



HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN SERTA DAMPAKNYA DENGAN LOYALITAS WISATAWAN: STUDI PADA DESA KOTA PARI, KECAMATAN PANTAI CERMIN, KABUPATEN SERDANG BEDAGAI

Husni Muharram Ritonga¹, Muhammad Isa Indrawan², Dian Septiana Sari³

Universitas Pembangunan Panca Budi
husnimuharram@dosen.pancabudi.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of service quality on tourist satisfaction and tourist loyalty in Kota Pari Village tourism, Pantai Cermin District, Serdang Bedagai Regency. This research is descriptive-verification type. The analytical method used is path analysis using PLS (Partial Least Square) software. The results showed that the quality of service in Kota Pari Village tourism had a significant positive and significant effect on tourist loyalty and tourist satisfaction, Meanwhile, tourist satisfaction in Kota Pari Village tourism had a positive and significant effect on tourist loyalty. In addition, the relationship between all research variables is positive, so the increasing tourist satisfaction will also increase the tourist loyalty, on the contrary, the decreasing tourist satisfaction will have an impact on the decreasing loyalty. This finding has been in accordance with the theory of customer loyalty in marketing books. So that the verification research that has been carried out has succeeded in verifying the loyalty theory in general.

Keywords: *Quality of Service, Tourist Satisfaction and Tourist Loyalty*

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah salah satu fenomena kebudayaan global yang dapat dipandang sebagai suatu sistem. Pariwisata terdiri atas tiga komponen yaitu wisatawan (*tourist*), elemen-elemen geografi (*geographical elements*) dan industri pariwisata (*tourism industry*). Wisatawan merupakan elemen atau komponen yang sangat penting dalam hal ini karena pariwisata pada hakikatnya adalah pengalaman manusia, sesuatu yang dinikmati, diantisipasi dan diingat sepanjang hidupnya. Dengan berkembangnya suatu usaha pariwisata di suatu daerah akan mendorong munculnya berbagai usaha-usaha penunjang lainnya seperti usaha perhotelan, restoran, souvenir dan sebagainya. Industri pariwisata merupakan salah satu industri terbesar dan merupakan sektor jasa dengan tingkat pertumbuhan yang paling pesat. Pariwisata merupakan suatu aktivitas baru yang relative bagi banyak daerah di Indonesia.

Industri pariwisata yang ada di Sumatera Utara sangat layak menjadi tujuan wisata. Kabupaten Serdang Bedagai termasuk kota yang mengalami perkembangan terutama dibidang sektor pembangunan dan sektor pariwisatanya. Memasuki era otonomi dan globalisasi pemerintah Kabupaten Serdang Bedagai berupaya membenahi kepariwisataan dari segala aspek dengan tujuan meraih tempat sebagai daerah tujuan wisata utama. Kabupaten Serdang Bedagai memiliki salah satu Desa yang dinamakan Desa Kota Pari. Desa tersebut dapat menjadi peluang bertumbuhnya wisatawan.

Sebagai salah satu objek wisata yang belum lama dikenal oleh banyak orang Desa Kota Pari dihadapkan pada tantangan bagaimana untuk menarik hati para wisatawan agar mau berkunjung. Untuk itulah setiap pelaku wisata harus terus memperbaiki fasilitas-fasilitas



yang ada. Pemerintah dan pelaku wisata harus bisa menyediakan berbagai fasilitas yang dibutuhkan wisatawan, dan disamping itu pihak-pihak yang terlibat dalam dunia pariwisata harus bisa memberikan pelayanan, selanjutnya setelah wisatawan puas diharapkan mereka dapat berkunjung lagi dan menceritakan kepada orang lain. Kualitas pelayanan sangat penting karena pelayanan dianggap mampu mempengaruhi minat masyarakat untuk berkunjung. Setiap pelaku wisata harus memiliki strategi dalam melayani pengunjung, dengan pelayanan terbaik, pengunjung akan merasa puas, sehingga pengunjung akan tetap setia.

