

Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung Eduwisata Lontarsewu Hendrosari

Candra Sugiarto¹, Woro Utari²

^{1,2}Universitas Wijaya Putra

e-mail: ¹candrabiztro@gmail.com

Abstract: *Visitor satisfaction is related to visitor perceptions of facilities and service quality. When visitors see that the facilities and service quality do not meet their expectations. The fundamental problem in this research is how the efforts made by tourist object managers to increase visitor satisfaction. The method used in this research design is associative and descriptive method, namely the type of research that seeks the relationship or influence of two or more variables. For the research approach in this thesis using a quantitative research approach. The tool used for data collection in this study was to use a questionnaire as a response from the respondents and the questionnaires will be distributed to the visitors of the Lontarsewu Hendrosari Eduwisata. The data contains the distribution of age, gender, and city origin of the 100 respondents who have been interviewed. First, regarding the age factor, it was found that the majority of respondents were in the age range of 13 to 21 years, as many as 47 people or 47% of the total respondents. Based on the results of research and data analysis, it can be concluded that there is a simultaneous influence of facilities and service quality on visitor satisfaction at the Lontarsewu Hendrosari Educational Tour.*

Keywords: *facilities, service quality, visitor satisfaction.*

Abstrak: Kepuasan pengunjung terkait dengan persepsi pengunjung terhadap fasilitas dan kualitas layanan. Ketika pengunjung melihat bahwa fasilitas dan kualitas layanan tidak memenuhi harapan mereka. Permasalahan yang mendasar dalam penelitian ini adalah bagaimana upaya yang dilakukan oleh pengelola objek wisata guna meningkatkan kepuasan pengunjung. Metode yang digunakan dalam perancangan penelitian ini adalah metode asosiatif dan deskriptif, yaitu jenis penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh dua atau lebih variabel. Untuk pendekatan penelitian dalam skripsi ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Alat yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner sebagai tanggapan dari responden dan akan didistribusikan kuesioner ke para pengunjung Eduwisata Lontarsewu Hendrosari. Data tersebut berisi tentang distribusi umur, jenis kelamin, dan asal kota dari 100 responden yang telah diwawancarai. Pertama, mengenai faktor umur, ditemukan bahwa mayoritas responden berada dalam rentang usia 13 hingga 21 tahun, sebanyak 47 orang atau 47% dari total responden. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, maka dapat diambil kesimpulan, terdapat pengaruh secara simultan fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Eduwisata Lontarsewu Hendrosari.

Kata Kunci: fasilitas, kualitas pelayanan, kepuasan pengunjung

PENDAHULUAN

Masalah Perkembangan kegiatan ekonomi senantiasa memberikan pengaruh terhadap aspek pemasaran. Manajemen perusahaan dituntut untuk mempunyai konsep pemasaran yang tepat agar senantiasa mampu mengatasi persaingan dalam dunia bisnis termasuk dalam konteks pariwisata. Pada umumnya, setiap perusahaan menganut sistem pemasaran yang berorientasi kepada pengunjung yaitu sistem pemasaran yang senantiasa berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pengunjung. Dalam perkembangannya, sektor pariwisata turut berperan penting dalam mendukung pertumbuhan perekonomian nasional karena dengan keberadaannya dapat memberikan sumbangan pemasukan bagi devisa negara, memperluas lapangan kerja, serta memperkenalkan kebudayaan nasional sehingga patut untuk dikembangkan. Obyek wisata merupakan produk jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan jasa dengan harapan agar pengunjung datang untuk berkunjung dan menikmati obyek wisata yang ditawarkan. Untuk dapat menarik kepuasan pengunjung, pengelola harus dapat memberikan kualitas pelayanan yang terbaik untuk menciptakan suatu kepuasan pengunjung.

Kehadiran fasilitas yang lengkap dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dan juga meningkatkan penjualan layanan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu variabel yang berperan dalam keberhasilan perusahaan. Pelayanan yang baik melebihi harapan pengunjung dan sebaliknya. Layanan yang buruk menciptakan anggapan bahwa layanan yang diperoleh tidak sesuai dengan harapan pengunjung. Pengunjung akan kembali dan melakukan kunjungan berulang kali, dan mereka akan mempromosikan jasa yang ditawarkan oleh penyedia layanan kepada kontak terdekat mereka, menunjukkan bahwa pengunjung senang dengan layanan yang mereka dapatkan selama proses transaksi. Kepuasan pengunjung terkait dengan persepsi pengunjung terhadap fasilitas dan kualitas layanan. Ketika pengunjung melihat bahwa fasilitas dan kualitas layanan tidak memenuhi harapan mereka, mereka mengabaikan tujuan mereka dan mempertimbangkan kembali untuk membeli layanan tersebut.

Menurut Zakiah Daradjat dalam Purba (2017) Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan. Kualitas pelayanan ini lebih menekankan pada sebuah kualitas yang mempunyai proses, di karenakan pada biasanya para konsumen akan langsung terlibat dalam proses seperti ini (Razak & Rasmansyah, 2018). Kualitas pelayanan ialah merupakan sebuah kelebihan yang dapat di rasakan oleh pengunjung ketika mereka sudah melakukan proses pembelian dan sudah menerima hal tersebut (Hartini, 2017). Kepuasan pengunjung merupakan konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensi bagi aktivitas suatu bisnis. Sesuai dengan pendapat ini, kepuasan pengunjung sangat didasarkan pada kualitas pelayanan (Tjiptono, 2014). Kotler & Keller (2016) mengemukakan bahwa pengunjung dapat merasakan satu dari tiga tingkat kepuasan. Pertama, apabila tingkat kinerja berada di bawah tingkat harapan pengunjung, mereka akan merasa kecewa. Kedua, apabila tingkat kinerja sejajar dengan tingkat harapan pengunjung, mereka akan merasa puas. Ketiga, apabila tingkat kinerja berada di atas tingkat harapan pengunjung, mereka akan merasa sangat puas.

Fasilitas merupakan sarana penunjang yang digunakan suatu perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung, semakin baik fasilitas yang disediakan kepada pengunjung maka akan semakin meningkat kepuasan pengunjung. Kotler & Keller (2016) menyatakan salah satu upaya yang dilakukan manajemen perusahaan yang berhubungan langsung dengan kepuasan pengunjung dengan memberikan fasilitas yang

sebaik-baiknya untuk mempertahankan pengunjung. Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan dengan memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan pengguna jasa. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Srijani & Hidayat (2017) menyatakan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, demikian pula hasil penelitian yang dilakukan oleh Yowanti et al. (2015) menyatakan bahwa kualitas pelayanan jasa, harga dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, hasil uji korelasi parsial diatas terlihat nilai korelasi variabel kualitas pelayanan jasa yang paling besar, dibandingkan variabel harga dan fasilitas, sehingga variabel kualitas pelayanan jasa merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung pada Hotel Fatma di Tenggarong. Hasil penelitian oleh (Suwandi et al., 2015) menyatakan brand image, harga, kualitas layanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Endang & Cholidah (2017) melakukan penelitian dengan judul “pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang di terminal Rajekwesi Bojonegoro”. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Demikian juga kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang. Sedangkan secara simultan fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang.

Permasalahan yang mendasar dalam penelitian ini adalah bagaimana upaya yang dilakukan oleh pengelola objek wisata guna meningkatkan kepuasan pengunjung.

Berdasarkan latar belakang di atas dan berdasarkan hasil penelitian dari beberapa peneliti, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul untuk skripsi “PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG EDUWISATA LONTARSEWU HENDROSARI”.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Pengunjung

Menurut (Wihananto, 2019), kepuasan pengunjung merupakan perasaan pengunjung baik puas atau tidak karena evaluasi antar produk atau pelayanan yang diharapkan dengan produk atau layanan yang mereka terima.

Dan ada pula dari penelitian menurut (Razak & Rasmansyah, 2018), kepuasan pengunjung adalah kondisi dinamis memiliki hubungan dengan layanan, produk, orang, alam, dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan pengunjung. Layanan bagus cerminan perusahaan yang baik dalam menjalankan operasinya. Nilai-nilai kualitas layanan akan menjadi standar layanan pengunjung, atau memenuhi langsung atau tidak, dalam keadaan dan kondisi yang tidak stabil, diharapkan dapat terus memberikan layanan yang baik.

Demikian pula penelitian menurut (Subagja & Susanto, 2019) mengatakan kalau Kepuasan pengunjung adalah suatu kondisi di mana kebutuhan, keinginan dan harapan pengunjung dapat dipenuhi dengan produk yang digunakan. Pengunjung memiliki kebutuhan, kemauan dan harapan yang berbeda, maka itu perusahaan harus meningkatkan produk agar harapan pengunjung tersebut terpenuhi dan dampak ke perusahaan dinilai memiliki kepuasan pengunjung yang bagus.

Kepuasan Pengunjung menurut (Effendy et al, 2019) mendefinisikan bahwa kepuasan penumpang harus menjadi hal yang diutamakan setiap perusahaan, kepuasan yang dimaksud adalah perasaan seseorang yang merasa senang atau sedih yang muncul

setelah membandingkan hasil dari suatu produk atau layanan yang dilakukan dengan hasil yang diharapkan.

Menurut (Aswad et al, 2018) menyatakan bahwa kepuasan pengunjung didefinisikan sebagai kesenangan atau kekecewaan orang-orang yang menggunakan produk atau layanan yang muncul karena membuat perbandingan antara kinerja dalam pikiran dan harapan mereka. Jika kinerja gagal memenuhi harapan itu, maka pengunjung akan merasa tidak puas, dan jika kinerja tampaknya sesuai dengan harapan itu maka pengunjung akan merasa puas. Tetapi jika kinerja melebihi harapan pengunjung, pengunjung akan puas dan bahagia.

Berdasarkan pemahaman para ahli teori mengenai kepuasan pengunjung disimpulkan kalau kepuasan pengunjung adalah keadaan yang dirasakan oleh pengunjung dengan baik maupun tidak baik yang layanannya diharapkan produk dan jasa yang diberikan pegawai melalui membandingkan kinerja diberikan dengan ekspektasi yang pengunjung harapkan.

Fasilitas

Menurut (Apriyadi, 2017), fasilitas ialah hal yang mempunyai sifat yang fisik yang diberikan perusahaan jasa supaya memberikan kesenangan pengunjung. Dan juga sumber daya dalam memiliki bentuk, sebelum servis yang dapat ditawarkan oleh pengunjung. Fasilitas termasuk keadaan fasilitas, kelengkapan, desain, dan kebersihan fasilitas harus diperhitungkan, yang terpenting adalah memiliki hubungan dengan apa yang dirasakan dan diperoleh langsung oleh pengunjung. (Iskandarsyah & Utami, 2017) menyatakan fasilitas ialah segala sesuatu yang disediakan oleh perusahaan untuk digunakan oleh pengunjung yang memiliki tujuan yang memberikan tingkat kepuasan yang penuh. Dan demikian pula Fasilitas menurut (Pantilu et al, 2018) merupakan penyediaan peralatan fisik dengan memberikan kenyamanan kepada pengunjung yang melakukan kegiatan atau aktivitas mereka, sehingga kebutuhan pengunjung dapat terpenuhi selama berkunjung.

Adapun juga fasilitas Menurut (Winarno et al., 2018) menyatakan bahwa fasilitas juga merupakan barang yang harus ada sebelum layanan ditawarkan kepada pengunjung. Fasilitas juga dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat memudahkan pengunjung untuk mendapatkan kepuasan, karena bentuk layanan tidak dapat dilihat atau dicium atau disentuh, oleh karena itu bentuk fisik menjadi penting untuk ukuran layanan.

Berdasarkan pemahaman ahli tentang fasilitas, dapat disimpulkan bahwa fasilitas adalah sesuatu yang fisik dan disediakan oleh penyedia fasilitas dan ditawarkan kepada pengunjung untuk digunakan dan dinikmati oleh pengunjung dalam memfasilitasi kegiatan yang dilakukan oleh pengunjung.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut (Srivastav & Mittal, 2016) ialah suatu perbedaan antara harapan pengunjung terhadap kinerja layanan sebelum pertemuan layanan, dan persepsi mereka terhadap layanan setelah diterima.

Dan adapula penelitian menurut (Ekasari, Purnamasari, & Ali, 2018), Kualitas pelayanan juga diartikan sebagai kegiatan yang melayani dan memberikan kepuasan atau keinginan kepada pengunjung terhadap produk atau jasa yang berupa harga yang wajar, kecepatan melayani, lokasi yang terjangkau, kenyamanan, serta, penampilan menarik.

Sebagaimana juga penelitian menurut (Lubis & Andayani, 2018), Kualitas layanan adalah kinerja yang ditawarkan oleh satu orang ke orang lain. Kinerja ini bisa dalam bentuk perawatan tidak berwujud dan tidak menghasilkan pemilik barang. Prioritasnya adalah bahwa layanan adalah tindakan yang dilakukan oleh penjual kepada pengunjung untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pengunjung.

Kualitas pelayanan menurut (Janahi & Al Mubarak, 2017) adalah salah satu proses organisasi yang digunakan perusahaan untuk beradaptasi menumbuhkan persaingan, mendorong kesempatan bisnis, meningkatkan keuntungan, membuat pasar ekonomi menjadi lebih baik dan meningkatkan tingkat kepuasan pengunjung.

Berdasarkan pemahaman para ahli di atas mengenai kualitas pelayanan dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu pekerjaan dalam bentuk totalitas perusahaan dalam melayani pengunjung atau oranglain yang tidak berwujud seperti jasa yang diberikan oleh perusahaan untuk memuaskan kebutuhan atau harapan pengunjung.

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan penelitian dalam skripsi ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini didasarkan dengan semua pengunjung yang berkunjung di Eduwisata Lontarsewu. Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil sebesar 100 responden. Pengambilan sampel yang digunakan adalah Sampling Insidental / Accidental Sampling. Alat yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner sebagai tanggapan dari responden dan akan didistribusikan kuesioner ke para pengunjung Eduwisata Lontarsewu Hendrosari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif pada penelitian ini tentang distribusi umur, jenis kelamin, dan asal kota dari 100 responden yang telah diwawancarai atau dimintai. Pertama, mengenai faktor umur, ditemukan bahwa mayoritas responden berada dalam rentang usia 13 hingga 21 tahun, sebanyak 47 orang atau 47% dari total responden. Kelompok usia berikutnya adalah 22 hingga 30 tahun, dengan 18 responden atau 18%. Sebanyak 25 responden atau 25% berada dalam kelompok usia 31 hingga 40 tahun. Sedangkan, kelompok usia 41 hingga 50 tahun memiliki jumlah responden terendah, yaitu 10 orang atau 10%. Keseluruhan, sampel yang diambil mencakup usia dari remaja hingga dewasa awal. Kelompok usia remaja hingga dewasa muda cenderung sangat tertarik dengan pengalaman baru dan aktivitas sosial. Eduwisata Lontarsewu menawarkan berbagai aktivitas dan atraksi menarik yang sesuai dengan minat dan preferensi generasi muda ini, seperti petualangan alam, kegiatan fotografi, dan wisata sejarah. Selain itu, kelompok usia ini sering berada di periode pencarian jati diri dan eksplorasi, sehingga menghadiri edu wisata seperti Lontarsewu dapat memberikan kesempatan bagi mereka untuk belajar dan berkembang.

Kedua, mengenai variabel jenis kelamin, ditemukan bahwa responden yang terlibat dalam survei ini hampir seimbang dalam hal perbedaan gender. Sebanyak 43 responden atau 43% adalah laki-laki, sementara 57 responden atau 57% sisanya adalah perempuan. Artinya, partisipan dari kedua jenis kelamin hampir sama jumlahnya dalam penelitian ini. Didominasinya responden perempuan mungkin disebabkan oleh fokus edu wisata Lontarsewu yang mencakup berbagai aspek, seperti keindahan alam, seni, budaya, dan sejarah. Perempuan cenderung memiliki ketertarikan yang kuat dalam

budaya dan seni, dan juga sering lebih tertarik pada destinasi wisata yang menawarkan pemandangan alam yang indah. Selain itu, responden perempuan juga tertarik pada program- program edukasi yang terkait dengan sejarah dan kearifan lokal yang terdapat di Lontar Sewu.

Ketiga, mengenai asal kota, data menunjukkan bahwa sebagian besar responden berasal dari kota Gresik, dengan 50 orang atau 50% dari total sampel. Sementara itu, kota Lamongan menyumbang 22 responden atau 22%, sedangkan Tuban memiliki 13 responden atau 13%. Jumlah responden yang lebih sedikit berasal dari Sidoarjo dan Mojokerto, masing-masing hanya 7% dan 8% dari total sampel. Dengan demikian, Gresik menjadi kota dengan partisipasi tertinggi, sedangkan Sidoarjo dan Mojokerto memiliki partisipasi terendah. Dominasi responden dari kota Gresik disebabkan oleh kedekatan geografis. Orang-orang yang tinggal dekat dengan suatu tempat cenderung lebih mudah untuk mengunjunginya daripada mereka yang tinggal di lokasi yang lebih jauh. Selain itu, kemungkinan adanya promosi khusus atau kerjasama dengan sekolah atau kelompok remaja di Gresik juga dapat meningkatkan partisipasi dari kota tersebut. Edu wisata Lontar Sewu juga telah membangun reputasi sebagai tempat tujuan yang populer di antara masyarakat Gresik, sehingga menarik minat lebih banyak warga setempat untuk mengunjunginya.

Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan angka rhitung setiap item pertanyaan dalam variabel fasilitas, kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung melebihi nilai 0,165. Dalam konteks ini, nilai 0,165 adalah batas yang telah ditetapkan sebelumnya sebagai standar untuk menentukan apakah suatu item pertanyaan dianggap valid atau tidak. Oleh karena itu, dengan angka rhitung yang melebihi nilai tersebut, dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dalam variabel fasilitas, kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung dianggap valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 1 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keputusan
Fasilitas	0,870	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,915	Reliabel
Kepuasan Pengunjung	0,846	Reliabel

Sumber : Data primer diolah (2023)

Dalam Tabel 1, terlihat bahwa nilai Cronbach's Alpha pada variabel fasilitas, kualitas pelayanan, dan kepuasan pengunjung memenuhi persyaratan tertentu, yaitu memiliki nilai di atas 0,6. Nilai Cronbach's Alpha ini menunjukkan reliabilitas dari variabel-variabel tersebut, yang berarti bahwa mereka dapat diandalkan dan konsisten dalam mengukur konstruk yang diwakili oleh masing-masing variabel. Dengan angka *Cronbach's Alpha* di atas 0,6, dapat disimpulkan bahwa fasilitas, kualitas pelayanan, dan kepuasan pengunjung memiliki tingkat reliabilitas yang memadai, sehingga hasil pengukuran yang diperoleh dari variabel-variabel tersebut dapat dipercaya dan dianggap valid.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji dengan menggunakan uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov didapat informasi bahwa nilai Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,094 yang artinya nilai tersebut lebih besar dari standart signifikansi sebesar 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji dapat diketahui bahwa angka *tolerance* pada variabel fasilitas $0,253 > 0,1$ dan VIF $3.958 < 10$, variabel kualitas pelayanan mendapatkan angka *tolerance* $0,198 > 0,1$ dan VIF $5.051 < 10$. Karena seluruh variabel independen mendapatkan angka *tolerance* $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 , maka tidak terdapat gangguan multikolinieritas diantara variabel independen.

Uji Heteroskedastisitas

Dalam uji heteroskedastisitas, jika angka signifikansi yang diperoleh antara variabel independen dan absolut residual bernilai di atas 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa permasalahan heteroskedastisitas tidak ditemukan dalam model regresi yang sedang dianalisis. Hasil uji menunjukkan bahwa variabel fasilitas mempunyai angka signifikansi $0,773 > 0,05$, kualitas pelayanan mempunyai angka signifikansi $0,450 > 0,05$. Sehingga bisa dinyatakan tidak adanya heteroskedastisitas yang diketahui melalui angka signifikansi diatas 0,05.

Uji Autokorelasi

Berdasarkan hasil uji pengujian terhadap model regresi menghasilkan Durbin-Watson (DW) statistik sebesar 2,248. Temuan pada uji tersebut yaitu angka DW senilai 2,248 berada diantara angka du dan (4-du) senilai 1,736 dan 2,264 ($du < DW < 4-du$) sehingga dapat dinyatakan bahwasannya autokorelasi pada model regresi dalam kajian ini tidak ada.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 2 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Nilai Koefisien	Keterangan
(Constant)	2,273	Positif
Fasilitas	0,507	Positif
Kualitas Pelayanan	0,776	Positif

Sumber : Data primer diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 2 hasil uji regresi linear berganda dapat diketahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,273 + 0,507 X_1 + 0,776 X_2$$

Pengujian Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 3 Hasil Uji t

Model	t	Sig.	Keterangan
Fasilitas	3,401	0,001	Signifikan
Kualitas Pelayanan	9,079	0,000	Signifikan

Sumber : Data primer diolah (2023)

Berdasarkan hasil pengolahan data uji t terdapat dua variabel yang diuji untuk melihat pengaruhnya terhadap keputusan pengunjung, yaitu variabel fasilitas (X1) dan variabel kualitas pelayanan (X2). Pada uji t pertama yang dilakukan pada variabel fasilitas, ditemukan bahwa nilai T hitung sebesar 3.401 lebih tinggi daripada nilai t tabel sebesar 1.654. Selain itu, temuan dari uji t menunjukkan bahwa angka signifikansi sebesar 0.001 lebih kecil daripada nilai ambang batas yang ditetapkan sebesar 0.05 ($0.001 < 0.05$). Oleh karena itu, hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak, yang berarti bahwa variabel fasilitas secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pengunjung.

Pada uji t kedua yang dilakukan pada variabel kualitas pelayanan, ditemukan bahwa nilai T hitung sebesar 9.079 juga lebih tinggi daripada nilai t tabel sebesar 1.654. Temuan dari uji t ini menunjukkan bahwa angka signifikansi sebesar 0.000 jauh lebih kecil daripada nilai ambang batas yang ditetapkan sebesar 0.05 ($0.000 < 0.05$). Oleh karena itu, H_a juga diterima dan H_0 ditolak, yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pengunjung.

Dengan demikian, dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa baik variabel fasilitas maupun variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengunjung.

Uji Simultan (Uji f)

Tabel 4 Hasil Uji F

Model	Nilai	Keterangan
F Hitung	230,841	Signifikan
Sig.	0,000	Signifikan

Sumber : Data primer diolah (2023)

Berdasarkan hasil analisis yang terdapat pada Tabel 4, ditemukan bahwa angka F hitung memiliki nilai sebesar 230.841 pada tingkat signifikansi 0,000. Perlu diketahui bahwa angka F hitung ini melebihi nilai F tabel yang sebesar 3.09. Selain itu, angka signifikansi yang terkait dengan temuan ini memiliki nilai di bawah 0,05, yaitu 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif (H_a) dapat diterima, sedangkan hipotesis nol (H_0) tidak dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Pada hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat besarnya Adjusted R² adalah 0,823 = 82,3%. Artinya 82,3% kepuasan pengunjung dijelaskan oleh fasilitas dan kualitas pelayanan, sementara 17,7% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung

Pada hipotesis pertama yang dilakukan pada variabel fasilitas, ditemukan bahwa nilai t hitung sebesar 3.401 lebih tinggi daripada nilai t tabel sebesar 1.654. Selain itu, temuan dari uji t menunjukkan bahwa angka signifikansi sebesar 0.001 lebih kecil daripada nilai ambang batas yang ditetapkan sebesar 0.05 ($0.001 < 0.05$). Oleh karena itu, hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H₀) ditolak, yang berarti bahwa variabel fasilitas secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pengunjung. Artinya, ketika kita memperhatikan variabel fasilitas secara terpisah dari faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi keputusan pengunjung, fasilitas masih memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan mereka. Hal ini mendukung pentingnya menyediakan fasilitas yang memadai dan berkualitas dalam industri pariwisata (Audistiana et al., 2017).

Dalam penelitian ini indikator yang digunakan sebagai tolak ukur variabel fasilitas ada 3 yaitu kelengkapan, kebersihan dan kerapihan fasilitas (Priambudi et al., 2021). Fasilitas yang ditawarkan oleh destinasi wisata menjadi faktor kunci yang memengaruhi kepuasan pengunjung. Pengunjung cenderung memberikan perhatian khusus pada kelengkapan, kebersihan, dan kerapihan fasilitas yang mereka gunakan (Mahiputra, 2021). Fasilitas yang lengkap dan memadai dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung dan memenuhi kebutuhan mereka selama kunjungan (Huda et al., 2022). Selain itu, kondisi dan fungsi fasilitas juga memainkan peran penting dalam memengaruhi kepuasan pengunjung. Jika fasilitas tersebut dalam kondisi baik dan berfungsi dengan baik, pengunjung cenderung memberikan penilaian positif dan merasa puas dengan pengalaman mereka (Aziz, 2020).

Selanjutnya, kemudahan penggunaan fasilitas juga menjadi aspek penting yang mempengaruhi kepuasan pengunjung. Ketika fasilitas mudah diakses dan digunakan tanpa kesulitan, pengunjung merasa lebih puas dan cenderung memberikan penilaian positif terhadap destinasi wisata tersebut (Harahap, 2021). Dalam era digital ini, kemudahan akses dan penggunaan fasilitas juga dapat melibatkan teknologi, seperti aplikasi mobile untuk pemesanan atau pengaturan fasilitas. Dengan memperhatikan hasil penelitian ini, penting bagi pihak-pihak yang terlibat dalam industri pariwisata untuk memberikan perhatian khusus pada pengembangan dan perbaikan fasilitas yang disediakan. Investasi dalam meningkatkan kualitas fasilitas dapat berdampak positif pada keputusan pengunjung, meningkatkan kepuasan pengalaman mereka, dan berkontribusi pada keberhasilan destinasi wisata (Abadi, 2020). Selain itu, penelitian ini juga memberikan pandangan yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengunjung dan dapat menjadi pedoman bagi pengambilan keputusan strategis dalam mengembangkan destinasi wisata yang menarik dan berdaya saing.

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian-penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Suyatno & Hastuti (2022), Alvianna et al (2020), dan Ali et al. (2022), yang juga menyimpulkan bahwa fasilitas wisata memiliki pengaruh yang signifikan

terhadap kepuasan pengunjung. Studi yang dilakukan oleh Suyatno & Hastuti (2022) menyoroti pentingnya fasilitas dalam menciptakan kepuasan pengunjung. Penelitian tersebut menemukan bahwa pengunjung yang merasa puas dengan fasilitas yang disediakan cenderung memiliki pengalaman yang lebih positif dan kemungkinan besar akan merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain.

Penelitian Alvianna et al (2020) juga mengkonfirmasi bahwa fasilitas wisata berperan penting dalam menciptakan kepuasan pengunjung. Studi tersebut menekankan bahwa kelengkapan, kebersihan, dan kualitas fasilitas yang ditawarkan secara langsung berhubungan dengan tingkat kepuasan pengunjung. Pengunjung yang merasa bahwa fasilitas tersebut memenuhi harapan mereka cenderung merasa puas dengan kunjungan mereka. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Ali et al (2022) juga menekankan bahwa fasilitas wisata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengunjung yang puas dengan fasilitas yang disediakan memiliki kecenderungan untuk kembali mengunjungi destinasi tersebut di masa mendatang.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pengunjung. Pernyataan tersebut dibuktikan dari hasil pengolahan data dengan nilai T hitung sebesar 9.079 juga lebih tinggi daripada nilai t tabel sebesar 1.654. Temuan dari uji t ini menunjukkan bahwa angka signifikansi sebesar 0.000 jauh lebih kecil daripada nilai ambang batas yang ditetapkan sebesar 0.05 ($0.000 < 0.05$). Oleh karena itu, H_a juga diterima dan H_0 ditolak, yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pengunjung. Variabel ini diukur melalui beberapa indikator, yaitu bukti fisik, ketanggapan, jaminan, kehandalan, empati, dan kepercayaan (Lubis & Andayani, 2018).

Bukti fisik merupakan indikator yang mencakup aspek-aspek seperti kebersihan, kenyamanan, dan estetika tempat pelayanan (Septiandari et al., 2021). Pengunjung Eduwisata Lontarsewu cenderung memberikan penilaian positif terhadap pelayanan jika mereka merasa tempat tersebut bersih, nyaman, dan menarik secara visual. Jaminan adalah kepercayaan pengunjung terhadap kualitas layanan yang dijanjikan (Priyanto & Mahfud, 2019). Pengunjung merasa yakin bahwa pelayanan yang dijanjikan akan terpenuhi, mereka akan lebih condong untuk membuat keputusan yang positif terkait dengan penggunaan layanan Eduwisata Lontarsewu. Pengunjung merasa bahwa pelayanan tersebut dapat dipercaya, mereka akan lebih cenderung untuk membuat keputusan yang menguntungkan. Kehandalan adalah kemampuan pelayanan untuk memberikan layanan dengan konsistensi dan keandalan (Purwanto, 2020). Pengunjung merasa bahwa pelayanan tersebut dapat diandalkan dan memberikan hasil yang konsisten, mereka akan merasa puas dan mungkin akan kembali menggunakan layanan Eduwisata Lontarsewu di masa depan. Empati merupakan faktor penting lainnya, di mana staf pelayanan Eduwisata Lontarsewu harus memiliki sikap yang baik dan perhatian terhadap kebutuhan dan keinginan pengunjung. Pengunjung Eduwisata Lontarsewu merasa dipahami dan diperhatikan akan merasa dihargai dan memiliki pengalaman positif (Tahir & Istriani, 2020).

Penelitian ini menghasilkan temuan yang didukung oleh beberapa peneliti terkemuka di bidangnya. Mutmainna (2022), Lestari (2021), dan Djunaid (2019) telah menyatakan bahwa faktor-faktor kualitas pelayanan seperti bukti fisik, kehandalan, daya

tanggap, jaminan, dan empati memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pengunjung. Para peneliti menemukan bahwa masing-masing faktor kualitas pelayanan tersebut secara individual berkontribusi secara positif terhadap tingkat kepuasan pengunjung. Artinya, semakin baik bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati yang diberikan oleh penyedia layanan, semakin tinggi tingkat kepuasan pengunjung. Temuan ini menunjukkan betapa pentingnya memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanan dalam konteks pengalaman pengunjung.

Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan Wisatawan. pernyataan tersebut dibuktikan dengan hasil pengolahan data memperoleh angka F hitung memiliki nilai sebesar 230.841 pada tingkat signifikansi 0,000. Perlu diketahui bahwa angka F hitung ini melebihi nilai F tabel yang sebesar 3.09. Selain itu, angka signifikansi yang terkait dengan temuan ini memiliki nilai di bawah 0,05, yaitu 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif (H_a) dapat diterima, sedangkan hipotesis nol (H_0) tidak dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Pada dasarnya, pelayanan berkualitas dan fasilitas yang memadai merupakan dua aspek penting yang saling berinteraksi untuk menciptakan pengalaman positif bagi pengunjung. Kualitas pelayanan yang baik mencakup berbagai hal, seperti keramahan dan kesopanan petugas, kecepatan dalam menangani permintaan pengunjung, dan komunikasi yang efektif. Dalam Eduwisata di Lontarsewu, pelayanan yang baik juga mencakup kemampuan petugas dalam memberikan informasi yang akurat dan relevan mengenai atraksi, sejarah, dan budaya yang ada di tempat tersebut (Mayangsari et al., 2023). Selain itu, kemudahan dalam melakukan transaksi dan pendaftaran serta kemampuan petugas dalam menangani keluhan atau masalah juga berkontribusi terhadap kualitas pelayanan secara keseluruhan (Marpaung, 2019).

