

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Negara Indonesia memiliki potensi pertumbuhan ekonomi dari berbagai sektor, antara lain: Sektor pertanian, kehutanan dan perikanan, pertambangan, konstruksi, perdagangan dan jasa, manufaktur, tekstil dan sektor pariwisata. Salah satu sektor yang menjadi perhatian pemerintah untuk menggerakkan pertumbuhan perekonomian nasional maupun daerah adalah sektor pariwisata, karena manfaat dan peranan pariwisata bagi suatu wilayah, negara bahkan dunia telah banyak diakui (Muljadi dan Warman, 2014:5). Sektor pariwisata dapat menciptakan pertumbuhan ekonomi melalui penciptaan lapangan usaha dan kerja, peningkatan pendapatan devisa negara dan pendapatan masyarakat melalui aktivitas wisata.

Pariwisata menjadi salah satu sumber devisa yang besar, baik di negara maju maupun di negara-negara berkembang. Pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang sangat strategis dan menimbulkan dampak berganda (*multiplier effect*), baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga berdampak memberikan keuntungan terhadap sektor sosial, budaya, pendidikan, dan ekonomi negara (Riyadi. et.al 2012). Pada tahun 2018, sektor pariwisata masih menjadi penghasil devisa kedua dengan 15 miliar dollar AS, dibawah minyak sawit mentah (CPO) yang mencapai 17 miliar dollar AS (Sukmana, 2018). Setiap tahun performa pariwisata Indonesia terus meningkat (Apriyono, 2018). Selain itu pariwisata merupakan komoditas yang paling berkelanjutan dan menyentuh hingga level paling bawah masyarakat (Apriyono, 2018).

Destinasi pariwisata Indonesia sudah dikenal di kawasan Asia, Indonesia memiliki pantai, gunung, hutan, Danau, warisan sejarah dan warisan budaya yang tersebar dari Pulau Sumatera sampai Papua yang mempunyai ciri khas daerahnya masing-masing yang sudah terbentuk sejak zaman nenek moyang manusia. Di dunia, daya saing wisata alam Indonesia berada di peringkat 14. Di kawasan Asia Tenggara, posisi Indonesia berada di urutan ke dua setelah Negara Thailand. Pariwisata Indonesia juga unggul dalam daya saing harga. Biaya yang dikeluarkan

Untuk berlibur di Indonesia cenderung lebih murah daripada di negara-negara lain di Kawasan Asia Tenggara (Nuran, 2017). Daya saing harga merupakan komponen yang penting dalam indeks daya saing pariwisata sebuah negara (Nuran, 2017).

Sumatera utara merupakan salah satu provinsi yang memiliki banyak potensi wisata, diantaranya; Salju Panas Tinggi Raja yang berada di Kabupaten Simalungun, Pantai Sorake yang berada di Kabupaten Nias Selatan, Pantai Lagundri yang berada di Kabupaten Nias Selatan, Bukit Gundaling yang berada di Kota Berastagi, Danau Lau Kawar yang berada di Kabupaten Karo, Pulau Samosir yang berada di Kabupaten Samosir dan Danau Toba. Salah satu destinasi wisata yang terkenal secara Nasional maupun Internasional adalah Danau Toba dan Pulau Samosir.

Pulau Samosir adalah sebuah pulau vulkanik yang terbentuk dari hasil letusan gunung Toba sekitar 74.000 tahun yang lalu, berada di tengah Danau Toba dengan ketinggian 1.000 meter di atas permukaan laut dan luas 1.145 km² (Wikipedia). Pulau Samosir berada pada daerah administrasi Kabupaten Samosir. Kabupaten Samosir memiliki 9 kecamatan dengan 6 kecamatan berada di Pulau Samosir (di tengah Danau Toba) yaitu: Nainggolan, Onan Runggu, Palipi, Ronggur Nihuta, Simanindo, Sitio-tio dan 3 kecamatan berada di daerah lingkaran luar Danau Toba tepat pada punggung pegunungan Bukit Barisan yaitu: Harian, Sianjur Mula-Mula dan Pangururan. Kabupaten Samosir merupakan satu dari 7 kabupaten yang masuk ke dalam kawasan Danau Toba, yaitu: Kabupaten Simalungun, Toba Samosir, Dairi, Karo, Tapanuli Utara, Humbang Hasundutan dan Kabupaten Samosir. Dari 7 kabupaten tersebut, potensi untuk mendatangkan wisatawan lebih banyak lagi adalah Kabupaten Samosir karena Kabupaten Samosir memiliki banyak objek wisata alam, budaya dan sejarah.

Pada Era pemerintahan bapak Ir.H.Joko Widodo tahun 2014-2019, Danau Toba masuk dalam daftar 5 destinasi wisata super prioritas yang direncanakan menjadi "Bali Baru" (Tobing, 2019). Pada tahun 2016, Badan Otorita Pengelola Kawasan Pariwisata Danau Toba (BOPKPDT) resmi dibentuk melalui Peraturan Presiden Nomor 49 Tahun 2016 yang tujuannya untuk membantu Presiden dalam

mewujudkan peningkatan kualitas pariwisata Danau Toba. Pada tanggal 27 Maret 2014, Geopark Kaldera Toba di tetapkan sebagai Geopark Nasional dan pada bulan September 2019 telah diterima menjadi anggota *Unesco Geopark Global* (Pasaribu, 2019).

Beberapa usaha telah dilakukan untuk mengembangkan pariwisata Kabupaten Samosir agar mampu membuat kunjungan wisatawan destinasi wisata Kabupaten Samosir semakin meningkat yaitu dibukanya Bandara Udara Silangit sebagai bandara Internasional pada tahun 2018 lalu dan penambahan pelabuhan penyeberangan dari Ajibata ke Pulau Samosir yang mengoperasikan 2 kapal ferry yaitu KMP Ihan Batak dan KMP Pora-Pora yang membuat wisatawan semakin mudah untuk berkunjung ke Pulau Samosir.