Fenomena di lapangan menunjukkan indikasi bahwa wisatawan di Desa Kota Pari tidak memiliki loyalitas tinggi. Hal ini terlihat dari data lapangan yang menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan baru datang untuk pertama kali, mengingat bahwa pembelian ulang atau dalam pariwisata berupa kunjungan ulang menjadi parameter tingkat loyalitas wisatawan (Kertajaya, 2013 dan Tjiptono, 2015). Diduga, wisatawan yang tidak datang kembali merupakan bentuk ketidakpuasan terhadap pelayanan yang dilakukan pengelola. Sehingga, ketidakpuasan tersebut berdampak pada keengganan

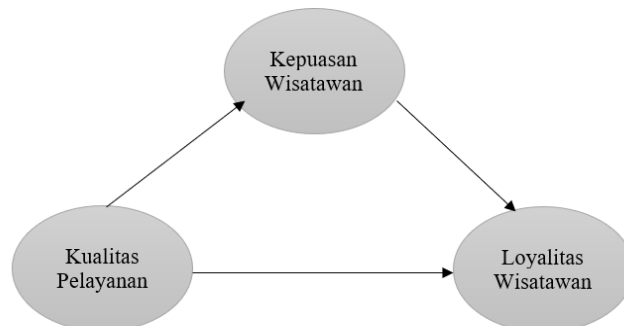
wisatawan untuk berkunjung kembali ke Desa Kota Pari.

Kepuasan adalah sebuah ekspresi rasa senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah melakukan perbandingan antara persepsi yang diharapkan pada kinerja atau hasil dari sesuatu produk/jasa dengan hasil yang diperoleh (HM. Ritonga, *et al*, 2018). Kepuasan wisatawan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dan Makens, 1999). Sedangkan kualitas sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Goetsch dan Davis, 2014). Menurut Kotler & Makens (1999) kualitas sebagai keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan dinyatakan atau tersirat. Sementara pelayanan adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi dan bersifat media penghubung antara satu pihak dengan pihak lain dengan maksud dan tujuan tertentu (Febriany, 2014).

Strategi bersaing pada bisnis pariwisata dewasa ini mutlak menuntut perhatian penuh para pengelola jasa pariwisata dalam mengelola kepuasan maupun ketidakpuasan. Pada dasarnya skema bisnis suatu perusahaan jasa wisata adalah menciptakan kepuasan pengunjung, dengan harapan wisatawan yang terpuaskan tersebut akan loyal, sehingga mampu memberi kontribusi keuntungan perusahaan yang berkelanjutan dalam jangka panjang. Banyak studi membuktikan bahwasemakin tinggi tingkat kepuasan akan semakinmeningkat loyalitas wisatawan berkunjung ke destinasi (Hermawan, 2017 dan Priyanto, 2016). Sehingga secara tidak langsung berkorelasi dengan tingkat keuntungan perusahaan, ketika pengunjung puas, maka mereka akan melakukan pembelian ulang pada produk yang ditawarkan perusahaan. Namun disisi lain, apabila tingkatkepuasan yang dirasakan pengunjung rendah, maka terdapat kemungkinan bahwa pengunjung tersebut akan berpindah kelayanan para pesaing.

Salah satu upaya strategik dalam menjaga kepuasan wisatawan dapat dilakukan dengan cara menjaga kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan tamu atau konsumen. Tingkat kepuasan tamu diperoleh dari perbandingan pelayanan yang nyata diterima pengunjung, dengan nilai kualitas yang sebelumnya diharapkan. Sehingga asumsi umum akan belaku “pelayanan yang baik adalah adalah

pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen” (Tjiptono, 2015). Pelayanan yang berkualitas sangat menentukan keberhasilan bisnis pariwisata. Pelayanan berkualitas dapat diwujudkan melalui sumber daya manusia yang kompeten untuk mewujudkan nilai-nilai dalam pelayanan prima, serta didukung sarana prasarana atau fasilitas yang memadahi.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber: Data Diolah Penulis, 2022

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam mengkaji fenomena pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas, dipilih metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan analisis kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas (Sugiyono, 2014). Sedangkan verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Metode ini juga digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis atau hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, terkait pengaruh atau bentuk hubungan kausal antara variabel penelitian. Metode verifikatif dalam penelitian ini bertujuan untuk, sebagai berikut:

- 1) Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di Desa Kota Pari.
- 2) Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas wisatawan di Desa Kota Pari.
- 3) Mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan wisatawan terhadap loyalitas wisatawan di Desa Kota Pari.

