

PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN FASILITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN (WISATA TANJUNG PEJUANG DESA TUADA)

Friskila Hallo¹⁾; Ida Hidayanti²⁾; dan Ibnu Sina Hi. Yusuf³⁾

¹⁾ fsiskahallo@gmail.com, Universitas Khairun, Ternate.

²⁾ idahidayanti@unkhair.ac.id, Universitas Khairun, Ternate.

³⁾ ibnusina@unkhair.ac.id, Universitas Khairun, Ternate.

Received: 05 Januari 2021

Reviewed: 09 Maret 2021

Accepted: 06 April 2021

Published: 23 Juni 2021

ABSTRACT

Objective: This research purposed to identify the influence of Attraction and Service Facilities on Tourist Satisfaction in Tanjung Pejuang Desa Tuada Beach. This research type is an explanatory research with quantitative approach. Data were collected by using questionnaires distributed to the 100 tourists who have visited to Tanjun Pejuang Desa Tuada Beach by simple random sampling technique.

Methodology: Data analysis are used consist of descriptive analysis, classic assumption test, multiple linier regression analysis, F test and t test.

Finding: H1 and H2 accepted at the 5% & 10% confidence level.

Conclusion: The result of this study showed that Attraction and Service Facilities simultanously have a significant effect on Tourist Satisfaction, Attraction has a significant effect on Tourist Satisfaction, and Service Facilities has a significant effect on Tourist Satisfaction.

Keyword: Attraction, Service Facilities, and Tourist Satisfaction.

PENDAHULUAN

Industri pariwisata menghasilkan produk dan jasa yang ditujukan secara khusus untuk memenuhi kebutuhan wisatawan (Zaenuri, 2012). Produk dan jasa pariwisata tidak hanya potensi wisata, tetapi terdapat unsur-unsur lain yang juga menjadi satu kesatuan dalam produk wisata yaitu aksesibilitas, amenities, dan *hospitality* (Damanik dan Weber, 2006). Payangan (2014) menyatakan bahwa upaya dalam membuat standar kualitas suatu produk dan jasa disesuaikan dengan standar yang diharapkan wisatawan agar dapat menciptakan kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*).

Objek dan daya tarik merupakan salah satu penting dalam dunia keparawisatawan. Dimana objek dan daya tarik dapat menyesuaikan program pemerintah dalam melestarikan adat budaya bangsa sebagai asset yang dapat dijual kepada wisatawan. Untuk menarik wisatawan berkunjung ke sebuah obyek wisata, objek wisata harus memiliki daya tarik wisata yang menarik serta fasilitas yang menarik uantuk menunjang kebutuhan wisatawan.

Halmahera merupakan pulau terbesar di propinsi Maluku Utara dan Halmahera Barat adalah salah satu kabupaten dengan Ibukota Jailolo. Kabupaten ini menawarkan pengalaman yang menakjubkan seperti pemandangan dan kekayaan bawah yang menawan dan beragam. Salah satu Desa yang ada di Kabupaten Halmahera Barat yaitu Jailolo di Desa Tuada yang mempunyai pantai dengan nama desanya, dan mata pencaharian penduduk adalah nelayan dan bertani.

Desa Tuada Kecamatan Jailolo, dimana desa ini terlihat sangat menarik jika wisatawan berkunjung untuk berwisata, biasanya pengunjung yang hobinya menikmati keindahan sunset bisa ditemukan ditempat ini saat momen matahari terbenam. Desa yang dicanangkan sebagai kawasan wisata terpadu oleh Menteri Desa.

REVIEW LITERATUR

Perkembangan parawisata

Parawisata Indonesia merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi besar untuk mendukung roda perekonomian Negara. Berbagai lokasi wisata dengan beragam budaya yang melekat dapat ditemukan di sepanjang wilayah bumi pertiwi kian menarik perhatian pengunjung, baik wisatawan lokasi maupun asing. Hal inilah yang menjadi kekuatan bagi pengembangan parawisata Indonesia hingga saat ini. Di sisih lain erah global masa kini memungkinkan terjadinya mobilisasi manusia dengan lebih mudah. Hal tersebut kemudian berimbas semakin mudah pada pertukaran informasi yang terjadi. Perubahan diiringi dengan pesatnya perkembangan teknologi tersebut kemudian mengundang perhatian berbagai sector industri untuk memanfaatkan *information and communication technology* (ICT) demi mengangkat performa mereka, termasuk dalam sektor parawisata.

Halmahera Barat berada di propinsi Maluku Utara, yang terkenal dengan kekayaan rempah-rempahnya yang melimpah, memiliki budaya yang unik, dan keindahan alamnya baik darat dan laut yang telah membuat parah wisatawan nasional dan mancanegara takjub akan tempat ini. Halmahera Barat memiliki banyak teluk yang dikelilingi dengan pemandangan yang luar biasa, alamnya yang asli memberikan daya tarik tinggi untuk dikunjungi. Salah satu teluk yang terkenal adalah teluk jailolo, merupakan ibukota Halmahera Barat.

Daya tarik wisata

Undang-undang No. 10 tahun 2009 bahwa daya tarik parawisata adalah “segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupah keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan”. Daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki daya tarik untuk dilihat dan dinikmati yang layak dijual ke pasar wisata (Zaenuri, 2012). Daya tarik wisata dapat berupah objek wisata merupakan daya tarik wisata yang bersifat statis dan *tangible* (Zaenuri, 2012). Serta tanpa perlu ada persiapan terlebih dahulu untuk menikmatinya (Yoeti, 1985). Atraksi wisata merupakan daya tarik wisata yang dapat dilihat lewat pertunjukan dan membutuhkan persiapan bahkan memerlukan pengorbanan untuk menikmatinya (Zaenuri, 2012).

Daya tarik produk (Fandi Tjiptono, 1997) merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan pedagang/penjual untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Mason (1999), menekankan karakteristik pada munculnya kategori produk yang akan mengakibatkan evaluasi pelanggan potensial pada kategori. Jika karakteristik menjadi lebih menarik untuk semua pelanggan, daya tarik pada kategori produk semakin bertambah untuk mereka, meningkat kemungkinan bila mana pelanggan akan mengadopsi pembaharuan dan melakukan pembelian.

Daya tarik produk dibentuk oleh delapan pernyataan seperti harga produk, kelebihan produk, reputasi perusahaan, ketersediaan produk pendukung, aksesoris dan jasa, baik buruknya *review* mengenai produk, kompleksitas produk, keuntungan relative dan level

standarisasi (Tjiptono, 1997). Jadi dapat dikatakan bahwa mutu produk menentukan keadaan dan keberadaan suatu produk. Apabila mutu dari produk itu jelek maka daya tarik dari suatu produk tersebut akan rendah, hal ini dikarenakan daya tarik merupakan sesuatu yang amat penting bagi produk. Produk wisata merupakan sebuah paket yang tidak hanya sebuah keindahan atau eksotisme suatu tempat wisata, tapi dalam arti yang lebih luas. Produk wisata mencapai daya tarik, fasilitas dalam saat berwisata, dan juga akses menuju tempat wisata tersebut (Ali, 2012).

Objek dan daya tarik wisata menurut direktorat jenderal pemerintah di bagi menjadi 3 macam, yaitu :

Objek Wisata Alam

Objek wisata alam adalah sumber daya alam yang berpotensi serta memiliki daya tarik bagi pengunjung baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budi daya. Potensi objek wisata alam dapat dibagi menjadi empat kawasan, yaitu:

- a) Flora dan fauna
- b) Keunikan dan kekhasan ekosistem, misalnya ekosistem pantai dan ekosistem hutan bakau.
- c) Gejala alam, misalnya kawah, sumber air panas, air terjun dan danau.
- d) Budidaya sumber daya alam, misalnya sawah, perkebunan, peternakan, usaha perikanan.

Objek Wisata Sosial Budaya

Objek wisata sosial budaya dapat di manfaatkan dan dikembangkan sebagai objek dan daya tarik wisata meliputi museum, peninggalan sejarah, upacara adat, seni pertunjukan dan kerajinan.

Objek Wisata Minat Khusus

Objek wisata minat khusus merupakan jenis wisata yang baru di kembangkan di indonesia. Wisata ini lebih diutamakan pada wisatawan yang mempunyai motivasi khusus. Dengan demikian, biasanya para wisatawan harus memiliki keahlian. Contohnya : berburu, mendaki gunung, arung jeram, tujuan pengobatan, agrowisata, dan lain – lain.

Perencanaan dan pengelolaan objek dan daya tarik wisata alam, sosial budaya, maupun objek wisata minat khusus harus berdasarkan pada kebijakan rencana pembangunan nasional maupun regional. Jika kedua kebijakan rencana tersebut belum tersusun, tim perencana pengembangan objek daya tarik wisata harus mampu mengasumsikan rencana kebijakan yang sesuai dengan area yang bersangkutan.

Fasilitas layanan

Sammeng (2001), mengatakan bahwa salah satu hal penting untuk mengembangkan pariwisata adalah melalui fasilitas (kemudahan). Tidak jarang wisatawan berkunjung ke suatu tempat atau daerah atau negara, karena tertarik oleh kemudahan-kemudahan yang bisa diperoleh melalui fasilitas. Yoeti (2003), mengatakan bahwa fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata yang dikunjunginya, dimana mereka dapat santai menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut.

Fasilitas umum adalah sarana pelayanan dasar fisik suatu lingkungan yang di peruntukan bagi masyarakat dalam melakukan aktifitas keseharian. Fasilitas wisata adalah semua jenis sarana yang secara khusus ditujukan untuk mendukung penciptaan

kemudahan, kenyamanan, keselamatan wisatawan dalam melakukan kunjungan ke destinasi pariwisata.

Edriana dalam Zaenuri (2012) menjelaskan bahwa Fasilitas merupakan salah satu factor wisatawan dalam mengunjungi suatu daya tarik wisata. Sependapat dengan medlik, Zaenuri (2012) menyatakan bahwa wisatawan akan datang dan berkunjung kembali apabila tersedianya fasilitas-fasilitas yang dapat memenuhi segala kebutuhannya selama menikmati daya tarik wisata tersebut. Dengan adanya fasilitas-fasilitas tersebut juga diharapkan dapat membuat wisatawan merasa lebih nyaman dan tinggal lebih lama serta memberikan kesan yang lebih baik terhadap daya tarik wisata yang di kunjunginya (Zaenuri,2012).

Kepuasan wisatawan

Kotler (2006) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja suatu produk memenuhi atau memenuhi ekspektasi dari pelanggan maka akan tercipta rasa puas dan sangat puas pada diri pelanggan. Jika kinerja produk berada dibawah harapan, maka seorang pelanggan akan merasa tidak puas.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu ukuran kinerja organisasi non finansial yang mempunyai kontribusi sangat signifikan terhadap keberhasilan tujuan organisasi bisnis (Basiya dan Hasan, 2012). Terdapat berbagai definisi konseptual kepuasan pelanggan yang digunakan para peneliti sebelumnya. Giese dan Cotea (2000) dalam Basiya dan Hasan, menyatakan bahwa dalam penelitiannya telah mengidentifikasi berbagai definisi konseptual dari literature dan dari para peneliti sebelumnya tentang kepuasan pelanggan. Berdasarkan beberapa definisi konseptual tersebut, Giese, dkk menyimpulkan tiga komponen utama dalam definisi kepuasan pelanggan yaitu pertama kepuasan konsumen merupakan tanggapan emosional dan kognitif; kedua tanggapan lebih difokuskan pada ekspektasi, produk, konsumsi dan pengalaman; tanggapan terjadi setelah konsumsi, setelah pemilihan dan didasarkan pada akumulasi pengalaman.

Zikmund, Mcleod, dan Gilbert dalam Suryadana dan Octavia (2015) mendefinisikan kepuasan adalah “evaluasi setelah pembelian dari hasil perbandingan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja sesungguhnya”. Engel dalam Payangan (2014) mengartikan kepuasan adalah “perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan atau kesannya terhadap hasil suatu produk dan harapan-harapannya”. Selanjutnya Suryadana dan Octavia (2015) menjelaskan bahwa apabila hasil produk yang lebih rendah dari harapan maka wisatawan merasa puas, dan apabila hasil produk melebihi harapan wisatawan akan merasa sangat puas.

KERANGKA PIKIR

Daya Tarik Wisata Berpengaruh Terhadap Kepuasan Wisatawan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan yang dapat di ketahui bahwa daya tarik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Teori yang di kemukakan oleh Zaenuri (2012) yang menyatakan bahwa daya tarik adalah sesuatu yang unik dan menjadi pilihan wisatawan sehingga dapat memberikan dengan apa yang di inginkan wisatawan. Kepuasan itu sendiri pada dasarnya dapat dilihat dari perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antar harapan terhadap hasil suatu produk (Engel dalam Payangan, 2014).

Muljadi & Warman (2014) menjelaskan bahwa pantai sebagai daya tarik wisata sangat tergantung dari kualitas lingkungan. Penelitian yang dilakukan oleh Basiya dan Hasan (2012) menyimpulkan bahwa daya tarik wisata alam (*natural attraction*), daya tarik wisata berupa arsitektur bangunan (*building attraction*), daya tarik wisata budaya (*cultural attraction*), dan daya tarik wisata sosial (*social attraction*) masing-masing memiliki pengaruh langsung dan positif terhadap kepuasan pengunjung. Selain itu, hasil penelitian Munir & Nurlestari (2016); Rizal et al., (2016); Handayani et al., (2019; Apriliyanti et al., (2020); dan Parangu dan Kholiq (2020) menunjukkan bahwa daya Tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Menurut Parangu dan Kholiq (2020) bahwa Kepuasan merupakan dasar yang digunakan oleh wisatawan ketika memutuskan apakah mereka akan mengunjungi kembali suatu lokasi wisata.

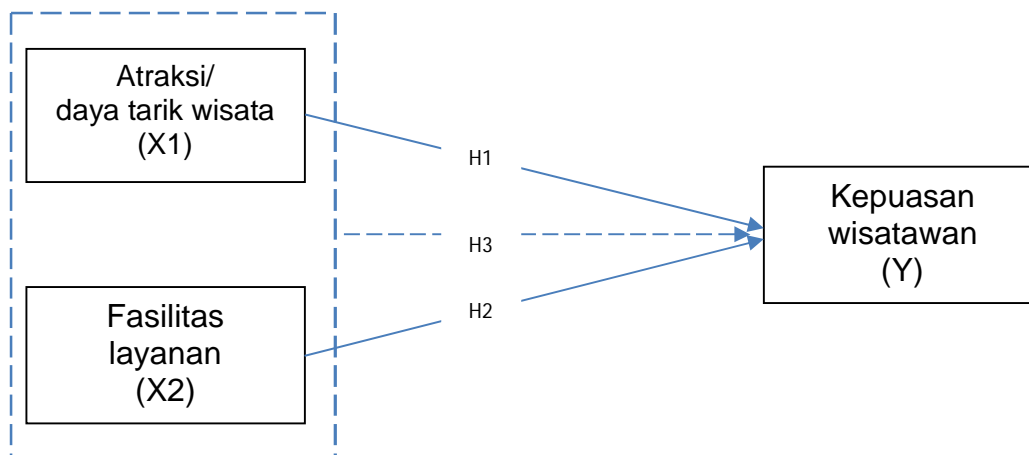
H1 : Ada pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan

Fasilitas Layanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Wisatawan

Berdasarkan penelitian ini yang telah di lakukan dan dapat di ketahui bahwa fasilitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Teori yang di kemukakan oleh Yoeti (1985) yang menyatakan bahwa fasilitas yang terdapat dalam suatu destinasi harus dapat menciptakan kepuasan wisatawan. Selanjutnya Muljadi dan Warman (2014) juga menyatakan bahwa fasilitas layanan tersebut harus memberikan pelayanan secara langsung maupun tidak langsung kepada wisatawan dapat memberikan kepuasan sesuai yang diharapkan wisatawan.

Penelitian sebelumnya yang di lakukan oleh Mardiyani, dan Murwatiningsih (2015) menunjukkan fasilitas berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Kota Semarang terhadap kepuasan wisatawan. Menurut hasil penelitian ini bahwa apabila fasilitas sudah memenuhi kriteria baik maka kepuasan wisatawan yang akan diperoleh. Selain itu, hasil penelitian Rosita et al., (2016); Wibowo et al., (2019); Suprptini (2020); dan Ratnawati dan Aulia (2020) menunjukkan bahwa fasilitas wisata berpengaruh secara signiifikan terhadap kepuasan pengunjung wisata.

H2: Ada pengaruh Fasilitas layanan terhadap kepuasan wisatawan.



Gambar 1. Kerangka Pikir

METODOLOGI PENELITIAN

Pengembangan Pengukuran

Kepuasan Wisatawan (Y): Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya. Indikatornya adalah Perasaan senang pengunjung, Perasaan puas pengunjung, Tidak ada complain/keluhan, Pelayanan terjamin di pantai Tanjung Pejuang Desa Tuada, dan Menarik perhatian pengunjung dipantai Tanjung Pejuang DesaTuada.

Daya tarik wisata (X1): Daya tarik wisata di pantai tanjung pejuang Desa Tuada meliputi daya tarik wisata alam (panorama alam, sunrise & sunset), wisata budaya (keakrifan local) dan daya tarik buatan. Indikator variabel ini terdiri dari: Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas/ fasilitas, Jasa pendukung parawisata, Panorama alam, dan sunrise & sunset.

Fasilitas wisata (X2): Sarana dan prasarana penunjang kebutuhan wisatawan yang terdapat di pantai tanjung pejuang Desa Tuada. Variabel ini menggunakan indicator: Rumah makan, Parkiran, Toilet , Shelter/pondok, dan Jembatan.

Skala Kuesioner yang digunakan adalah skala likert yaitu Sangat tidak setuju =1, Tidak setuju = 2; Cukup setuju = 3; Setuju = 4; dan Sangat setuju = 5.

Metode Analisis Data

Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda adalah alat statistik yang di pergunakan untuk mengetahui pengaruh antar satu atau beberapa variabel terhadap satu buah variabel. Analisis ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh media periklanan dan fasilitas terhadap keputusan menginap. berikut rumus regresi yang digunakan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = kepuasan wisatawan

X₁ = daya tarik

X₂ = fasilitas layanan

b₁ b₂ = koefisien Regresia = nilai konstanta

e = eror

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Asumsi Klasik

Analisis normalitas dengan menggunakan uji-K-S dilakukan dengan melihat nilai probabilitas signifikan atau *Asymp. Sig. (2-taled)*. Apabila nilai probabilitas signifikan kurang dari nilai 0,05, maka data tidak terdistribusi secara normal. Apabila nilai probabilitas signifikan lebih dari 0,05 maka data terdistribusi secara normal. Hasil uji normalitas disajikan dalam tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Uji hasil Normalitas

Keterangan	Asymp. Sig. (2-taled)
Probabilitas	0,862

Berdasarkan tabel 4.4 hasil uji normalitas di atas, dapat dilihat bahwa nilai *kolmogrov-smirnov* untuk semua probabilitas signifikan di atas 0,05. Hal ini berarti model regresi

memenuhi asumsi normalitas. Dari hasil uji normalitas dan uji statistic dapat di simpulkan bahwa model-model regresi dalam penelitian ini layak digunakan karena memenuhi asumsi normalitas.

Uji multikolinearitas merupakan salah satu uji dari uji asumsi klasik yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Nilai korelasi tersebut dapat dilihat dari collinearity statistic, apakah nilai VIF (*variance inflation factor*) memperlihatkan hasil >10 dan nilai tolerance tidak boleh <0,1 maka gejala multikolinearitas tidak ada.

Tabel 2. Uji Multikolinearitas

Model	Tolerance	VIF	Keterangan
Daya tarik wisata	0,478	2,091	Tidak terjadi Multikolinieritas
Fasilitas layanan	0,478	2,091	Tidak terjadi Multikolinieritas

Berdasarkan tabel 2 hasil uji multikolinieritas di atas, dapat dilihat bahwa nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinieritas dalam penelitian ini.

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji park, yaitu dengan menghitung logaritma dari kuadrat residual. Jika tidak terdapat variabel yang signifikan maka disimpulkan bahwa model regresi bebas dari gejala heteroskedastisitas. Hal ini terjadi dari probabilitas* signifikan diatas tingkat kepercayaan 5%. Hasil uji dari heteroskedastisitas disajikan dalam tabel 4.4.3 berikut ini:

Tabel 3. Uji hasil Heterstisotas

Variabel	Sig
Daya tarik wisata	0,160
Fasilitas layanan	0,272

Hasil pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata (X1) dan fasilitas layanan (X2) terhadap kepuasan wisatawan (Y). Koefisien detirminasi untuk menghitung besarnya pengaruh atau dampak variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4. Hasil Perhitungan Uji F (Simultan)

F hitung	Sig.	Value
39.472	0,000	<0,05

Sember data primer, diolah 2021.

Dari hasil perhitungan analisis regresi diperoleh F hitung sebesar 39.472 > F tabel sebesar 1,93. Maka konsekuensinya adalah H₀ ditolak dan H_a diterima. Berarti model yang diajukan diterima untuk di analisis selanjutnya.

