

The Influence Of Tourist Facilities, Location And Service Quality On Visitor Satisfaction At Jedongcangkring Swimming Pool Tourism

Pengaruh Fasilitas, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Wisata Kolam Renang Jedongcangkring

Moch Bagus Arifin¹, Sumartik^{2*}, Rizal Yulianto³

Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia^{1,2,3}

sumartik@umsida.ac.id²

*Corresponding Author

ABSTRACT

The aims of this research is to find out, describe and analyze the influence of tourist facilities on visitor satisfaction at the Jedongcangkring swimming pool tourist attraction. This study uses a quantitative descriptive approach with purposive sampling. People who had gone to the Jedongcangkring swimming pool were research subjects, and the sample consisted of 96 people. The data analysis motive used is multiple linear regression analysis, hypothesis testing using the f test and t test with the help of SPSS for Windows version 25 software. The instruments in this research are the facility scale with a reliability coefficient value (α 0.832), the location scale with a reliability coefficient value (α 0.867), the service quality scale with a reliability coefficient value (α 0.820) and the visitor satisfaction scale with a reliability coefficient value (α 0.793). . The results of hypothesis testing show that the significant value is $0.000 < 0.05$ and the calculated f value ($61.931 > f$ table (3.09) so Hypothesis 4 is accepted and it can be concluded that there is a joint positive influence between Facilities, Location and Service Quality on Visitor Satisfaction. To determine the magnitude of the influence of facilities, location and service quality on visitor satisfaction, a coefficient of determination test was carried out. The R square value obtained is 0.669. This figure means that the Facilities, Location and Service Quality variables have an influence on Visitor Satisfaction by 66.9% while the other 33.1% is influenced by other variables.

Keywords : Facilities, Location and Service Quality on Visitor Satisfactio

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung di wisata kolam renang jedongcangkring. Studi ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan sampling purposive. Orang-orang yang pernah pergi ke kolam renang Jedongcangkring adalah subjek penelitian, dan sampelnya terdiri dari 96 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji hipotesis menggunakan uji f dan uji t dengan bantuan *software SPSS for windows versi 25*. Instrument dalam penelitian ini yakni skala fasilitas dengan nilai koefisien reliabilitas (α 0,832), skala lokasi dengan nilai koefisien reliabilitas (α 0,867), skala kualitas pelayanan dengan nilai koefisien reliabilitas (α 0,820) dan skala kepuasan pengunjung dengan nilai koefisien reliabilitas (α 0,793). Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai signifikannya $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung ($61,931 > f$ tabel (3.09) maka Hipotesis 4 diterima dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif secara bersama-sama antara Fasilitas, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung. Untuk mengetahui besarnya pengaruh fasilitas, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung, dilakukan uji koefisien determinasi. Nilai R square yang diperoleh adalah sebesar 0.669. angka tersebut mengandung arti bahwa variabel Fasilitas, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung sebesar 66,9% sementara 33,1% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : Fasilitas, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Dan Kepuasan Pengunjung.

1. Pendahuluan

Indonesia dengan memiliki potensi alam yang sangat besar karena keadaan geografisnya yang penuh dengan ribuan pulau. Dengan keadaan yang kita miliki memungkinkan

kita untuk berkembang dalam berbagai bidang [1]. Tempat wisata merupakan tempat rekreasi dan hiburan bagi keluarga supaya dapat bersantai untuk menghilangkan rasa jenuh akibat pekerjaannya, menambah wawasan, menghilangkan stress dan penat, menambah semangat serta relaksasi [3] untuk memenuhi kebutuhan perjalanan wisatawan, pemerintah, bisnis atau sektor swasta dapat bertindak dengan menyediakan, mengatur, dan melayani kebutuhan perjalanan wisatawan [4]. Selain itu, banyak anggota masyarakat dengan sadar diri mengelola lokasi obyek wisata di daerahnya masing-masing setelah menyadari potensi dan dampaknya secara ekonomi bagi kesejahteraan mereka [5]. Pariwisata yang baik sangat penting karena dapat meningkatkan derajat daerah tujuan wisata secara tidak langsung karena banyak manfaat dan keuntungan yang dapat diperoleh dari pembangunan dan pengembangan pariwisata jika dilakukan dengan baik [6]. Salah satu sumber pendapatan utama suatu negara adalah pariwisata. Oleh karena itu, sektor pariwisata harus dikembangkan karena dapat meningkatkan ekonomi dan kesejahteraan daerah [2].

Salah satu kabupaten yang berpotensi untuk pengembangan objek wisata di Jawa Timur adalah Sidoarjo. Kabupaten Sidoarjo memiliki banyak tempat wisata yang belum dikelola dengan baik dan belum terkenal di seluruh negeri. Tempat wisata tersebut ialah seperti Monumen Jayandaru, Lumpur Lapindo, Candi pari, Candi sumur, Suncity Waterpark, Pusapa lebo, Kraton Waterpark, Monstero Fishing Park, Citra Harmoni Waterpark, Museum Mpu Tantular, Taman Abhirama, Legok Asri Park, Kebun Coklat, Delta Fishing dan Kolam renang Jedongcangkring. Sejak dibuka pada Desember 2017, kolam Renang Jedongcangkring menjadi salah satu objek wisata unggulan di Kota Sidoarjo, dan masyarakat kota terlihat sangat antusias untuk mengunjunginya. Kolam renang Jedongcangkring adalah solusi untuk masalah pariwisata Kota Sidoarjo. Kolam renang Jedongcangkring berkomitmen untuk memuaskan pengunjung dengan memberikan fasilitas, lokasi strategis dan layanan terbaik kepada pengunjungnya sebagai salah satu perusahaan hiburan atau rekreasi. Dengan demikian, manajemen akan berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan mempekerjakan karyawan yang berdedikasi dan memiliki kompetensi yang tinggi karena sumber daya manusia adalah komponen yang sangat penting dalam perusahaan jasa pelayanan [7].

Kualitas pelayanan sangat tergantung pada kemampuan pegawai dalam memberikan layanan, yang berarti bahwa pegawai yang melayani pengunjung juga termasuk dalam kualitas pelayanan [8]. Kualitas layanan dapat diartikan sebagai persepsi pengunjung terhadap layanan yang diterima termasuk di antaranya memuaskan pengunjung atau melampaui ekspektasi, layanan yang memenuhi kebutuhan wisatawan baik yang dinyatakan atau tersirat. Aspek-aspek kualitas pelayanan menurut Parasuraman terdapat 4 aspek yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurances*, dan *emphaty* [9]. Semua upaya akan dilakukan untuk memastikan bahwa pengunjung puas dengan layanan kami, pelayanan prima berarti pelayanan yang memiliki standar kualitas tinggi dan selalu memenuhi kebutuhan pengunjung secara konsisten dan akurat. Karena kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh bagaimana pegawai wisata melayani mereka, pegawai harus ramah terhadap wisatawan.

Fasilitas yang nyaman di kolam Renang Jedongcangkring adalah salah satu alasan mengapa orang ingin berkunjung. Fasilitas adalah apa yang mereka tawarkan, seperti perlengkapan dan layanan [8]. Dengan kenyamanan dan kelengkapan akan membuat orang memutuskan berkunjung ke objek kolam renang. Fasilitas yang disediakan objek kolam renang anak, kolam renang dewasa, tempat beribadah, gazebo, taman bermain anak, parkir yang luas dan kantin serta kamar ganti. Fasilitas yang lengkap dan nyaman dapat memberikan daya Tarik konsumen untuk berkunjung ke objek kolam renang dan merasa puas dengan apa yang disediakan. beberapa hal yang harus diperhatikan saat menawarkan fasilitas ialah kelengkapan, kondisi dan fungsi fasilitas serta kemudahan menggunakan fasilitas. Fasilitas wisata adalah kumpulan sarana untuk memenuhi kebutuhan perjalanan wisatawan yang saling terkait dan saling melengkapi, sehingga seluruh komponen perjalanan tidak dapat dipisahkan, tergantung

pada karakteristik dan bentuk perjalanan wisatawan [4]. Aspek-aspek fasilitas wisata menurut Yazid terdapat 5 aspek yaitu objek, aksesibilitas, *catering service*, transportasi, dan aktivitas rekreasi. Tujuannya adalah untuk memperkuat kesan tentang kualitas, kenyamanan dan keamanan dari jasa yang ditawarkan kepada konsumen [5].

Kehadiran wisata dapat mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan dengan cara mengembangkan objek wisata untuk menarik perhatian wisatawan dengan harapan wisatawan akan mengunjungi objek wisata, banyak faktor yang mempengaruhi wisatawan ketika berkunjung ke tempat wisata, salah satunya ialah faktor lokasi [10]. Dalam hal lokasi, menurut Ghanimata terdapat 4 faktor yaitu akses, visibilitas, tempat parkir yang luas, dan ekspansi [11]. Lokasi sangat memengaruhi keputusan pengunjung, jadi semakin mudah lokasi dijangkau, semakin baik keputusan pengunjung. Lokasi yang strategis sangat penting untuk keberlangsungan bisnis jika objek wisata dapat diakses oleh semua kendaraan dengan petunjuk yang jelas, fasilitasnya aman, dan lingkungannya mendukung pariwisata. mengatakan lokasi adalah tempat perusahaan harus beroperasi. Kolam renang Jedongcangkring terletak di Desa Jedongcangkring Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo Jawa Timur, dan karena lokasinya yang strategis dan mudah dijangkau sehingga menarik banyak pengunjung.

Kepuasan pengunjung dapat didefinisikan sebagai rasa senang atau kecewa setelah membandingkan produk yang mereka rasakan dengan yang mereka harapkan [8]. Karena kepuasan pengunjung sangat penting untuk kelangsungan hidup dan keberlanjutan setiap layanan pariwisata, Dalam industri pariwisata, kepuasan pengunjung sering menjadi subjek penelitian [12]. Kepuasan pengunjung merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh fasilitas pariwisata karena menentukan kepuasan pengunjung dalam mengunjungi suatu objek wisata, jika pengunjung puas akan objek wisata yang dkinjunginya maka kemungkinan besar mereka akan berkunjung kembali [6]. Aspek-aspek kepuasan pengunjung menurut Bitner terdapat 5 aspek yaitu *product and service features, customer emotions, attributions for service success or failure, perception of equity or fairness and other customers, family members*. Kepuasan pengunjung merupakan salah satu tujuan dari suatu bisnis [8].

Pada wisata kolam Renang Jedong cangkring sudah memenuhi standar penunjang fasilitas kolam Renang yang meliputi, tempat pembelian tiket, meja dan kursi, tempat teduh (gazebo), kantin, aula, ruang ganti yang banyak serta tempat ibadah. Lokasi kolam Renang Jedongcangkring ini sangat strategis dan akses jalan yang cukup baik seperti yang dikemukakan salah satu pengunjung bernama Andi dari Pilang Sidoarjo mengatakan “kolam Renang Jedongcangkring ini lokasinya sangat strategis dengan petunjuk arah jalan yang cukup jelas serta tempat parkir yang luas sehingga membuat pengunjung nyaman dan banyak gazebo di dalam kolam Renang Jedongcangkring”.(wawancara pada Hari Sabtu, 5 Januari 2024).

Wisata kolam renang jedongcangkring sangat memfasilitasi pengunjung, dan memperhatikan pelayanan yang berkualitas yang diperuntukkan bagi para pengunjung kolam renang Jedongcangkring, yang didukung dengan adanya staff/karyawan yang ikut serta menjaga fasilitas dan memberikan pelayanan prima kepada pengunjung demi mencapai kepuasan para pengunjung. Dapat dilihat dari tabel berikut data kunjungan wisata kolam Renang Jedongcangkring yang terus meningkat dalam kurun waktu 4 tahun terakhir.

Tabel 1. Data Pengunjung Wisata Kolam Renang Jedongcangkring dari Tahun 2020-2023

Tahun	Jumlah	Kenaikan %
2020	26.983	0%
2021	43.996	39%
2022	67.974	35%
2023	83.147	18%

Sumber: laporan frekuensi tahunan kunjungan periodik periode 2020 s/d 2023 (data diolah)

Data kunjungan di atas menunjukkan bahwa jumlah pengunjung terus meningkat ke Kolam Renang Jedongcangkring. Oleh karena itu, pelayanan yang diberikan kepada pengunjung harus ditingkatkan dengan mempertimbangkan elemen-elemen yang terkait langsung dengan karyawan dan pengunjung, seperti bukti fisik. Sangat ramah, cepat, dan handal.

Studi sebelumnya, "Pengaruh fasilitas tempat, kualitas pelayanan, dan citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Grand Maerakaca Semarang", menemukan bahwa lokasi, fasilitas, dan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung objek wisata [13]. Penelitian terdahulu yang berjudul "Pengaruh fasilitas serta kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung domestik objek wisata taman air tirtagangga" menganalisa hubungan secara signifikan antara fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung wisata, dalam hal ini hubungan kualitas pelayanan dan fasilitas sangat memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengunjung wisata [6]. Berdasarkan fenomena yang ada penelitian ini mengkaji lebih dalam tentang pengaruh fasilitas wisata, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Wisata Kolam Renang Jedongcangkring.

Kualitas pelayanan yang baik harus diberikan kepada pengunjung wisata Kolam Renang Jedongcangkring untuk meningkatkan kepuasan pengunjung. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pengunjung [14]. Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Fasilitas Wisata, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Wisata Kolam Renang Jedongcangkring". Dalam kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung, perlu diingat bahwa fasilitas wisata, lokasi, dan kualitas layanan berdampak pada kepuasan pengunjung, dan bahwa perlu dilakukan upaya untuk mengurangi hambatan yang menghalangi peningkatan kualitas layanan.

2. Tinjauan Pustaka

Fasilitas

Fasilitas pariwisata adalah semua jenis fasilitas dan infrastruktur yang membantu operasional objek wisata untuk memenuhi segala kebutuhan wisatawan dengan memberikan kemudahan, kenyamanan, dan keselamatan bagi wisatawan saat mereka berada di lokasi pariwisata [15]. Fasilitas merupakan komponen penting dalam pertumbuhan pariwisata, karena wisatawan sering datang ke lokasi tertentu saat mereka tertarik dengan kemudahan yang dapat diperoleh melalui fasilitas tersebut. Fasilitas wisata adalah semua hal yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di lokasi tujuan wisata dan memungkinkan mereka menikmati atau berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di sana [5]. Dengan demikian bagian terpenting dari perusahaan perjalanan wisata adalah fasilitas wisata yang harus selalu memastikan bahwa kondisi dan kelengkapan fasilitas yang ditawarkan kepada wisatawan selalu sesuai dengan harapan wisatawan [16]. Aspek-aspek fasilitas wisata menurut Yazid terdapat 5 aspek yaitu objek, aksesibilitas, *catering service*, transportasi, dan aktivitas rekreasi. Tujuannya adalah untuk memperkuat kesan tentang kualitas, kenyamanan dan keamanan dari jasa yang ditawarkan kepada konsumen [5]. Fasilitas adalah segala sesuatu yang disediakan oleh penjual untuk mendukung kenyamanan konsumen [8]. Fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas, fasilitas menjadi peran yang sangat penting bagi pariwisata untuk menarik para pengunjung karena semakin lengkap fasilitas yang disediakan maka akan semakin puas pelanggan [17]. Fasilitas menjadi salah satu hal yang penting bagi wisatawan, maka dari itu para pemilik tempat wisata harus dapat mengelola dengan baik fasilitas tersebut, sehingga fasilitas yang ada dapat selalu berfungsi dengan baik, ekonomis, efisien dan efektif [18].

Lokasi

Lokasi merupakan tempat melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya [2]. Lokasi merupakan salah satu aspek yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian karena berkaitan dengan proses penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen [19]. Lokasi mempunyai pengaruh yang besar terhadap Keputusan wisatawan Ketika berkunjung ke suatu tempat wisata hal ini menunjukkan bahwa semakin baik lokasi maka semakin penting pula keputusan wisatawan dalam mengunjungi objek wisata tersebut [10]. Menurut Ghanimata terdapat 4 faktor yaitu akses seperti lokasi yang mudah untuk diakses dan dijangkau oleh transportasi umum, visibilitas seperti lokasi dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang biasa atau tepi jalan, tempat parkir yang luas dan aman untuk kendaraan, serta ekspansi yaitu ruang yang cukup untuk memperluas bisnis di masa depan [11]. Lokasi yang strategis, nyaman, aman, serta menyenangkan merupakan tempat yang menarik bagi pengunjung untuk datang berkunjung. Pemilihan lokasi yang mudah dijangkau, serta fasilitas-fasilitas yang ada merupakan komponen penting dengan hal yang menyangkut lokasi [20]. Lokasi merupakan salah satu bagian mendasar bagi pengunjung dalam pemutusan pembelian, apabila lokasi tersebut mudah dijangkau, dan mudah diakses oleh transportasi maka perusahaan tersebut mempunyai nilai tambah tersendiri [17]. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan, Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi serta cara pencapaian dan waktu tempuh ke lokasi tujuan [21].

Kualitas Pelayanan

Pelayanan berkualitas didasarkan pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pengunjung serta penyampaian yang cepat untuk memenuhi harapan [22]. Setelah pengunjung puas dengan barang dan layanan di tempat tujuan, pengunjung akan membandingkan layanan yang ditawarkan. Keberhasilan destinasi bergantung pada kualitas layanan, yang merupakan bagian penting dari pemasaran jasa [23]. Jika pengunjung puas dengan lokasi, mereka akan kembali dan akan merekomendasikan lokasi tersebut kepada orang lain. Pertumbuhan pariwisata bergantung pada kualitas pelayanan objek wisata. Kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara berkala terhadap proses, produk dan layanan yang dihasilkan perusahaan sehingga dapat meningkatkan pelayanan [24]. Kualitas pelayanan merupakan variabel bebas kedua dari penelitian ini. Peneliti menggunakan ide bahwa ada empat ukuran yang dapat digunakan untuk menilai kualitas pelayanan. Aspek-aspek kualitas pelayanan menurut Parasuraman terdapat 4 aspek yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurances*, dan *emphaty* [9]. Kualitas pelayanan berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan [18].

Kepuasan Pengunjung

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul Ketika kinerja yang bersangkutan dengan kinerja yang diharapkan, kepuasan ialah tingkat emosional tertinggi yang dirasakan pengunjung setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan yang diharapkan dari suatu produk atau layanan sehingga konsep kepuasan pengunjung sangat penting dalam pemasaran karena banyak penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung adalah perilaku yang ditentukan setelah mengalami pengalaman yang tidak menyenangkan [4]. Sebaliknya, kepuasan pengunjung adalah tanggapan pengunjung terhadap persepsi perbedaan antara kinerja produk sebenarnya dan harapan awal, seperti yang dirasakan setelah menggunakan atau mengonsumsi produk. Aspek-aspek kepuasan pengunjung menurut Bitner terdapat 5 aspek yaitu *product and service features*, *customer emotions*, *attributions for service success or failure*, *perception of equity or fairness and other customers*, *family members*. Kepuasan pengunjung merupakan salah satu tujuan dari suatu bisnis [8]. Tingkat perasaan

pengunjung setelah membandingkan harapan dan kenyataan dari suatu produk atau jasa ialah yang dimaksud dengan kepuasan pengunjung [25].

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Studi ini akan mempelajari bagaimana fasilitas wisata, lokasi, dan kualitas pelayanan berdampak pada kepuasan pengunjung Kolam Renang Jedongcangkring di Sidoarjo.

Populasi pada penelitian ini adalah pengunjung Kolam renang Jedongcangkring berlokasi di Sidoarjo. Meskipun jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, metode pemilihan sampel yang digunakan adalah metode non probability sampling. Random sampling adalah metode pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi diberi kesempatan yang sama untuk termasuk dalam sampel, baik secara individu maupun bersama-sama. Proses pengambilan sampel ini disebut sebagai acak. Dalam penelitian ini, penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan Roa Purba Yaitu :

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

$$n = \frac{1.96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Pembulatan = 96

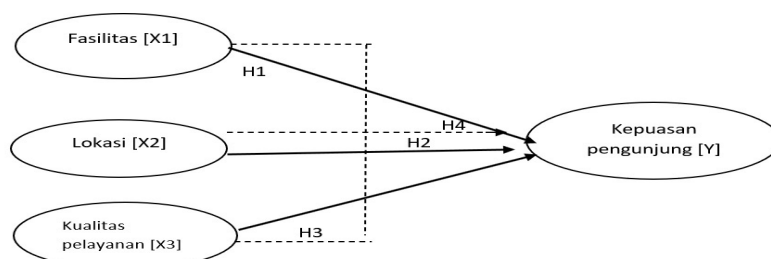
n = Jumlah sampel

Z = Tingkat keyakinan yang diperlukan dalam penelitian, dengan nilai 95% setara dengan 1,96.

Moe = Hasil perhitungan menunjukkan bahwa jumlah sampel yang dapat diambil adalah 96 orang pengunjung, berdasarkan margin kesalahan maksimum yang dapat ditoleransi sebesar 10%.

Sumber data penelitian ini menggunakan data primer sebagai data utama yang diperoleh dari hasil survei; selain itu, data sekunder dapat digunakan untuk mendukung argumen yang diperoleh dari sumber-sumber seperti situs web atau sumber-sumber sebelumnya [16]. Pengumpulan data dilakukan dengan dua metode. Yang pertama adalah melalui penyebaran angket dengan menggunakan skala likert untuk mengkategorikannya menjadi sangat setuju (SS), setuju (S), kurang setuju (KS), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS). Selanjutnya, informasi untuk penelitian dikumpulkan dari publikasi sebelumnya, seperti buku, artikel penelitian, dan situs web yang dapat dipercaya. Kuisisioner disebarluaskan kepada 96 responden melalui formulir Google Form.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linear berganda yang merupakan uji untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen, dimana tiga variabel merupakan variabel independen dan satu lagi merupakan variabel dependen serta uji hipotesis menggunakan uji f dan uji t. Analisis data pada penelitian ini dengan menggunakan software SPSS for windows versi 25.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang variable penelitian sehingga pengukuran menjadi lebih mudah. Pengaruh fasilitas wisata (X1), lokasi (X2), dan kualitas pelayanan (X3) adalah empat variabel independen dalam penelitian ini. Namun, variable dependen adalah kepuasan pengunjung (Y).

Tabel 1. Indikator Variabel

Variabel	Indikator
Fasilitas (X1) Jenis sarana yang dimaksudkan untuk membantu wisatawan merasa lebih mudah, nyaman, dan aman saat berkunjung ke destinasi pariwisata.	<ol style="list-style-type: none"> 1.) Objek 2.) Aksesibilitas 3.) <i>Catering service</i> 4.) Transportasi 5.) Aktivitas rekreasi
Lokasi (X2) Lokasi bisnis merupakan struktur fisik dari perusahaan dan merupakan elemen terpenting yang memberikan kesan terhadap kegiatan bisnis yang dilakukan oleh perusahaan. Lokasi menentukan cara perusahaan menemukan bisnisnya dan menyediakan layanan yang dibutuhkan pengunjungnya.	<ol style="list-style-type: none"> 1.) Aksesibilitas: Lokasi dengan mudah diakses dari tepi jalan atau jarak pandang normal. 2.) Visibilitas: lokasi dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal. 3.) Tempat parkir luas, aman, dan nyaman untuk segala kendaraan baik roda dua maupun roda empat. 4.) Ekspansi: menunjukkan bahwa ada ruang yang cukup besar untuk ekspansi bisnis di masa depan.
Kualitas pelayanan (X3) Kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pengunjung serta kecepatan komunikasi untuk memenuhi harapan pengunjung.	<ol style="list-style-type: none"> 1.) <i>Tangible</i> layanan yang dapat diakses secara langsung, seperti bangunan dan fasilitas yang ada di perusahaan, disebut sebagai tangible (berwujud atau bukti fisik). 2.) <i>Reliability</i> adalah kemampuan seorang karyawan dalam menunjukkan kemampuan mereka dan memberikan layanan dengan cara yang tepat dan akurat. 3.) <i>Responsiveness</i> Responsif (daya tanggap) adalah kemampuan karyawan untuk membantu dan memberikan layanan dengan cepat dan responsif kepada pengunjung. 4.) <i>Assurances</i> Jaminan adalah pengetahuan, kemampuan, dan keyakinan yang dimiliki oleh setiap pekerja untuk menghindari risiko yang berbahaya dan menimbulkan keraguan tentang setiap masalah. 5.) <i>Empathy</i> ialah sikap perhatian dan cara berkomunikasi yang baik dengan pengunjung sehingga karyawan dapat memahami masalah pengunjung dan membantu mereka dengan memberikan perhatian khusus.
Kepuasan pengunjung (Y) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan harapan dan kenyataan	<ol style="list-style-type: none"> 1.) <i>Product and service features</i> 2.) <i>Customer emotions</i> 3.) <i>Attributions for service success or failure,</i> 4.) <i>Perception of equity or fairness</i> 5.) <i>Other customers, family members.</i>

4. Hasil dan Pembahasan

A. Analisis Deskriptif

Setelah mengumpulkan data dari 96 responden untuk penelitian ini, analisis ini dilakukan menggunakan software SPSS *for windows* versi 25. Hasilnya menunjukkan bahwa tidak ada responden yang perlu dihapus karena outlier.

1. Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut gambaran responden penelitian berdasarkan jenis kelamin yang dapat dilihat dari tabel

Tabel 2. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

NO	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki laki	45	47%
2	Perempuan	51	53%
	Jumlah	96	100%

Berdasarkan data dari tabel dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden penelitian adalah perempuan, dengan jumlah mencapai 51 orang, atau sebanyak 53%. Di sisi lain, jumlah responden laki laki adalah 45 orang, atau 47%. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa dalam penelitian ini, responden perempuan mendominasi dengan jumlah 51 orang.

B. Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas Data

a. Uji Validitas Variabel Fasilitas (X1)

Berdasarkan pengujian instrumen yang dilakukan pada 96 responden dengan 5 pernyataan yang diajukan, semua pernyataan tersebut dinyatakan valid. Ini ditunjukkan oleh fakta bahwa nilai r hitung untuk masing-masing pernyataan melebihi nilai r tabel (dengan $n = 96$, nilai r tabel = 0,201) pada tingkat signifikansi 0,05 [sig.(2-tailed)]. Sehingga semua item kuisioner dinyatakan valid dan layak untuk digunakan dalam penelitian.

Berikut ini tabel hasil uji validitas instrumen penelitian variabel Fasilitas (X1):

Tabel 3. Uji Validitas Instrument Variabel Fasilitas (X1)

Korelasi antara	Nilai korelasi (pearson correlation)	Probabilitas korelasi (sig. 2 tailed)	Keterangan
X1.1 dengan total	0,797	0,000	Valid
X1.2 dengan total	0,780	0,000	Valid
X1.3 dengan total	0,861	0,000	Valid
X1.4 dengan total	0,866	0,000	Valid
X1.5 dengan total	0,746	0,000	Valid

b. Uji Validitas Variabel Lokasi (X2)

Berdasarkan pengujian instrumen yang dilakukan pada 96 responden dengan 5 pernyataan yang diajukan, semua pernyataan tersebut dinyatakan valid. Ini ditunjukkan oleh fakta bahwa nilai r hitung untuk masing-masing pernyataan melebihi nilai r tabel (dengan $n = 96$, nilai r tabel = 0,201) pada tingkat signifikansi 0,05 [sig.(2-tailed)]. Jadi, semua item kuisioner dinyatakan valid dan layak untuk digunakan dalam penelitian.

Berikut ini tabel hasil uji validitas instrumen penelitian variabel Lokasi (X2):

Tabel 4. Uji Validitas Instrument Variabel Lokasi (X1)

Korelasi antara	Nilai korelasi (pearson correlation)	Probabilitas korelasi (sig. 2 tailed)	Keterangan
-----------------	--------------------------------------	---------------------------------------	------------

X2.1 dengan total	0,796	0,000	Valid
X2.2 dengan total	0,805	0,000	Valid
X2.3 dengan total	0,841	0,000	Valid
X2.4 dengan total	0,818	0,000	Valid

c. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

Berdasarkan pengujian instrumen yang dilakukan pada 96 responden dengan 5 pernyataan yang diajukan, semua pernyataan tersebut dinyatakan valid. Ini ditunjukkan oleh fakta bahwa nilai r hitung untuk masing-masing pernyataan melebihi nilai r tabel (dengan n = 96, nilai r tabel = 0,201) pada tingkat signifikansi 0,05 [sig.(2-tailed)]. Jadi, semua item kuisioner dinyatakan valid dan layak untuk digunakan dalam penelitian

Berikut ini tabel hasil uji validitas instrumen penelitian variabel Kualitas Pelayanan (X3) :

Tabel 5. Uji Validitas Instrument Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

Korelasi antara	Nilai korelasi (pearson corellation)	Probabilitas korelasi (sig. 2 tailed)	Keterangan
X3.1 dengan total	0,357	0,000	Valid
X3.2 dengan total	0,326	0,001	Valid
X3.3 dengan total	0,474	0,000	Valid
X4.4 dengan total	0,483	0,000	Valid
X4.5 dengan total	0,501	0,000	Valid

d. Uji Validitas Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

Berdasarkan pengujian instrumen yang dilakukan pada 96 responden dengan 5 pernyataan yang diajukan, semua pernyataan tersebut dinyatakan valid. Ini ditunjukkan oleh fakta bahwa nilai r hitung untuk masing-masing pernyataan melebihi nilai r tabel (dengan n = 96, nilai r tabel = 0,201) pada tingkat signifikansi 0,05 [sig.(2-tailed)]. Jadi, semua item kuisioner dinyatakan valid dan layak untuk digunakan dalam penelitian.

Berikut ini tabel hasil uji validitas instrumen penelitian variabel Kepuasan Pengunjung (Y) :

Tabel 6. Uji Validitas Instrument Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

Korelasi antara	Nilai korelasi (pearson corellation)	Probabilitas korelasi (sig. 2 tailed)	Keterangan
Y1.1 dengan total	0,648	0,000	Valid
Y1.2 dengan total	0,816	0,000	Valid
Y1.3 dengan total	0,810	0,000	Valid
Y1.4 dengan total	0,812	0,000	Valid
Y1.5 dengan total	0,620	0,000	Valid

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pernyataan yang merupakan indikator suatu variabel yang disusun dalam kuesioner. Tujuan dari uji reliabilitas adalah dengan menunjukkan konsistensi skor yang diberikan responden. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban yang diberikan responden konsisten atau stabil. Adapun kriteria pengujian reliabilitas dalam penelitian ini yaitu variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha > 0,60.

a. Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas (X1)

Tabel 7. Reliability Statistics – Fasilitas (X1)

Cronbach's Alpha	N of Items
.832	5

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25.0 2024

Semua item memenuhi kriteria reabilitas, seperti yang ditunjukkan dalam tabel di atas berdasarkan hasil uji reabilitas sesuai output SPSS Versi 25.0 tahun 2024. Ini ditunjukkan oleh fakta bahwa semua variabel dalam penelitian memiliki cronbach alpa sebesar 0,832 lebih dari 0,600. Sehingga menunjukkan bahwa 5 (Lima) Indikator pernyataan tersebut bersifat reliabel.

b. Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X2)

Tabel 8. Reliability Statistics - Lokasi (X2)

Cronbach's Alpha	N of Items
.867	4

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25.0 2024

Semua aitem memenuhi kriteria reabilitas, seperti yang ditunjukkan dalam tabel di atas berdasarkan hasil uji reabilitas sesuai output SPSS Versi 25.0 tahun 2024. Ini ditunjukkan oleh fakta bahwa semua variabel dalam penelitian memiliki cronbach alpa sebesar 0,867 lebih dari 0,600. Jadi, disimpulkan bahwa 4 (Empat) Indikator pernyataan tersebut bersifat reliable.

c. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

Tabel 9. Reliability Statistics – Kualitas Pelayanan (X3)

Cronbach's Alpha	N of Items
.820	5

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25.0 2024

Semua item memenuhi kriteria reabilitas, seperti yang ditunjukkan dalam tabel di atas. Berdasarkan hasil uji reabilitas sesuai output SPSS Versi 25.0 tahun 2024. Ini ditunjukkan oleh fakta bahwa semua variabel dalam penelitian memiliki cronbach alpa sebesar 0,820 lebih dari 0,600. Jadi, disimpulkan bahwa 5 (Lima) Indikator pernyataan tersebut bersifat reliabel.

d. Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

Tabel 10. Reliability Statistics – Kepuasan Pengunjung (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
.793	5

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25.0 2024

Semua item memenuhi kriteria reabilitas, seperti yang ditunjukkan dalam tabel di atas, berdasarkan hasil uji reabilitas sesuai output SPSS Versi 25.0 tahun 2024. Ini ditunjukkan oleh fakta bahwa semua variabel dalam penelitian memiliki cronbach alpa sebesar 0,793 lebih dari 0,600. Jadi, disimpulkan bahwa 5 (Lima) Indikator pernyataan tersebut bersifat reliable

C. Pengujian Persyaratan Analisis

Sebelum melakukan analisis regresi, korelasi maupun pengujian hipotesis terlebih dahulu dilakukan pengujian persyaratan analisis variabel Fasilitas (X1), Lokasi (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y).

Syarat yang dimaksud adalah kriteria yang harus terpenuhi sebelum melakukan analisis, baik untuk memprediksi atau menguji hipotesis. Sebelum melakukan analisis regresi ada tiga persyaratan yang harus dipenuhi: pertama, keberadaan normalitas pada galat estimasi ($Y-\hat{Y}$) dari regresi sederhana; kedua, tidak adanya multikolinieritas antara kelompok-kelompok variabel X; dan ketiga, kelinieran regresi Y terhadap X.