Penelitian telah dilakukan di Desa Kota Pari, Kecamatan Pantai Cermin, Kabupaten Serdang Bedagai. Teknik pencarian data digunakan adalah metode *probability sampling* kepada 65 responden secara acak. Instrumen yang digunakan adalah angket dengan *skala likert* 1 sampai 5 untuk mengukur tingkat persetujuan terhadap pernyataan yang diajukan peneliti. Sedangkan analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*) dengan alat bantu Software PLS (*Partial Least Square*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil Pengujian *Outer Model*

Evaluasi model pengukuran terdiri dari tiga tahap yaitu uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan dan uji reliabilitas komposit.



- 1) Uji Validitas Konvergen atau *Convergent Validity*
Pengujian validitas untuk indikator reflektif dapat dilakukan dengan menggunakan korelasi antara skor indikator dengan skor konstraknya. Pengukuran dengan indikator reflektif menunjukkan terdapat perubahan pada suatu indikator dalam suatu konstruk apabila indikator lain pada konstruk yang sama berubah. Menurut Ghozali (2018), suatu kolerasi dapat dikatakan memenuhi validitas konvergen apabila memiliki nilai loading sebesar lebih besar dari 0,7. *Output* menunjukkan bahwa *loading factor* memberikan nilai di atas nilai yang disarankan yaitu sebesar 0,7. Sehingga indikator-indikator yang dipergunakan dalam penelitian ini telah memenuhi validitas konvergen (*convergent validity*).
- 2) Uji Validitas Diskriminan atau *Discriminant Validity*
Pada indikator reflektif perlu dilakukan pengujian validitas diskriminan (*discriminant validity*) dengan membandingkan nilai pada tabel *cross loading*. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka hal ini menunjukkan bahwa konsruk laten memprediksi ukuran pada blok mereka lebih baik daripada ukuran blok lainnya (Ghozali, 2018). Metode lain untuk menilai *discriminant validity* adalah membandingkan nilai *square root of average variance extracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Jika nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik (Ghozali, 2018).
- 3) Uji Reliabilitas atau *Composite Reliability*
Menurut Sarwono dan Narimawati (2015: 18) menyatakan bahwa suatu variabel laten dapat dikatakan mempunyai realibilitas yang baik apabila nilai *composite reliability* lebih besar dari 0,7 dan nilai *Cronbach's alpha* lebih besar dari 0,7.

Tabel 1. Composite Reliability

Variabel	Reliability	Kriteria
Kualitas Pelayanan (KP)	0.915	Relibel
Kepuasan Wisatawan (KW)	0.866	Relibel
Loyalitas Wisatawan (LW)	0.821	Relibel

Sumber: Data Primer (Diolah SmartPLS 3, 2022)

Hasil dari analisis pengujian composite reliability menunjukkan bahwa semua konstruk telah mempunyai nilai yang sangat memuaskan, yaitu nilai dari masing-masing variabel berada di atas nilai minimum sebesar 0.60. berdasarkan nilai tersebut menunjukkan konsistensi dan stabilitas indikator yang digunakan dalam penelitian ini tinggi. Maka disimpulkan bahwa reliabilitas indikator masing-masing variabel terpenuhi.

Hasil Pengujian Inner Model

- 1) Koefisien determinasi (R^2)
Analisis inferensial dilakukan berdasarkan hasil uji model struktural yaitu inner model pada hasil pengujian *R Square* (R^2), sebagai berikut:

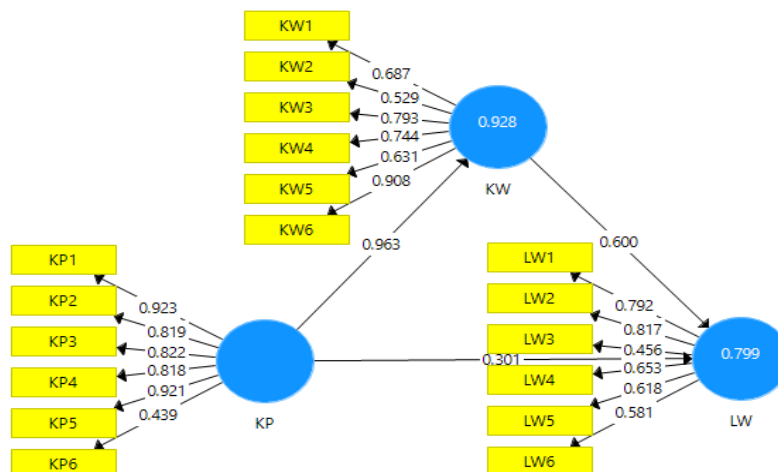
Tabel 2. Koefisien Determinasi (R^2)