Uji digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Dengan pengujian hasil analisis regresi dihasilkan masing-masing variabel bebas sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Perhitungan Uji t (parsial)

Variabel	T hitung	Sig	Value
Daya tarik wisata	7.538	0,000	<0.05
Fasilitas layanan	2.163	0.033	<0.05

Sumber : data primer, diolah 2021.

Dari tabel di atas, variabel X₁ daya tarik wisata nilai t_{hitung} sebesar 7.538 jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} yaitu 1,984. Hal ini dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata (X₁) berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan (Y), sedangkan nilai signifikansi dari variabel fasilitas layanan (X₂) lebih besar dari 0,05 yaitu 0,033 dan nilai t-hitung sebesar 2.163 lebih kecil dari t-tabel yaitu sebesar 1,984. Hal ini dapat disimpulkan bahwa fasilitas layanan (x₂) berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.

Pembahasan

Berdasarkan deskripsi data penelitian dapat diketahui bahwa sebagian besar konsumen pantai Tanjung Pejuang berpendapat bahwa daya tarik wisata memberikan pengaruh signifikan sebesar 0,00 terhadap kepuasan wisatawan. Hasil tersebut mendukung teori yang dikemukakan oleh Zaenuri (2012) yang menyatakan bahwa daya tarik wisata merupakan sesuatu yang unik dan menjadi pilihan wisatawan sehingga dapat memberikan kepuasan dengan apa yang diinginkan wisatawan. Kepuasan itu sendiri pada dasarnya dapat dilihat dari perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara harapan terhadap hasil suatu produk (Engel dalam Payangan, 2014).

Salah satu produk wisata adalah daya tarik wisata yang dapat berupa obyek maupun atraksi wisata (Zaenuri, 2012). Daya tarik wisata Pantai Balekambang yang paling menarik berdasarkan hasil tanggapan responden adalah pada keunikan/kelangkaan yaitu keberadaan pura di pulau karang. Seperti yang telah diketahui bahwa keberadaan pantai Tanjung Pejuang. Sedangkan hal yang perlu diperhatikan dalam daya tarik wisata di Pantai Tanjung Pejuang adalah kondisi lingkungan terutama kebersihan pantai. Muljadi dan Warman (2014) menjelaskan bahwa pantai sebagai daya tarik wisata sangat tergantung dari kualitas lingkungan. Banyaknya dedaunan dan ranting yang berserakan di pasir pantai diakui oleh responden masih dapat dimaklumi. Namun yang sangat disayangkan adalah masih banyaknya sampah yang terkumpul di beberapa titik. Hal tersebut dikarenakan kurangnya penyediaan tempat sampah di tempat-tempat titik kumpul wisatawan serta penempatan tempat sampah yang tersedia tidak berada pada lokasi strategis.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa Fasilitas Layanan berpengaruh signifikan sebesar 0,033 terhadap kepuasan wisatawan. Hasil tersebut mendukung teori Yoeti (1985) yang menyatakan bahwa fasilitas yang terdapat dalam suatu destinasi harus dapat menciptakan kepuasan wisatawan. Selanjutnya Muljadi

dan Warman (2014) juga menyatakan bahwa fasilitas layanan tersebut harus memberikan pelayanan secara langsung maupun tidak langsung kepada wisatawan agar perjalanan wisata yang dilakukan oleh wisatawan dapat memberikan kepuasan sesuai yang diharapkan wisatawan.

Fasilitas layanan yang paling baik berdasarkan hasil tanggapan responden yaitu Hal tersebut dikarenakan Pantai Tanjung Pejuang memiliki begitu banyak tumbuh-tumbuhan di suatu destinasi yang dapat memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk datang dan membantu wisatawan memenuhi kebutuhannya selama berada di tempat wisata (Yoeti, 2008). Terpenuhinya kebutuhan tersebut dapat memberikan rasa puas kepada wisatawan karena harapannya dapat terpenuhi (Suryadana dan Octavia, 2015). Sedangkan hal yang perlu diperhatikan pada fasilitas layanan demikian pula dengan keamanannya.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa daya Tarik Wisata berpengaruh terhadap Kepuasan Berkunjung. Semakin tinggi daya tarik wisata Tanjung Pejuang maka semakin tinggi pula kepuasan berkunjung. Selain itu, fasilitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Berkunjung. Semakin tinggi fasilitas layanan Tanjung Pejuang maka semakin tinggi pula kepuasan berkunjung.

