



## PERAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN PADA TAMAN NASIONAL BALURAN

### *THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON TOURIST SATISFACTION AT THE BALURAN NATIONAL PARK*

Moehammad Robith Nahdi<sup>1</sup>, Kartika Anggraeni Sudiono Putri<sup>2</sup>

<sup>1-2</sup>(Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Indonesia)

<sup>1</sup>robithnahdi14@gmail.com, <sup>2</sup>kartikaanggaraeni@uin-malang.ac.id

#### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *service quality* yang terdiri dari *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), dan *empathy* (X5) terhadap kepuasan wisatawan (Y) pada objek wisata konservasi Taman Nasional Baluran secara simultan dan parsial. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menerapkan instrumen penelitian berupa kuosioner yang disebarakan kepada 180 responden sebagai sampel yang terpilih melalui teknik *puspositive sampling* dengan kriteria wisatawan yang pernah berkunjung ke Taman Nasional Baluran. Dalam analisis data, peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini yakni adanya pengaruh secara simultan variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangible* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Assurance* (X4), dan *Empathy* (X5) terhadap kepuasan wisatawan (Y). Melalui hasil uji T ditemukan bahwa variabel *Tangible* (X1), *Responsiveness* (X3) dan *Assurance* (X4) berpengaruh signifikan secara parsial, sedangkan variabel *Reliability* (X2) dan *Empathy* (X5) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan (Y) pada Taman Nasional Baluran.

**Kata Kunci:** *Service Quality*; Kepuasan Wisatawan; Taman Nasional

#### Abstract

*This study aims to determine the effect of service quality consisting of tangible (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), assurance (X4), and empathy (X5) on tourist satisfaction (Y) at the Baluran National Park conservation tourism object. simultaneous and partial. This study uses a quantitative method by applying a research instrument in the form of a questionnaire distributed to 180 respondents as a sample selected through a purposive sampling technique with the criteria of tourists who have visited Baluran National Park. In data analysis, the researcher used multiple linear analysis. The results of this study are the simultaneous influence of service quality variables consisting of tangible (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), assurance (X4), and empathy (X5) on tourist satisfaction (Y). Through the results of the T test, it was found that the Tangible (X1), Responsiveness (X3) and Assurance (X4) variables had a partially significant effect, Meanwhile Reliability (X2) and Empathy (X5) variables have no effect on Tourist Satisfaction (Y) in Baluran National Park.*

**Keywords:** *Service Quality*; *Tourist Satisfaction*; *Natioanal Park*

---

*Detail Artikel:*

*Diterima: 16 Agustus 2022*

*Disetujui: 23 Oktober 2022*

## PENDAHULUAN

Salah satu yang memiliki peranan penting dalam pembangunan nasional ialah sektor pariwisata yang berdampak pada peningkatan ekonomi dengan mengurangi jumlah pengangguran dan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Salah satu jenis pariwisata ialah wisata alam hutan konservasi. Konsep pariwisata ini memiliki tujuan untuk melestarikan flora dan fauna yang terdapat didalamnya (Yakup, 2019).

Salah satu obyek wisata hutan konservasi yang terdapat di Provinsi Jawa Timur adalah Taman Nasional Baluran yang terdapat di Kecamatan Banyuputih, Kabupaten Situbondo. Taman Nasional Baluran adalah kawasan pelestarian alam yang memiliki ekosistem asli yang dikelola dengan sistem zonasi dan digunakan untuk tujuan penelitian, ilmiah, pendidikan, untuk mendukung budidaya, pariwisata dan rekreasi (Baluran National Park, 2022). Taman Nasional Baluran memiliki luas sekitar 25.000 hektar dan tipe vegetasi sabana adalah vegetasi yang mendominasi Kawasan Taman Nasional Baluran yakni sebesar 40 persen dari total luas Taman Nasional Baluran (Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, 2021)

Taman Nasional Baluran mempunyai *tagline* "*Africa van java*" seolah menegaskan bahwa Taman Nasional Baluran merupakan miniatur hutan afrika yang panas sehingga memberikan gambaran kepada wisatawan bahwa di Taman Nasional Baluran memiliki suasana hutan yang kering dan terdapat banyak hewan liar. Ketika wisatawan berkunjung, wisatawan terlebih dahulu harus membayar biaya tiket masuk kemudian melanjutkan perjalanan sejauh 12 KM ke arah Sabana Bekol yang disugahi dengan hutan hujan tropis yang lebat dan bentangan rumput yang luas seiring mendekati Sabana Bekol. Sabana Bekol sendiri merupakan hamparan rumput luas yang terletak di tengah hutan dan menjadi tempat tinggal banyak hewan liar, disana terdapat beberapa fasilitas yang bisa dinikmati oleh wisatawan berupa penginapan, menara pandang, toilet, musholla, warung makan, dan spot foto. Selain Sabana Bekol, wisatawan juga dapat menikmati Pantai Bama yang berada sekitar 3 KM dari Sabana Bekol yang memiliki pasir pantai berwarna putih, hutan bakau serta fasilitas pendukung lainnya seperti warung makan, musholla, penginapan, spot foto dan spot memancing.

