. Dan sebaliknya semakin buruk kualitas fasilitas, maka semakin rendah kepuasan yang dirasakan Wisatawan. Hasil tersebut sesuai dengan teori Spillane (1994:67) fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang mendukung operasional obyek wisata sebagai pelengkap kebutuhan wisatawan. Fasilitas merupakan suatu bentuk kebendaan yang berfungsi untuk menambah nilai suatu layanan jasa, antara lain kebersihan, kerapian, kondisi dan fungsi fasilitas, kemudahan menggunakan fasilitas, dan kelengkapan fasilitas yang ditawarkan. Fasilitas yang disediakan untuk dipergunakan selama berada di objek wisata dapat mendukung

kenyamanan Wisatawan. Apabila perusahaan mampu memberikan fasilitas yang sesuai harapan Wisatawan maka Wisatawan tersebut akan merasa puas

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya oleh Penelitian terdahulu oleh Budiyo dan Yunus (2014) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya dengan semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan Wisatawan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan Wisatawan. Sebaliknya semakin buruk kualitas pelayanan, maka semakin rendah kepuasan yang dirasakan Wisatawan. Hasil tersebut sesuai dengan teori yang diungkapkan John J. Sviokla dalam Tjiptono (2012:157) bahwa kualitas pelayanan merupakan kontribusi keberhasilan suatu perusahaan yang mampu menciptakan persepsi positif dari konsumen serta mampu menghasilkan kepuasan. Persepsi Wisatawan muncul berdasarkan nilai yang dirasakan Wisatawan setelah menikmati layanan yang ditawarkan perusahaan. Dengan terpenuhinya kebutuhan Wisatawan, maka Wisatawan tersebut akan merasa diperhatikan dan dihargai. Wisatawan akan dapat menilai apakah mereka puas dengan upaya yang dilakukan perusahaan dalam memberikan pelayanan. Apabila Wisatawan merasa bahwa manfaat yang ia dapatkan sesuai dengan harapan yang dibanggunkannya, maka Wisatawan tersebut akan merasa puas. Semakin tinggi nilai yang dirasakan Wisatawan maka semakin besar kepuasan yang dirasakan Wisatawan.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya oleh Penelitian terdahulu oleh Budiyo dan Yunus (2014) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan Wisatawan. Artinya kualitas pelayanan dan fasilitas akan mempengaruhi kepuasan Wisatawan apabila difungsikan secara bersamaan.

Pencapaian kepuasan Wisatawan tidak terlepas dari bagaimana kualitas pelayanan dan fasilitas yang disediakan oleh perusahaan. Dimana pelayanan meliputi upaya atau tindakan penyedia layanan jasa sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan Wisatawan. Sedangkan fasilitas disediakan untuk menambah nilai dari sebuah layanan jasa. Jika melihat hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan Wisatawan, maka perusahaan harus mampu memberikan keseimbangan kualitas antara pelayanan dan fasilitas. Apabila hanya mengoptimalkan kualitas pelayanan saja tanpa memperhatikan kualitas fasilitas yang ditawarkan, maka Wisatawan akan merasa kebutuhannya belum terpenuhi. Dan sebaliknya Apabila hanya mengoptimalkan kualitas fasilitas saja tanpa memperhatikan kualitas pelayanan yang ditawarkan, maka Wisatawan akan merasa kebutuhannya belum terpenuhi. Oleh karena itu keseimbangan antara kualitas pelayanan dan fasilitas yang difungsikan secara bersamaan akan memberikan dampak terpenuhinya kebutuhan Wisatawan.

Dengan terpenuhinya kebutuhan Wisatawan, Ia akan dapat menilai apakah manfaat yang diterima sesuai dengan harapan yang dibangunnya. Hal tersebut sesuai dengan teori yang di ungkapkan Day dalam Tjiptono (2004:146) bahwa kepuasan konsumen merupakan respon evaluasi yang dirasakan atas harapan dan kinerja aktual atau manfaat yang dirasakan setelah menikmati layanan jasa. Harapan tersebut dibangun berdasarkan pengorbanan yang dikeluarkan Wisatawan untuk menikmati layanan jasa tersebut. Setelah Wisatawan menikmati layanan jasa, Ia akan menilai apakah manfaat yang diterima telah sesuai dengan pengorbanan yang dikeluarkan. Apabila manfaat yang diterima sama atau melebihi harapan yang dibangunnya maka Wisatawan akan merasa puas.

