

**UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MEDAN-INDONESIA**

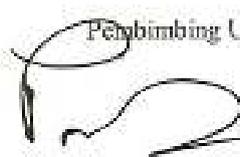
Dengan ini diterangkan bahwa Skripsi Sarjana Manajemen Program Strata Satu (S1) dari mahasiswa :

Nama : Lastri Sernaull Simbolon
Npm : 20520203
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN
DIDESTINASI HUTA SIALLAGAN SAMOSIR**

Telah diterima dan terdaftar pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas HKBP Nommensen Medan. Dengan diterimanya Skripsi ini, maka telah dilengkapi syarat-syarat akademik untuk menesupuh Ujian Skripsi dan Lisan Komprehensif guna menyelesaikan studi.

**Sarjana Manajemen Studi Strata Satu (S1)
Program Studi Manajemen**

Pembimbing Utama,



Prof. Dr. Drs Pantas H Silaban, MBA

Pekan,



Dr. E. Hamonangan Siallagan, SE., M.Si

Pembimbing Pendamping,



Ramindo M. Pasaribu, SE., MBA

Ketua Program Studi,



Ramindo M. Pasaribu, SE., MBA

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan sektor perekonomian yang memiliki potensi besar dalam peningkatan pendapatan suatu daerah. Indonesia sebagai negara kepulauan yang kaya akan keindahan alam dan budaya, memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor pariwisata. Dimana bukan hanya objek saja yang ditawarkan tetapi segala hal yang bisa menarik perhatian wisatawan dan masih berada di lingkungan Kawasan objek wisata serta berkonsep perjalanan (Sihombing, R. 2022).

Menurut informasi yang ditemukan di *google* pada situs Antara sumut, Pemerintah Kabupaten (Pemkab) Samosir mengatakan bahwa selain keindahan alam Danau Toba, Kabupaten Samosir juga terkenal akan situs budaya seperti Huta Siallagan. Objek wisata ini dikelola oleh pemerintah kabupaten samosir diresmikan kembali oleh presiden indonesia, Joko widodo, pada 2 february 2022. Objek wisata Batu Kursi Siallagan atau yang sering disebut Huta Siallagan merupakan objek wisata sejarah dan budaya yang menawarkan sejarah mengenai masa pemerintahan Raja Laga Siallagan pada masa lampau. Terletak di Desa Ambarita Kecamatan Simanindo Kabupaten Samosir Provinsi Sumatera Utara. Sebuah desa kuno yang sangat memancarkan budaya unik dari kelompok etnis batak. Disebut dengan Batu 4 Kursi Persidangan karena konon tempat ini menjadi tempat untuk menyidang orang-orang yang melakukan tindak kejahatan dan akan dihukum sesuai dengan pelanggaran yang dilakukan. suasana destinasi wisatanya yang unik dan sangat bersejarah kepada para orang-orang batak, belum lengkap rasanya jika belum ke Huta siallagan untuk melihat keunikan tersendiri yang sangat memikat dunia hingga turis-turis mancanegara datang untuk melihat dan merasakan alamnya serta menelusuri situs-situs sejarah marga siallagan. Dimasa batu kursi persidangan yang pertama, pengunjung dapat masuk ke museum Huta Siallagan, melihat adat suku batak toba, melihat makam raja dan mendengarkan cerita rakyat seputar batu kursi dan bisa manortor (menari) bersama dengan

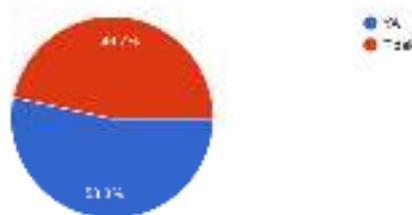
patung sigale-gale. Objek wisata ini juga menyediakan oleh-oleh sebagai buah tangan seperti gorga, pustaha laklak, ulos dan baju bertulisan mengenai keindahan budaya samosir.

Kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara kualitas pelayanan yang sebenarnya dengan kualitas pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan, hal ini berdasarkan pengalaman orang lain sebelumnya (Harazneh *et al.*, 2020). Hapsari *et al.*, (2017) mengatakan bahwa variabel kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang akan mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan. Menurut Restuputri *et al.* (2021) bahwa seorang karyawan harus dapat diandalkan, tepat waktu dan rajin dalam bekerja, selain itu karyawan harus memiliki keterampilan interaksi yang efektif, sopan santun, dan kemampuan untuk melayani. Dengan menerapkan kualitas pelayanan yang baik, akan menciptakan kepuasan bagi pengunjungnya.

Setelah pengunjung merasa puas dengan produk atau jasa yang diterima, maka pengunjung akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila pengunjung merasa puas mereka akan melakukan pembelian ulang serta akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Kepuasan pengunjung akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari si pemberi jasa kepada pengunjung sesuai dengan apa yang dipersepsikan pengunjung. Tjiptono (2014), mengemukakan bahwa kepuasan pengunjung yaitu respon pelanggan pada evaluasi pada perbedaan harapan awal sebelum pembelian dan kinerja aktual produk atau jasa sebagaimana dipersepsikan setelah jasa.

Berdasarkan hal tersebut peneliti melakukan pra survey kepada 30 wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke destinasi wisata Huta Siallagan Samosir. Adapun kuesioner pra survey dalam penelitian ini yang dibagikan melalui *google form* guna melihat kualitas layanan dan kepuasan.

Bagaimana penilaian anda mengenai bukti fisik seperti (lokasi wisata yang bersih, terawat dengan baik dan nyaman untuk dikunjungi di huta siallagan samosir).
33 responden



sumber: diolah oleh peneliti 2024

Gambar 1.2 Hasil kuisioner Pra-survey Mengenai Bukti Fisik pada Destinasi Huta Siallagan Samosir

Berdasarkan hasil pra survey kepada 30 orang wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke Huta Siallagan Samosir dengan memberikan pertanyaan terbuka mengenai ‘Bagaimana penilaian anda mengenai bukti fisik seperti (lokasi wisata yang bersih, terawat dengan baik dan nyaman untuk dikunjungi di huta siallagan samosir)?’. Hasil pra survey menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 14 orang (46,7%) mengatakan bukti fisik tidak baik dan sebanyak 16 orang (53,3%) mengatakan bukti fisik yang diberikan sudah baik. Hal ini harus benar-benar diperhatikan oleh pihak Pengelolah Huta Siallagan Samosir karena semua itu menyangkut hubungan dengan pengunjung dan menyangkut kelangsungan destinasi Huta Siallagan Samosir. Dalam menghadapi persaingan, ada beberapa dimensi kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi perilaku pengunjung untuk memilih Huta Siallagan, antara lain dimensi bukti fisik (*tangible*) meliputi penampilan bangunan-bangunan warisan budaya, dan penampilan penduduk yang sekaligus sebagai karyawan atau pemandu wisatawan yang berkunjung ke Huta Siallagan Samosir. Lingkungan yang sehat, alami, segar serta jauh dari kebisingan dan polusi kendaraan bermotor. Setiap pengunjung akan merasakan hawa sejuk yang menenteramkan batin dan pikiran.



sumber: diolah oleh peneliti 2024

Gambar 1.2 Hasil kuisioner Pra-survey Mengenai Kehandalan pada Destinasi Huta Siallagan Samosir

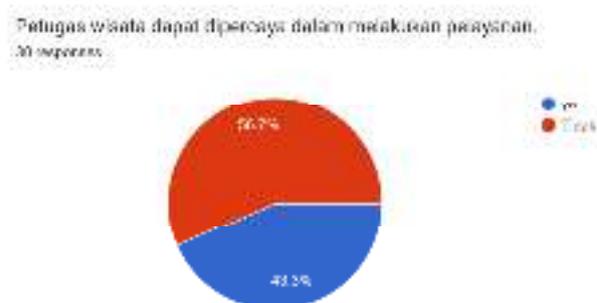
Berdasarkan hasil pra survey kepada 30 orang wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke Huta Siallagan Samosir dengan memberikan pertanyaan terbuka mengenai ‘Bagaimana Petugas memiliki kemampuan dan kehandalan dapat menyelesaikan masalah wisatawan dengan memuaskan?’. Hasil pra survey menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 11 orang (36,7%) mengatakan kehandalan tidak baik dan sebanyak 19 orang (63,3%) mengatakan kehandalan yang diberikan sudah baik. Hal ini harus benar-benar diperhatikan oleh pihak Pengelola Huta Siallagan Samosir karena semua itu menyangkut hubungan dengan pengunjung dan menyangkut kelangsungan destinasi Huta Siallagan Samosir. Dimensi kehandalan (*reliability*) meliputi kemampuan untuk memberikan pelayanan-pelayanan yang terbaik, dengan segera, konsisten, dan memuaskan.



sumber: diolah oleh peneliti 2024

Gambar 1.2 Hasil kuisioner Pra-survey Mengenai Daya Tanggap pada Destinasi Huta Siallagan Samosir

Berdasarkan hasil pra survey kepada 30 orang wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke Huta Siallagan Samosir dengan memberikan pertanyaan terbuka mengenai ‘Petugas wisata memberikan respon yang cepat dan memuaskan terhadap keinginan wisatawan?’. Hasil pra survey menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 14 orang (46,7%) mengatakan daya tanggap tidak baik dan sebanyak 16 orang (53,3%) mengatakan daya tanggap yang diberikan sudah baik. Hal ini harus benar-benar diperhatikan oleh pihak Pengelola Huta Siallagan Samosir karena semua itu menyangkut hubungan dengan pengunjung dan menyangkut kelangsungan destinasi Huta Siallagan Samosir. Dimensi ketanggapan (*responsiveness*) meliputi kesediaan penduduk untuk membantu pengunjung dan memberikan pelayanan yang cepat, pemberi layanan di Huta Siallagan Samosir tanggap dalam mengatasi masalah yang dialami pengunjungnya dan tidak membuat wisatawan menunggu lama.

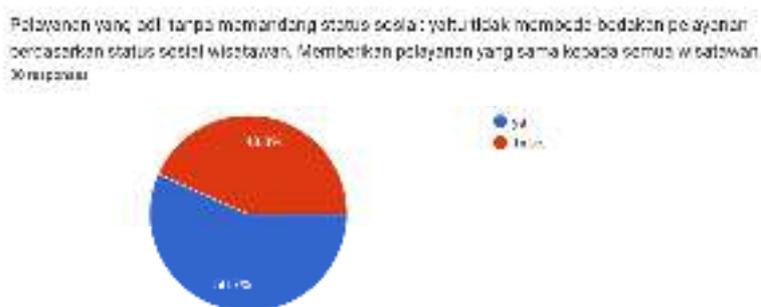


sumber: diolah oleh peneliti 2024

Gambar 1.2 Hasil kuisioner Pra-survey Mengenai Jaminan pada Destinasi Huta Siallagan Samosir

Berdasarkan hasil pra survey kepada 30 orang wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke Huta Siallagan Samosir dengan memberikan pertanyaan terbuka mengenai “Petugas wisata dapat dipercaya dalam melakukan pelayanan?”. Hasil pra survey menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 17 orang (56,7%) mengatakan jaminan tidak baik dan sebanyak 13 orang (43,3%) mengatakan jaminan yang diberikan sudah baik. Hal ini harus benar-

benar diperhatikan oleh pihak Pengelola Huta Siallagan Samosir karena semua itu menyangkut hubungan dengan pengunjung dan menyangkut kelangsungan destinasi Huta Siallagan Samosir. Dimensi jaminan (*assurance*) meliputi sopan santun para penduduk dan kemampuan para pemberi layanan untuk membangkitkan rasa kepercayaan dan rasa percaya wisatawan, para penduduk Huta Siallagan Samosir melayani wisatawan dengan ramah dan sopan serta berusaha untuk tidak mengecewakan wisatawan atas pelayanan yang diberikan.