Terdapat beberapa permasalahan yang membuat destinasi wisata Danau Toba dipertimbangkan apakah mampu bersaing dengan destinasi wisata nasional lainnya. Masalah tersebut yaitu: Timbulnya sampah, pencemaran air oleh keramba jaring apung, perambahan hutan dan lahan kritis (Ekawati, et.al, 2016). Hal ini harus segera di perbaiki karena kebersihan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Sinurat, 2019).

Selain itu, terdapat keluhan yang sering dirasakan wisatawan ketika berkunjung ke destinasi wisata Kabupaten Samosir yaitu adanya stigma masyarakat setempat bahwa "Turis adalah orang asing" yang membuat perilaku warga jadi lebih tertutup dan cenderung tidak ramah terhadap wisatawan (Rahmadsyah, 2018). Masalah ini harus segera diperbaiki karena kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan wisatawan (Ramadhan, 2016). Menurut Utama (2017:201) ketika konsumen puas atau kecewa, maka akan menceritakan kepada konsumen lain tentang produk tersebut. Jika stigma "Turis adalah orang asing" tidak diperbaiki maka akan sulit bagi pemerintah untuk meningkatkan jumlah wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Samosir. Resmayasari (2012) mengemukakan alasan wisatawan mengunjungi Bali adalah karena Bali memiliki keindahan alam, keramahtamahan masyarakat lokal, keunikan dan berbeda dari tempat manapun sehingga wisatawan dapat merasakan suasana yang nyaman, aman, damai dan tenang.

Lee, et.al (2013) menjelaskan bahwa faktor kunci keberhasilan sebuah destinasi wisata adalah kemampuan untuk bersaing dengan destinasi wisata lainnya. Daya saing destinasi wisata dapat diartikan sebagai kemampuan destinasi wisata untuk menyampaikan barang dan layanan lebih baik daripada destinasi wisata lainnya dengan pengalaman pariwisata yang dianggap penting oleh wisatawan (Knezevic, et.al. 2015). Zolfani, et.al (2015) menyatakan bahwa destinasi wisata dapat bersaing dalam pasar pariwisata apabila destinasi wisata mampu memberikan "*Tourism Experience*" yang tak terlupakan bagi wisatawan.

Menurut Larsen dalam jurnal Sheng & Chen (2013) menunjukkan bahwa pengalaman wisata adalah akumulasi fenomena psikologis yang terlihat dari perspektif psikologi yang meliputi harapan sebelum perjalanan, persepsi selama perjalanan, dan kenangan setelah perjalanan. Mei (2014) menegaskan bahwa usaha dalam memberikan "*Tourism Experience*" kepada wisatawan jauh lebih penting dari pada produk pariwisata itu sendiri. Chandralal & Valenzuela (2013) mengemukakan bahwa dalam bersaing dan bertahan dalam pasar pariwisata, suatu destinasi wisata harus mampu memberikan pengalaman wisata yang unik dan tak terlupakan kepada wisatawan.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul "**Analisis Kepuasan Wisatawan Kabupaten Samoir Berdasarkan *Tourism Experience***".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah yang di kaji adalah:

1. Bagaimana kepuasan wisatawan Kabupaten Samosir berdasarkan *Tourism Experience*?
2. Apakah ada atribut yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan wisatawan Kabupaten Samosir berdasarkan *Tourism Experience*?
3. Apakah terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diharapkan oleh wisatawan dengan kualitas pelayanan yang diterima oleh wisatawan Kabupaten Samosir berdasarkan *Tourism Experience*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui Bagaimana kepuasan wisatawan Kabupaten Samosir berdasarkan *Tourism Experience*.
2. Untuk mengetahui Atribut apasaja yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan wisatawan Kabupaten Samosir berdasarkan *Tourism Experience*.
3. Untuk menguji beda antara kualitas pelayanan yang diharapkan oleh wisatawan dengan kualitas pelayanan yang diterima oleh wisatawan Kabupaten Samosir berdasarkan *Tourism Experience*

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah

1. BagiPeneliti.

Penelitianinidilakukanuntuk:

1. MenambahwawasanpahamanmengenaiKepuasan Wisatawan Kabupaten Samosir berdasarkan *Tourism Experience*.
2. Sebagai pemenuhantugasakhiruntukmemperolehGelarSarjanaEkonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan.

2. Bagi Dinas Pariwisata Kabupaten Samosir

Hasil penelitian ini berguna bagi dinas pariwisata Kabupaten Samosir sebagai masukan atau bahan untuk mengembangkan Kabupaten Samosir untuk menjadi Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) dan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) sesuai dengan PP Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pengembangan Kepariwisata Nasional yang menjadikan Danau Toba sebagai salah satu dari sepuluh prioritas pengembangan kepariwisataan nasional.

3. Bagi Universitas HKBP Nommensen Medan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penambahan ilmu pengetahuan, khususnya bagi Manajemen Pemasaran serta sebagai bahan bacaan di Perpustakaan Universitas dan sebagai referensi bagi mahasiswa lain.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat berguna sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya dan bermanfaat sebagai bahan informasi yang diperlukan dan perbandingan bagi penelitian di masa yang akandatang.

BAB II

LANDASAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU DAN RUMUSAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Pariwisata

Menurut arti katanya, pariwisata berasal dari bahasa Sansakerta yang terdiri dari dua kata yaitu, kata *Pari* dan kata *Wisata*, Kata “*Pari*” berarti penuh, seluru, atau semua dan kata “*Wisata*” bermakna perjalanan (Utama, 2018:1). Istilah pariwisata (*Tourism*) baru muncul di masyarakat kira-kira pada abad ke-18, khususnya sesudah revolusi industri di Inggris. Istilah pariwisata berasal dari dilaksanakannya kegiatan wisata atau *tour* yaitu suatu aktivitas perubahan tempat tinggal sementara seseorang, ke luar tempat tinggalnya sehari-hari, bersifat sementara, dengan suatu alasan apapun kecuali melakukan kegiatan yang bisa menghasilkan upah atau gaji (Muljadi dan Warman, 2014:7).

