

Kontribusi Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Ranu Bedali Kecamatan Ranuyoso Kabupaten Lumajang

Susantika¹, Nawangsih², Ninik Lukiana³

STIE Widya Gama Lumajang¹²³

Email: susantikasusantika5@gmail.com

Email: lovinawang@gmail.com

Email: ibundaninik@gmail.com

INFO ARTIKEL

Volume 2

Nomor 1

Bulan September

Tahun 2019

Halaman 76-80

ABSTRAK

Indonesia merupakan daerah pariwisata yang kaya akan berbagai wisata alam. Keberagaman di wisata Indonesia menjadi *icon* tersendiri didalamnya promosi wisata baik kalangan wisatawan lokal. Perkembangan pariwisata dari segi promosinya, gencar dilakukan di berbagai daerah, mengingat pariwisata memberikan kontribusi terhadap pendapatan daerah. Wisata merupakan kegiatan wisata perjalanan yang untuk dilakukan oleh manusia baik secara perorangan maupun kelompok untuk mengunjungi destinasi wisata alam dengan tujuannya untuk rekreasi, dan mempelajari keunikan daerah wisata alam dalam kurun waktu yang sangat singkat atau sementara waktu. Permasalahan penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh yang signifikan variabel Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Berkunjung Wisatawan di obyek wisata Ranu Bedali baik secara simultan maupun parsial. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, dengan teknik *Non Probability Sampling* teknik pengambilan sampel yang dipilih yaitu *Sampling Insidental* kepada 60 responden pada wisatawan atau pengunjung yang berkunjung ke obyek wisata Ranu Bedali Kecamatan Ranuyoso Kabupaten Lumajang. Fungsi regresi linier berganda yang dihasilkan adalah $Y = 11,371 + 0,263 + 0,372$. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 33,6% kepuasan berkunjung dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan promosi, sedangkan sisanya yaitu 66,4% kepuasan berkunjung yang disumbangkan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Promosi secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Berkunjung Wisatawan, sedangkan secara parsial promosi lebih dominan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Berkunjung wisatawan di obyek wisata Ranu Bedali Kecamatan Ranuyoso Kabupaten Lumajang.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Promosi, Kepuasan Berkunjung

ABSTRACT

Indonesia is a tourism area that is rich in various natural attractions. Diversity in Indonesian tourism becomes its own icon in the promotion of good tourism among local tourists. The development of tourism in terms of promotion, is intensively carried out in various regions, considering tourism contributes to regional income. Tourism is a travel activity that is carried out by humans both individually and in groups to visit natural tourist destinations with a purpose for recreation, and to study the uniqueness of natural tourist areas in a very short or temporary period. The problem of this research is whether there is a significant effect of variable Quality of Service and Promotion on Visiting Satisfaction of Tourists in Ranu Bedali attractions both simultaneously and partially. This research is a type of quantitative research. The technique of collecting data using a questionnaire, with the Non Probability Sampling technique of sampling

chosen is Incidental Sampling to 60 respondents to tourists or visitors who visit the tourist attraction Ranu Bedali Ranuyoso District Lumajang Regency. The resulting multiple linear regression function is $Y = 11,371 + 0,263 + 0,372$. The results of the coefficient of determination indicate that 33.6% of visiting satisfaction can be explained by independent variables, namely service quality and promotion, while the remainder is 66.4% visiting satisfaction contributed by other variables not examined in this study. The results of this study shows that Service Quality and Promotion simultaneously influence Tourist Visit Satisfaction, while partially promotion is more dominantly influencing significantly on Visiting Satisfaction of tourists in Ranu Bedali tourism object, Ranuyoso District, Lumajang Regency.

Keywords: Service Quality, Promotion, Visit Satisfaction

PENDAHULUAN

Indonesia daerah pariwisata yang kaya berbagai wisata alam. Keberagaman di wisata Indonesia menjadi *icon* didalamnya promosi wisata baik kalangan wisatawan lokal. Perkembangan pariwisata dari segi promosinya, gencar dilakukan, mengingat pariwisata memberikan kontribusi terhadap pendapatan daerah. Perkembangan dan persaingan dibidang pariwisata semakin meluas. Aktivitas wisata merupakan kegiatan untuk menghilangkan kepenatan dan stress dari rutinitas sehari-hari seperti bekerja dan belajar secara berkelanjutan menyebabkan perasaan lelah atau bosan. Kesadaran dan kebutuhan berwisata dirasakan untuk masyarakat sekitar, rasa puas dirasakan oleh masyarakat dari panca indra dan perasaan senang akan menghilangkan dan melupakan sejenak rasa lelah, beban masalah sedang dihadapi, bahkan kepuasan dapat diraih setelah menikmati atau melihat pemandangan wisata alam yang indah. Strategi untuk meningkatkan kepuasan pengunjung diantaranya kualitas pelayanan, promosi.