sumber: diolah oleh peneliti 2024

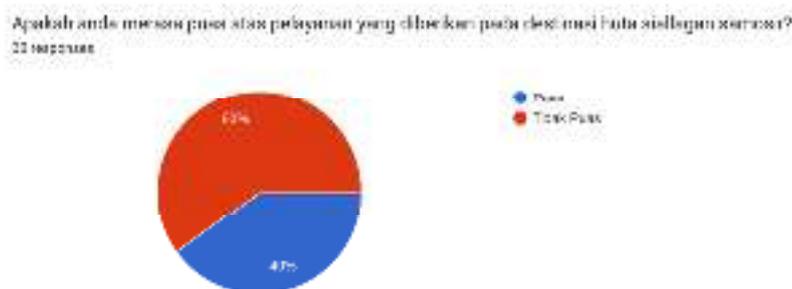
Gambar 1.2 Hasil kuisioner Pra-survey Mengenai Empati pada Destinasi Huta Siallagan Samosir

Berdasarkan hasil pra survey kepada 30 orang wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke Huta Siallagan Samosir dengan memberikan pertanyaan terbuka mengenai “Pelayanan yang adil tanpa memandang status sosial: yaitu tidak membeda-bedakan pelayanan berdasarkan status sosial wisatawan. Memberikan pelayanan yang sama kepada semua wisatawan?”. Hasil pra survey menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 13 orang (43,3%) mengatakan jaminan tidak baik dan sebanyak 17 orang (56,7%) mengatakan jaminan yang diberikan sudah baik. Hal ini harus benar-benar diperhatikan oleh pihak Pengelola Huta Siallagan Samosir karena semua itu menyangkut hubungan dengan pengunjung dan menyangkut kelangsungan destinasi Huta Siallagan Samosir. Dimensi empati (*empathy*) yang meliputi rasa peduli dan perhatian yang diberikan pada wisatawan. Huta Siallagan Samosir memberikan perhatian kepada wisatawan dengan cara memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan wisatawan secara langsung. Maka pengelola harus terus berupaya

mengkombinasikan keunggulan- keunggulan yang dimiliki untuk terus dapat menarik minat wisatawan, sekaligus mempertahankan wisatawannya. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan karena ini merupakan salah satu faktor yang dapat menciptakan kepuasan pada diri wisatawan.

Kelima dimensi di atas disebut *service quality* yang merupakan suatu alat ukur terhadap kualitas pelayanan (Parasuraman, et.al) yang dikutip oleh Kusyana (2019). Penelitian yang dilakukan Estriyanti (2018) “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pemakai Jasa Hotel (Studi Kasus Pada Hotel Pesona Malioboro Yogyakarta)” menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Untuk menciptakan kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan konsumen.

Secara umum, kepuasan wisatawan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 2012). Kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh wisatawan ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi dengan baik. (Tjiptono, 2012).



sumber : diolah oleh peneliti 2024

Gambar 1.3 Hasil kuisioner Pra-survey Mengenai Kepuasan Wisatawan pada Destinasi Huta Siallagan Samosir

Berdasarkan hasil pra survey kepada 30 orang wisatawan yang sudah pernah berkunjung di Destinasi Huta Siallagan Samosir dengan memberikan pertanyaan terbuka mengenai “Apakah anda merasa puas atas pelayanan yang

diberikan di Huta Siallagan Samosir?”. Hasil pra survey menunjukkan bahwa sebagian besar responden 18 orang (60%) mengatakan tidak puas atas pelayanan yang diberikan karena tidak sesuai dengan harapan wisatawan. Sebanyak 12 orang (40%) mengatakan puas atas pelayanan yang diberikan karena apa yang diharapkan sesuai dengan pelayanan yang diberikan. Penelitian yang dilakukan Estriyanti (2018) “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pemakai Jasa Hotel (Studi kasus pada Hotel Pesonna Malioboro Yogyakarta)” menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan pada Destinasi Wisata Huta Siallagan Samosir**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan wisatawan di Destinasi Huta Siallagan Samosir?
2. Bagaimana pengaruh kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan wisatawan di Destinasi Huta Siallagan Samosir?
3. Bagaimana pengaruh ketanggapan (*responsiveness*) terhadap kepuasan wisatawan di Destinasi Huta Siallagan Samosir?
4. Bagaimana pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan wisatawan di Destinasi Huta Siallagan Samosir?
5. Bagaimana pengaruh empati (*empathy*) terhadap kepuasan wisatawan di Destinasi Huta Siallagan Samosir?
6. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan (bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati) terhadap kepuasan wisatawan di Destinasi Huta Siallagan Samosir?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan wisatawan di Destinasi Huta Siallagan Samosir.
2. Untuk menganalisis pengaruh kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan wisatawan di Destinasi Huta Siallagan Samosir.
3. Untuk menganalisis pengaruh ketanggapan (*responsiveness*) terhadap kepuasan wisatawan di Destinasi Huta Siallagan Samosir.
4. Untuk menganalisis pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan wisatawan di Destinasi Huta Siallagan Samosir.
5. Untuk menganalisis pengaruh empati (*empathy*) terhadap kepuasan wisatawan di Destinasi Huta Siallagan Samosir.
6. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati) terhadap kepuasan wisatawan di Destinasi Huta Siallagan Samosir.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini mampu memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan, adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Bagi Perguruan tinggi

Untuk memenuhi salah satu tugas akhir guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu.

b) Bagi Peneliti

Untuk meningkatkan pengetahuan, pengalaman, serta membantu penulis memahami bagaimana kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan wisatawan di destinasi pariwisata.

c) Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat memberikan inspirasi bagi peneliti selanjutnya. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan topik yang mirip dengan tetap mencari celah atau kekurangan dari penelitian sebelumnya yang dapat lebih dikembangkan untuk penelitian lebih lanjut.

1.4.2 Manfaat Praktis

Diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi peneliti-peneliti berikutnya yang akan melakukan penelitian yang serupa mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di sektor pariwisata.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori Dan Pengertian Variabel

2.1.1 Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Kualitas pelayanan menurut Parasuraman dalam Yulianto (2018) mendefinisikan kualitas layanan sebagai persepsi wisatawan atas jasa yang wisatawan dapatkan. Menurut Jumawan (2018), Kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan harapannya. Kualitas layanan harus dimulai dengan kebutuhan pelanggan dan diakhiri dengan kebutuhan pelanggan. Dalam bisnis pariwisata, pelayanan menjadi landasan dan motivasi utama perusahaan beroperasi. Semangat pelayanan dalam mengutamakan kebutuhan pelanggan harus hadir tanpa diskriminasi pada seluruh warga yang berada di destinasi tersebut sesuai bidang tanggung jawab dan uraian tugas masing-masing (Hermawan, 2017). Menurut Tjiptono (2014), apabila layanan dirasakan sesuai dengan harapan wisatawan maka kualitas pelayanan berkesan baik dan memuaskan apabila pelayanan yang diberikan sangat baik dan melebihi harapan wisatawan, maka kualitas pelayanan berkesan sangat baik dan bermutu tinggi, begitu pula sebaliknya jika pelayanan yang diterima. yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan yang dirasakan berkesan buruk. Dari beberapa pengertian diatas disimpulkan kualitas pelayanan adalah keunggulan dalam melayani dan tersedianya fasilitas yang dimiliki untuk mendorong suatu pelayanan yang baik.

2.1.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Menurut (Hardiansyah, 2015) ada beberapa faktor mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu:

1. Dorongan kerja yang mencakup dimensi keinginan wisatawan, ekspektasi, bonus dan keadilan.

2. Pelaksanaan kebijakan kawasan yang memiliki kaitan interaksi dengan kualitas pelayanan.
3. Komunikasi yang kurang, dan struktur karyawan.
4. Pengawasan atau kontrol sosial

2.1.3 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman dalam Anggraini (2021) untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yaitu:

2.1.3.1 *Tangibles* (berwujud).

Bukti fisik (*Tangible*) yaitu daya Tarik dari sisi fasilitas fisik, perlengkapan atau fasilitas fasilitas, dalam komunikasi serta penampilan karyawan. Dimensi ini merefleksikan wujud fisik dan layanan pengunjung.

2.1.3.2 *Kehandalan* (*Reliability*)

Yaitu suatu kemampuan dalam memberikan layanan secara akurat mulai pertama tanpa ada kesalahan sedikitpun dan penyampaian jasa secara tepat dengan waktu yang disepakati.

2.1.3.3 *Daya tanggap* (*Responsiveness*)

Yaitu berhubungan dengan masalah kemauan dan kemampuan dalam membantu dan merespon permintaan pengunjung, serta memberi informasi kapan pelayanan akan diberikan secara cepat. Dimensi daya tanggap ini menitik beratkan dalam hal memberikan perhatian dan ketepatan kepada pengunjung pada saat ada urusan dengan permintaan, pertanyaan serta keluhannya.

2.1.3.4 *Empati* (*Emphaty*)

Yaitu memahami berbagai masalah yang dirasakan oleh pengunjung dan bertindak atas kepentingan pengunjung, serta dapat memberikan perhatian kepada wisatawan secara personal. Dimensi empati menunjukkan bahwa layanan itu spesial dan dapat mengerti dan memenuhi kebutuhan wisatawan.

2.1.3.5 *Jaminan* (*Assurance*)

Yaitu sikap dan perilaku wisatawan yang mampu menjamin kepercayaan Pengelola destinasi yang dapat memberi rasa aman pengunjungnya. Dalam jasa layanan, dimensi ini akan sangat penting karena jasa layanan memerlukan Tingkat kepercayaan cukup tinggi.

2.1.4 Indikator kualitas pelayanan (*Service Quality*)

Menurut Parasuraman *et al.*, yang dikutip oleh Jayanti (2016) indikator didalam kualitas pelayanan yaitu untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan secara nyata oleh pengunjung, ada indikator kualitas pelayanan yang terletak pada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

1. *Tangibles* (Bukti fisik) yaitu kualitas pelayanan berupa penampilan fisik fasilitasnya, teknologi pendukung, dan tampilan Pengelola wisata. Indikator dari *Tangibles*:

- a. Penampilan karyawan/penduduk yang rapi: yaitu setiap karyawan selalu menjaga penampilannya agar pakaiannya terlihat rapi dan bersih.
- b. Kelengkapan peralatan: yaitu kelengkapan sarana dan prasarana yang disediakan untuk kemudahan pengunjung.
- c. Kebersihan: yaitu tempat rekreasi yang dikunjungi menjaga kebersihan.
- d. Letak strategis yang mudah dijangkau: yaitu letak tempat rekreasi mudah dijangkau oleh pengunjung.
- e. Fasilitas fisik yang memadai dan menarik: yaitu tersedianya fasilitas yang memenuhi kebutuhan pengunjung dan bangunannya memberi daya Tarik terhadap pengunjung.

2. *Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan dan keandalan Pengelola Wisata untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya. Indikator dari *Reliability*:

- a. Keakuratan informasi yang diberikan kepada pengunjung: yaitu memberikan informasi se jelas mungkin untuk memudahkan pengunjung.
- b. Kecepatan dalam mengatasi masalah pengunjung: yaitu karyawan dengan cepat dalam menangani keluhan pengunjung.
- c. Berpengetahuan luas: yaitu memiliki wawasan yang luas dan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan pengunjung.