1. Uji Normalitas

a. Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test atau yang dikenal dengan uji K-S yang bertujuan untuk menguji kesesuaian sampel dengan bentuk distribusi populasi tertentu. Sampel dapat dikatakan berdistribusi normal dengan kriteria yaitu jika nilai signifikansi $>0,05$ maka variabel berdistribusi normal tetapi jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 11. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.95197345
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.056
	Negative	-.053
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

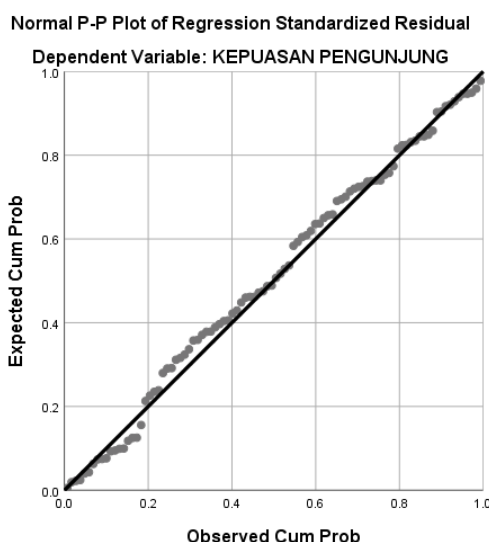
c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25.0, 2024

Dari hasil Uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov didapatkan hasil signifikan dari uji normalitas sebesar 0,200, dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikan 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa uji tes normalitas pada penelitian adalah terdistribusi normal.

b. Uji Normalitas p – plot



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas p - plot

Sumber: Hasil data diolah menggunakan SPSS

Dari hasil gambar diatas, dapat diketahui hasil pengolahan data diperoleh bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal, dimana data menyebarkan disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dapat di simpulkan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal sehingga layak digunakan dalam penelitian.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable independen. Multikolinieritas dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance < 0,10 atau sama dengan nilai variance inflation factor (VIF) > 10.

Tabel 12. Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.		
Model							Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.390	1.192		2.004	.048		
	FASILITAS	.325	.066	.375	4.914	.000	.619	1.617
	LOKASI	.329	.079	.322	4.187	.000	.607	1.648
	KUALITAS PELAYANAN	.265	.066	.292	4.038	.000	.690	1.450

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

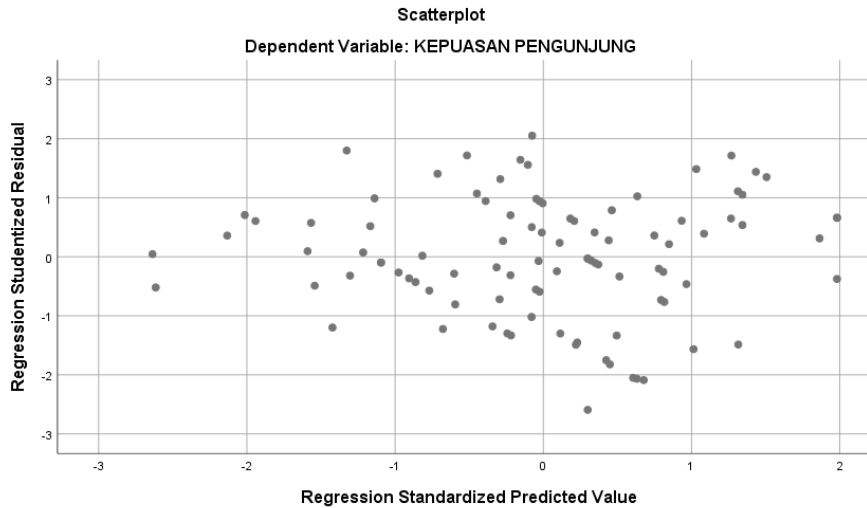
Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25.0, 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa Variabel X1, X2, dan X3 memiliki nilai VIF di bawah 10, dan nilai toleransi lebih dari 0,1, model dapat dikatakan tidak memiliki multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Regresi yang dapat dikatakan baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

a. Uji Grafik Scaterplot



Gambar 3. Uji Grafik Scaterplot

b. Uji Heteroskedastisitas Metode Glesjer

Model regresi dapat dikatakan tidak mengalami terjadinya heteroskedastisitas jika residualnya memiliki varian yang sama atau disebut homokedastisitas. Dalam uji glesjer memiliki tujuan untuk menguji dengan metode statistik dimana nilai residual diabsolutkan. Hasil pengujian berpotongan dengan nilai signifikan harus lebih besar dari 0,05 pada variabel independen.

Tabel 13. Uji Heteroskedastisitas Metode Glesjer

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.280	.693		.405	.687
	FASILITAS	.035	.038	.119	.917	.362
	LOKASI	.030	.046	.085	.652	.516
	KUALITAS PELAYANAN	.010	.038	.032	.262	.794

a. Dependent Variable: abs_res

Tabel di atas menunjukkan bahwa Variabel X1, X2, dan X3 memiliki nilai sig > 0,0 model dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Regresi Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Dalam penelitian ini uji regresi linear berganda ini digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel independen yaitu fasilitas, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pengunjung.

Tabel 14. Uji Regresi Berganda

		Coefficients ^a			
--	--	---------------------------	--	--	--

Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
B	Std. Error	Beta		
2.390	1.192		2.004	.048
.325	.066	.375	4.914	.000
.329	.079	.322	4.187	.000
.265	.066	.292	4.038	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25.0, 2024

$$Y = 2,390 + 0,325 X_1 + 0,329 X_2 + 0,265 X_3 + e$$

Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa nilai koefisien variabel independen sebesar 2,390 yang artinya apabila variabel independen mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel Kepuasan Pengunjung akan mengalami kenaikan sebesar 2,390. Variabel Fasilitas sebesar 0,325 menunjukkan bahwa apabila nilai Fasilitas ditingkatkan dari satu satuan, maka Kepuasan Pengunjung meningkat sebesar 0,325. Variabel Lokasi sebesar 0,329 menunjukkan bahwa apabila nilai Lokasi ditingkatkan dari satu satuan, maka Kepuasan Pengunjung meningkat sebesar 0,329. Variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,265 menunjukkan bahwa apabila nilai Kualitas Pelayanan ditingkatkan dari satu satuan, maka Kepuasan Pengunjung meningkat sebesar 0,265.

5. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji t dalam penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh dari masing-masing variabel independen dalam memberikan pengaruh terhadap variabel dependen. Nilai pengujian yang dilakukan adalah thitung dan nilai signifikan < 0,05. Hasil perhitungan signifikan koefisien regresi dapat diambil keputusan dengan kriteria jika thitung > ttabel dan nilai signifikan < 0,05 maka hipotesis dapat diterima dan sebaliknya jika nilai thitung < ttabel dan nilai signifikan > 0,05 maka hipotesis ditolak.

