

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Berkunjung Ke Lokasi Wisata Cimory

Jakarias Rian Rimpasa¹, Lasmono Tri Sunaryanto²¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana²Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana

*Email: riansaba97@gmail.com

Abstract

Tourist satisfaction in visiting Cimory Bawen tourist sites needs to be increased by providing tourist attractions, good service quality and product quality from these tours. The purpose of this study was to determine the factors that influence the satisfaction of tourists visiting Cimory Bawen tourist sites. This research was conducted at the Cimory Bawen Tourism Site, Jalan Raya Soekarno Hatta, Km.30, Bergas, Jatijajar, Semarang. This type of research is a quantitative research. Source of data using primary data. Sampling technique with accidental sampling. The number of samples is 40 people. Data analysis method using classical assumption test, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing with simultaneous test (F-test) and partial test (t-test) using SPSS software. The results showed that attractiveness, service quality and product quality affect the satisfaction of tourists visiting Cimory Bawen tourist sites.

Keywords : *Attractiveness, Service Quality, Product Quality, Tourist Satisfaction*

1. Pendahuluan

Pembangunan ekonomi daerah, terutama di lingkup Pemerintah Kota, merupakan langkah awal dalam melaksanakan program pembangunan. Hal ini diharapkan dapat membantu daerah tersebut untuk lebih memahami potensi dan kebutuhan yang dimilikinya. Menurut Kuncoro (2015), pembangunan ekonomi daerah merupakan suatu proses kolaboratif antara pemerintah daerah dan seluruh masyarakatnya dalam mengelola sumber daya yang tersedia, membentuk kemitraan, menciptakan lapangan kerja baru, serta merangsang kegiatan ekonomi di wilayah tersebut untuk mencapai tujuan bersama. Otonomi daerah memberikan kesempatan yang baik bagi pemerintah daerah untuk menunjukkan kemampuannya dalam melaksanakan kewenangan yang menjadi hak daerah sesuai dengan UU Pemerintah Daerah. Kemajuan suatu daerah sangat tergantung pada kemampuan dan kemauan pemerintah daerah untuk menjalankan

tugas-tugas tersebut. Oleh karena itu, pemerintah daerah perlu bersikap kreatif dan inovatif dalam membangun wilayahnya dengan tetap memperhatikan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pariwisata berperan penting dalam perekonomian suatu negara. Kepariwisata Indonesia mempunyai dampak positif yang luar biasa dalam menggerakkan perekonomian nasional di masa depan (Magdalena, 2013). Keberadaan pariwisata di suatu negara, terutama di wilayah objek wisata, dapat memberikan pemasukan bagi pemerintah daerah dari pendapatan yang dihasilkan oleh setiap objek wisata. Selain itu, pariwisata juga menjadi kebutuhan bagi setiap individu karena dapat membantu mengurangi kejenuhan kerja, memberikan relaksasi, kesempatan untuk berbelanja, melakukan bisnis, serta mengetahui peninggalan sejarah dan budaya dari suatu etnis tertentu. Bagi masyarakat yang tinggal di lokasi wisata dapat memunculkan daya kreatif untuk

menghasilkan produk yang memiliki nilai jual dan menghasilkan pendapatan keluarga.

Pariwisata merupakan upaya untuk memperkenalkan keunikan dan kekhasan alam dan budaya suatu daerah tempat tujuan wisata. Dalam hal budaya, kegiatan pariwisata dapat membantu melestarikan budaya yang ada di wilayah tersebut. Dari segi perekonomian, pariwisata juga dapat menjadi sumber pendapatan bagi suatu daerah melalui pungutan pajak, retribusi parkir, dan penjualan tiket dari para wisatawan domestik dan mancanegara. Hadirnya pariwisata disuatu tempat dapat meningkatkan pendapatan masyarakat setempat, melalui usaha berjualan makanan, souvenir dan menyediakan tempat akomodasi bagi wisatawan (Nuriata, 2014).

Untuk mengisi waktu luang atau senggang, ada berbagai kegiatan yang dapat dilakukan, salah satunya adalah pariwisata. Oleh karena itu, perlu dirancang kegiatan pariwisata yang menarik minat wisatawan. Kesuksesan pariwisata bergantung pada keterpaduan antara berbagai fasilitas yang saling mendukung dan berkesinambungan. Beberapa komponen penting dalam pariwisata meliputi sarana transportasi, akomodasi, makanan dan minuman, objek dan atraksi pariwisata, serta hiburan.

Pariwisata Indonesia adalah sumber devisa yang sangat potensial untuk dikembangkan mengingat Indonesia memiliki beraneka ragam budaya dan alam yang indah. Pengelolaan pariwisata yang baik dan menarik akan mengundang banyak wisatawan domestik maupun mancanegara untuk berkunjung dan membelanjakan uang mereka. Objek kepariwisataan merupakan suatu daya tarik yang ditawarkan oleh perusahaan atau perorangan kepada para wisatawan yang datang untuk mengunjungi dan menikmatinya. Dalam memenuhi kepuasan konsumen, pengelola perusahaan produk dan jasa harus memberikan pelayanan yang baik. Persaingan yang sangat ketat antara pengelola produk dan jasa membutuhkan adanya kreatifitas, dan promosi dari produk dan jasa pariwisatanya, terutama yang mampu memikat kehadiran para wisatawan (Nuriata, 2014).

Kualitas pelayanan merupakan hal utama yang harus diperhatikan pengelola atau pihak yang bertugas terutama dalam memberikan

pelayanan kepada wisatawan. Pengelola dan petugas harus memahami bahwa wisatawan merupakan faktor penunjang kesuksesan suatu objek wisata. Oleh sebab itu, pengelola dan petugas harus memposisikan wisatawan sebagai aset yang paling berharga.

Banyaknya objek wisata saat ini menimbulkan persaingan yang ketat, sehingga diperlukan, mempertahankan kualitas objek wisata dan pelayanan yang dilakukan oleh pengelola dan petugas. Dalam hal ini jaminan kualitas dan pelayanan menjadi prioritas utama bagi setiap objek wisata. Untuk mengukur kualitas objek wisata, terdapat lima dimensi yang dapat digunakan, yaitu: 1) rasa aman bagi pengunjung atas situasi dan kondisi selama berwisata, 2) rasa nyaman bagi pengunjung selama berekreasi, 3) kualitas penyajian informasi di suatu daerah wisata, 4) kelengkapan fasilitas pendukung (tempat duduk, toilet, tempat makan) di lokasi wisata, dan 5) tingkat keterampilan petugas dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung.

Cimory adalah singkatan dari Cisarua Mountain Dairy yang didirikan oleh Budi Sutantio untuk mengumpulkan susu sapi dari peternak Cisarua. Selain itu, perusahaan telah memperluas bisnisnya menjadi agrowisata dan restoran dengan empat outlet, termasuk Cimory Mountain View, Cimory Riverside View, Cimory Valley View Bawen, dan Cimory di Jogjakarta. Outlet Cimory di Bawen sering menjadi favorit pengunjung karena memiliki lokasi agrowisata yang menarik untuk berfoto dan juga outlet terbesar. Di Cimory Farm atau Cimory Valley View yang berada di Semarang, pengunjung dapat menikmati suasana unik dan mengunjungi Pabrik Susu sekaligus Agrowisata. Selain itu, pengunjung juga dapat mencoba produk yogurt unggulan dari Cimory serta menikmati spot fotogenik. Cimory juga menjual berbagai produk seperti susu segar, yogurt dengan berbagai rasa, snack khas Semarang, sosis buatan Cimory, coklat Chocomory, cemilan berkualitas premium, serta boneka sapi lucu (miniature sapi).

Cimory Bawen menyediakan Agrowisata mini dengan harga tiket sebesar Rp. 10.000,-- per orang. Para pengunjung dapat menikmati keindahan berbagai jenis tanaman seperti cabe dan sirsak, serta melihat sapi, kelinci, ayam, dan

burung merak. Tiket tersebut juga dapat ditukar dengan susu sapi dan susu kedelai. Selain itu, Cimory Bawen memiliki wahana edukasi yaitu Playground, namun persyaratan kunjungan minimum adalah 25 orang atau lebih pengunjung. Ketika berkunjung ke Playground, para pengunjung akan diajak masuk ke dalam pabrik susu. Cimory Bawen memiliki restoran tiga lantai yang menyajikan berbagai produk olahan susu sapi, keju, sosis, yogurt, dan daging sapi. Harga untuk minuman berkisar antara Rp. 9.000,- hingga Rp. 25.000,-, sedangkan untuk makanan berkisar antara Rp. 25.000,- hingga Rp. 50.000,- per porsi. Cimory Bawen terletak di Jalan Raya Soekarno Hatta Km. 30, Bergas, Jatijajar, Semarang. Sumber: <https://travelingyuk.com/susu-cimory/33203> (diakses pada 01:48, 28 Juni 2020).

Dalam konteks latar belakang tersebut, dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut: 1) Apa pengaruh faktor daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan? 2) Apa pengaruh faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan? 3) Apa pengaruh faktor kualitas produk terhadap kepuasan wisatawan? Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi pengaruh faktor daya tarik wisata, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan wisatawan.

2. Kerangka Teori Kepuasan Wisatawan

Menurut Day dan Wilton dalam Tjiptono (2017), kepuasan pelanggan adalah tanggapan pelanggan terhadap evaluasi ketidaksiesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (standar kinerja yang diharapkan) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah digunakan. Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Dalam kutipan Lopes et al. (2015), kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau pengalaman pelanggan dengan kinerja atau harapan yang diharapkan. Apabila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa puas, namun jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas. Purwoko (2016) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat

dilihat dari tingkat penerimaan pelanggan terhadap produk atau layanan yang diberikan. Sudiarta dan Suardana (2014) mengutip Gaspersz bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan ekspektasi pelanggan meliputi kebutuhan dan keinginan yang dirasakan oleh pelanggan saat melakukan transaksi dengan produsen jasa. Salah satu teori yang paling dikenal mengenai kepuasan pelanggan adalah teori *The Expectancy Disconfirmation Model* (Gremler et al., 2012).

Daya Tarik Wisata

Prof. Mariotti mengemukakan bahwa terdapat tiga faktor yang dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat wisata. Pertama, faktor kenikmatan alam (*Natural Amenities*) seperti iklim, pemandangan, flora dan fauna, pusat kesehatan, serta sumber air mineral. Kedua, hasil ciptaan manusia seperti monumen bersejarah, museum, galeri seni, perpustakaan, kesenian rakyat, acara tradisional, pameran, festival, dan tempat ibadah. Ketiga, tata cara hidup masyarakat seperti kebiasaan hidup masyarakat dan adat istiadat. Faktor-faktor tersebut disebut sebagai daya tarik wisata (*Tourist Attractions*), yang mencakup objek fisik maupun faktor-faktor pemicu kunjungan wisatawan.

Gunn yang dikutip oleh Masyono (2015) mengemukakan bahwa daya tarik wisata dapat dikategorikan berdasarkan karakteristiknya. Pertama adalah daya tarik wisata yang terikat pada lokasi dan tidak dapat dipindahkan, sehingga hanya dapat dinikmati di tempatnya. Contohnya adalah pemandangan alam yang indah, peninggalan sejarah, atau monumen bersejarah yang dapat diamati dan dinikmati oleh wisatawan tanpa persiapan khusus. Daya tarik wisata merujuk pada segala sesuatu yang menjadi faktor pemicu bagi wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah tertentu.