Norval dalam Muljadi dan Warman (2014:8) mengemukakan pengertian pariwisata sebagai:

"The sum total of operation, mainly of an economic nature, which directly relate to the entry, stay and movement of foreigners inside and outside a certain country, city or region" (Keseluruhan kegiatan yang berhubungan dengan masuk, tinggal dan pergerakan penduduk asing di dalam atau di luar suatu negara, kota atau wilayah tertentu).

Ismayanti (2018:1) Memberikan pengertian pariwisata sebagai kegiatan dinamis yang melibatkan manusia serta menghidupkan berbagai bidang usaha. Pengertian tersebut menjelaskan bahwa kegiatan pariwisata memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat banyak. Muljadi dan Warman (2014:7) Mengemukakan pengertian pariwisata sebagai aktivitas yang berupa pelayanan atas produk yang dihasilkan oleh industri pariwisata yang mampu menciptakan pengalaman perjalanan bagi wisatawan. Pengertian tersebut menekankan pada pentingnya pelayanan yang diberikan kepada konsumen agar menciptakan pengalaman perjalanan bagi wisatawan.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata memberikan pengertian pariwisata sebagai berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Dan pengertian kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dengan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha.

2.1.2 Destinasi Wisata

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut destinasi wisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Berdasarkan pengertian tersebut, penulis memberikan batasan objek wisata adalah sesuatu yang dapat dinikmati, dirasakan dan dilihat oleh manusia sehingga menimbulkan perasaan senang.

Menurut Kusudiantao (1996:8) dalam Diantara dan Pitana (2009:126) destinasi wisata dapat digolongkan atau dikelompokkan berdasarkan ciri-ciri destinasi wisata tersebut, yaitu sebagai berikut:

1. Destinasi sumber daya alam, seperti iklim, pantai, hutan
2. Destinasi sumber daya budaya, seperti tempat bersejarah, museum, teater, dan masyarakat lokal
3. Fasilitas rekreasi, seperti tempat hiburan
4. *Event* seperti Pesta Kesenian Bali, Pesta Danau Toba, Pasar malam.
5. Aktivitas spesifik, seperti kasino di Gneting Highland Malaysia, Wisata Belanja di Hong Kong.
6. Daya tarik psikologis, seperti petualangan, perjalanan romantis, perjalanan rohani dan lain-lain

Menurut Muljadi dan Warman (2014:102) sebuah destinasi wisata harus memiliki daya tarik tersendiri untuk mendatangkan wisatawan. Dengan adanya objek daya tarik wisata yang kuat maka menjadi magnet untuk menarik para wisatawan. Pengembangan kepariwisataan haruslah memiliki tiga aspek penting produk pariwisata, yaitu:

1. *Attraction* atau daya tarik wisata.

Yakni segala sesuatu yang berupa daya tarik wisata yang memiliki sifat menarik sehingga wisatawan terdorong untuk datang ke suatu daerah tujuan pariwisata yang diinginkan. Sifat-sifat menarik ini antara lain meliputi keindahan alam, antraksi budaya, bangunan peninggalan sejarah dan adat-istiadat atau kebiasaan carahidup masyarakat yang memiliki keunikan yang berbeda dengan tempat tinggal wisatawan.

2. *Accessibility* atau aksesibilitas

Artinya kemudahan untuk mencapai daerah tujuan pariwisata dengan tersedianya berbagai moda transportasi baik udara, laut, maupun darat. Hasil penelitian membuktikan bahwa aksesibilitas sangat mempengaruhi keputusan para calon wisatawan datang berkunjung ke suatu negara atau daerah tujuan pariwisata.

3. *Aminities* atau fasilitas

Artinya ketersediaan berbagai fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi para wisatawan selama melakukan perjalanan wisata di suatu negara atau daerah tujuan pariwisata. Fasilitas dimaksud antara lain berupa akomodasi/sarana penginapan, restoran dan bar, layanan informasi, pramuwisata, sikap masyarakat setempat, keamanan, fasilitas umum yang bersih dan lain lain.

Ketiga aspek (3A) tersebut harus dapat dikemas sedemikian rupa sehingga dapat menjadi lebih menarik dan dapat memberikan kenyamanan bagi wisatawan sesuai dengan maksud kunjungannya.

2.1.3 Wisatawan

Kata wisatawan (*tourist*) merujuk kepada orang. Secara umum wisatawan menjadi subset atau bagian dari *traveller* atau *visitor*. Untuk dapat disebut sebagai

wisatawan, seseorang haruslah seorang *traveller* atau seorang *visitor*. Seorang *visitor* adalah seorang *traveller*, tetapi tidak semua *traveller* adalah *tourist*. *Traveller* memiliki konsep yang lebih luas, yang dapat mengacu kepada orang yang mempunyai beragam peran dalam masyarakat yang melakukan kegiatan rutin ke tempat kerja, sekolah dan sebagainya sebagai aktivitas sehari-hari, orang-orang menurut kategori ini samasekali tidak dapat dikatakan sebagai *tourist* (Pitana dan Diarta, 2009:35).

Dalam undang-undang RI nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan dijelaskan bahwa: Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi, dalam jangka waktu sementara. Dan Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.

Seseorang dapat disebut sebagai wisatawan (dari sisi perilakunya) apabila memenuhi beberapa kriteria berikut (Pitana dan Diarta, 2009:39):

1. Melakukan perjalanan jauh dari tempat tinggal normalnya sehari-hari;
2. Perjalanan tersebut dilakukan paling sedikit semalam tetapi tidak secara permanen;
3. Dilakukan pada saat tidak bekerja atau mengerjakan tugas rutin lain dalam rangka mencari pengalaman mengesankan dari interaksinya dengan karakteristik tempat yang dipilih.

2.1.4 *Tourism Experience*

Menurut Larsen dalam jurnal Sheng & Chen (2013) mendefinisikan pengalaman pariwisata sebagai akumulasi fenomena psikologis yang terlihat dari perspektif psikologi yang meliputi harapan sebelum perjalanan, persepsi selama perjalanan, dan kenangan setelah perjalanan. Dengan kata lain, setelah perjalanan, pengalaman wisatawan yang berdasar pada harapan, persepsi, dan kenangan akan mempengaruhi harapan mereka untuk perjalanan berikutnya.

2.1.5 Dimensi Pengalaman Pariwisata

Terdapat delapan dimensi dari pengalaman pariwisata yaitu kenyamanan, pendidikan, hedonis, novelty, pengakuan, relasi, keamanan dan keindahan (Rageh. et al, 2013).

1. Kenyamanan

Nyaman adalah segardan sehat. Sedangkan kenyamanan adalah keadaan nyaman; kesegaran; kesejukan. Tujuan pengunjung atau wisatawan untuk liburan erat kaitannya dengan keinginan mereka untuk merasa nyaman dan rileks. Fasilitas dasar yang memberikan kenyamanan dan relaksasi diantaranya yaitu penginapan, tempat parkir, papan informasi, transportasi, toilet, tempat ibadah dan lain-lain.

2. Pendidikan

Pendidikan dari perjalanan wisata ditandai dengan adanya pengetahuan baru dari perjalanan wisata yang dilakukan yang bersumber dari setiap aspek perjalanan wisata seperti dari budaya penduduk sekitar, sejarah tempat wisata, ekonomi masyarakat sekitar, pusat informasi yang tersedia dan lain-lain.

3. Hedonis

Dimensi hedonis menggabungkan antara kegembiraan, kesenangan dan pengalaman yang tidak terlupakan yang dirasakan dari layanan yang diberikan. Seperti dari liburan petualangan, makananyang mengesankan atau lingkungan dari sebuah hotel mewah dan lain-lain.

4. Novelty

Istilah novelty menyiratkan kebaruan atau keunikan. Kebaruan mengacu pada keinginan untuk pergi dari tempat yang dikenal ke tempat yang tidak diketahui, atau untuk menemukan pengalaman baru, sensasi, dan petualangan. Sedangkan keunikan dapat dilihat dari segi akomodasi, antraksi budaya yang mempesona, makanan khas daerah, cendra mata dan lain-lain.

5. Pengakuan

Pengakuan diidentifikasi sebagai faktor penting dari pengalaman layanan. Wisatawan ingin merasakan pengakuan pribadi dari pemberi layanan, sehingga wisatawan merasa penting dan dihargai.

6. Relasional

Merupakan komponen lain yang penting dari pengalaman wisatawan yaitu pengalaman relasi yang melibatkan wisatawan dengan masyarakat tujuan wisata. Sikap yang baik masyarakat yaitu sifat dan perilaku yang akrab dalam pergaulan, hormat dan sopan dalam berkomunikasi, suka senyum, suka menyapa, suka memberikan pelayanan, dan ringan kaki untuk membantu tanpa pamrih, baik yang diberikan oleh petugas/aparat unsur pemerintah maupun usaha pariwisata yang secara langsung melayaninya. Sehingga wisatawan betah dan ingin tinggal lebih lama

7. Keamanan

Aman merupakan suatu kondisi atau keadaan yang memberikan suasana tenang dan rasa tenteram bagi wisatawan. Aman juga berarti bebas dari rasa takut dan khawatir akan keselamatan jiwa, raga, dan harta miliknya (barang bawaan dan yang melekat pada tubuhnya). Aman juga berarti bebas dari ancaman, gangguan dan tindak kekerasan atau kejahatan (penodongan, perampokan, pemerasan, penipuan). Aman, dalam arti termasuk pula penggunaan sarana dan prasarana serta fasilitas, yaitu baik dari gangguan teknis maupun lainnya, karena sarana, prasarana, dan fasilitas tersebut terpelihara dengan baik.

8. Keindahan

Merupakan suatu kondisi atau keadaan yang mencerminkan penataan yang teratur, tertib dan serasi, sehingga memancarkan keindahan. Indah dilihat dari sudut penggunaan tata warna yang serasi, selaras dengan lingkungan sekitarnya, baik interior maupun eksterior serta menunjukkan sifat dan ciri penampilan yang menarik. Keindahan terutama dituntut dari penampilan semua unsur yang berhubungan langsung dengan pariwisata, seperti penampilan wajah kota, halaman depan hotel dan bangunan bersejarah, jalur-jalur wisata, lingkungan daya tarik wisata serta produk pariwisata lainnya. Indah dari segi alam di mana wisatawan akan mendapatkan lingkungan yang indah dikarenakan pemeliharaan dan pelestarian yang teratur dan terus-menerus.

2.1.6 Kepuasan Konsumen

Menciptakan kepuasan konsumen merupakan salah satu inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang bagi perusahaan. Kepuasan merupakan gambaran perbedaan antara harapan dan kinerja (yang nyata diterima). Apabila harapan tinggi, sementara kinerjanya biasa-biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai atau bahkan menimbulkan kekecewaan bagi konsumen. Sebaliknya, apabila kinerja melebihi dari yang diharapkan, kepuasan akan meningkat. Karena harapan yang dimiliki konsumen cenderung selalu meningkat sejalan dengan meningkatnya pengalaman konsumen.

Menurut Sopiha dan Sagadji (2013:180) Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang diharapkan. Pengertian ini menjelaskan bahwa kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan di mana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen.

Menurut Kotler dan Keller, (2009:138) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan konsumen diukur dengan seberapa besar harapan konsumen tentang produk dan pelayanan sesuai dengan kinerja produk. Salomo (2011) dalam Priansa (2017:197) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu perasaan keseluruhan konsumen mengenai produk atau jasa yang dibeli oleh konsumen.

2.1.7 Elemen Kepuasan Konsumen

Lima elemen yang menyangkut kepuasan konsumen adalah sebagai berikut (Priansa, 2017:210):

1. Harapan (*Expectations*): Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Barang atau jasa yang sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan konsumen merasa puas.

2. Kinerja (*Performace*):Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.
3. Perbandingan (*Comparison*):Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.
4. Pengalaman (*Experience*): Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain.
5. Konfirmasi (*Confirmation*) dan Diskonfirmasi (*Diskoconfirmation*): Konfirmasi atau terkonfirmasi terjadi jika harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. Sebaliknya diskonfirmasi atau tidak terkonfirmasi terjadi kerika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk. Konsumen akan merasa puas ketika terjadi *Confirmation/disconfirmation*.

2.1.8 Pengukuran Kepuasan Konsumen

Pengukuran kepuasan konsumen menurut Martina dan James (Tjiptono dan Candra, 2011) dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut (Priansa, 2017:205).

1. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti ungkapan seberapa puas saudara terhadap pelayanan PT X pada skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat penuh (*directly reports satisfaction*).
2. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan (*delived dissatisfaction*).
3. Responden dimana untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penwaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka rasakan. (*Problem analysis*).

4. Responden dapat diminta untuk merangking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (*importance performance rating*) teknik ini dikenal pula dengan istilah *importance performance analysis*.

2.2 Tinjauan Empiris

Beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Widiastuti (2017) melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Kepuasan Wisatawan Kota Bandung Berdasarkan *Tourism Experience*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kepuasan wisatawan Kota Bandung berdasarkan *Tourism Experience* dan mengetahui atribut apa saja yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan wisatawan kota Bandung. Alat analisis yang digunakan adalah Matrik Kepuasan Kepentingan (*Importance performance analysis*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor prioritas yang perlu di perbaiki adalah variabel relasional dengan indikator masyarakat Kota Bandung ramah. Komponen penting dari pengalaman wisatawan merupakan pengalaman relasional dimana melibatkan orang lain dalam konsumsi atau penggunaan produk dan layanan wisata yaitu berupa interaksi sosial dengan masyarakat Kota Bandung.

Kepuasan wisatawan Kota Bandung berada pada kategori puas berdasarkan pada analisis *Customer Satisfaction Index*. Kategori puas dapat ditunjukkan dengan nilai lebih besar dari 80% yang dimana hasil penelitian menunjukkan tingkat kepuasan dari konsumen mencapai 80,7%.

Baharuddin, et.al (2016) melakukan penelitian yang berjudul “Analisis kepuasan wisatawan terhadap daya tarik wisata Malioboro Kota Yogyakarta”.

Adapun tujuan dilakukannya penelitian adalah untuk mengetahui kepuasan wisatawan terhadap daya tarik wisata dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan wisatawan merasa puas terhadap daya tarik wisata Malioboro. hal tersebut dapat dilihat dari: 1. Pemandangan,

2. Akses/keterjangkauan, 3. Keamanan dan kenyamanan, 4. Fasilitas yang tersedia, 5. Infrastruktur jalan, 6. Pelayanan, penerangan dan informasi. Dari keenam indikator tersebut menunjukkan dalam kategori baik.

2.3 Rumusan Hipotesis

Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2018:64). Adapun Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Rendahnya Indeks kepuasan wisatawan Kabupaten Samosir berdasarkan *Tourism Experience*.
2. Adanya atribut yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan wisatawan Kabupaten Samosir berdasarkan *Tourism Experience*.
3. Adanya perbedaan antara kualitas pelayanan yang diharapkan oleh wisatawan dengan kualitas pelayanan yang diterima oleh wisatawan Kabupaten Samosir berdasarkan *Tourism Experience*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian kausal, dan kategori tujuan penelitian deskriptif.

3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Kabupaten Samosir dan penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2019 sampai dengan selesai.

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling Penelitian

3.3.1 Populasi

Populasi pada penelitian ini adalah wisatawan yang sedang berwisata di Kabupaten Samosir pada saat pengambilan data melalui kuesioner penelitian ini dilaksanakan.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2018:81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Jumlah sampel pada penelitian ini berdasarkan teknik sampling penelitian adalah 121 wisatawan domestik.

3.3.3 Teknik Sampling Penelitian

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability sampling*. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Sampling Purposive*. Sampel pada penelitian ini dipilih dengan kriteria-kriteria sebagai berikut:

1. Wisatawan domestik yang sudah mengunjungi minimal 3 objek wisata yang ada di Kabupaten Samosir
2. Batas usia minimal 17 tahun dan maksimal 60 tahun, karena masih dapat

memberi pendapat dengan rasional

3. Melakukan kunjungan atas inisiatif sendiri dan hanya untuk tujuan berwisata

Sugiyono (2019:91) memberikan saran ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 responden sampai dengan 500 responden. Algifari (2019:20) mengemukakan cara yang paling mudah untuk menentukan banyaknya jumlah responden untuk penelitian yang jumlah populasi yang tidak diketahui adalah 10 kali banyaknya jumlah pertanyaan. Terdapat 11 Pertanyaan pada penelitian ini, sehingga jumlah responden pada penelitian ini adalah 10 kali 11 pertanyaan, yaitu 110 responden. Untuk meningkatkan kualitas data penelitian, jumlah responden ditambah 10% dari banyaknya responden minimum. Sehingga pada penelitian ini responden yang dibutuhkan adalah sebanyak 121 responden.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Data Primer

Kuncoro (2018:157) mendefinisikan data primer sebagai data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli untuk tujuan tertentu. Data primer penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang diisi secara langsung oleh responden yang sesuai dengan kriteria-kriteria pengambilan sampel.

3.4.2 Data Sekunder

Kuncoro (2018:148) mengemukakan data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara yang diperoleh dan dicatat pihak lain. Data sekunder dalam penelitian ini antara lain mencakup data jumlah pengunjung 10 tahun terakhir dan sejarah pariwisata Kabupaten Samosir yang diperoleh dari Dinas pariwisata Kabupaten Samosir, dan hal lain yang menunjang materi penulisan penelitian ini.