Kualitas pelayanan ialah perspektif konsumen dalam jangka panjang merupakan transfer jasa evaluasi kognitif. Pelayanan harus memperlihatkan tentang keinginan kebutuhan konsumen karena jasa disarankan langsung kepada konsumen segera mendapatkan penilaian sesuai dan tidak sesuai penilaian harapan konsumen.

Kualitas pelayanan bagi sebuah tempat wisata menjadi hal yang penting, karena layanan yang maksimal berdasarkan Lovelock (2002:87). Promosi merupakan unsur-unsur didalam bauran pemasaran perusahaan yang hanya didayagunakan untuk membujuk, memberitahukan dan mengingatkan tentang produk perusahaan.

Promosi sering dijadikan ujung tombak pada bauran pemasaran, apabila promosi berhasil maka akan mendatangkan pendapatan yang lebih pada perusahaan (Danang, 2015:151).

Kotler dan Keller (2012) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan kecewa, senang dirasakan oleh seseorang muncul dan membandingkan antara kinerja, hasil produk terhadap kinerja, hasil yang diharapkannya.

Kepuasan konsumen ialah perasaan senang, kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan dengan harapan dimiliki oleh konsumen. Jika barang, jasa yang dibeli oleh konsumen sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen puas. (Priansa, 2017:196).

Berikut ada beberapa Penelitian terdahulu yang relevan penelitian yang dilakukan antara lain adalah: Faris L. Lumentut, Indrie Palandeng (2014), dengan judul penelitian "Fasilitas, *Services cape*, dan Kualitas Pelayanan, Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen Mcdonald's Manado". Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial fasilitas, *servicescape*, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian dari Cici Safitasari, Ida Maftukhah (2017), dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan Melalui Keputusan Pengunjung di obyek wisata Taman Reptil Sanggaluri Park". Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan, promosi dan citra destinasi pengaruh secara langsung adalah diterima secara signifikan.

Penelitian dari Rini Afrianti, Zulkifli (2017), dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Citra Laundry Kota Pariaman" Hasil pengujian secara parsial menunjukan variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu kualitas layanan signifikan dan lokasi tidak mempengaruhi signifikan dan terhadap kepuasan pelanggan pada Citra Laundry Kota Pariaman. penelitian yang dilakukan pada saat ini berlokasi di Ranu Bedali, Kecamatan Ranuyoso, Kabupaten Lumajang, memiliki keunikan destinasi wisata alam dengan adanya ranu, danau dan panorama alam yang indah, yang berbeda dengan tempat lain.

Tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut : (1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara signifikan terhadap kepuasan berkunjung di wisata Ranu Bedali Kecamatan Ranuyoso Kabupaten Lumajang. (2) Untuk mengetahui pengaruh promosi secara signifikan terhadap kepuasan berkunjung di wisata Ranu Bedali Kecamatan Ranuyoso Kabupaten Lumajang. (3) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi

secara simultan signifikan terhadap kepuasan berkunjung di wisata Ranu Bedali Kecamatan Ranuyoso Kabupaten Lumajang.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif suatu metode yang menguji teori tertentu dengan meneliti hubungan antar variabel. Variabel diukur sehingga data terdiri dari angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik (Noor, 2011:38). Untuk menganalisis variabel independen yang terdiri dari variabel kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan berkunjung.

Populasi penelitian adalah wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Ranu Bedali Kecamatan Ranuyoso Kabupaten Lumajang, berdasarkan data dari dinas pariwisata sejumlah 500 wisatawan domestik. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 60 responden dari jumlah populasi 500 wisatawan dengan diambil secara *Non Probability Sampling*, karena pengambilan sampel di penelitian ini tidak memberi kesempatan bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan teknik yang dipilih yaitu *Sampling Insidental*.