Variabel	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
Kepuasan Wisatawan (KW)	0.928	0.927
Loyalitas Wisatawan (LW)	0.799	0.792

Sumber: Data Primer (Diolah SmartPLS 3, 2022)

Berdasarkan hasil pengujian analisis koefisien determinasi (R^2) diketahui bahwa:

- Variabel kualitas pelayanan mempengaruhi variabel kepuasan wisatawan sebesar 0.927 atau 92.7%. Sedangkan sisanya sebesar 7.3% dipengaruhi variabel lain diluar dari kualitas pelayanan.
- Variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan wisatawan bersama-sama mempengaruhi variabel loyalitas wisatawan sebesar 0.792 atau 79.2%. Sedangkan sisanya sebesar 20.8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari penelitian ini.
- Analisis Jalur (path analysis) ditujukan untuk melakukan analisis terhadap model penelitian dari suatu diagram yang menghubungkan antara variabel-variabel penelitian ini. Hasil analisis jalur pada penelitian ini dapat dilihat, sebagai berikut:



Gambar 2. Hasil Analisis Jalur

Sumber: Data Primer (Diolah SmartPLS 3, 2022)

Hasil analisis jalur dilakukan dengan menghitung pengaruh langsung (*Direct Effect*), pengaruh tidak langsung (*Indirect Effect*) dan pengaruh total (*Total Effect*). Berdasarkan koefisien jalur pada Tabel 2, dapat dibuat interpretasi sebagai berikut:

Pengaruh Langsung

- KP \rightarrow KW, pengaruh langsung variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan sebesar 0.963 atau 96.3%. Maka kesimpulannya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Desa Kota Pari.
- KP \rightarrow LW, pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas wisatawan sebesar 0.301 atau 30.1%. Maka kesimpulannya kualitas pelayanan



berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan di Desa Kota Pari.

3. $KW \rightarrow LW$, pengaruh kepuasan wisatawan terhadap loyalitas wisatawan sebesar 0.600 atau 60.0%. Maka kesimpulannya kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan di Desa Kota Pari.

Pengaruh Tidak Langsung

Pengaruh tidak langsung didapat dengan cara mengalikan besarnya pengaruh langsung masing-masing variabel independen terhadap intervening, dengan besar pengaruh variabel intervening terhadap variabel dependen, sebagai berikut:

1. $KP \rightarrow KW \rightarrow LW$, besarnya pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas wisatawan dengan intervening variabel kepuasan wisatawan adalah sebesar 0.578 atau 57.8%. Dengan hubungan positif dan signifikan, karena p value 0.000 jauh lebih kecil dari nilai alpha 0.05 pada taraf kepercayaan 95%. Sedangkan variabel kepuasan wisatawan berperan mengintervensi sebesar 0.963 atau 96.3% dalam menentukan pengaruh daya tarik wisatawan terhadap loyalitas wisatawan.

Pengaruh Total

Nilai pengaruh total dicari dengan cara menjumlahkan besarnya pengaruh langsung masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, dengan besarnya pengaruh tidak langsung (melewati intervening) dari masing-masing independen terhadap variabel dependen. Besarnya pengaruh total dari variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas wisatawan dengan kepuasan wisatawan adalah sebesar 0.879 atau 87.9%. Dengan hubungan positif dan signifikan, karena p value 0.000 jauh lebih kecil dari nilai alpha 0.05 pada taraf kepercayaan 95%. Sedangkan variabel kepuasan wisatawan berperan mengintervensi sebesar 0.963 atau 96.3% dalam menentukan pengaruh daya tarik wisatawan terhadap loyalitas wisatawan.