Saran

Saran dalam penelitian ini adalah khususnya kepada pengelola tempat wisata untuk selalu memperhatikan beberapa hal: jasa pendukung pariwisata, menjaga natural Panorama alam, menata kembali sistem parkir mobil dan motor pengunjung, dan menjaga kebersihan Toilet, serta mengelola sampah-sampah yang berada ditempat wisata.

REFERENSI

- Ali, M., & Asrori, M. (2012). *Psikologi Remaja*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Basiya, R., dan Hasan, A. R. (2012). Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah. *Dinamika Kepariwisata*, Vol. XI, No. 2. <http://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/pdk1/article/view/1715/629>.
- Boyd, T. C., and Mason, C. H., (1999). The Link Between Attractiveness of Ekstranrand Attributes and Adoption of Inofations. *Journal of Academy of Marketing Research*, Vol. 27, No 3.
- Damanik., dan Weber. (2006). *Perencanaan Ekowisata dari Teori Ke Aplikasi*. Yogyakarta: PUSPAR. UGM.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi pemasaran, Edisi1*. Yogyakarta: CV. Andi.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2006). *Manajemen Pemasaran Edisi ke 12 Jilid ke 1*. Indonesia: PT. Indeks.
- Muljadi, A. J., & Warman, A. (2014). *Kepariwisata dan Perjalanan*. Depok: Rajagrafindo Persada.
- Payangan, O. R. (2014). *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Bandung: IPB Press.
- Sammeng, A. M. (2001). *Cakrawala Pariwisata*. Jakarta: Balai Pustaka.

- Undang – Undang Nomor 10 Tahun 2009. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata*, diakses pada tanggal 20 Februari 2016 dari <http://www.peraturan.go.id/uu/nomor-10-tahun-2009.html>.
- Yoeti., O. A. (2008). *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, dan Aplikasi*. Jakarta: Kompas.
- Yoeti, Oka A. 1985. *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Zaenuri, M. (2012). *Perencanaan Strategis Kepariwisata Daerah: Konsep dan Aplikasi*. Jogjakarta: e-Gov Publishing.
- Rosita., Marhanah, S., dan Wahadi, W. H. (2016). Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, Vol.13, No.1, 61-72. <https://doi.org/10.17509/jurel.v13i1.2134>.
- Wibowo, H. I. A., Lukina, N., dan Barlian N. A. (2019). Pengaruh Fasilitas Wisata dan Promosi terhadap Kepuasan Kunjungan Wisatawan Pada Obyek Wisata Waterpark Lumajang. Vol. 2, No. 1, 38-41. <https://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/247>.
- Supraptini, N. (2020). Pengaruh Fasilitas, Transportasi Dan Akomodasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Pariwisata di Kabupaten Semarang. *BISECER (Business Economic Entrepreneurship)*, Vol. III, No. 02. 56-67. <http://ejournal.undaris.ac.id/index.php/biceser/article/view/186>.
- Ratnawati., dan Aulia, P. (2020). Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya. *e-Proceeding of Management*, Vol. 7, No. 2, 3756-3765. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/13488>.
- Rizal, A., dan Ramadhan, Z. (2016). Daya Tarik Wisata Wahana Mini Park Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung di Pacet Mojokerto. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis & Call For Paper FEB UMSIDA*. <http://eprints.umsida.ac.id/124/>.
- Hermawan, H. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan: Study Community Based Tourism di Gunung Api Purba Nglanggeran. *Jurnal Media Wisata*, Vol. 15, No. 1, 562-577. <https://doi:10.36276/mws.v15i1.213>.
- Handayani, S., Khairiyansyah., dan Wahyudin, N. (2019). Fasilitas, Aksesibilitas dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol. 20, No. 2, 123-133. <https://doi.org/10.30596/jimb.v20i2.3228>.
- Apriliyanti, E., Hudayah, S., dan Zainurossalamia ZA, S. (2020). Pengaruh daya tarik wisata, citra destinasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan citra niaga sebagai pusat cerminan budaya khas kota samarinda. *Jurnal Manajemen Unmul*, Vol. 12, No. 1, 145-153. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>.
- Parangu, K.A., dan Kholiq, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pengemasan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Ngebel Ponorogo. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, Vol. 14, No. 2, 407-423. <https://doi.org/10.14421/jsr.v14i2.1836>.
- Munir, A. R., dan Nurlestari, A. F. (2016). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang Wisatawan dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor. *Jurnal Pariwisata*. <https://www.academia.edu/28971580/>.