Teknik analisis data yang digunakan adalah Pengujian Asumsi Dasar Linear Berganda, Uji Asumsi Klasik, terdiri dari : Pengujian Normalitas Data, Pengujian Multikolinieritas, Pengujian Heteroskedastisitas, Pengujian Hipotesis terdiri dari : Uji t (Parsial), Uji F (Uji Simultan), Koefisien Determinasi (R^2)

HASIL DAN PEMBAHASAN (Times New Roman, 10pt, Bold)

Besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat digambarkan oleh Tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Data

Model	R	t	sig.
Kualitas Pelayanan	0,336	1.729	0,089
Promosi		2.290	0,026

Sumber: Data diolah 2019

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Berkunjung

Hasil uji t untuk variabel X_1 yaitu kualitas pelayanan diperoleh nilai $t_{hitung} = 1,729$ dengan nilai signifikansi 0,089. Batas signifikansi sebesar 5% atau 0,05 diperoleh t_{tabel} sebesar $\pm 2,00172$. Ini berarti $t_{hitung} (1,729) \leq t_{tabel} (2,00172)$ yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. tingkat signifikansi 0,089 yang berada atas batas signifikansi 0,05. Maka hasil penelitian menunjukkan tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap kepuasan berkunjung wisatawan di obyek wisata Ranu Bedali Kecamatan Ranuyoso Kabupaten Lumajang.

Kualitas pelayanan adalah ketidaksesuaian antara apa yang di harapan oleh konsumen dan persepsi konsumen (Catur, Sulistiyowati, dan Khamin, 2015:14). hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji parsial (uji t) variabel Kualitas Pelayanan (X_1) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Berkunjung di obyek wisata Ranu Bedali Kecamatan Ranuyoso Kabupaten Lumajang. faktor penyebab kualitas pelayanan tidak berpengaruh, antara lain : karena pelayanan yang ada pada wisata Ranu Bedali tidak memuaskan, para wisatawan yang berkunjung mengakui adanya ketidaknyamanan sebab pengunjung tidak begitu diperhatikan oleh pelayan di Ranu Bedali, dan banyaknya sampah membuat pengunjung tidak nyaman atau risih sehingga wisatawan merasakan tidak puas berkunjung di Ranu Bedali.

Hal ini sependapat dengan hasil penelitian dari Sulistyan et al., (2017) dan Nurul Qomariah tahun (2012) hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan berkunjung. Dan penelitian dari Richa Mega Puspita dan Singgih Santoso tahun (2018) hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan berkunjung.

Implikasi hasil penelitian yang dilakukan secara teoritis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan adalah adanya ketidaksesuaian antara harapan dan persepsi konsumen, pada lokasi penelitian di obyek wisata Ranu Bedali menunjukkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh, hal ini berarti pada penerapannya terjadi ketidaksesuaian dimana kualitas pelayanan yang diberikan bukan menjadi faktor utama yang penting bagi wisatawan ketika berkunjung atau dengan kata lain persepsi yang diberikan tidak sebanding dengan kenyataan atau sebaliknya.

Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Berkunjung

Hasil uji t untuk variabel X_2 yaitu promosi diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,290$ dan nilai signifikansi 0,026. dengan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh t_{tabel} sebesar $\pm 2,00172$. Ini berarti $t_{hitung} (2,290) \geq t_{tabel} (2,00172)$ yang berarti H_a diterima dan H_0 ditolak. Dengan tingkat signifikansi 0,026 yang berada dibawah batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Promosi yang signifikansi Kepuasan Berkunjung di obyek wisata Ranu Bedali Kecamatan Ranuyoso Kabupaten Lumajang.

Promosi Menurut Cannon, Perreault dan McCarthy, (2009:69), promosi (*promotion*) merupakan mengomunikasikan dan menginformasikan antara pembeli dan penjual potensial atau orang lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Hasil uji parsial (uji t) untuk variabel (X_2) maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Promosi yang signifikansi Kepuasan Berkunjung di obyek wisata Ranu Bedali Kecamatan Ranuyoso Kabupaten Lumajang.

Hasil penelitian ini sependapat dengan hasil penelitian Bagus Handoko tahun (2017) dan Stela Sangkaeng, Lisbeth Mananeke dan Sem G Oroh tahun (2015) hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Promosi Berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Berkunjung.

Implikasi hasil penelitian yang dilakukan secara teoritis menunjukkan bahwa promosi merupakan mengomunikasikan dan menginformasikan antara pembeli dan penjual potensial atau orang lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku pada lokasi penelitian di obyek wisata Ranu Bedali menunjukkan promosi berpengaruh, hal ini berarti pada penerapannya promosi yang dilakukan mampu mengkomunikasikan atau memberikan informasi secara lengkap dan jelas sehingga menarik wisatawan untuk berkunjung ke lokasi tersebut.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Berkunjung

Hasil perhitungan menggunakan program SPSS 16 menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,336, hal ini berarti 33,6% kepuasan pengunjung di obyek wisata Ranu Bedali Kecamatan Ranuyoso Kabupaten Lumajang dipengaruhi oleh variabel independen yaitu kualitas pelayanan, promosi sedangkan 66,4% kepuasan pengunjung di obyek wisata Ranu Bedali Kecamatan Ranuyoso Kabupaten Lumajang.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang di harapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang (Kotler dan Keller 2012 dalam Juni, 2017:196).