3.5 Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode Kuesioner, metode wawancara dan studi literatur.

3.5.1 Metode Kuesioner

Data yang diperoleh dalam penelitian ini didapatkan langsung dari pengisian kuesioner yang ditunjukkan kepada responden yang sesuai dengan kriteria pemilihan sampel.

3.5.2 Metode Wawancara

Teknik ini dilakukan dengan cara bertanya langsung secara lisan agar mendapatkan data yang valid dari wisatawan yang dijadikan sebagai sampel penelitian.

3.5.3 Studi Literatur

Pengumpulan data dengan cara mengambil dari literatur atau buku-buku yang berhubungan dengan judul penelitian sebagai bahan landasan teori dan landasan analisis.

3.6 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal. Dalam skala ini terdapat skala pengukuran likert, skala inilah yang dilakukan penulis untuk menilai kuesioner. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2018:93).

Dengan skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai negatif, yang dapat berupa kata-kata. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban setiap item penelitian dapat diberi skor.

3.7 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel

3.7.1 Identifikasi Variabel

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*). Berikut penjelasan kedua jenis variabel yang digunakan oleh peneliti.

1. *Tourism Experience* sebagai variabel Independen (X)

Menurut Larsen dalam jurnal Sheng & Chen (2013) menunjukkan bahwa pengalaman wisata yaitu akumulasi fenomena psikologis yang terlihat dari perspektif psikologi yang meliputi harapan sebelum perjalanan, persepsi selama perjalanan, dan kenangan setelah perjalanan. Dimensi *tourism experience* sebagai variabel (*independen X*) ini terdiri atas: kenyamanan, pendidikan, hedonis, novelty, pengakuan, relasi, keamanan dan keindahan.

2. Kepuasan Wisatawan sebagai variabel dependen (Y)

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler dan Keller, 2009:138). Kinerja yang yang dinilai dalam penelitian ini adalah kinerja Pariwisata Kabupaten Samosir. Dimensi dari kepuasan adalah harapan dan kenyataan.

3.7.2 Defenisi Operasional

Table 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel/Sub Variabel	Defenisi Variabel	Dimensi	Skala
Kepuasan Wisatawan	Evaluasi perasaan wisatawan yang telah mengunjungi Kabupaten Samosir yaitu perasaan senang atau kecewa karena membandingkan antara harapan dan kenyataan berdasarkan pengalaman pariwisata (<i>Tourism Experience</i>) dengan dimensi pengalaman pariwisata yaitu kenyamanan, pendidikan, hedonis, novelty, pengakuan, relasi, keamanan dan keindahan		

1.Kenyamanan	Tujuan liburan erat kaitannya dengan keinginan untuk rileks dengan merasakan kenyamanan dan rileks (Rageh, 2013).	1. Nyaman	Ordinal
		2. Rileks	
2.Pendidikan	Pendidikan dari perjalanan wisata ditandai dengan adanya pengetahuan baru dari perjalanan wisata yang dilakukan yang bersumber dari setiap aspek perjalanan wisata seperti dari budaya penduduk sekitar, sejarah tempat wisata, ekonomi masyarakat sekitar, pusat informasi yang tersedia dan lain-lain. (Rageh, 2013).	1. Pengetahuan baru	Ordinal
3. Hedonis	Dimensi hedonis menggabungkan antara kegembiraan, kesenangan dan pengalaman yang tidak terlupakan yang dirasakan dari layanan yang diberikan, seperti dari liburan petualangan, makananyang mengesankan atau lingkungan dari sebuah hotel mewah (Rageh,2013).	1. Kesenangan	Ordinal
		2. Pengalaman yang tidak terlupakan	
4. Novelty	Istilah novelty menyiratkan kebaruan atau keunikan. kebaruan mengacu pada keinginan untuk pergi dari	1. Pengalaman wisata baru	Ordinal

	tempat yang dikenal ke tempat yang tidak diketahui, atau untuk menemukan pengalaman baru, sensasi, dan petualangan. Sedangkan keunikan dapat dilihat dari segi akomodasi, atraksi budaya yang mempesona, makanan khas daerah, cendra mata dan lain-lain (Rageh, 2013).	2. Keunikan	
5. Pengakuan	Pengakuan diidentifikasi sebagai faktor penting dari pengalaman layanan. wisatawan ingin merasakan pengakuan pribadi dari pemberi layanan, sehingga mereka merasa penting dan dihargai (Rageh, 2013).	1. Pengakuan	Ordinal
6. Relasional	Merupakan komponen lain yang penting dari pengalaman wisatawan yaitu pengalaman relasi yang melibatkan wisatawan dengan masyarakat tujuan wisata (Rageh, 2013).	1. Relasi	Ordinal
7. Keamanan	Keselamatan wisatawan adalah hal penting yang harus ditingkatkan karena jika wisatawan merasa tidak aman atau terancam di tujuannya, mereka tidak mungkin untuk menikmati pengalaman atau berpartisipasi dalam kegiatan apapun (Rageh, 2013).	1. Aman	Ordinal

8. Keindahan	Merupakan suatu kondisi atau keadaan yang mencerminkan penataan yang teratur, tertib dan serasi, sehingga memancarkan keindahan. Indah dilihat dari sudut penggunaan tata warna yang serasi, selaras dengan lingkungan sekitarnya, baik interior maupun eksterior serta menunjukkan sifat dan ciri penampilan yang menarik (Rageh, 2013).	1. Keindahan	Ordinal
--------------	---	--------------	---------

Sumber: Diolah penulis (2020)

3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan *SoftwareSPSS for Windows*, data yang dikumpulkan diolah sehingga menghasilkan kumpulan hasil analisis yang menghasilkan sebuah data yang diinginkan. Menurut Kuncoro (2018:181) bahwa “kriteria validitas dapat ditentukan dengan melihat nilai *Pearson corelation* dan *Sig. (2-tailed)*. Jika nilai *pearson corelation* lebih besar daripada nilai pembanding berupa *r-kritis*, maka item tersebut valid. Atau jika nilai *Sig. (2-tailed)* kurang dari 0,05 berarti item tersebut valid dengan derajat kepercayaan 95 %”.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan fasilitas *SoftwareSPSS for Windows*, yakni dengan uji statistik *Crobach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika *Croba Alphe* > 0,60 (Kuncoro. 2018:181).