Taman Nasional yang diresmikan pada tahun 1980 ini telah mengalami beberapa perubahan kebijakan yang dilakukan oleh pihak pengelola maupun dari pemerintah. Dalam 10 tahun terakhir, seiring kemajuan teknologi dan informasi serta program dari pemerintah daerah setempat dalam meningkatkan kunjungan wisatawan kedaerahnya memberikan dampak positif bagi Taman Nasional Baluran. Hal ini terbukti dari data yang peneliti peroleh melalui survei pada tanggal 19 Januari 2022. Peneliti memperoleh data pengunjung Taman Nasional Baluran dari tahun ke tahun seperti gambar berikut:

Berdasarkan data, maka dapat disimpulkan bahwa dari tahun ke tahun, pengunjung dari Taman Nasional Baluran selalu meningkat, kecuali pada tahun 2020 karena terdapat pandemi Covid 19. Peningkatan kunjungan wisatawan Taman Nasional Baluran tentunya harus

diimbangi dengan peningkatan kualitas pelayanan yang baik. Namun dalam pelaksanaannya masih terdapat *complain* dari para wisatawan yang berkunjung ke Taman Nasional Baluran.

Dari hasil wawancara dengan Ibu Arif Pratiwi pada tanggal 19 Januari 2022 selaku Koordinator Urusan Perencanaan, Pengawetan, Pemanfaatan dan Pelayanan Taman Nasional Baluran, menjelaskan banyak terdapat *complain* dari beberapa wisatawan Taman Nasional Baluran mengenai fasilitas, harga, maupun pelayanan yang diberikan oleh pihak pengelola. Meskipun beberapa tahun belakangan ini pihak pengelola pengupayakan peningkatan pelayanannya. Selain itu, terdapat beberapa kritikan yang disampaikan wisatawan melalui media yakni berupa ulasan *Google* mengenai kurangnya informasi seperti yang disampaikan oleh akun atas nama Wiwik Widhiyanti yang memberikan kritikan pada bulan November 2021 “*Hari Ini Kami kesini , Sangat kecewa Google tertulis buka, tetapi begitu sampai sini tertanya TUTUP. 2 jam nyetir Sia Sia . Bukan hanya Kami..tapi Banyak sekali keluarga Yang Harus Balik. Tolong Di update Di Google !*”. Akun lain dengan akun atas nama Primary syo music pada bulan Januari 2022 menyampaikan kritikan “*Yg kerja disini.pemalas semua. Dtg jauh2 dr Jakarta malah tutup udah 6 bulan. Makan gaji buta lo semua.pemalas ga mau.kerja*”. Dari data yang tersebut, dapat diketahui bahwa pelaksanaan pelayanan yang diberikan kepada wisatawan Taman Nasional Baluran masih terdapat kekurangan. Hal ini harus segera diatasi oleh pengelola Taman Nasional Baluran.

Menurut Tjiptono (2016:59) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang dimiliki dan digunakan untuk pemuhan ekspektasi dari konsumen. Menurut R.A Supriyono dalam Indrasari (2019:57) pelayanan adalah usaha dari penjual terkait kebutuhan konsumen dan dapat memberikan kesan, pelayanan yang baik memebrikan rasa puas kepada konsumen yang menyebabkan konsumen menggunakan, membeli produk atau jasa yang ditawarkan, maka demikian pelayanan merupakan hal penting yang dapat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan dan membeli barang tersebut

Menurut Kotler dalam Tjiptono (2016:284)menjelaskan bahwa 5 dimensi yang dominan sebagai penentu kualitas pelayanan yang dikenal dengan konsep SERVQUAL (SERvice QUALity) yakni :

1. Keandalan (*reliability*) dalam dimensi ini dijelaskan apakah perusahaan dapat diandalkan dalam menyediakan layanan jasanya sesuai dengan yang telah dijanjikan. Dimensi *reliability* meliputi konsistensi kerja dan kemampuan untuk dipercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang meliputi ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk

semua pelanggan tanpa adanya kesalahan, sikap simpatik, dan pelayanan dengan akurasi yang tinggi.

2. Bukti fisik (*tangible*) melalui dimensi ini konsumen dapat menilai fasilitas berupa bangunan, kelengkapan, penampilan karyawan dari penjual
3. Daya tanggap (*responsiveness*) melalui dimensi ini konsumen dapat menilai tingkat senang membntu dan mampu memberikan pelayanan yang tepat
4. Jaminan (*assurance*) adalah kemampuan petugas/karyawan untuk membuktikan keunggulan terhadap janji yang telah disampaikan
5. Empati (*empathy*) adalah perhatian yang dilakukan secara pribadi atau individu dengan memberikan perhatian pada saat memberi pelayanan serta tanggapan atas keluhan yang dialami konsumen. Empati meliputi pencarian solusi konsumen mengalami keluhan, menjaga hubungan tetap harmonis dan menunjukkan rasa peduli yang tulus.

Dari hasil penelitian Parangu (2020) yang mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan dan hasil penelitian Massie et al (2016) yang menunjukkan semua dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara simultan maupun parsial. Fandy (2017) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai sikap atau emosional berdasarkan pengalaman. Perlu diteliti ada tidaknya ekspektasi dari konsumen sebelum membeli atau menggunakan produknya yang merupakan bagian penting dari kepuasan. Menurut Tjiptono 2016:146) kepuasan adalah perasaan kecewa maupun senang dari seseorang yang timbul setelah membandingkan hasil kerja individu dengan ekspektasinya.

Indrasari (2019) tingkat kepuasan konsumen bisa ditentukan dari lima faktor utama yaitu:

- a) Kualitas Produk. Konsumen akan merasakan kepuasan apabila dari hasil penilaian konsumen menunjukkan bahwa produk yang mereka beli berkualitas.
- b) Kualitas Pelayanan. Kepuasan akan timbul pada konsumen apabila pelayanan didapatkan baik atau yang sesuai dengan harapan mereka. Tingkat pelayanan adalah suatu tingkat atau cerminan bagi perusahaan dalam menghadapi konsumen yang memerlukan pelayanan tersebut.
- c) Emosional. Pelanggan akan senang dan bangga. Ketika mereka mendapatkan kepercayaan dari orang lain, mereka akan bangga menggunakan produk dari merek lain, yang kemungkinan besar akan lebih memuaskan. Kepuasan yang mereka dapatkan bukan karena

kualitas produk yang mereka gunakan, melainkan karena status sosial yang membuat para pelanggan tersebut bangga atau puas.

- d) Harga. Produk dengan kualitas yang sama belum tentu memiliki harga yang sama. Menetapkan harga rendah adalah cara untuk menawarkan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.
- e) Biaya. Pelanggan cenderung kurang puas dengan pengeluaran yang lebih sedikit untuk mereka. Saat membeli suatu produk, konsumen tidak perlu membayar harga yang mahal untuk mendapatkan produk yang diinginkan, sehingga konsumen akan lebih puas dengan produk yang dibelinya.

## **METODE (Material dan Metode)**

### **Jenis dan Pendekatan**

Jenis survei ini adalah survei kuantitatif, metode survei yang digunakan untuk mencari data tentang populasi dan sampel yang telah ditentukan. Metode penelitian kuantitatif adalah metode ilmiah karena sesuai bersifat spesifik/empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis.

### **Teknik Pengambilan Data**

Pada penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan ialah metode observasi, wawancara dan kuesioner. Observasi adalah metode atau cara untuk menganalisis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati peristiwa secara langsung. Metode ini dilakukan untuk melihat langsung keadaan dilapangan supaya peneliti memperoleh gambaran yang luas mengenai permasalahan yang diteliti. (Basrowi dan Suwandi, 2018). Sedangkan, teknik pengumpulan data kuisisioner merupakan teknik memberikan dan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan responden akan memberikan jawaban atau respon pada pertanyaan atau pernyataan yang telah diberikan (Umar 2020)

### **Populasi dan Sampel**

Populasi pada penelitian ini yakni mencakup wisatawan Taman Nasional Baluran. Jumlah wisatawan yang datang ke Taman Nasional Baluran setiap harinya tidak menentu, sehingga peneliti menggunakan teknik dan rumus sesuai teori Malhotra (2006) yang menyatakan untuk mendapatkan jumlah responden yakni dengan mengalikan paling sedikit empat atau lima total pernyataan yang akan disebarkan. Pada penelitian ini jumlah pernyataan dalam kuisioner sejumlah 36, sehingga total sampel yang ditetapkan ialah  $36 \times 5 = 180$  responden..

### **Definisi Operasional Variabel**

Variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu terdiri dari variabel *Tangibles* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Assurance* (X4), *Empathy* (X5) sebagai variabel bebas dan Kepuasan Wisatawan (Y) sebagai variabel dependen.

*Tabel .1. Definisi Operasional*

<b>Variabel penelitian</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>
<i>Service Quality</i> (X) Kotler dalam Fandy Tjiptono (2016:284)	<i>Tangibles</i>	Bangunan dan Kebersihan (X1.1)
	(bukti fisik) (X1)	Kelengkapan Fasilitas (X1.2)
		Penampilan Petugas (X1.3)
		<i>Reliability</i>
	(kehandalan) (X2)	Kesesuaian dengan yang ditawarkan (X2.2)
<i>Responsiveness</i> (ketanggapan) (X3)		Kecepatan pelayanan (X3.1)
		Kecepatan mengatasi keluhan (X3.2)
<i>Assurance</i> (jaminan) (X4)		Keramahan dan Kesopanan (X4.1)
		Keamanan (X4.2)
		Pengetahuan Petugas (X4.3)
<i>Empathy</i> (empati) (X5)		Pemahaman kebutuhan wisatawan (X5.1)
		Kemampuan Komunikasi (X5.2)
Kepuasan Wisatawan (Y) Lupiyoadi dalam indrasari (2019:87)	Persepsi Wisatawan (Y1)	Konfirmasi Harapan (Y1.1)
		Minat Berkunjung Kembali (Y1.2)
		Kesediaan rekomendasi (Y1.3)
		Ketidakpuasan (Y1.4)

*Sumber: Data diolah Peneliti (2022)*

### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan ialah analisis deskriptif dan regresi linier berganda. Data yang didapatkan akan dianalisis menggunakan program olah data *SPSS 22 for windows* untuk memperoleh hasil temuan dari data yang diperoleh.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

#### **Karakteristik Responden**

Dari 180 responden yang telah mengisi kuosioner dengan kriteria wisatawan yang sedang atau pernah berkunjung ke Taman Nasional Baluran pada penelitian ini dibedakan berdasarkan karakteristik yang meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, jumlah mengunjungi, dan tujuan mengunjungi. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin, sebanyak 55% merupakan perempuan dan 45% berjenis kelamin laki-laki. Lalu, karakteristik berdasarkan usia sebanyak 85% berusia 17-26 tahun, 7,2% berusia 27-36 tahun, 5,6% responden berusia 38-44 tahun, dan 2,2% responden berusia lebih 45 tahun.

Sedangkan karakteristik responden dari segi pekerjaan, sebanyak 74,4% bekerja sebagai pekerja/mahasiswa, sebanyak 10% bekerja karyawan swasta, 5,6% bekerja wiraswasta, 5% bekerja PNS, dan 5% bekerja lainnya. Untuk jumlah kunjungan responden, sebanyak 52,8% telah mengunjungi Taman Nasional Baluran sebanyak 1-2 kali, sebanyak 27,8% telah mengunjungi sebanyak 3-5 kali, dan 35% telah mengunjungi lebih dari 5 kali. Lalu, untuk tujuan kunjungan responden sebanyak 88,9% responden mengunjungi taman nasional Baluran untuk berlibur atau pariwisata, sebanyak 7,2% bertujuan untuk penelitian, dan 3,9% bertujuan lainnya.

### **Uji Validitas**

Validitas merupakan ukuran sebagai penunjuk tingkat kevaliditasan pada instrumen, suatu instrumen dinyatakan valid jika dapat mengukur apa yang diukur. Dalam pengukuran tingkat validasi sebuah kuosioner dilakukan dengan membandingkan hasil signifikansi dengan nilai  $\alpha$ . Jika hasil signifikansi lebih rendah dari 0,05 maka bisa dikatakan valid. Dari hasil uji validitas pada penelitian ini, seluruh butir pernyataan dari variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), dan *empathy* (X5) dan kepuasan wisatawan (Y) dinyatakan valid dengan nilai signifikansi lebih rendah dari 0,05.

### **Uji Reliabilitas**

Menurut Sugiyono (2018:124) menjelaskan bahwa uji reliabilitas untuk kuosioner dalam mengukur berkali kali menghasilkan data yang sama (konsisten). Pada penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dalam uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) yang terdapat di *software* SPSS, dikatakan *reliabel* ketika hasilnya menunjukkan nilai  $\alpha > 0,60$ . Pada penelitian ini,, seluruh variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), dan *empathy* (X5) dan kepuasan wisatawan (Y) dinyatakan reliabel dengan nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) lebih tinggi dari 0,60.

### **Uji Normalitas**

Pengujian normalitas ini menggunakan diagram histogram untuk memprediksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak. Dasar dalam pengambilan keputusan uji normalitas ini dengan kriteria dikatakan normal apabila signifikansi  $> 0,05$ . Berdasarkan hasil analisis, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi yang diperoleh sebesar  $0.648 > 0.05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas dalam penelitian ini terpenuhi.

### **Uji Multikolinearitas**

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas, seharusnya tidak adanya korelasi antara variabel independen. Menurut Suryani (2015:320) apabila ditemukan nilai VIF (variant inflation rate) tidak ada variabel yang memiliki nilai VIF lebih besar dari 10 dan nilai tolerance kurang dari 0,10 maka dapat dikatakan variabel bebas bebas dari masalah multikolinearitas. Pada uji multikolinearitas penelitian ini dapat diketahui bahwa nilai VIF semua variabel bebas sesuai dengan batas minimum dan maksimum posisi VIF (bila angkanya lebih tinggi 1 dan tidak melebihi 10).

### **Uji Heterokedastisitas**

Uji heterokedastisitas berujuan untuk menguji apakah dalam regresi terdapat ketidaksamaan variance dari residuak satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik jika diketahui tidak adanya heterokedastisitas. Menurut Ghozali (2018:105) untuk mengetahui menggunakan *scatter plot* jika titik titiknya menyebar diatas dan dibawah diantara angka 0 dengan membentuk model tertentu maka regresi tersebut terbebas dari heterokedastisitas.

Pada penelitian ini, hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa plot terdistribusi secara acak di atas dan di bawah nol dari regresi normal. Oleh karena itu, model regresi yang dikembangkan berdasarkan pengujian heteroskedastisitas dengan metode analisis grafis tidak menunjukkan adanya tanda-tanda heteroskedastisitas.

### **Analisis Regresi Linier Berganda**

Pada penelitian ini analisis regresi linier berganda digunakan sebagai pengukur apakah ada pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen secara simultan maupun parsial.

*Tabel .2. Analisis Regresi Linier Berganda*

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>								
Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity		
	Coefficients		Coefficients			Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
(Constant)	15.834	1.967		8.051	.000			
1	X1	.350	.086	.313	4.086	.000	.447	2.235
	X2	-.235	.160	-.114	-1.469	.144	.438	2.281
	X3	.427	.149	.270	2.859	.005	.293	3.408
	X4	.520	.128	.383	4.058	.000	.294	3.397
	X5	-.171	.222	-.063	-.771	.442	.387	2.585

a. Dependent Variable: Y

*Sumber: Diolah Peneliti (2022)*

$$Y = 15.834 + 0.350X1 - 0.235X2 + 0.427X3 + 0.520X4 - 0.171X5 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas memiliki arti bahwa:

1. Konstanta dalam persamaan regresi ini adalah 15.834 menunjukkan besarnya nilai variabel Kepuasan Wisatawan (Y) jika variabel bebasnya *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), *empathy* (X5) dianggap nol artinya jika tidak dipengaruhi oleh variabel bebas maka besarnya nilai Kepuasan Wisatawan (Y) sebesar 15.834
2. Nilai koefisien regresi pada variabel *tangible* (X1) sebesar 0.350. Hasil tersebut menunjukkan bahwa apabila *tangible* (X1) naik satu satuan maka Kepuasan Wisatawan (Y) mengalami kenaikan sebesar 0.350.
3. Nilai koefisien regresi pada variabel *reliability* (X2) sebesar -0.235. Hasil tersebut menunjukkan bahwa apabila *reliability* (X2) naik satu satuan maka Kepuasan Wisatawan (Y) mengalami penurunan sebesar 0.235.
4. Nilai koefisien regresi pada variabel *responsiveness* (X3) sebesar 0.427. Hasil tersebut menunjukkan bahwa apabila *responsiveness* (X3) naik satu satuan maka Kepuasan Wisatawan (Y) mengalami kenaikan sebesar 0.427.

5. Nilai koefisien regresi pada variabel *assurance* (X4) sebesar 0.520. Hasil tersebut menunjukkan bahwa apabila *assurance* (X4) naik satu satuan maka Kepuasan Wisatawan (Y) mengalami kenaikan sebesar 0.520.
6. Nilai koefisien regresi pada variabel *empathy* (X5) sebesar -0.171 hasil tersebut menunjukkan bahwa apabila *empathy* (X5) naik satu satuan maka Kepuasan Wistawan (Y) mengalami penurunan sebesar 0.171

### Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

Pada regresi linier berganda dilakukan analisis untuk mengetahui besarnya koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) yang bertujuan mengukur benar atau tidaknya menggunakan model regresi. 0-1 merupakan nilai R2, jika R2 mempunyai nilai semakin besar dan mendekati 1 maka baik untuk model regresi. Namun variabel independent tidak mampu menjelaskan variabel dependen jika semakin mendekati 0 (Sulaiman 2014)

Tabel 3. Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.737 <sup>a</sup>	.544	.531	3.280	2.000

a. Predictors: (Constant), X5, X2, X1, X4, X3

Sumber: Diolah Peneliti (2022)

Berdasarkan Tabel 3, nilai R Square bernilai 0.544 atau 54,4% yang berarti variabel independent mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 54,4%.. sedangkan sisanya sebesar 55,6% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel independent pada penelitian ini.

### Uji T

Menurut Ghozali (2018), uji parsial ini bertujuan mengetahui adanya pengaruh atau tidak dari masing-masing variabel independent terhadap variabel dependen maka perlu dilakukannya uji parsial dengan membandingkan nilai *t hitung* *t tabel*.

Tabel 4. Uji T

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Beta	Tolerance
1	(Constant)	15.834	1.967		8.051	.000		
	X1	.350	.086	.313	4.086	.000	.447	2.235
	X2	-.235	.160	-.114	-1.469	.144	.438	2.281
	X3	.427	.149	.270	2.859	.005	.293	3.408

X4	.520	.128	.383	4.058	.000	.294	3.397
X5	-.171	.222	-.063	-.771	.442	.387	2.585

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Diolah Peneliti (2022)

Dari tabel hasil uji t parsial, variabel *tangible* (X1) berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan (Y), hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan t yang didapatkan sebesar 0,000 yang berarti lebih rendah dari nilai alpha (0,05). Maka H1 dalam penelitian ini diterima.

Variabel *reliability* (X2) tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan (Y), hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan t yang didapatkan sebesar 0,144 yang berarti lebih tinggi dari nilai alpha (0,05). Maka H2 dalam penelitian ini ditolak. Variabel *responsiveness* (X3) berpengaruh terhadap variabel kepuasan wisatawan (Y), hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan t yang didapatkan sebesar 0,005 yang berarti lebih rendah dari nilai alpha (0,05). Maka H3 dalam penelitian ini diterima. Variabel *Assurance* (X4) berpengaruh terhadap variabel kepuasan wisatawan (Y), hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan t yang didapatkan sebesar 0,000 yang berarti lebih rendah dari nilai alpha (0,05). Maka H4 dalam penelitian ini diterima. Variabel *reliability* (X2) tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan (Y), hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan t yang didapatkan sebesar 0,442 yang berarti lebih tinggi dari nilai alpha (0,05). Maka H5 dalam penelitian ini ditolak.

Seperti halnya dengan penelitian Massie et al (2016) yang menunjukkan bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen, Sedangkan Astuti. (2017) menjelaskan bahwa kepuasan wisatawan dapat dipengaruhi oleh variabel tangibilitas, ketanggapan, dan empati, namun tidak dipengaruhi oleh variabel keandalan dan jaminan. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa dimensi kualitas pelayanan yang mempengaruhi akan berbeda disetiap lokasi penelitiannya.

#### Uji F/Simultan

Uji simultan ini bertujuan sebagai pengukur apakah ada pengaruh secara bersamaan antara variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali 2018). Uji simultan ini dilakukan untuk membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  dengan tingkat signifikan hitung 5% (0,05) Dengan kriteria jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima yang berarti variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependen dan jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima yang berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel .5. Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2231.133	5	446.227	41.480	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1871.817	174	10.758		
	Total	4102.950	179			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X5, X2, X1, X4, X3

Sumber: Diolah peneliti (2022)

Berdasarkan pengujian uji F dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 5% ( $0.000 < 0.05$ ) maka H<sub>6</sub> diterima artinya secara bersama sama atau simultan variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub>, dan X<sub>5</sub> berpengaruh terhadap Y.

Hal tersebut disejalan dengan penelitian Massie et al(2016) menunjukkan bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen

## Pembahasan

### Peran *Tangibles* (X<sub>1</sub>) terhadap Kepuasan Wisatawan (Y) pada Taman Nasional Baluran

Pada hasil analisis uji t terdapat pengaruh signifikan secara parsial variabel *Tangibles* (X<sub>1</sub>) terhadap variabel kepuasan wisatawan (Y) pada Taman Nasional Baluran. Dan berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, diperoleh mean tertinggi terdapat pada indikator Bangunan dan Kebersihan yakni pada pernyataan X<sub>1.1.4</sub> (Flora dan Fauna di Taman Nasional Baluran dikelola dengan baik). Dengan didasarkan pada hasil analisis tersebut, maka dari kondisi alam yang terjaga dan terawat dengan baik di Taman Nasional Baluran yang merupakan objek wisata konservasi menjadi faktor utama dalam membentuk kepuasan wisatawan. Dapat dilihat pula bahwa 85% responden berada pada rentang usia 17-26 tahun dan dinominasi kalangan pelajar/mahasiswa yang memiliki kebiasaan ketika berkunjung ke tempat wisata akan berswafoto di tempat/spot yang dianggap bagus dan indah, maka bukti fisik berperan penting dalam membentuk kepuasan wisatawan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Massie et al (2016) yang menunjukkan bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

### **Peran *Reliability* (X2) terhadap Kepuasan Wisatawan (Y) pada Taman Nasional Baluran**

Pada hasil analisis uji t, tidak berpengaruh variabel *Reliability* (X2) secara parsial terhadap variabel kepuasan wisatawan (Y) pada Taman Nasional Baluran. Melalui analisis deskriptif, variabel *Reliability* (X2) mendapatkan mean terendah terdapat pada indikator Ketepatan Pelayanan yakni pada pernyataan X2.1.2 “Petugas Taman Nasional Baluran memberikan pelayanan sesuai harapan wisatawan”. Dengan didasarkan pada hasil analisis tersebut, peran petugas dalam memberikan pelayanan sesuai harapan wisatawan masih kurang. Namun, meskipun secara *Reliability* atau keandalan petugas masih kurang, tetapi wisatawan masih bisa merasakan kepuasan berwisata karena wisatawan bisa menikmati objek wisata secara mandiri tanpa panduan dari petugas.

### **Peran *Responsiveness* (X3) terhadap Kepuasan Wisatawan (Y) pada Taman Nasional Baluran**

Pada hasil analisis uji t, adanya pengaruh signifikan secara parsial variabel *Responsiveness* (X3) terhadap variabel kepuasan wisatawan (Y) pada Taman Nasional Baluran. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel *Responsiveness* (X3) mendapatkan mean jawaban terbesar terdapat pada indikator Kecepatan Pelayanan yakni pada pernyataan X3.1.1 “Pelayanan di Taman Nasional Baluran berjalan dengan cepat dan tidak rumit Dengan didasarkan pada hasil analisis tersebut, pelayanan yang cepat dan tidak rumit seperti pelayanan pembelian tiket dan prosedur pengajuan simaksi memiliki pengaruh yang tinggi dalam membentuk kepuasan wisatawan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratama (2016) yang menunjukkan adanya pengaruh *Responsiveness* terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata sejarah benteng Marlborough di Kota Bengkulu.

### **Peran *Assurance* (X4) terhadap Kepuasan Wisatawan (Y) pada Taman Nasional Baluran**

Pada hasil analisis uji t, adanya pengaruh signifikan secara parsial variabel *Assurance* (X4) terhadap variabel kepuasan wisatawan (Y) pada Taman Nasional Baluran. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel *Assurance* (X4) mendapatkan mean jawaban terbesar terdapat pada indikator Keramahan dan Kesopanan yakni pada pernyataan X4.1.1 “petugas memiliki sifat sopan dan ramah kepada wisatawan dalam berkomunikasi”. Dengan didasarkan pada hasil analisis tersebut, Maka cara berkomunikasi dan perilaku petugas di Taman Nasional Baluran yang sopan, dan ramah dalam menyambut wisatawan memiliki pengaruh yang tinggi dalam membentuk kepuasan wisatawan.. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

Pratama (2016) yang menunjukkan adanya pengaruh *Assurance* terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata sejarah benteng Marlborough di Kota Bengkulu.

### **Peran *Empathy* (X5) terhadap Kepuasan Wisatawan (Y) pada Taman Nasional Baluran**

Pada hasil analisis uji t, tidak adanya pengaruh variabel *Empathy* (X5) secara parsial terhadap variabel kepuasan wisatawan (Y) pada Taman Nasional Baluran. Melalui analisis deskriptif, variabel *Empathy* (X5) mendapatkan mean terbesar terdapat pada indikator Kemampuan Komunikasi yakni pada pernyataan X5.2.2 “Petugas mampu menjelaskan dengan jelas perihal Taman Nasional Baluran”. Berdasarkan pada hasil analisis tersebut, kemampuan petugas dalam menjelaskan perihal Taman Nasional Baluran masih kurang. Namun, meskipun secara Empati petugas masih kurang, tetapi wisatawan masih bisa merasakan kepuasan berwisata karena wisatawan bisa menikmati objek wisata secara mandiri tanpa panduan dari petugas dan wisatawan bisa mengetahui informasi mengenai Taman Nasional Baluran melalui papan informasi yang tersebar pada Objek Wisata. Hasil tersebut bertolak belakang dengan penelitian Astuti. (2017) yang menunjukkan variabel *Empathy* (X5) berpengaruh Wisatawan dikawasan wisata Dlingo.

### **Peran variabel *Tangible* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Assurance* (X4), *Empathy* (X5) terhadap Kepuasan Wisatawan (Y) pada Taman Nasional Baluran**

Berdasarkan hasil analisis statistik uji f atau uji simultan, seluruh variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangible* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Assurance* (X4), *Empathy* (X5) memiliki pengaruh secara bersama sama atau simultan terhadap variabel Kepuasan Wisatawan (Y) pada Taman Nasional Baluran . Melalui analisis deskriptif, variabel Kepuasan Wisatawan (Y) mendapatkan mean terbesar terdapat pada indikator kesediaan rekomendasi yakni pada pernyataan Y1.3.2 “Saya berharap orang lain juga mengunjungi Taman Nasional Baluran”. dari hasil tersebut maka kepuasan yang didapat wisatawan dapat berdampak pada ajakan kepada orang lain untuk mengunjungi Taman Nasional Baluran. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Massie *et.al.*, (2016) menunjukkan bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen

### **KESIMPULAN**

Dari hasil temuan pada penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangible* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Assurance* (X4), *Empathy* (X5) memiliki pengaruh secara bersama sama atau simultan terhadap variabel

Kepuasan Wisatawan (Y) pada Taman Nasional Baluran. Melalui hasil uji T ditemukan bahwa variabel *Tangible* (X1), *Responsiveness* (X3) dan *Assurance* (X4) berpengaruh signifikan secara parsial, sedangkan variabel *Reliability* (X2) dan *Empathy* (X5) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan (Y).