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan berkunjung di obyek wisata Ranu Bedali Kecamatan Ranuyoso Kabupaten Lumajang. Hasil ini sependapat dengan hasil penelitian Faine Phoebby Ruusen, Adolfini dan Imelda Ogi tahun (2014) dan Cici Safitasari dan Ida Maftukhah tahun (2017) hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung.

Hal ini berarti kedua variabel kualitas pelayanan dan promosi dapat meningkatkan kepuasan berkunjung. Pengunjung memutuskan memilih obyek wisata Ranu Bedali karena adanya kualitas pelayanan dan promosi yang sangat baik untuk di kunjungi para wisatawan. Secara bersama-sama.

Implikasi hasil penelitian yang dilakukan secara teoritis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan berkunjung adalah adanya kesesuaian antara harapan dan persepsi konsumen, dengan didukung kegiatan komunikasi yang intensif, dengan memberikan informasi yang jelas dan akurat, pada lokasi penelitian di obyek wisata ranu bedali menunjukkan bahwa kedua variabel yakni kualitas pelayanan dan promosi secara simultan atau bersama berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, hal ini berarti pada penerapan di lapangan apabila kualitas pelayanan dan promosi bisa dilaksanakan secara maksimal maka mampu meningkatkan keputusan wisatawan berkunjung ke lokasi obyek wisata Ranu Bedali.

KESIMPULAN

Kualitas pelayanan terhadap kepuasan berkunjung menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan berkunjung pada obyek wisata Ranu Bedali Kecamatan Ranuyoso Kabupaten Lumajang. Promosi terhadap kepuasan berkunjung menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan berkunjung pada obyek wisata Ranu Bedali Kecamatan Ranuyoso Kabupaten Lumajang. Kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan berkunjung menunjukkan bahwa secara simultan dan signifikan kualitas pelayanan dan promosi mempunyai pengaruh terhadap kepuasan berkunjung pada obyek wisata Ranu Bedali Kecamatan Ranuyoso Kabupaten Lumajang.

Dari hasil tersebut juga dapat diketahui bahwa secara parsial yang memiliki pengaruh terbesar terhadap Kepuasan Berkunjung adalah variabel Promosi. Sedangkan variabel Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Berkunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianti, R., & Zulkifli. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Citra Laundry Kota Pariaman. *MENARA*, *XI*(78), 152-166.
- Cannon, Perreaul, & Mccarthy. (2009). *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global*. Jakarta: Salemba Empat.
- Faine P. Ruusen., Adolfini., I. Ogi. (2014). Kualitas Pelayanan, Promosi dan *After Sales Service* Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda PT. Nusantara Surya Sakti di Amurang. *EMBA*, *3*(2), 1603-1613.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, *18* (1), 61-72.
- Indrasari, N. (2011). Pengaruh Cita Rasa, Nilai Gizi dan Variasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada YES DELIVERY di Plosokandang Tulungagung. *Simki-Economic*, *1*(7), 1-13.
- Lovelock, C., Wirtz, J., & Mussry, J. (2002). *Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi)*. Jakarta: Erlangga.

- Lumentut, F. L., & Palandeng, I. D. (2014). Fasilitas, Servicescape, dan Kualitas Pelayanan, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Mcdonald's Manado. *EMBA*, 2(3), 126-136.
- Priansa, D. J. (2017a). *Manajemen Pelayanan Prima, Fokus pada Organisasi Bisnis dan Peningkatan Kualitas Aparatur*. Bandung: Alfabeta.
- Qomariah, N. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Study pada Universitas Muhammadiyah di Jawa Timur). *Aplikasi Manajemen*, 10(1), 177-187.
- Runtunuwu, J. G., Oroh, S., & Taroreh, R. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado. *EMBA*, 2(3), 1803-1813.
- Safitasari, C., & Maftukhah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Melalui Keputusan Pengunjung. *Management Analysis Journal*, 6(3), 311-319.
- Santoso, S., & Puspita, M. R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Pendukung Terhadap Kepuasan Pelanggan Stasiun Lempuyangan Yogyakarta. *Eksis*, 13(1), 69-80.
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Jakarta: CAPS.
- Sulistyan, R. B., Pradesa, H. A., & Kasim, K. T. (2017). Peran Mediasi Kepuasan dalam Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Institusi terhadap Retensi Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Lumajang). *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi WIGA*, 7, 77-87.
- Wahyuni, H. C., Sulistyowati, W., & Khamim, M. (2015). *Pengendalian Kualitas (Aplikasi pada Industri Jasa dan Manufaktur)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.