Daya tarik wisata merupakan faktor penting dalam pariwisata. Namun, terkadang karakteristik daya tarik tersebut tidak cukup kuat untuk membuat wisatawan tinggal lebih lama atau kembali ke tempat tersebut. Oleh karena itu, daya tarik wisata perlu diperkuat dengan menampilkan suatu pertunjukan atau menciptakan suatu peristiwa. Hal ini dapat memperkaya pengalaman wisatawan selama

berkunjung sehingga memberikan kesan yang menarik. Dalam upaya meningkatkan daya tarik wisata, terdapat dua jenis potensi yang dapat dimanfaatkan, yaitu potensi alamiah dan potensi buatan. Potensi pariwisata dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu potensi alamiah dan potensi buatan. Potensi alamiah mencakup keindahan alam seperti lembah, tebing curam, dan gunung, serta tantangan alam yang dapat memberikan pengalaman petualangan bagi wisatawan. Sedangkan potensi buatan dapat diciptakan melalui pembuatan objek wisata yang menawarkan peristiwa sesuai dengan sumber daya daerah, keunikan peristiwa, dan sasaran serta kebutuhan wisatawan. Sebagai contoh, kegiatan panjat tebing dan olahraga nasional, internasional, atau regional dapat diadakan untuk meningkatkan daya tarik wisata daerah tersebut.

Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan pada dasarnya berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta menyampaikannya dengan akurat agar dapat memenuhi harapan pelanggan. Tjiptono (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan akurat agar dapat memenuhi harapan mereka. Menurut Ashraf & Venugopalan (2018), terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu *expected service* dan *perceived service*, yang dijelaskan oleh Parasuraman et al.

Menurut Garvin, terdapat sembilan kualitas pelayanan yang dapat ditingkatkan, yaitu: 1) kehandalan (*Reliability*), 2) daya tanggap (*Responsiveness*), 3) kompetensi (*Competence*), 4) akses (*Access*), 5) komunikasi (*Communication*), 6) kredibilitas (*Credibility*), 7) keamanan (*Security*), 8) memahami pelanggan (*Understanding/Knowing the Customer*), dan 9) bukti fisik (*Tangibles*) (Tjiptono, 2017). Kualitas total suatu pelayanan terdiri dari tiga komponen utama, yaitu: kualitas teknis (*Technical Quality*), kualitas fungsional (*Functional Quality*), dan citra perusahaan (*Corporate Image*). Sembilan kualitas pelayanan tersebut dapat dijadikan sebagai kerangka perencanaan strategis dan analisis kualitas pelayanan.

Kualitas produk

Menurut Kotler & Armstrong (2012), kualitas produk adalah keseluruhan ciri dan

karakteristik suatu produk atau jasa yang mempengaruhi kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang tersurat atau tersirat. Kualitas produk mencakup kemampuan produk untuk memenuhi fungsinya secara keseluruhan, termasuk di antaranya daya tahan, kehandalan, ketepatan, kemudahan penggunaan, perbaikan produk, dan atribut produk lainnya (Tjiptono, 2017).

Objek wisata lebih dikenal daripada produk wisata oleh wisatawan. Menurut Rizkia (2017), kualitas objek wisata ditentukan oleh kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan wisatawan sesuai dengan yang dijanjikan oleh produsen. Terdapat tujuh dimensi kualitas produk wisata yang saling terkait dan tidak dapat dipisahkan, yaitu: atraksi (daya tarik objek), informasi, fasilitas umum, sumber daya manusia, pelayanan, kebersihan, dan aksesibilitas (Sulistiyani, 2010).

3. Metodologi

Penelitian ini dilakukan di Wisata Cimory Bawen Jalan Raya Soekarno Hatta, Km.30, Bergas, Jatijajar, Semarang. Jenis penelitian yang dilakukan adalah kuantitatif, yang didasarkan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah random sampling, dan pengumpulan data dilakukan melalui instrumen penelitian. Analisis data yang digunakan adalah kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2014). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, baik melalui penyebaran kuesioner, wawancara langsung dengan responden, maupun dokumentasi yang diperoleh langsung dari responden terkait objek penelitian (Sugiyono, 2014).

Dalam penelitian ini, sampel diambil dengan teknik *accidental sampling*, di mana responden dipilih berdasarkan siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dan dianggap cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2014). Responden yang menjadi obyek penelitian adalah wisatawan yang mengunjungi objek wisata Cimory Bawen. Sampel penelitian terdiri dari 40 responden yang melakukan kunjungan

wisata di lokasi tersebut. Metode analisis data yang digunakan meliputi pengujian asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis dengan uji simultan (uji-F) dan uji parsial (uji-T). Proses analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS.