Tabel 15. Uji Parsial (Uji T)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.390	1.192		2.004	.048
	FASILITAS	.325	.066	.375	4.914	.000
	LOKASI	.329	.079	.322	4.187	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.265	.066	.292	4.038	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

Df = n – k

n = Jumlah responden

k = Jumlah Variabel X

Df = 96 – 3 = 93

T tabel = 1,986

Berdasarkan Tabel di atas hasil uji parsial, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Pengaruh Fasilitas (X1) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) menunjukkan bahwa nilai signifikan 0,000 dengan nilai thitung 4,914 > 1,986. Dengan signifikannya 0,000 < 0,05,

maka H_0 ditolak dan H_1 diterima dan dapat disimpulkan bahwa Fasilitas (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)

- 2) Pengaruh Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) menunjukkan bahwa nilai signifikan 0,000 dengan nilai thitung 4,187 > 1,986. Dengan signifikannya 0,000 < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima dan dapat disimpulkan bahwa Lokasi (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)
- 3) Pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) menunjukkan bahwa nilai signifikan 0,000 dengan nilai thitung 4,038 > 1,986. Dengan signifikannya 0,000 < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_3 diterima dan dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)

b. Uji F

Tabel 16. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	730.989	3	243.663	61.931	.000 ^b
	Residual	361.969	92	3.934		
	Total	1092.958	95			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS, LOKASI

Hasil tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai signifikannya 0,000 < 0,05 dan nilai f hitung (61,931) > f tabel (3.09) maka Hipotesis 4 diterima dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif secara bersama-sama antara Fasilitas, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 17. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.818 ^a	.669	.658	1.98354

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS, LOKASI

b. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25.0, 2024

Berdasarkan output SPSS 25.0 tahun 2024, diketahui nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.669. angka tersebut mengandung arti bahwa variabel Fasilitas, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung sebesar 66,9% sementara 33,1% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini menjawab permasalahan apakah terdapat pengaruh antara fasilitas, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di wisata kolam renang jedongcangkring. Berdasarkan hasil analisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, uji hipotesis menggunakan uji f dan uji t dengan bantuan *software SPSS for windows versi 25* menunjukkan bahwa seluruh hipotesis diterima. Berdasarkan hasil uji parsial maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh Fasilitas (X1) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)

Pengaruh Fasilitas (X1) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) dapat disimpulkan bahwa Fasilitas (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) hal ini menunjukkan bahwa semakin baik fasilitas maka semakin meningkat kepuasan pengunjung dan sebaliknya semakin buruk fasilitas maka semakin menurun kepuasan pengunjung. Dari temuan ini menunjukkan bahwa fasilitas sangat berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, maka dari itu pihak manajemen tempat wisata kolam renang jedongcangkring sebaiknya merawat, menambah atau meningkatkan aspek fasilitas yang ada. Secara umum hal ini menunjukkan bahwa fasilitas merupakan faktor yang sangat penting agar memperoleh tingkat kepuasan konsumen yang tinggi [26]. Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian terdahulu yang berjudul "Pengaruh Fasilitas Serta Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Domestik Objek Wisata Taman Air Tirtagangga" dengan kesimpulan bahwa fasilitas memberikan pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan objek wisata Taman Air Tirtagangga pada kalangan wisatawan domestik [6].

2. Pengaruh Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)

Pengaruh Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) dapat disimpulkan bahwa Lokasi (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) hal ini menunjukkan bahwa semakin strategis lokasi maka semakin meningkat kepuasan pengunjung dan sebaliknya semakin buruk lokasi maka semakin menurun kepuasan pengunjung. Dari temuan ini menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pengunjung tempat wisata kolam renang jedongcangkring, sebaiknya pihak kolam renang jedongcangkring meningkatkan aspek tersebut sesuai kebutuhan pengunjung karena hal itu akan berdampak baik untuk kolam renang jedongcangkring. Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian terdahulu yang berjudul "Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan : Studi Kasus Mahfoed Life Gym" dengan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh antara variabel lokasi terhadap kepuasan pelanggan Mahfoed Life Gym [17].

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka semakin meningkat kepuasan pengunjung dan sebaliknya semakin buruk kualitas pelayanan maka semakin menurun kepuasan pengunjung. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung, oleh karena itu pihak kolam renang jedongcangkring sebaiknya mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas pelayanan mulai dari empaty karyawan untuk pengunjung, kesigapan, dan memberikan arahan yang baik terhadap pengunjung. Karena dengan hal ini dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dan memberikan pengaruh yang positif untuk kolam renang jedongcangkring. Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian terdahulu yang berjudul "Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Janji Jiwa Jilid 667 Tomohon" dengan kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen [21]. Kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan jika pelayanan yang diterima melebihi harapan konsumen, maka kualitas pelayanan tersebut sangat baik dan dipersepsikan tinggi. Namun jika pelayanan yang diterima lebih buruk dari yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan kurang baik. Kualitas pelayanan erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan [6].

4. Berdasarkan hasil uji F dinyatakan bahwa keempat hipotesis diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif secara bersama-sama antara Fasilitas, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung. Besarnya pengaruh fasilitas, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung, dilakukan uji koefisien determinasi. Nilai R square yang diperoleh adalah sebesar 0.669. angka tersebut mengandung arti bahwa

variabel Fasilitas, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung sebesar 66,9% sementara 33,1% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh hipotesis dalam penelitian ini diterima. Artinya, Fasilitas, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, baik secara individual maupun secara bersama-sama. Temuan ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Pengusaha wisata dapat memanfaatkan informasi ini untuk mengembangkan pariwisata yang lebih baik dengan berfokus pada fasilitas, lokasi dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung.

5. Penutup

Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan peneliti dapat diterima yaitu terdapat pengaruh yang positif antara fasilitas dengan kepuasan pengunjung pada tempat wisata kolam renang jedongcangkring yang artinya, semakin baik fasilitas maka semakin meningkat kepuasan pengunjung dan sebaliknya semakin buruk fasilitas maka semakin menurun kepuasan pengunjung. dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara lokasi dengan kepuasan pengunjung pada tempat wisata kolam renang jedongcangkring artinya semakin semakin strategis lokasi maka semakin meningkat kepuasan pengunjung dan sebaliknya semakin buruk lokasi maka semakin menurun kepuasan pengunjung. serta hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pengunjung pada tempat wisata kolam renang jedongcangkring yang artinya semakin baik kualitas pelayanan maka semakin meningkat kepuasan pengunjung dan sebaliknya semakin buruk kualitas pelayanan maka semakin menurun kepuasan pengunjung. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.669 yang artinya bahwa pengaruh variabel fasilitas, variabel lokasi, dan variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pengunjung adalah sebesar 66,9 % sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Saran kepada peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian dengan topik yang sama berkaitan dengan fasilitas, lokasi, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, disarankan untuk memperluas cakupan penelitian lebih lanjut sehingga kualitas penelitian dapat ditingkatkan. Misalnya dengan memperluas populasi atau menambah variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini dan menambahkan aitem-aitem yang sesuai.

Ucapan Terima Kasih

Demikianlah paparan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis. Terima kasih kepada pembaca yang telah menyimak penelitian ini. Penulis sangat berharap untuk mendapatkan kritik dan saran yang membangun terkait tulisan ini, guna meningkatkan kemampuan penulisan ilmiah di masa mendatang. Penghargaan juga disampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam kelancaran penyusunan karya ilmiah ini.