Pembahasan

Kualitas pelayanan di Desa Kota Pari, Kecamatan Pantai Cermin Kabupaten Serdang Bedagai memiliki penilaian baik dari wisatawan tersebut. Wisatawan mendapatkan tingkat kepuasan sangat baik. Kualitas pelayanan di Desa Kota Pari berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya (Hamzah & Hariyanto, 2015) dan penelitian (Priyanto, 2016). Selain itu korelasi hubungan antara variabel penelitian tersebut adalah positif. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola Desa Kota Pari terhadap wisatawan maka kepuasan wisatawan tersebut akan semakin meningkat. Sebaliknya bila semakin buruk kualitas pelayanan yang diberikan kepada wisatawan akan berdampak semakin rendahnya pengunjung.

Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan dan kepuasan wisatawan berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan. Maka semakin meningkatnya kualitas pelayanan akan meningkat pula loyalitas wisatawan, begitu juga bila kepuasan wisatawan meningkat akan meningkatkan loyalitas wisatawan. Penemuan ini sudah sesuai dengan teori loyalitas pelanggan dalam buku pemasaran, sehingga penelitian verifikasi yang telah dilakukan berhasil memberi verifikasi teori loyalitas secara umum.



KESIMPULAN

Kualitas pelayanan di Wisata Desa Kota Pari berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan, penemuan ini mendukung penelitian sebelumnya (Hamzah & Hariyanto, 2015) dan (Priyanto, 2016). Selain itu korelasi hubungan semua variabel penelitian tersebut adalah positif, maka semakin baiknya kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola wisata Desa Kota Pari maka akan semakin meningkat pula kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. Kualitas pelayanan di wisata Desa Kota Pari sudah diakui oleh wisatawan, namun tetap perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang ada. Karena dengan kualitas pelayanan yang baik, maka akan mudah suatu produk tersebut dikenal dan tertanam dibenak konsumen atau dalam hal ini pengunjung destinasi wisata. Kualitas pelayanan juga merupakan salah satu faktor yang terhubung dengan kepuasan pengunjung. Salah satu cara untuk mempertahankan kepuasan pengunjung yaitu dengan inovasi secara berkala tanpa menghilangkan ciri khas yang telah dimiliki oleh wisata Desa Kota Pari. Untuk meningkatkan loyalitas wisatawan Desa Kota Pari diharapkan lebih mampu meningkatkan fasilitas atau sarana rekreasi yang baru agar daya tarik wisatawan jauh lebih baik lagi. Wisata Desa Kota Pari diharapkan mampu mempertahankan kepuasan dan loyalitas wisatawan dengan mempertahankan eksistensinya di dunia kepariwisataan.

DAFTAR PUSTAKA

- Brahmanto, E., Hermawan, H., & Hamzah, F. (2017). Strategi Pengembangan Kampung Batu Malakasari sebagai Daya Tarik Wisata Minat Khusus.
- Inarxiv Febriany, C. D. K. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan di Cikole Jayagiri Resort Bandung. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Gendro, W. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0: Percetakan STIM YKPM*. Yogyakarta: Percetakan STIM YKPM.
- Ghozali, I. (2018). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goetsch, D. L., & Davis, S. B. (2014). *Quality Management for Organizational Excellence*. Pearson Upper Saddle River, NJ.
- Hamzah, F., & Hariyanto, O. I. B. (2015). Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Loyalitas Tamu Menginap di Sumber Alam Resort Garut. *Jurnal Pariwisata*, 2(2), 89–97.
- Hermawan, H. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Wisatawan: Studi Community Based Tourism di Gunung Api Purba Nglanggeran. *Wahana Informasi Pariwisata : Media Wisata*, 15(1), 562–577.
- Irawan, C. (2012). *Secangkir Kopi untuk Sahabat Customer*. Jakarta: Prima grafika. Kertajaya,
- Kertajaya, H. (2013). *Tourism Marketing 3.0*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Makens, J. C. (1999). *Marketing for Hospitality and Tourism*, 5/e. Pearson Education India.
- Priyanto, R. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung Saung Angklung Udjo. *Jurnal Pariwisata*, 3(1), 29–40.
- Selang, C. A. D. (2013). Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3).



Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.