4. Hasil

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung yang berkunjung ke lokasi wisata Cimory Bawen. Jumlah pengunjung yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 40 orang dengan karakteristik sebagai berikut : jenis kelamin, tingkat pendidikan dan usia. Tujuannya adalah untuk menganalisis dan menggambarkan profil pengunjung yang datang ke lokasi wisata tersebut.

Tabel 1. Karakteristik Responden

N	Jenisi Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	16	40,0
2	Perempuan	24	60,0
N	Usia	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	13 – 18	4	10,0
2	19 – 24	15	37,5
3	25 – 30	15	37,5
4	31 – 36	1	2,5
5	37 – 42	2	5,0
6	43 – 54	2	5,0
7	49 - 54	1	2,5
	Total	40	100
N	Tingkat Pendidikan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	SD	1	2,5
2	SMP	1	2,5
3	SMA	12	30,0
4	D3	1	2,5
5	S1	20	50,0
6	S2	5	12,5
	Total	40	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Pada Tabel 1 diatas menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung yang berkunjung ke lokasi wisata Cimory Bawen adalah perempuan dengan jumlah 24 orang (60%). Rentang usia

pengunjung yang menjadi responden paling banyak adalah antara 19-24 tahun dan 25-30 tahun, atau rentang usia 19-30 tahun, dengan masing-masing jumlah responden sebanyak 15 orang (37,5%). Dari segi tingkat pendidikan, responden yang memiliki tingkat pendidikan S1 merupakan yang paling banyak dengan jumlah 20 orang (50,0%), dan mendominasi sebagai pengunjung ke lokasi wisata Cimory Bawen.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil perhitungan nilai *r* tabel didapatkan dari *degree of freedom* ($df = \alpha; N-2$), dimana $N = 40-2 = 38$ dengan taraf signifikansi sebesar 95% atau ($\alpha = 0,05$), sehingga nilai *r* tabel adalah 0,3044. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa hasil korelasi Pearson *r*-hitung harus lebih besar dari *r*-tabel agar instrumen penelitian dianggap valid, sesuai dengan pendapat Arikunto (2019). Selain itu, variabel kepuasan wisatawan (Y), variabel daya tarik (X1), variabel kualitas pelayanan (X2), dan variabel kualitas produk (X3) memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60, sehingga instrumen penelitian dapat dianggap reliabel, sejalan dengan pandangan Ghozali (2018) yang menyatakan bahwa instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60.

Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil uji *Kolmogrov-Smirnov*, didapatkan nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,200 > signifikansi 0,05, yang menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Selanjutnya, hasil uji *Glejser* menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai signifikansi > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gangguan heteroskedastisitas. Selain itu, hasil uji *Multikolinearitas* menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *VIF* < 10 dan *Tolerance* > 0,1, yang menandakan bahwa model regresi tidak mengalami multikolinearitas.

Hasil Analisis Regresi Berganda

Berikut adalah hasil uji regresi berganda yang menunjukkan pengaruh daya tarik wisata (X1), kualitas pelayanan (X2), dan kualitas produk (X3) terhadap kepuasan wisatawan (Y) yang berkunjung ke lokasi wisata Cimory Bawen berdasarkan uji *t*, uji *F* dan koefisien determinasi.

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Berganda

Variabel Penelitian	Signifikansi (0,05)	Koefisien Determinasi
Daya Tarik (X1)	0,024	
Kualitas Pelayanan (X2)	0,027	
Kualitas Produk (X3)	0,031	0,447
Uji F	0,000	