Daftar Pustaka

- [1] M. Ridwan and E. H. Sukriadi, "Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Hutan Raya IR. H. Djuanda Bandung," *Manaj. dan Pariwisata*, vol. 1, no. 2, 2022.
- [2] F. A. A. Chuswondo, "Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas layanan terhadap Kepuasan Pengunjung pada Wisata Sumber Gentong," Universitas Islam Malang, 2023.
- [3] R. Al Hidayat, M. B. Eka Putra, and R. Cahya Pradipta, "Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Taman Wisata Qween," *J. Adm. Bisnis Nusantara*, vol. 3, no. 1, pp. 59–70, 2024, doi: 10.56135/jabnus.v3i1.147.

- [4] B. Arista, N. A. Anisa, and N. Farida, "Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Perjalanan Wisata (Open Trip) C.V Gass Adventure, Sidoarjo," *J. Ekon. Bisnis dan Manaj.*, vol. 2, no. 3, p. 2014, 2023.
- [5] M. Isa, "Pengaruh Kualitas Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Pemandian Air Panas 'Aek Milas Siabu' Kabupaten Mandailing Natal," *Jesya (Jurnal Ekon. Ekon. Syariah)*, vol. 3, no. 2, pp. 111–125, 2020.
- [6] N. L. S. Jayanti and N. N. Yulianthini, "Pengaruh Fasilitas Serta Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Domestik Objek Wisata Taman Air Tirtagangga," *J. Manaj. Perhotelan dan Pariwisata*, vol. 5, no. 3, pp. 306–312, 2022, doi: 10.23887/jmpp.v5i3.37309.
- [7] A. Dedy and Y. Alfandi, "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS HOTEL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI SARI ATER HOT SPRINGS RESORT CIATER," 2022. [Online]. Available: <https://ejournal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- [8] A. Dedy and Y. Alfandi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan Pelanggan di Sari Ater Hot Springs Resort Ciater," 2022. [Online]. Available: <https://ejournal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- [9] I. K. S. Diarta and I. M. Sarjana, "Pengaruh Atribut dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Daya Tarik Wisata Pertanian Subak di Kota Denpasar Bali," *Media Konserv.*, vol. 25, no. 2, pp. 113–123, May 2020, doi: 10.29244/medkon.25.2.113-123.
- [10] E. M. Achmad, P. Lokasi, and F. Wisata dan, "Pengaruh Lokasi, Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Wisatawan Mengunjungi Obyek Wisata Panyaweuyan Bukit Mercury Sayang Kaak Argapura Dalam Rangka Mengoptimalkan Potensi Ekowisata Unggulan Di Kabupaten Majalengka Eli Achmad Mahiri," *J. Ilm. Manaj. dan Ilmu Sos.*, 2021.
- [11] V. Senggetang, S. L. Mandey, and S. Moniharapon, "Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado (The Influence Of Location, Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing)," *J. EMBA*, vol. 7, no. 1, pp. 881–890, 2019, [Online]. Available: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22916>
- [12] C. Lebu, S. Mandey, and R. Wenas, "Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Danau Linow," *J. EMBA*, vol. 7, no. 4, pp. 5505–5513, 2019.
- [13] A. Agustine and M. Mahmud, "Pengaruh Fasilitas Tempat, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Grand Maerakaca Semarang," *J. Mirai Manag.*, vol. 8, no. 3, pp. 167–180, 2023, [Online]. Available: <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/6210>
- [14] W. R. Rahadian, "Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Nusantara di Kebun Raya Bogor," *Bogor Hosp. J.*, vol. 5, no. 2, 2021, [Online]. Available: <http://ojs.stpbogor.ac.id>
- [15] F. K. Hasanah, "Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung," *Angew. Chemie Int. Ed. 6(11)*, 951–952., vol. 1, no. 4, pp. 2013–2015, 2019.
- [16] N. N. Huda, S. Suryoko, and H. Djoko Waloejo, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Hortomart Agro Center Bawen)," 2022. [Online]. Available: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- [17] A. Rutjuhan and I. Ismunandar, "Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan : Studi Kasus Mahfoed Life Gym," *Pamator J.*, vol. 13, no. 1, pp. 105–109, 2020, doi: 10.21107/pamator.v13i1.7015.
- [18] William and P. Tiurniari, "Kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan

- pada Bengkel Mazda Di Kota Batam," *J. EMBA*, vol. 8, no. 1, pp. 1987–1996, 2020.
- [19] K. Kelvinia, M. U. M. Putra, and N. Efendi, "Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian," *J. Wira Ekon. Mikroskil*, vol. 11, no. 2, pp. 85–98, 2021, doi: 10.55601/jwem.v11i2.795.
- [20] R. Anggraini and M. Yana, "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Tempat, dan Kualitas Makanan Khas Melayu Terhadap Kepuasan Pelanggan Wisata Kuliner di Kota Batam," *Jesya (Jurnal Ekon. Ekon. Syariah)*, vol. 5, no. 1, pp. 1081–1094, Feb. 2022, doi: 10.36778/jesya.v5i1.697.
- [21] J. Pio, N. C. Mamuaya, and S. Angmalisang, "Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Janji Jiwa Jilid 667 Tomohon," *J. Ilm. Manajemen, Ekon. Akunt.*, vol. 6, no. 3, pp. 2019–2030, 2022, doi: 10.31955/mea.v6i3.2686.
- [22] H. Millah and H. Suryana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Alfamart di Desa Karangbong Kecamatan Pajajaran)," *J. Ekon. dan Bisnis Islam*, vol. 6, no. 2, pp. 135–142, 2020, doi: <https://doi.org/10.36835/iqtishodiyah.v5i2.360>.
- [23] H. R. Oktaviani, S. Saifudin, and R. E. Puspita, "Kualitas Layanan sebagai Strategi Peningkatan Kepuasan Pengunjung Perpustakaan," *Pustabiblia J. Libr. Inf. Sci.*, vol. 3, no. 2, pp. 159–174, Dec. 2019, doi: 10.18326/pustabiblia.v3i2.159-174.
- [24] G. W. Saputra, K. Kurniawati, and T. Eka Putri, "Pengaruh kualitas pelayanan pemandu museum terhadap kepuasan pengunjung di Museum Geologi Bandung," *Fair Value J. Ilm. Akunt. dan Keuang.*, vol. 4, no. 11, pp. 5323–5331, 2022, doi: 10.32670/fairvalue.v4i11.1820.
- [25] R. Hariono and M. A. E. M. Marlina, "Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediator pada Star Motor Carwash," *J. Manaj. dan Start Up Bisnis*, vol. 6, no. 2, pp. 1–10, 2021.
- [26] R. Hidayat, M. Y. Arief, and R. A. Pramesthi, "Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Cafe Sky Garden Wonoboyo Di Bondowoso," *J. Mhs. Entrep.*, vol. 1, no. 10, p. 2141, 2022, doi: 10.36841/jme.v1i10.2262.