- d. Pelayanan tepat waktu dan memuaskan: yaitu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan wisatawan yang datang.
3. *Responsiveness* (Daya Tanggap) yaitu berupa kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan Wisatawan. Indikator dari *Responsiveness*:
 - a. Tanggap dalam menangani keluhan pengunjung: yaitu penduduk selalu tanggap dalam mengatasi keluhan yang dialami wisatawan.
 - b. Mampu merespon dan mengatasi keluhan wisatawan: yaitu mampu merespon dengan baik setiap keluhan wisatawan.
 - c. Memberikan informasi yang jelas kepada wisatawan: yaitu karyawan selalu memberikan informasi yang singkat, padat dan jelas kepada wisatawan.
 4. *Assurance* (jaminan) yaitu berupa kemampuan dan keramahan serta sopan santun penduduk dalam meyakinkan kepercayaan wisatawan. Indikator dari *Assurance*:
 - a. Memberikan informasi kepada wisatawan dengan bahasa yang jelas: yaitu penyampaian informasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti oleh wisatawan.
 - b. Memberikan kepercayaan berupa garansi atas perbaikan: yaitu tersedianya garansi atas perbaikan barang wisatawan.
 - c. Jaminan keamanan dan kenyamanan: yaitu adanya jaminan atas keamanan dan kenyamanan kepada wisatawan selama dilokasi destinasi.
 - d. Keterampilan dalam memberikan pelayanan: yaitu setiap penduduk terampil dalam bidangnya masing-masing dalam memberikan pelayanan yang maksimal kepada wisatawan.
 - e. Sopan dalam melayani wisatawan: yaitu karyawan selalu mengucapkan salam kepada wisatawan.
 5. *Empathy* (empati) yaitu berupa sikap tegas tetapi penuh perhatian dari Penduduk terhadap Wisatawan. Indikator dari *Empathy*:
 - a. Memberikan perhatian khusus kepada wisatawan: yaitu menjalin hubungan yang lebih dekat lagi kepada setiap individu.

b. Pelayanan yang adil tanpa memandang status sosial: yaitu tidak membedakan pelayanan berdasarkan status sosial wisatawan. Memberikan pelayanan yang sama kepada semua wisatawan.

c. Mampu memenuhi keinginan wisatawan: yaitu pendudukmu memenuhi apa saja yang dibutuhkan wisatawan.

Berdasarkan kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut, maka kepuasan wisatawan dapat diukur, dipahami dan dijadikan sebagai suatu hasil yang baik untuk kepentingan peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan kepada wisatawan, baik wisatawan yang baru pertama kali maupun wisatawan yang sudah berulang-ulang datang ke destinasi tersebut.

2.1.5 Kepuasan wisatawan (*Customer Satisfaction*)

Dalam industri pariwisata, pelayanan dianggap sebagai salah satu variabel penentu kepuasan (Hamzah dan Hariyanto, 2015). Kepuasan pengunjung menjadi tolak ukurnya untuk menentukan kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau layanan yang dirasakan dengan harapannya, ketika menilai tingkat kepuasan, dilakukan pengukuran antara kecukupan harapan wisatawan yang dilayani dibandingkan dengan layanan yang sebenarnya diberikan. Menurut Kotler dan Keller (2018:177) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau jasa yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan. Menurut Tjiptono (2014:24), kepuasan diartikan dimana tanggapan wisatawan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara ekspektasi sebelumnya dengan kinerja sebenarnya yang dapat dirasakan di destinasi pariwisata tersebut.

Kepuasan wisatawan merupakan perasaan yang muncul apabila konsumen atau wisatawan merasa puas atau kecewa terhadap produk atau jasa yang ditawarkan kepada wisatawan dan akan diterimanya jika sesuai dengan harapannya.

2.1.5.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan (*Customer Satisfaction*)

Faktor yang menunjang kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2016;295) yaitu:

1. Kualitas layanan

Wisatawan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan memadai dengan apa yang diharapkan

2. Faktor emosional

Kepuasan wisatawan dicapai dengan menggunakan sesuatu produk gaya hidup. Kepuasan wisatawan didasarkan pada rasa bangga, percaya diri, simbol kesuksesan dan lain-lain

3. Harga

Komponen harga sangat penting karena dianggap efisien tingkat kepuasan yang relatif tinggi. Harga yang murah akan memberikan kepuasan bagi pelanggan yang sensitif terhadap harga karena mereka akan mendapat harga yang pas dengan mereka.

4. Kemudahan

Komponen ini berhubungan dengan biaya untuk memperoleh produk atau jasa. Pelanggan akan relatif puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

2.1.5.2 Indikator Kepuasan Wisatawan (*Customer Satisfaction*)

Terdapat empat Indikator yang mewakili Kepuasan wisatawan menurut Hawkins dan loney dikutip dalam Tjiptono (2016:101) yaitu:

1. Huta Siallagan memberikan pelayanan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan
2. Pelanggan merasa senang dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Huta Siallagan.
3. Pelanggan akan mengatakan hal positif tentang Huta Siallagan
4. Pelanggan percaya bahwa datang ke destinasi Huta Siallagan merupakan pengalaman yang memuaskan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian ini, beberapa penelitian terdahulu disertakan untuk memberikan perbandingan dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya, dan dijelaskan pada tabel 2.1.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
1.	Hadi Permana dan Tjahjono Djatmiko (2018)	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Di Bandung Objek Wisata Pantai Pulau Merah Kabupaten Banyuwangi''	Independen: Kualitas Pelayanan (bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati) Dependen: Kepuasan konsumen	Regresi Linear Berganda	Kualitas layanan Berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan
2.	Dedi Eka (2019)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen The Axana Hotel Padang	Independen: Kualitas Pelayanan (bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati) Dependen: Kepuasan konsumen	Analisis Linier Berganda	Kualitas Pelayanan Berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen
3.	Hariman	Analisis	Independen:	Analisis	Penelitian