Berdasarkan paparan diatas dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan Wisatawan. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya oleh Rosita, *et. al.* (2016) dengan judul Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Taman Margasatwa Ragunan Jakart. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas wisata dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan Wisatawan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Baik fasilitas penunjang yang memadai ataupun pelayanan yang diberikan dengan baik kepada pengunjung mampu meningkatkan kepuasan pengunjung.
2. Perpaduan antara fasilitas penunjang yang memadai dan baiknya pelayanan yang diberikan kepada pengunjung akan dapat meningkatkan kepuasan pengunjung.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dapat penulis ajukan beberapa saran, yaitu :

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pengunjung seperti harga, pengorbanan waktu, dan jarak tempuh yang dilalui untuk mencapai lokasi wisata. Hal tersebut bertujuan agar penelitian yang dilakukan lebih bermanfaat bagi pengelola tempat wisata.

2. Bagi Pengelola Perusahaan

Menurut pengunjung kualitas pelayanan dan fasilitas yang ditawarkan Guo Lowo sudah termasuk tinggi. Hal ini terlihat dari skor rata-rata masing-masing variabel kualitas pelayanan dan fasilitas yang tergolong dalam interval tinggi. Dalam meningkatkan kepuasan pengunjung ada beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan bagi perusahaan :

- a. Terkait Kualitas Pelayanan

Diharapkan pengelola dapat menjaga item kualitas pelayanan yang sudah baik, yaitu dimensi *tangible*, *responsiveness*, dan *empathy*. Serta dapat meningkatkan kemampuan karyawan dalam memecahkan masalah pengunjung. Untuk meningkatkan kemampuan karyawan dalam memecahkan masalah pengunjung, perusahaan dapat mengadakan pelatihan simulasi interaksi karyawan dengan pengunjung.

- b. Terkait Fasilitas

Diharapkan pengelola dapat menjaga item fasilitas yang sudah baik yaitu

perencanaan ruang, perlengkapan, tata cahaya dan warna. Serta dapat menyediakan papan atau poster peringatan untuk menjaga kebersihan. Menyediakan papan atau poster tersebut akan mengingatkan pengunjung ikut serta menjaga kebersihan area wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananditya, A. D. dan Hidayat, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Wisata, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Goa Kreo Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(2), 8-106.
- Arianto, N. dan Muhammad, J. (2018). Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung pada Hotel Dharmawangsa. *Jurnal Ilmiah Semarak*, 1(1), 107-115.
- Detmuliati, A., Achnes, S., dan 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 Politik*, 2(1), 1-15.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2018). Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Bulanan Tahun 2018. Diperoleh dari <https://www.kemendparekraf.go.id/post/Data-Kunjungan-Wisatawan-Mancanegara-Bulanan-Tahun-2018>
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2010). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta: Erlangga,.
- Kotler, P dan Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta. Erlangga
- Kuncoro, A. (2001). *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Asumsi Klasik*, Cetakan Pertama. Bandung: Alfabeta.
- NN. (15 Juli 2020). Gua Lowo. *Wikipedia*. Diperoleh dari https://id.wikipedia.org/wiki/Gua_Lowo.
- Rosita, Marhanah, S., Wahadi, W. H. (2016). Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta.. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, 13(1), 61-72.
- Spillane, J. J. (1991). *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prosepeknnya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sugiyono (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset,.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2010). *Strategi Pemasaran*, Edisi 2. Yogyakarta: Andi Offset.
- Witrin, R., Meirina, I., dan Abrian, Y. (2014). Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Lamun Ombak Padang. *E-Journal Home Economic and Tourism*, 7(3), 1-13.
- Yunus dan Budiyo. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 3(12).
- World Economic Forum. (2019). The Travel & Tourism Competitiveness Report. Diperoleh dari http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf