

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KESETIAAN PENGUNJUNG DI DESA WISATA

Natalia Kristiani Tandafatu¹, Yoseph Darius Purnama Rangga²
Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo¹, Universitas Nusa Nipa Indonesia²
thalia.ch35@gmail.com¹, jo.darius1206@gmail.com²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan memahami bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan perhatian dapat memengaruhi kesetiaan pengunjung di Desa Wisata Koja Doi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa kuesioner yang dibagikan kepada wisatawan yang berkunjung di Desa Wisata Koja Doi Kabupaten Sikka. Sampel yang digunakan memiliki batas pengambilan sampel yang berjumlah 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan, hasil uji F diketahui nilai signifikan (10,033) dengan nilai signifikan 0,00 dimana lebih kecil 0,05 atau dibawah 5%. Hasil uji T diketahui bahwa, a) nilai signifikansi dari bukti fisik sebesar $0,049 < 0,05$; b) nilai signifikansi dari keandalan sebesar $0,048 < 0,05$; c) nilai signifikansi dari ketanggapan sebesar $0,044 < 0,05$; d) nilai signifikansi dari jaminan sebesar $0,013 < 0,05$; e) nilai signifikansi dari perhatian sebesar $0,036 < 0,05$. Simpulan, secara parsial maupun simultan menunjukkan bahwa bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan perhatian mempengaruhi kesetiaan pengunjung.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kesetiaan Pengunjung, Desa Wisata Koja Doi, Kabupaten Sikka

ABSTRACT

This study aimed to describe and understand the tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy that can affect the loyalty of visitors in Koja Doi Tourism Village. The research method used is a quantitative method. The data used in this study is primary data in the form of questionnaires distributed to tourists visiting the Koja Doi Tourism Village, Sikka Regency. The sample used has a sampling limit of 100 respondents. The results showed, Test result F is known to be a significant value (10.033) with a significant value of 0.00 where smaller 0.05 or below 5%. The results of the T test are known that, a) the significance value of the physical evidence of $0.049 < 0.05$; b) the significance value of reliability of $0.048 < 0.05$; c) the significance value of the presumption of $0.044 < 0.05$; d) the significance value of the guarantee of $0.013 < 0.05$; e) the significance value of the attention of $0.036 < 0.05$. Conclusions, partially or simultaneously show that physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and attention affect the loyalty of visitors..

Keywords: Service Quality, Visitor Loyalty, Koja Doi Tourism Village, Sikka Regency

PENDAHULUAN

Berdasarkan Undang-Undang tentang Kepariwisata nomor 10 tahun 2009 dijelaskan bahwa objek wisata merupakan area geografis yang berada dalam suatu

wilayah administratif, didalamnya terdapat fasilitas wisata, fasilitas umum, aksesibilitas, daya tarik wisata, dan masyarakat yang saling berkaitan dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Oleh karena itu di dalam objek wisata harus disediakan sarana dan prasarana wisata untuk menunjang segala aktivitas yang dilakukan wisatawan, termasuk kualitas layanan. Pemenuhan kebutuhan wisatawan, seperti destinasi untuk perumahan, pangan, keamanan dan kebutuhan akan kenyamanan tersebut sangat penting karena dapat menarik wisatawan yang ingin berkunjung ke objek wisata (Tangfo & Suryawan, 2020).

Kualitas layanan mengacu pada kualitas yang disediakan oleh penyedia layanan dalam rangka memenuhi kebutuhan wisatawan. Peningkatan kualitas layanan pada setiap objek wisata dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan, sehingga membuat wisatawan cenderung melakukan aktivitas mengunjungi objek wisata. Oleh karena itu, pengelola harus meningkatkan kualitas layanan dengan memperhatikan lima dimensi kualitas layanan, antara lain: bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan perhatian (*empathy*). Kelima dimensi tersebut dapat digunakan untuk mengukur tingkat kualitas layanan yang diberikan oleh pengelola kepada wisatawan atau pengunjung. Kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan serta menciptakan kesetiaan.

Kesetiaan pelanggan sangat dibutuhkan oleh perusahaan dalam mengembangkan suatu usaha. Pertumbuhan kesetiaan pelanggan terhadap produk/jasa yang ditawarkan, dapat membuat pelanggan tidak mudah berpindah ke produk/jasa lainnya. Selain itu, muncul komitmen dari dalam diri pelanggan untuk melakukan pembelian produk/jasa secara berulang. Kesetiaan pelanggan terdiri atas dua perspektif yaitu perilaku dan sikap. Kesetiaan perilaku berkaitan dengan frekuensi pembelian secara berulang, sedangkan kesetiaan sikap berkaitan dengan komitmen psikologis yang muncul dari dalam diri pelanggan untuk merekomendasikan produk/jasa kepada orang lain (Darsono, 2010).

Desa Wisata Koja Doi terletak di Kecamatan Alok, Kabupaten Sikka, Nusa Tenggara Timur. Desa Wisata Koja Doi berada di gugusan pulau dalam kawasan Wisata Teluk Maumere, terkenal sebagai Desa Wisata yang memiliki pemandangan bawah laut yang indah dan beberapa keunikan lainnya yaitu terumbu karang, jembatan batu sepanjang 680 meter, bukit batu purba, area konservasi penyu, dan hutan bakau yang

dapat di eksplorasi oleh wisatawan. Selain dianugerahi pemandangan alam yang indah, Desa Wisata Koja Doi juga kaya akan warisan budaya seperti; tarian balumpa dan kain tenun khas Koja Doi. Tabel 1 berikut ini adalah data kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Koja Doi tahun 2017 sampai dengan 2021.

Tabel 1.
Kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Koja Doi

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan			Total
	Wisnu	Wisman	Wislok	
2017	15	0	150	165
2018	20	1	182	203
2019	127	4	1.053	1.184
2020	54	7	1.030	1.091
2021	122	7	602	731

Sumber: Kepala Desa Wisata Koja Doi, 2022

Berdasarkan pada Tabel 1. di atas, jumlah kunjungan di tahun 2017 sebanyak 165 orang. Pada tahun 2018 jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Koja Doi sebanyak 203 orang, dengan wisatawan nusantara sebanyak 21 orang, dan wisatawan lokal sebanyak 182 orang. Di tahun 2019, total jumlah kunjungan wisatawan mengalami peningkatan. Dapat dilihat dari Tabel 1. di atas juga bahwa jumlah kunjungan wisatawan nusantara sebanyak 127 orang, wisatawan asing 4 orang dan wisatawan lokal sebanyak 1.053 orang. Memasuki tahun 2020, total jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Koja Doi sebanyak 1.091 orang, sedangkan pada tahun 2021 jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 731 terhitung dari bulan Januari sampai bulan November. Kunjungan wisatawan mengalami perubahan disebabkan oleh adanya pandemi Covid-19 yang mengakibatkan jumlah wisatawan berkurang dan pendapatan dari sektor wisata menurun.

Pada tahun 2019, Desa Wisata Koja Doi mendapat penghargaan *Indonesia Sustainable Tourism Award (ISTA)* dari Kementerian Pariwisata dan tahun 2020 meraih penghargaan dari Asosiasi Desa Wisata Indonesia (ASIDEWI) sebagai Desa Wisata Pantai terbaik. Penghargaan tersebut diberikan karena Desa Wisata Koja Doi menyajikan keindahan pantai dan pemandangan bawah laut yang menakjubkan, serta secara keberlanjutan peduli terhadap pengembangan konservasi alam. Penghargaan yang diterima menjadi bukti bahwa Desa Wisata Koja Doi memiliki potensi yang dapat terus dikembangkan selain mengandalkan wisata pantai, karena masih terdapat potensi

lain yang bisa dijadikan sebagai daya tarik wisata. Oleh karena itu, agar dapat menambah daya tarik wisata, maka perlu melibatkan partisipasi masyarakat Desa Wisata Koja Doi dalam mengembangkan atraksi yang sudah ada seperti, a) situs bekas tsunami tahun 1992; b) bukit batu purba; c) jembatan batu.

Desa Wisata Koja Doi merupakan destinasi desa wisata yang relatif baru sehingga membutuhkan proses untuk berkembang menjadi wisata yang menarik bagi wisatawan. Berdasarkan wawancara dengan Kepala Bidang Destinasi Dinas Pariwisata di Maumere pada tanggal 19 November 2021, ada beberapa masalah yang dihadapi pihak pengelola Desa Wisata Koja Doi antara lain; Amenitas, dan Aksesibilitas.

Fasilitas pendukung seperti: pondok wisata, rumah makan, toilet umum, kelompok seni, kelompok pengrajin, dan pemandu wisata masih sangat kurang. Hal ini dapat memengaruhi kualitas layanan di Desa Wisata Koja Doi. Alat transportasi di objek wisata juga belum memadai, karena jalur akses ke Desa Wisata Koja Doi masih menggunakan satu jenis transportasi yaitu kapal dan perahu motor yang ditempuh kurang lebih 2 jam dari kota Maumere. Selain itu, di Desa Wisata Koja Doi tidak terdapat kendaraan bermotor, sehingga para wisatawan harus berjalan kaki ke tempat-tempat wisata lainnya.

Pengembangan potensi wisata tidak hanya dicapai melalui atraksi wisata yang unik dan menarik, tetapi juga dengan memberikan layanan yang berkualitas kepada wisatawan. Selain itu, dengan ketersediaan amenities yang memadai serta aksesibilitas informasi maupun transportasi dapat berdampak pada peningkatan jumlah wisatawan di Desa Wisata Koja Doi. Hal tersebut sangat penting untuk dikembangkan, karena wisatawan merupakan konsumen yang membutuhkan layanan yang memuaskan serta kenyamanan dan keamanan di tempat wisata. Meningkatnya kualitas layanan diharapkan dapat membentuk kesetiaan wisatawan, sehingga wisatawan memiliki keinginan untuk berkunjung kembali serta merekomendasikan Desa Wisata Koja Doi kepada orang lain.

Pengembangan potensi pada Desa Wisata Koja Doi belum berjalan secara maksimal karena belum ada peningkatan kualitas layanan secara signifikan, meskipun Desa Wisata Koja Doi ini sudah meraih dua (2) penghargaan. Selain itu, fasilitas pendukung dan transportasi di objek wisata juga belum memadai. Hal ini, berdampak pada jumlah wisatawan serta kesetiaan pengunjung. Dalam rangka meningkatkan

kualitas layanan Desa Wisata Koja Doi serta menumbuhkan kesetiaan pengunjung, maka dibutuhkan kerja sama antara masyarakat Desa Wisata Koja Doi dengan pemerintah daerah Kabupaten Sikka. Hal ini sangat penting agar Desa Wisata Koja Doi menjadi magnet bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian mengenai keterhubungan antara kualitas layanan dengan kesetiaan pengunjung di Desa Wisata Koja Doi.

Dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan, dapat diidentifikasi beberapa masalah di Desa Wisata Koja Doi, antara lain yaitu, a) fasilitas pendukung seperti: pondok wisata, rumah makan, toilet umum, kelompok seni, kelompok pengrajin, dan pemandu wisata masih sangat kurang; b) alat transportasi di objek wisata juga belum memadai, karena jalur akses ke Desa Wisata Koja Doi masih menggunakan satu jenis transportasi yaitu kapal dan perahu motor yang ditempuh kurang lebih 2 jam dari kota Maumere. Berdasarkan latar belakang tersebut maka perlu dilakukan kajian untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kesetiaan pengunjung di Desa Wisata Koja Doi Kabupaten Sikka.

KAJIAN TEORI

Menurut Lapiyoadi (2001) Pengertian kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh. Menurut Tjiptono (2002) kualitas pelayanan adalah kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Zeithaml (2000) definisi kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai tingkat ketidaksesuaian antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka. Pemberian pelayanan atau jasa yang baik pada pelanggan akan memberikan kepuasan kepada para pelanggan yang pada akhirnya akan menciptakan loyalitas kepada perusahaan. Bila pelayanan atau jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan atau jasa akan dipersepsikan baik dan memuaskan, sebaliknya bila pelayanan atau jasa yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Kualitas Layanan Menurut Tjiptono (2004) kualitas layanan merupakan usaha memenuhi keinginan pelanggan dengan mengendalikan tingkat keunggulan yang