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel yang diberikan diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan wisatawan (Y) yang mengunjungi lokasi wisata Cimory Bawen dipengaruhi secara positif oleh daya tarik (X1) dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Kualitas pelayanan (X2) juga berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan (Y) dengan nilai signifikansi sebesar $0,027 < 0,05$, dan kualitas produk (X3) juga berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan (Y) dengan nilai signifikansi sebesar $0,031 < 0,05$. Berdasarkan hasil uji F, ditemukan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$, sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel bebas (daya tarik wisata, kualitas pelayanan, dan kualitas produk) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat (kepuasan wisatawan) yang mengunjungi lokasi wisata Cimory Bawen. Nilai adjusted R Square sebesar 0,447, yang berarti bahwa variabel daya tarik wisata, kualitas pelayanan, dan kualitas produk dapat menjelaskan sebesar 44,70% dari variabel kepuasan wisatawan yang mengunjungi lokasi wisata Cimory Bawen, sementara sisanya sebesar 55,30% dijelaskan oleh faktor-faktor lain. Dalam hal ini, penting bagi pengelola lokasi wisata Cimory Bawen untuk memperhatikan dan meningkatkan ketiga faktor tersebut guna meningkatkan kepuasan wisatawan.

Pembahasan

Pengaruh Daya Tarik Terhadap Kepuasan Wisatawan

Dalam konteks lokasi wisata Cimory Bawen, dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan yang mengunjungi lokasi tersebut. Hal ini berarti semakin baik daya tarik wisata di lokasi tersebut, semakin tinggi pula kepuasan

wisatawan yang berkunjung. Hasil ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya, seperti penelitian Sopyan dan Ibnu Widiyanto (2015) serta Nasution dan Laila Wahida Rahma (2018), yang juga menunjukkan adanya pengaruh positif daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan. Penting bagi pengelola lokasi wisata Cimory Bawen untuk terus meningkatkan dan mempertahankan daya tarik wisata di lokasi tersebut agar dapat meningkatkan kepuasan wisatawan dan menarik minat wisatawan untuk berkunjung lagi di masa yang akan datang.

Umumnya, wisatawan melakukan kunjungan ke tempat wisata karena adanya daya tarik tertentu yang menarik minat mereka, seperti keindahan alam, keunikan tempat wisata, nilai sejarah dan budaya, keasrian, dan sebagainya. Jika pengalaman yang diperoleh wisatawan selama berkunjung sesuai dengan ekspektasi dari daya tarik yang dihadirkan, maka wisatawan akan merasa puas. Oleh karena itu, daya tarik wisata berperan penting dalam memengaruhi kepuasan wisatawan, sebagaimana dijelaskan dalam teori Heath dan Wall (2012:221) bahwa daya tarik wisata merupakan salah satu faktor penentu kepuasan wisatawan saat mengunjungi sebuah daerah wisata. Temuan penelitian oleh Hermawan (2017) dan Marpaung (2019) juga menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa penting bagi pengelola tempat wisata untuk menjaga dan meningkatkan daya tarik wisata di lokasi mereka agar dapat meningkatkan kepuasan wisatawan dan memperoleh pengunjung yang lebih banyak di masa yang akan datang.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan

Kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke lokasi wisata Cimory Bawen. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin meningkatkan kepuasan wisatawan. Penelitian yang dilakukan oleh Mei Indrawati (2013), Sopyan, Ibnu Widiyanto (2015), Fatmawati Kalebos (2016), dan Nasution, Laila Wahida Rahma (2018) juga menunjukkan hasil yang sejalan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan wisatawan.

Kualitas pelayanan terkait dengan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan sesuai dengan yang diinginkan. Semakin sesuainya harapan yang dibangun sebelum menerima layanan dengan sesudah menerima layanan maka wisatawan akan merasa puas. Begitu juga sebaliknya, semakin besarnya kesenjangan antara harapan yang dibangun dengan pelayanan yang didapatkan maka kualitas layanan akan dikategorikan buruk. Hal ini akan membawa dampak yang besar untuk keberlanjutan dan perkembangan wisata itu sendiri. Untuk itulah, Kualitas pelayanan menjadi salah satu aspek penting dalam penilaian kepuasan.

Hubungan langsung antara kualitas pelayanan dan kepuasan wisatawan sangat erat. Semakin baik kualitas pelayanan yang didapatkan wisatawan selama berkunjung maka akan berdampak baik bagi kedua belah pihak, yaitu bagi wisatawan maupun bagi objek wisata itu sendiri. Pengaruh kualitas pelayanan yang baik dalam meningkatkan kepuasan wisatawan dapat terlihat dari promosi tidak langsung melalui penyampaian informasi yang positif dari wisatawan kepada orang lain tentang objek wisata yang mereka kunjungi. Selain itu, semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan oleh wisatawan, semakin besar kemungkinan mereka merasa puas dan memutuskan untuk kembali mengunjungi tempat wisata tersebut. Dalam jangka panjang, hal ini dapat menjadi pembelajaran bagi pelaku wisata untuk memahami kebutuhan wisatawan sehingga dapat meningkatkan kepuasan wisatawan di masa depan.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Wisatawan

Kualitas produk (X3) Cimory Bawen memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke lokasi wisata tersebut. Semakin baik kualitas produk yang disajikan, semakin tinggi tingkat kepuasan wisatawan yang berkunjung. Penelitian yang dilakukan oleh Fatmawati Kalebos (2016) menunjukkan hasil yang sejalan, yaitu adanya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini menunjukkan pentingnya peran kualitas produk dalam mempengaruhi kepuasan wisatawan saat berkunjung ke sebuah lokasi wisata.

Berdasarkan hasil penelitian, kualitas objek wisata tidak dianggap sebagai faktor penting yang memengaruhi kepuasan wisatawan yang mengunjungi lokasi wisata Cimori Bawen. Meskipun kualitas objek wisata merupakan hal yang penting, namun belum tentu menjadi pertimbangan utama bagi wisatawan dalam memilih objek wisata. Di sisi lain, kualitas produk wisata dinilai sebagai persepsi mengenai fungsi yang dirasakan oleh konsumen atau wisatawan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada korelasi antara kualitas produk wisata dan peningkatan kepuasan konsumen atau wisatawan.

5. Kesimpulan

Daya tarik (X1) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan (Y) yang berkunjung ke lokasi wisata Cimory Bawen. Ini berarti semakin menarik daya tarik wisata, semakin tinggi kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Cimory.

Kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan (Y) yang berkunjung ke lokasi wisata Cimory Bawen. Ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin meningkat kepuasan wisatawan yang berkunjung ke lokasi wisata Cimory Bawen.

Kualitas produk (X3) memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan (Y) yang berkunjung ke lokasi wisata Cimory Bawen. Ini berarti bahwa kualitas produk juga berperan dalam meningkatkan kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Cimory, selain faktor daya tarik dan kualitas pelayanan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah membantu dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir dengan judul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Berkunjung ke Lokasi Wisata Cimory". Pertama-tama, penulis ingin berterima kasih kepada Dr. Ir. Bistok Hasiholan Simanjuntak, MSi. selaku Dekan Fakultas Pertanian dan Bisnis UKSW, yang telah membantu dalam kelancaran penyusunan laporan ini. Selanjutnya, penulis juga ingin berterima kasih kepada Dr. Maria, SP., MP. selaku Kaprodi Agribisnis sekaligus wali studi

penulis, dan Dr. Ir. Lasmono Tri Sunaryanto, M.Sc. sebagai Pembimbing yang telah memberikan semangat dan dorongan dalam penyusunan laporan ini. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh jajaran Dosen dan pegawai Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana atas segala ilmu pengetahuan yang telah disampaikan selama masa perkuliahan dan pendidikan karakter serta sudah memfasilitasi kebutuhan penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pemilik wisata Cimory beserta pegawai (terkhusus kepada Mbak Prima & Mas Aidi) yang telah memberikan izin untuk menjadikan tempat mereka sebagai tempat penelitian, serta wisatawan yang berkunjung ke lokasi wisata Cimory yang telah bersedia menjadi responden pada penelitian ini dan telah menyumbangkan waktu, pikiran, dan pendapatnya. Terakhir, penulis ingin berterima kasih kepada kedua orang tua, adik, seluruh keluarga besar, Dr. Ir. Yohanes Hendro Agus, MSc., sahabat, dan teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat yang luar biasa sehingga Laporan Tugas Akhir ini selesai dengan baik. Semua bantuan dan dukungan yang diberikan sangat berarti bagi penulis dan tidak terlupakan.