	Syaleh (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen menggunakan jasa penginapan	Kualitas Pelayanan (bukti fisik, kehandalan, ketanggap, jaminan, empati) Dependen: Kepuasan konsumen	Linier Berganda	ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan terhadap Kepuasan konsumen
4.	Resita widya Putri, Suharyono, Dahlan Fanani (2015)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (survey pada pelanggan AUTO 2000 Waru Surabaya)	Kualitas pelayanan Kepuasan pelanggan Loyalitas pelanggan	Penelitian ini menggunakan alat SPSS dengan menggunakan metode analisis jalur (<i>Path Analysis</i>) dan deskriptif	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan AUTO 2000 Waru Surabaya
5.	Estriyanti (2018)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pemakai jasa Hotel (studi kasus pada Hotel Pesonna Malioboro Yogyakarta)	independen: Kualitas Pelayanan (bukti fisik, kehandalan, ketanggap, jaminan, empati) Dependen: Kepuasan konsumen	Dalam penelitian menggunakan Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen
6.	Hiken Widyastuti (2015)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	independen: Kualitas Pelayanan (bukti fisik, kehandalan, ketanggap,	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan

		(Survei Pada Tamu Pelanggan Yang Menginap Di HARRIS & POP HOTELS Denpasar	jaminan, empati) Dependen:Kepuasan konsumen		terhadap kepuasan konsumen
--	--	---	--	--	----------------------------

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2024

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Wisatawan

Menurut Kotler (2001) yang dikutip dari Eka (2019) bukti fisik adalah kemampuan suatu pengelola destinasi dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak luar. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik destinasi dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan pihak pemberi jasa. bukti fisik tersebut meliputi penampilan fisik, peralatan, karyawan/penduduk, yang dipergunakan dalam memberikan pelayanan. Eka (2019) Semakin baik persepsi pengunjung terhadap bukti fisik maka kepuasan wisatawan juga akan semakin tinggi dan jika persepsi wisatawan terhadap bukti fisik buruk maka kepuasan wisatawan juga akan semakin rendah

H1: Bukti Fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan wisatawan.

2.3.2 Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Wisatawan

Menurut Kotler (2001) yang dikutip dari Widyastuti (2015) keandalan adalah kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Kinerja harus sesuai dengan harapan wisatawan yang tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua wisatawan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi. Semakin baik persepsi wisatawan terhadap keandalan pengelola destinasi maka kepuasan wisatawan juga akan semakin tinggi, dan jika persepsi wisatawan terhadap keandalan buruk maka kepuasan wisatawan juga akan semakin rendah Widyastuti (2015)

H2: Keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan

2.3.3 Pengaruh Ketanggapan Terhadap Kepuasan Wisatawan

Menurut Permana dan Djatmiko (2018) ketanggapan yaitu kemampuan membantu wisatawan dan memberikan jasa dengan cepat dan tanggap yang meliputi kesigapan penduduk dalam melayani wisatawan, kecepatan penduduk dalam menangani transaksi serta penanganan keluhan wisatawan. Ketanggapan yang diberikan oleh pengelola dengan baik akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan. Semakin baik persepsi wisatawan terhadap ketanggapan pengelola wisata maka kepuasan wisatawan juga akan semakin tinggi dan jika persepsi wisatawan terhadap ketanggapan buruk maka kepuasan wisatawan juga akan semakin rendah. Permana dan Djatmiko (2018)

H3: Ketanggapan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan

2.3.4 Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Wisatawan

Estriyanti (2018) mendefinisikan jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan terhadap produk secara tepat, kesopansantunan karyawan dalam memberi pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap perusahaan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keraguan. Jaminan (*assurance*) yang mencakup pengetahuan dan keterampilan para pegawai objek wisata dalam melayani kebutuhan pengunjung, etika para penduduk, dan jaminan keamanan dari pengelola atas pengunjung saat berkunjung ke objek pariwisata. Semakin baik persepsi wisatawan terhadap jaminan yang diberikan oleh penduduk Huta Siallagan maka kepuasan wisatawan juga akan semakin tinggi. Jika persepsi wisatawan terhadap jaminan yang diberikan oleh pemberi layanan buruk maka kepuasan wisatawan juga akan semakin rendah Estriyanti (2018)

H4: Jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan

2.3.5 Pengaruh empati Terhadap Kepuasan Wisatawan

Syaleh (2018), empati (*emphaty*) yaitu perhatian dengan memberikan sikap yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan pemberi layanan kepada wisatawan seperti kemampuan penduduk untuk berkomunikasi dengan wisatawan dan usaha pemberi layanan untuk memahami keinginan dan kebutuhan wisatawan. Dimana suatu pemberi layanan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pengunjung, memahami kebutuhan Pengunjung secara spesifik. Semakin baik persepsi wisatawan terhadap kepedulian yang diberikan oleh pemberi layanan maka kepuasan wisatawan juga akan semakin tinggi dan jika persepsi wisatawan terhadap kepedulian yang diberikan oleh pemberi layanan buruk maka kepuasan wisatawan juga akan semakin rendah Syaleh (2018)

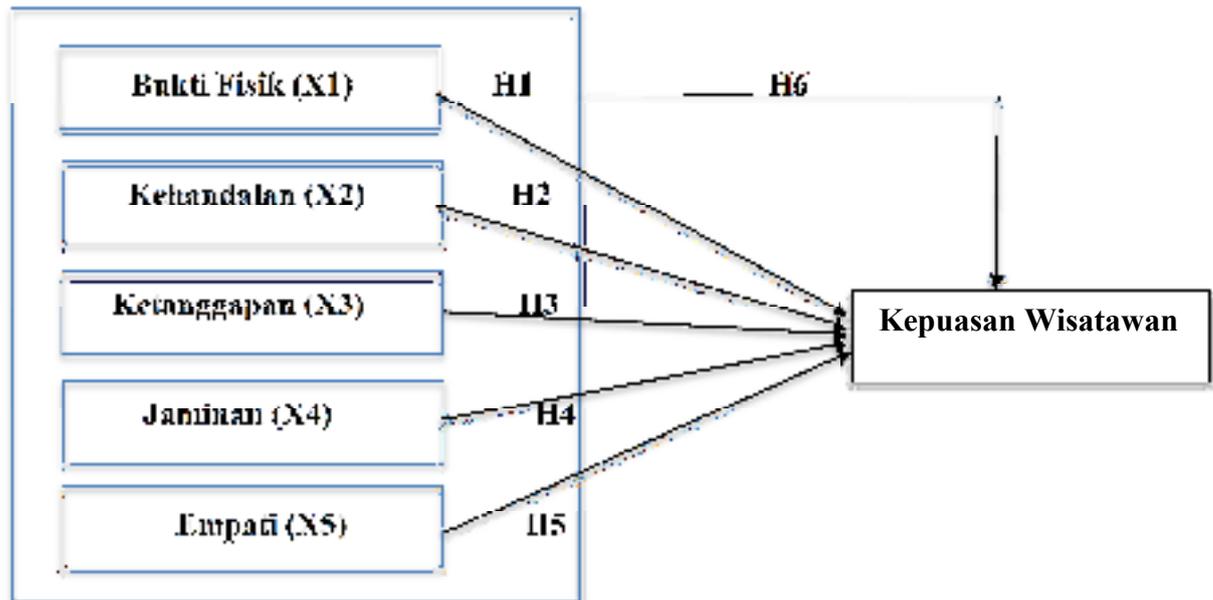
H:5 empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan

2.3.6 Pengaruh Bukti fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Empati Terhadap Kepuasan Wisatawan

Widyastuti (2015) dalam meningkatkan kepuasan wisatawan, kualitas pelayanan merupakan faktor terpenting dalam proses peningkatan kepuasan wisatawan. Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yaitu: bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati. Bukti fisik meliputi penampilan fisik, karyawan, yang dipergunakan dalam memberikan pelayanan. Keandalan merupakan kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Ketanggapan yaitu kemampuan membantu wisatawan dan memberi jasa dengan cepat dan tanggap. Jaminan yaitu kesopansantunan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan dan kepercayaan wisatawan. Empati merupakan perhatian dengan sikap yang tulus dan bersifat pribadi.

H:6 Bukti fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan

2.4 Kerangka Berpikir



Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. dengan menggunakan desain penelitian eksploratif. Alat analisis yang digunakan untuk mengkaji data yang dikumpulkan adalah menggunakan perangkat lunak SPSS. Penelitian ini menggunakan data primer dari survei yang dilakukan secara *online* dengan menyebarkan formulir kuesioner. Seluruh indikator pada variabel penelitian dikerjakan dengan menggunakan skala *Likert* dan pernyataan indikator yang diambil dari berbagai penelitian sebelumnya yang relevan. Tanggapan responden diukur dengan menggunakan 5 opsi terdiri dari sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju.

3.2 waktu dan lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di samosir khususnya di objek wisata Huta Siallagan Samosir. waktu penelitian dimulai pada bulan Maret 2024 s/d selesai.

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu dan diterapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian menarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah para wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke objek wisata Huta Siallagan Samosir yang jumlahnya tidak diketahui.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke Huta Siallagan Samosir. Menurut Hair et al., (2014) besarnya sampel dalam suatu penelitian bila terlalu besar akan menyulitkan peneliti untuk bisa mendapatkan model penelitian yang cocok dan disarankan ukuran sampel yang sesuai berkisar antara 100 atau lebih besar. Jadi, berdasarkan pernyataan tersebut peneliti menetapkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden.

3.3.3 Teknik Sampling

Pada penelitian ini digunakan teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability Sampling* dengan cara *Purposive Sampling*. Dutta & Mandal (2018) berpendapat bahwa Purposive Sampling adalah teknik pemungutan sampel dengan menetapkan beberapa kriteria tertentu. Kriterianya adalah wisatawan yang sudah pernah mengunjungi destinasi Huta Siallagan (minimal satu sampai dua kali).

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode dan instrumen pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah melalui kuesioner. Kuesioner ini berupa pernyataan yang disebarikan kepada 100 wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke Huta Siallagan Samosir. Dengan kategori pengukuran dalam skala *likert* yakni:

- | | | | | | |
|----|-----|---|---------------------------|---|--------|
| 1. | SS | = | Sangat Setuju (SS) | : | skor 5 |
| 2. | S | = | Setuju (S) | : | skor 4 |
| 3. | N | = | Netral (N) | : | skor 3 |
| 4. | TS | = | Tidak Setuju (TS) | : | skor 2 |
| 5. | STS | = | Sangat Tidak Setuju (STS) | : | skor 1 |

Item kuesioner dikembangkan dalam format *google form*. Selanjutnya format *google form* akan dibagikan melalui *social media*.

3.5 Definisi operasional Variabel

Operasionalisasi yang digunakan dalam penelitian ini akan menjelaskan variabel-variabel yang dipakai, definisi operasional variabel beserta skala pengukuran yang digunakan. Adapun definisi operasional pada masing-masing variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1

Definisi Variabel Operasional

No	Variabel	Definisi	Sub Variabel	Skala
----	----------	----------	--------------	-------

1.	Bukti Fisik (X1)	Bukti fisik (<i>tangible</i>) yaitu kemampuan suatu pengelola destinasi dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal (Parasuman et al., dalam Angraini (2021)).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penampilan Penduduk yang rapi 2. Kelengkapan Peralatan 3. Kebersihan 4. Letak Strategis yang mudah dijangkau 5. Fasilitas Fisik yang memadai dan menarik 	<i>Likert</i>
2.	Kehandalan (X2)	Kehandalan (<i>reliability</i>) yaitu Kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya (Parasuman et al., dalam Angraini (2021)).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keakuratan informasi yang diberikan kepada wisatawan 2. Kecepatan dalam mengatasi masalah wisatawan 3. Berpengetahuan yang luas 4. Pelayanan tepat waktu dan memuaskan 	<i>Likert</i>
3.	Ketanggapan (X3)	Ketanggapan (<i>responsiveness</i>) adalah kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada para wisatawan dengan penyampaian informasi yang jelas (Parasuman et al., dalam Angraini (2021)).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tanggap dalam Menangani keluhan wisatawan 2. Mampu merespon dan mengatasi keluhan wisatawan 3. Memberikan informasi yang jelas kepada wisatawan 	<i>Likert</i>