3.9 Metode Analisis Data

Untuk mengetahui bagaimana kepuasan wisatawan Kabupaten Samosir, analisis data yang digunakan adalah analisis indeks kepuasan konsumen. Untuk mengetahui atribut apa saja yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan wisatawan, analisis data yang digunakan adalah *Importance-Performance Analysis* (IPA) dan untuk mengetahui beda antara kualitas layanan yang diharapkan oleh pelanggan atau pengguna pelayanan (*Importance*) dengan kualitas layanan yang diterima oleh pelanggan atau pengguna pelayanan (*Performance*) digunakan Uji *Wilcoxon Signed Rank*.

3.9.1 Analisis Indeks Kepuasan Konsumen

Langkah pertama dari pengelolaan data penelitian untuk mengukur kualitas layanan kepada konsumen adalah menentukan indeks kepuasan. Indeks kepuasan adalah suatu angka yang menggambarkan tingkat kepuasan yang diterima oleh pengguna pelayanan (Algifari, 2019:61). Indeks kepuasan konsumen dapat menggambarkan tingkat kepuasan yang diterima oleh pengguna pelayanan. Berdasarkan indeks kepuasan konsumen tersebut dapat diketahui:

1. Kategori pelayanan yang diterima oleh pengguna pelayanan, yaitu sangat memuaskan, memuaskan, cenderung memuaskan, cenderung tidak memuaskan, tidak memuaskan atau sangat tidak memuaskan.
2. Besarnya persentase kualitas layanan yang diterima oleh pengguna pelayanan dari kualitas layanan yang diharapkan oleh pengguna pelayanan.

Indeks kepuasan konsumen (IKK) masing-masing dimensi kepuasan dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$IKK = \frac{\text{Jumlah skor dimensi}}{\text{Jumlah responden}}$$

Dengan kata lain, Indeks kepuasan pelanggan adalah rata-rata skor dimensi yang diberikan oleh responden. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kepuasan wisatawan Kabupaten Samosir. Penelitian ini

menggunakan kuesioner dengan 11 dimensi kepuasan dan menggunakan sampel sebanyak 121 wisatawan sebagai reseponden.

Setelah diperoleh skor persepsi yang menunjukkan penilaian wisatawan terhadap pelayanan yang mereka terima, kemudian skor tadi dikonversi untuk menentukan kategori pelayanan yang diterima wisatawan. Kategori pelayanan yang diterima wisatawan dengan menggunakan 6 pilihan atau skala 6 adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Kategori penilaian kepuasan

Nilai persepsi	Nilai Interval	Nilai interval konvesi	Mutu pelayanan	Kinerja unit pelayanan
1	1,0 – 1,81	16,6 – 30,1	F	Sangat tidak memuaskan
2	1,82 – 2,63	30,2 – 43,6	D	Tidak memuaskan
3	2,64 – 3,44	43,7 – 57,1	E	Cenderung tidak memuaskan
4	3,45 – 4,26	57,2 – 70,7	C	Cenderung memuaskan
5	4,27 – 5,08	70,8 – 84,3	B	Memuaskan
6	5,09 – 6,0	84,4 - 100	A	Sangat memuaskan

Sumber: Diolah penulis (2020)

Nilai interval konversi diperoleh dengan mengalikan nilai interval dengan 16,6 dan nilai interval konversi dimulai dengan 16,6.

Kinerja layanan yang diterima wisatawan dapat juga didasarkan pada semua dimensi kepuasan. Untuk mengetahui kinerja (kualitas) layanan yang diterima wisatawan digunakan nilai rata-rata dari nilai rata-rata semua dimensi kepuasan yang digunakan dalam penelitian. Indeks kepuasan konsumen (IKK) secara total dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$IKK_{Total} = \frac{\sum IKK \text{ Dimensi}}{\text{Banyaknya Dimensi}}$$

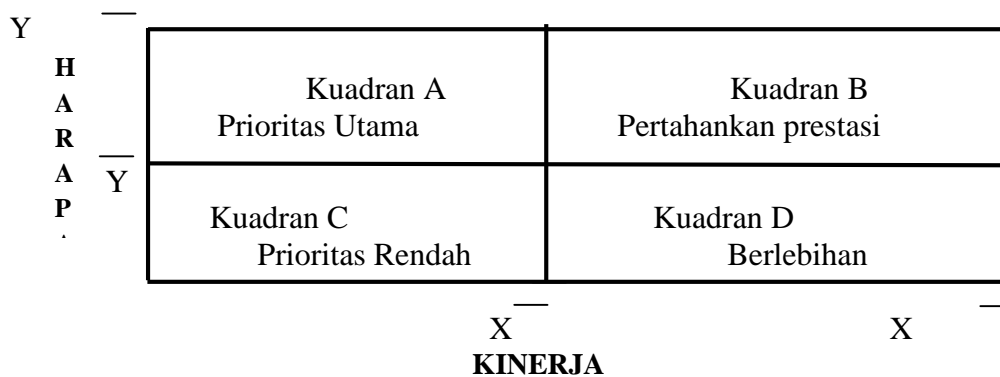
Untuk mengetahui seberapa besar kemampuan keseluruhan pariwisata Kabupaten Samosir memenuhi kepuasan yang diharapkan oleh pelanggan dapat diukur dengan menggunakan tingkat persentase. Persentase kualitas layanan yang diharapkan oleh pelanggan yang dapat dipenuhi penyelenggara layanan dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$IKK = \frac{\sum SI \times SP}{\sum SI \times 6} \times 100\%$$

SI adalah skor pelayanan kepada pelanggan oleh penyelenggara pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan atau pengguna pelayanan (*Importance*); SP adalah skor kualitas layanan kepada pelanggan oleh penyelenggara pelayanan yang diterima oleh pelanggan atau pengguna pelayanan (*Performance*), dan 6 adalah skor tertinggi dari kualitas layanan.