Penulis dengan tulus menyadari bahwa Laporan Tugas Akhir ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar dapat memperbaiki Laporan Tugas Akhir ini. Semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya. Terakhir, penulis berharap Tuhan akan membalas kebaikan semua pihak yang telah memberikan bantuan, dan semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat dan wawasan bagi pembaca

Daftar Pustaka

- Ashraf, E., & Venugopalan, K. (2018). Service Quality and Customer Satisfaction: A Comparison Between Public Sector and Private Sector Bank In Kerala. *International Journal of Research and Analytical Reviews (IJRAR)*.5 (3). 567-572.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Edisi ke-2. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gremler, D., Bitner, M.J., dan Zeithaml, V. A. 2012. *Services Marketing*. New York: McGraw Hill. Jakarta: Komunika Jaya Pratama.
- Huda. S & Ikhwan. J. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wisatawan Mengunjungi Pantai Zakat di Kota Bengkulu. *kombis Review*. 6 (1) 32 – 44.
- Indrawati. M. (2013). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pengunjung di Kebun Binatang Surabaya. *Jurnal NeO-Bis*. 7 (1) 1-10
- Kalebos. F. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan yang Berkunjung Ke Daerah Wisata Kepulauan. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol 4 ,No.3, Edisi Khusus Pemasaran & Keuangan 2016: 489-502*
- Kotler, P & Keller.. K. L. 2016. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler. P. & Armstrong. G. 20116. *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited.
- Kuncoro, M. 2015. *Otonomi dan Pembangunan Daerah, Reformasi, Perencanaan, Strategi dan Peluang*. Jakarta: Erlangga.
- López, E. A., Requenaa, I. G. & Loberaa, A. S., 2015. *Lean Service: Reassessment Of Lean Manufacturing For Service*.
- Masyono. S. A. 2015. Strategi Pengembangan Sektor Kepariwisata Di Kabupaten Lampung Timur. *DERIVATIF Vol. 9 No. 1, April 2015*. Hlm. 129-139
- Mattufajar. N. G. 2019. Analisis Potensi Pariwisata Di Obyek Wisata Kahyangan Di Kecamatan Tirtoyomo Kabupaten Wonogiri Tahun 2018. Skripsi. Program Studi Geografi Fakultas Geografi Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Nuriata. 2014. *Paket Wisata, Penyusunan Produk dan Penghitungan Harga*. Bandung: Alfabeta.

- Nursila, G. 2016. *Pariwisata Berbasis Masyarakat Pasar Buah Berastagi*. Malang: Temu Ilmiah IPLBI.
- Purwoko, B. A. 2016. *Kepuasan dan Loyalitas: Perspektif Kualitas Layanan*.
- Rizkia, N. 2017. Peran Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Dalam Pemeliharaan Objekwisata Air Panas Di Kecamatan Long Kali Kabupaten Paser. *eJournal Ilmu Pemerintahan*, 2017, 5(2):571 -582
- Sopyan. I.W. (2015). Antecedent Minat Berkunjung Ulang (Studi pada Cagar Budaya Bedung Lawang Sewu Semarang). *Diponegoro Journal Of Management* 4 (2) 1-9
- Sudiarta, I. N. dan Suardana, I. W. 2014. "Model Konseptual Perilaku Wisatawan Mancanegara Pada Suatu Destinasi Pariwisata: Studi Kasus Bali Sebagai Destinasi Pariwisata Internasional." Vol. 5 No.1.5.1
- Sugiyono. 2014. *Metode Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2017. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wahid, A. 2015. *Strategi Pengembangan Wisata*. Bandung. Alfabeta.

Skripsi/tesis/disertasi:

- Yuniningsih, T. 2018. Analisis Jaringan Aktor Dalam Implementasi Kebijakan Pengembangan Wisata Kota Semarang. Disertasi. FISIP, DAP, Universitas Diponegoro, Semarang

Internet:

- Magdalena, K. 2013. *Jenis-Jenis Akomodasi*. Diunduh dari: <https://katrinmagdalena73.blogspot.com/>.html diakses: 22 agustus 2020.