Sementara itu, fasilitas yang baik di Lontarsewu meliputi infrastruktur yang memadai, seperti aksesibilitas yang baik, area parkir yang cukup luas, dan adanya fasilitas toilet yang bersih dan nyaman. Selain itu, ketersediaan fasilitas pendukung, seperti ruang istirahat, tempat makan, dan area bermain untuk anak-anak juga menjadi faktor penting yang dapat meningkatkan pengalaman pengunjung. Dengan adanya fasilitas yang memadai, pengunjung dapat merasa nyaman dan terlayani dengan baik, sehingga dapat meningkatkan kepuasan mereka (Alana & Putro, 2020). Pentingnya kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersamaan dalam pengalaman eduwisata di Lontarsewu dapat dijelaskan dengan adanya hubungan timbal balik antara kedua aspek ini. Pelayanan yang baik dapat meningkatkan persepsi pengunjung terhadap fasilitas yang ada, sementara fasilitas yang memadai dapat mendukung petugas dalam memberikan pelayanan yang lebih baik (Septianing & Farida, 2021). Petugas yang dilengkapi dengan pengetahuan yang baik tentang atraksi dan fasilitas yang ada dapat memberikan informasi yang lebih akurat kepada pengunjung. Sebaliknya, pengunjung yang merasa nyaman dengan fasilitas yang disediakan juga cenderung memiliki persepsi yang lebih positif terhadap pelayanan yang diberikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh signifikan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung di Eduwisata Lontarsewu Hendrosari.
2. Terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Eduwisata Lontarsewu Hendrosari.
3. Terdapat pengaruh secara simultan fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Eduwisata Lontarsewu Hendrosari.

SARAN

Berdasarkan pendapat pengunjung, kualitas pelayanan dan fasilitas yang ditawarkan oleh Eduwisata Lontarsewu Hendrosari telah mencapai tingkat yang tinggi. Hal ini terlihat dari skor rata-rata yang diberikan oleh pengunjung pada variabel kualitas pelayanan dan fasilitas yang termasuk dalam interval tinggi. Namun, untuk terus meningkatkan kepuasan pengunjung, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan bagi pengelola.

1. Bagi peneliti selanjutnya

Saran yang diberikan untuk peneliti selanjutnya adalah memperluas variabel yang dipertimbangkan dalam penelitian mengenai kepuasan pengunjung. Selain variabel yang telah dipertimbangkan sebelumnya, seperti kualitas layanan dan fasilitas, peneliti disarankan untuk memasukkan faktor-faktor tambahan yang mempengaruhi kepuasan pengunjung, seperti harga tiket, pengorbanan waktu yang dibutuhkan, dan jarak tempuh yang harus ditempuh untuk mencapai lokasi wisata.

2. Bagi pengelolaan Eduwisata Lontarsewu

- a. Pengelola diharapkan dapat mempertahankan standar kualitas pelayanan yang sudah baik dalam dimensi tangible, responsiveness, dan empathy. Artinya, mereka perlu menjaga aspek-aspek fisik dari layanan yang diberikan (tangible), merespons kebutuhan dan keinginan pengunjung dengan cepat dan efektif (responsiveness), serta menunjukkan empati dan kepekaan terhadap pengunjung dalam interaksi mereka (empathy). Selain itu, pengelola juga diharapkan untuk meningkatkan kemampuan karyawan dalam memecahkan masalah yang dihadapi oleh pengunjung. Dalam situasi di mana pengunjung mengalami masalah atau kesulitan, karyawan perlu memiliki keterampilan dan pengetahuan yang memadai untuk mengatasi masalah tersebut dengan cara yang efektif dan memuaskan pengunjung.

- b. Pengelola tempat wisata diharapkan untuk menjaga elemen fasilitas yang sudah baik, seperti perencanaan ruang yang efektif, perlengkapan yang memadai, serta tata cahaya dan warna yang menciptakan atmosfer yang menarik. Dalam menjaga fasilitas-fasilitas ini, pengelola harus memastikan bahwa perencanaan ruang yang telah dilakukan dapat memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi pengunjung. Selain itu, perlengkapan yang diperlukan seperti tempat duduk, toilet, dan area parkir harus terjaga dengan baik dan dalam kondisi yang baik. Selain menjaga fasilitas, pengelola juga diharapkan untuk menyediakan papan atau poster peringatan yang mengingatkan pengunjung untuk menjaga kebersihan. Papan atau poster tersebut dapat ditempatkan di area-area strategis yang mudah terlihat oleh

pengunjung, seperti pintu masuk, area toilet, dan tempat sampah. Tujuan dari penyediaan papan atau poster ini adalah untuk memberikan pengingat kepada pengunjung tentang pentingnya menjaga kebersihan area wisata yang mereka kunjungi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, M. P. (2020). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung di Objek Wisata Kapalo Banda Kabupaten Lima Puluh Kota. Skripsi, Universitas Negeri Padang.
- Alana, P. R., & Putro, T. A. (2020). The Effect of Facilities and Service Quality on Tourist Satisfaction in Goa Lowo, Watulimo District, Trenggalek Regency. *Journal of Applied Management Research (Penataran)*, 5(2), 180-194.
- Ali, A. S., Wahyudi, B., Karnelis, K., & Basriwijaya, K. M. Z. (2022). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Wisata Hutan Mangrove Kota Langsa. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(5), 2207-2216.
- Alvianna, S., Patalo, R. G., Hidayatullah, S., & Rachmawati, I. K. (2020). Pengaruh attraction, accessibility, amenity, ancillary terhadap kepuasan generasi millennial berkunjung ke tempat wisata. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 4(1), 53-59.
- Apriyadi, D. (2017). Analisis pengaruh ketepatan waktu, fasilitas dan harga tiket terhadap kepuasan penumpang kereta api di stasiun Purwosari. *Magistra*, 29(99).
- Aswad, S., Realize, R., & Wangdra, R. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 6(2), 77-85.
- Audistiana, A., Widiana, M. E., & Negoro, B. K. (2017). Pengaruh Aksesibilitas, Fasilitas Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Delta Fishing Sidoarjo. *Journal Manajemen Branchmarck*, 3(3).
- Aziz, Z. A. (2020). Pengaruh fasilitas dan pengalaman pengunjung terhadap loyalitas pengunjung yang dimediasi oleh kepuasan pengunjung (Survey pada pengunjung wisata umbul pongok klaten). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 17(2), 8-18.
- Djunaid, I. S. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Matahari Kabupaten Bogor. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 5(2).
- Effendy, F. H., Khuzaini, K., & Hidayat, I. (2019). Effect of Service Quality, Price And Store Atmosphere on Customer Satisfaction (Study on Cangkir Coffee Shop in Surabaya). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3, 123-148.
- Ekasari, R., Purnamasari, W., & Ali, M. (2018). Pengaruh Iklan, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Bbm Di Spbu Coco 51.601. 108 Mastrip Surabaya. *Ecopreneur*. 12, 1(2), 6-10.
- Endang, E., & Cholidah, L. N. (2017). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang di Terminal Rajekwesi Bojonegoro. *Jurnal Teknik*, 9(2).
- Harahap, M. A. K. (2021). Analisis Pengaruh Fasilitas Wisata Pemandangan Terhadap Kepuasan Pengunjung (Sebuah Kajian Pada Kawasan Danau Toba Kabupaten Simalungun). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 1(1), 26-33.
- Hartini, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap Di Hotel Sakura Palangka Raya. *AL-ULUM: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 3(1).
- Huda, N. N., Suryoko, S., & Waloejo, H. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Kembali dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Hortimart Agro Center Bawen). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 198-206.
- Iskandarsyah, N. M., & Utami, S. (2017). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Murah Di Hadrah Property. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 2(1), 129-141.