Bagi pihak pengelola diharapkan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dari segi fasilitas, kemampuan, pengetahuan, dan empati. Dari segi fasilitas, Taman Nasional Baluran telah berusaha memenuhi fasilitas lengkap namun dalam perawatannya harus lebih diperhatikan kembali. Dari 180 responden terdapat 84% responden yang berusia 17-26 tahun yang biasanya ketika datang ke tempat wisata akan melakukan swafoto, maka dari itu fasilitas yang tersedia harus terawat dengan baik. Dari segi kehandalan, kemampuan petugas atau karyawan dalam melayani wisatawan harus lebih ditingkatkan, dari 180 responden sebanyak 74,4% merupakan pelajar/mahasiswa yang selain untuk berwisata, mereka juga akan mencari pengetahuan tentang yang ada di Taman Nasional Baluran, maka petugas atau karyawan harus mempunyai bekal yang cukup untuk membantu mereka dalam memberikan pemahaman mengenai hal yang ada di Taman Nasional baluran. Dari segi empati, petugas atau karyawan Taman Nasional Baluran harus lebih memiliki rasa empati yang tinggi untuk membantu para wisatawan ketika mengalami permasalahan.

Bagi peneliti yang ingin meneliti lebih lanjut mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan, peneliti menyarankan untuk lebih dikembangkan lagi dengan variabel independen yang lain, metode penelitian dan lokasi penelitian yang berbeda, karena pada dasarnya setiap lokasi memiliki tingkat kualitas pelayanan yang berbeda.

## REFERENSI

- [1] Astuti. 2017. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Dikawasan Wisata Dlingo." *Jurnal Ekonomi & Bisnis* Vol 4 (201).
- [2] Baluran national park. 2022. "Taman Nasional Baluran Situbondo." *Baluran national park*. <https://balurannationalpark.id/Blog/kawasan>.
- [3] Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia. 2021. *Laporan Kunjungan Kerja Spesifik Komisi IV DPR RI Masa Sidang 2020-2021 Ke Taman Nasional Baluran Kabupaten Situbondo, Provinsi Jawa Timur 25-27 Maret 2021*. Jakarta.
- [4] Fandy. 2017. *Pemasaran Jasa*. Jawa Timur: Penerbit Banyumedia Publishing.
- [5] Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- [6] Indrasari. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomopre. Surabaya.
- [7] Malhotra, Naresh K. 2006. *Riset Pemasaran : Pendekatan Terapan Jilid 2*. Jakarta: PT Indeks.



- [8] Massie et, Al. 2016. “Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Onjek Wisata Sumaru Endo Remboken.” *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* Vol 16 no.
- [9] Parangu, et al. 2020. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pengemasan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Ngebel Ponorogo.” *Jurnal sosiologi refleksi* Vol. 14.
- [10] Pratama. 2016. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Petugas Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Objek Wisata Sejarah Benteng Marlborough Di Kota Bengkulu.” *Junal Ekonomi & Bisnis* Vol 4 No 1.
- [11] Ratnasari, S. L. (2012). *Budaya Organisasi*. Surabaya: UPN Press.
- [12] Ratnasari, S. L. (2018). *Manajemen Operasi*. Batam: UNRIKA Press.
- [13] Ratnasari, S. L. (2019). Kinerja Karyawan: Kompensasi Dan Promosi Jabatan. *Journal of Business Administration*. Vol.3. No.2., September 2019. Hal. 219-227.
- [14] Ratnasari, S. L. (2019). *Human Capital Manajemen Sumber Daya Manusia*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- [15] Ratnasari, S. L., dan Hartati, Yenni. (2019). *Manajemen Kinerja Dalam Organisasi*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- [16] Sulaiman, Wahid. 2004. *Analisis Regresi Menggunakan SPSS Contoh Kasus & Pemecahannya*. Yogyakarta: Andi.
- [17] Suryani, Hendriyadi. 2015. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia group.
- [18] Tjiptono, Fandy. 2016. *Service Quality & Satififaction*. Yogyakarta: Andi.
- [19] Umar, hussein. 2010. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [20] Yakup, Anggita Permata. 2019. “Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia.” Universitas Airlangga Surabaya. [https://repository.unair.ac.id/86231/1/TE.05-19 Yak p ABSTRAK.pdf](https://repository.unair.ac.id/86231/1/TE.05-19%20Yak%20p%20ABSTRAK.pdf).