3.9.2 Importance-Performance Analysis (Analisis Kepuasan Kepentingan)

Menurut Algifari (2019:70) Metode “*Importance-Performance Analysis*”(IPA) pertama sekali diperkenalkan oleh Martilla dan James (1992)dalam artikel mereka. Metode “*Importance-Performance Analysis*”(IPA) merupakan model multi-atribut yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja organisasi. Model IPA digunakan untuk mengukur kinerja kepuasan yang dianggap penting oleh pelanggan dan kinerja kepuasan yang diterima oleh pelanggan. Tujuan utama IPA sebagai alat mendiagnosis adalah untuk memudahkan mengidentifikasi atribut-atribut, yang didasarkan pada kepentingannya masing-masing, apakah produk atau jasa tersebut berkinerja buruk atau berkinerja berlebihan, untuk tujuan tersebut, interpretasi terhadap kinerja produk atau jasa ditampilkan pada sebuah grafik (derajat kartensius) yang memiliki 4 kuadran, yaitu kuadran A, Kuadran B, Kudaran C, dan Kuadran D. masing-masing kuadran menunjukkan kinerja produk atau jasa yang dinilai. Berikut ini adalah diagram kartesius *Importance-performance Analysis*



Gambar 3.1 Diagram kartesius derajat *Importance-performance Analysis*

Keterangan:

Kuadran A menggambarkan dimensi pelayanan yang dianggap penting oleh pelanggan atau pengguna pelayanan, tetapi penyedia pelayanan memberikan pelayanan dengan kualitas yang buruk, sehingga dimensi pelayanan ini menjadi prioritas utama untuk diperbaiki.

Kuadran B menggambarkan dimensi pelayanan yang dianggap penting oleh pelanggan atau pengguna pelayanan dan penyedia pelayanan telah memberikan pelayanan dengan kualitas baik, sehingga dimensi pelayanan ini harus dipertahankan

Kuadran C menggambarkan dimensi pelayanan yang dianggap kurang penting oleh pelanggan atau pengguna pelayanan dan penyedia pelayanan memberikan pelayanan dengan kualitas rendah sehingga dimensi pelayanan ini menjadi prioritas rendah

Kuadran D menggambarkan dimensi pelayanan yang dianggap tidak penting oleh pelanggan atau pengguna pelayanan, tetapi penyedia pelayanan memberikan pelayanan dengan kualitas yang baik, sehingga dimensi pelayanan ini menjadi berlebihan.

Untuk membuat derajat kartesius data penelitian diperlukan skor rata-rata setiap dimensi kualitas layanan yang menunjukkan kualitas yang diharapkan pelanggan atau pengguna pelayanan (*Importance*) dan kualitas layanan yang diterima oleh pelanggan atau pengguna pelayanan (*Performance*). Untuk membuat derajat kartesius digunakan *Software SPSS for Windows*.

3.9.3 Uji *Wilcoxon Signed Rank*

Uji *Wilcoxon Signed Rank* adalah pengujian statistik terhadap beda antara kualitas layanan yang diharapkan oleh pelanggan atau pengguna pelayanan (*Importance*) dengan kualitas layanan yang diterima oleh pelanggan atau pengguna pelayanan (*Performance*) (Algifari, 2019:81). Pada penelitian yang menggunakan skala linkert, pengujian dilakukan dengan menggunakan statistika nonparametrik.

Uji statistik nonparametrik terhadap beda dua data berpasangan menggunakan Uji *Wilcoxon Signed Rank* dilakukan dengan menggunakan pengujian Hipotesis (Algifari, 2019:82). Hipotesis nol (H_0) dalam pengujian ini menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan antara kualitas layanan yang diharapkan oleh wisatawan dengan kualitas layanan yang diterima oleh wisatawan. Sedangkan hipotesis alternatif (H_1) menyatakan terdapat perbedaan antara kualitas layanan yang diharapkan wisatawan dengan kualitas layanan yang diterima oleh wisatawan. Kriteria penerimaan atau menolak hipotesis nol (H_0) adalah sebagai berikut (Algifari, 2019:82):

1. Jika nilai Z hitung absolut lebih besar dari nilai Z tabel, maka keputusan pengujian adalah menolak hipotesis nol (H_0) yang menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan antara kualitas layanan yang diharapkan oleh wisatawan dengan kualitas layanan yang diterima oleh wisatawan.
2. Jika nilai Z hitung absolut lebih kecil daripada nilai Z tabel, maka keputusan pengujian adalah menerima hipotesis nol (H_0) yang menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan antara kualitas yang diharapkan oleh wisatawan dengan kualitas layanan yang diterima oleh wisatawan

Untuk menghitung nilai Z hitung untuk pengujian menggunakan *Wilcoxon Signed Rank* dilakukan dengan menggunakan *Software SPSS for Windows*. Sedangkan nilai Z tabel ditentukan menggunakan tabel distribusi normal dengan tingkat signifikansi () 5 %.

Pengujian menggunakan Uji *Wilcoxon Signed Rank* berlaku untuk Variabel yang masuk dalam kuadran B dan kuadran D pada analisis IPA. Sedangkan untuk pengujian untuk kuadran A dan C tidak perlu dilakukan Uji *Wilcoxon Signed*

Rank karena Variabel yang masuk dalam kuadran ini perlu dilakukan perbaikan untuk memenuhi keinginan wisatawan. Sedangkan Uji *Wilcoxon Signed Rank* dilakukan untuk menguji apakah Variabel tersebut perlu dilakukan perbaikan.