- Janahi, M. A., & Al Mubarak, M. M. S. (2017). The impact of customer service quality on customer satisfaction in Islamic banking. *Journal of Islamic Marketing*, 8(4), 595-604.
- Kotler, P. & Keller, L.K. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education. Fifteenth Edition.
- Lestari, R. D. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada Mobile Banking Bsi (Bank Syariah Indonesia) Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Walisongo Semarang. Skripsi, UIN Walisongo Semarang.
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan (service quality) terhadap kepuasan pelanggan pt. sucofindo batam. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), 232-243.
- Mahiputra, A. F. (2021). Pelaksanaan Pelayanan Pasien selama Pandemi Covid-19 di Rumah Sakit Jiwa Daerah Provinsi Jambi. Skripsi, Universitas Batanghari.
- Marpaung, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Keselamatan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan. *Mpu Procuratio*, 1(2 Oktober), 144-155.
- Mayangsari, D. A. (2023). Strategi Pengembangan Ekowisata Pantai Pasir Putih Wates Kabupaten Rembang Sebagai Upaya Pengelolaan Sumberdaya Pesisir. Skripsi, Universitas Jenderal Soedirman.
- Mutmainna, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Satria Wisata. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Kewirausahaan*, 9(1), 46-49.
- Pantilu, D., Koleangan, R. M., & Roring, F. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Priambudi, R. R., Alvianna, S., Estikowati, E., & Hidayatullah, S. (2021). Dampak Atraksi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Domestik Yang Berkunjung Di Batu Love Garden Kota Batu Jawa Timur. *Jurnal TESLA: Perhotelan-Destinasai Wisata-Perjalanan Wisata*, 1(1), 26-35.
- Priyanto, R., & Mahfud, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Monumen Nasional Jakarta. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 1(2), 53-60.
- Purba, J. A. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Fasilitas Fitur Terhadap Kepuasan Pelanggan Smartphone Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Skripsi. Universitas Medan Area.
- Purwanto, A. (2020). Analysis of Service Effects on Service Customer Satisfaction in PT. PLN Persero Rayon Sengkang. *Jema Adpertisi Journal*, 1(2), 1-17.
- Razak, I., & Rasmansyah, R. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(3).
- Septiandari, W., Hidayatullah, S., Alvianna, S., Rachmadian, A., & Sutanto, D. H. (2021). Pengaruh Citra Destinasi Wisata Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Pantai Tiga Warna. *Competence: Journal of Management Studies*, 15(2), 134-148.
- Septianing, A. D., & Farida, N. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pengunjung (Studi Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 781-792.
- Subagja, I. K., & Susanto, P. H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(1). 69-84.
- Suwandi, M. M., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2015). the Influence of Brand Image, Price, Service Quality and Facilities on Customer Satisfaction At Aston Hotel Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3.
- Srijani, N., & Hidayat, A. S. (2017). Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di aston madiun hotel & conference center. *Wiga: Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 7(1), 31-38.
- Srivastav, G., & Mittal, A. (2016). Impact of Internet banking on customer satisfaction in private and public sector banks. *Indian Journal of Marketing*, February.
-

- Suyatno, R., & Hastuti, M. A. S. W. (2022). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi pada Wisata Jurang Senggani (Buper) Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Edueco*, 5(2), 133-142.
- Tahir, M. Y., & Istriani, E. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Tempat Wisata Taman Sari Yogyakarta. *Proceeding SENDIU 2020*.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wihananto, A. (2019). The effect of quality service and price upon the customers satisfaction (case study at TIKI branch at Jl. K. H. Sholeh Iskandar Bogor). *The Management Journal of Binaniaga*, 4(1), 1.
- Winarno, S., Mananeke, L., & Ogi, I. W. (2018). Analisis Pelayanan Konsumen Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Maxx Coffee Cabang Hotel Aryaduta Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(3).
- Yowanti, F., Iskandar, I., & Syahrudin, S. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Fatma Di Tenggarong. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Indonesia*, 15(1).