4.	Jaminan (X4)	Jaminan (<i>assurance</i>) adalah pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para penduduk untuk menumbuhkan rasa percaya para wisatawan kepada pemberi layanan (Parasuman et al., dalam Angraini (2021)).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan informasi kepada wisatawan dengan bahasa yang jelas 2. Memberikan kepercayaan berupa garansi atas perbaikan 3. Jaminan keamanan dan kenyamanan 4. Keterampilan dalam memberikan pelayanan 5. Sopan dalam Melayani wisatawan 	
5.	Empati (X5)	Empati (<i>empathy</i>) adalah memberikan sikap yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada wisatawan dengan berupaya memahami keinginannya (Parasuman et al., dalam Angraini (2021)).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan perhatian khusus kepada wisatawan 2. Pelayanan yang adil tanpa memandang status sosial 3. Mampu memenuhi Keinginan wisatawan 	
6.	Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler 2012)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Huta Siallagan memberikan pelayanan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan 2. Pelanggan merasa senang dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Huta Siallagan. 3. Pelanggan akan mengatakan hal positif tentang Huta Siallagan 4. Pelanggan percaya bahwa datang ke destinasi Huta Siallagan merupakan pengalaman yang memuaskan. 	

Sumber : diolah peneliti 2024

3.6 Uji Instrumen Penelitian

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018), Uji validitas merupakan Teknik pengujian untuk menentukan valid tidaknya instrument penelitian. Uji ini dilakukan untuk mengukur data yang didapat setelah penelitian yang merupakan data valid dengan alat ukur yang digunakan. Untuk membantu proses pengolahan data untuk uji validitas dilakukan dengan program *statistical program for social sciences* (SPSS).

Kriteria pengujian:

1. Item intrusmen dikatakan *valid* apabila $p\text{-value} < \alpha 0,05$.
2. Item instrument dikatakan tidak *valid* apabila $p\text{-value} > \alpha 0,05$.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018), uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur angket atau kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu angket atau kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Butir angket atau kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika, Cronbach's Alfa $\geq 0,60$ dan dikatakan tidak reliabel jika Cronbach's Alfa $< 0,60$. Rumus yang digunakan juga menggunakan rumus r product-moment apabila r hitung $> r$ tabel, maka keseluruhan butir-butir kuesioner yang ada dinyatakan reliabel.

3.7 Uji Asumsi Klasik

Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, terlebih dahulu diadakan pengujian-pengujian terhadap gejala penyimpangan asumsi klasik. Cara yang digunakan untuk menguji gejala penyimpangan asumsi klasik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data dalam penelitian berdistribusi atau tidak. Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik dengan kolmogorov-smirnov (Ghozali, 2018). Dasar pengambilan keputusan dengan menggunakan Uji Normalitas kolmogorov-smirnov adalah sebagai kecerdasan buatan berikut:

- a. Jika signifikansi $\geq 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- b. Jika signifikansi $\leq 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

3.7.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians pada nilai residual pengamatan satu dengan yang lainnya. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memenuhi syarat tidak terjadinya heteroskedastisitas.

3.7.3 Uji Multikolinieritas

Uji ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui ada hubungan atau tidak ada hubungan di antara variabel bebas (independen). Pendeteksian multikolinieritas dapat dilihat melalui nilai Variance Inflation Factors (VIF). Kriteria pengujiannya yaitu apabila nilai *Tolerance* $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 maka tidak terdapat multikolinieritas di antara variabel independen dan sebaiknya apabila nilai *Tolerance* $< 0,1$ dan nilai VIF > 10 , maka asumsi tersebut mengandung multikolinieritas (Basuki & Prawoto, 2016).

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Sugiyono (2017:147) mengemukakan bahwa analisis deskriptif merupakan analisis untuk menganalisis data, dengan cara mendeskripsikan data yang terkumpul tanpa membuat kesimpulan secara generalisasi. Analisis deskriptif ditunjukkan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan data variabel independen berupa Kualitas pelayanan.

3.8.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Metode ini adalah metode yang dimana hubungan linear antara dua variabel independen atau lebih dengan variabel dependen. Untuk membuktikan kebenarannya maka (bukti Fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati) sebagai variabel independen dan Kepuasan Wisatawan (Y) sebagai variabel dependen. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan kuantitatif yakni, menguji dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka dengan rumus di bawah ini:

$$Y = b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

Di mana:

Y = Kepuasan Wisatawan

b1 = Koefisien regresi variabel X1 (bukti fisik)

b2= Koefisien regresi variabel X2 (kehandalan)

b3= Koefisien regresi variabel X3 (ketanggapan)

b4= Koefisien regresi variabel X4 (jaminan)

b5 = Koefisien regresi variabel X5 (empati)

X1 = Bukti fisik

X2 = Kehandalan

X3 = Ketanggapan

X4 = Jaminan

X5 = Empati

e = error/variabel pengganggu

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial atau individu pengaruh dari masing-masing variabel yang dihasilkan dari persamaan regresi secara individu dan Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan antara nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} dengan kriteria keputusan adalah :

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai sig $< \alpha$ 0,05 maka H_0 ditolak, H_1 diterima artinya ada pengaruh signifikan antara variabel X dan variabel Y.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai sig $> \alpha$ 0,05 maka H_0 ditolak, H_1 diterima artinya tidak ada pengaruh signifikan antara variabel X dan Variabel Y.

3.9.2 Uji f (Uji Simultan)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2005). Melalui alat bantu statistik SPSS dengan membandingkan antara nilai signifikan hitung $< 5\%$, artinya perhitungan p value < 0.05 maka H_0 ditolak dan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.9.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini dilakukan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel bebas (bukti Fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati) untuk menjelaskan variabel terikat (Kepuasan Wisatawan). Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$). Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat terbatas. Nilai koefisien yang mendekati 1 maka berarti variabel bebas hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memberikan variasi pada variabel terikat.