diharapkan. Menurut Dewa (2018), kualitas layanan pemberi jasa dianggap baik dan memuaskan jika dapat memberikan jasa melampaui harapan konsumen, jika jasa yang diberikan lebih rendah daripada harapan konsumen, maka kualitas pelayanan pemberi jasa dianggap buruk. Pada penelitian ini menggunakan dimensi kualitas pelayanan yang diungkapkan oleh Kotler & Keller (2016) yaitu pertama tangibles yang didalamnya terdapat rupa fisik dan kelengkapan indikator. Kedua, Reliability atau reliabilitas yaitu keakuratan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan. Ketiga, Responsiveness yaitu respon pengelola atau karyawan dalam memberikan bantuan kepada konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Keempat Assurance yang meliputi kemampuan dan pengetahuan karyawan atau pengelola dalam melayani konsumen.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pembagian kuesioner kepada wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Koja Doi. Populasi pada penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Koja Doi, dengan data yang diperoleh dari bulan januari sampai bulan november tahun 2021 dengan jumlah kunjungan sebanyak 731 orang, maka batas minimal pengambilan sampel berdasarkan rumus Slovin dengan tingkat estimasi kesalahan (*error detecting*) yang digunakan adalah 10% atau (0,1). Berdasarkan rumus Slovin hasil perhitungan sampel yang disajikan di persamaan, nilai sampel n disesuaikan oleh peneliti menjadi $n = 100$. Adapun teknik analisis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah, 1) uji validitas; 2) uji reliabilitas; 3) uji normalitas; 4) analisis regresi linear berganda; 4) uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Hasil analisis uji validitas menunjukkan pada seluruh item pernyataan untuk variabel Bukti Fisik (X_1), Keandalan (X_2), Ketanggapan (X_3), Jaminan (X_4), Perhatian (X_5) dan Kesetiaan Pengunjung (Y) mempunyai nilai koefisien korelasi lebih besar dari 0,3 sehingga dinyatakan valid. Dengan demikian maka semua pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian ini dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian.

Uji Reliabilitas

Rangkuman hasil uji reliabel untuk masing-masing variabel menggunakan program *IBM SPSS Statistics 20* dapat dilihat pada Tabel 2. di bawah ini:

Tabel 2.
Hasil uji reliabilitas

No	Variabel	<i>CronbachAlpha</i>
1	Bukti fisik	0,750
2	Keandalan	0,896
3	Ketanggapan	0,881
4	Jaminan	0,801
5	Perhatian	0,854
6	Kesetiaan pengunjung	0,842

Sumber: Data Primer, Diolah 2022

Berdasarkan tabel 2, hasil uji reliabilitas di atas, diketahui angka *Cronbach Alpha* untuk masing-masing variabel lebih besar dari nilai minimal *Cronbach Alpha* 0,60. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian yang digunakan untuk mengukur keenam variabel dalam penelitian dapat dikatakan reliabel atau handal.

Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Uji normalitas data dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Apabila Kolmogorov Smirnov lebih besar dari 0,05, maka data terdistribusi normal. Hasil pengujian statistic deskriptif menggunakan aplikasi pengolahan data yaitu *IBM SPSS Statistics 20*. Nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* bukti fisik (X1) sebesar 0.056, keandalan (X2) sebesar 0.076, ketanggapan (X3) sebesar 0.136, jaminan (X4) sebesar 0,089, perhatian (X5) sebesar 0.077, dan kesetiaan pengunjung (Y) sebesar 0.069. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05. Data penelitian ini berdistribusi normal karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

Uji Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda yang dilakukan menggunakan aplikasi pengolahan data yaitu *IBM SPSS statistic 20*, secara lengkap dapat dilihat pada Tabel 4. di bawah ini:

Tabel 3.
Hasil uji regresi linear berganda

Model	Unstand Coeff		Stand. Coef.	T	Sig.
	B	Std Error	Beta		
1 (Constant)	9.112	1.636		5.569	.000
Bukti fisik (X1)	.273	.100	.388	2.394	.049
Kehandalan X2	.227	.117	.341	2.380	.048
Ketanggapan X3	.234	.131	.339	2.362	.044
Jaminan X4	.301	.119	.325	2.519	.013
Perhatian X5	.264	.137	.370	2.493	.036
a. Dependent Variable: Kesetiaan Pengunjung (Y)					
Sumber: Data Primer, Diolah 2022					

Dari tabel hasil uji regresi linear berganda di atas dapat diketahui bahwa model regresi linear berganda ditunjukkan oleh persamaan:

$$Y = 9.112 + 0.237X_1 + 0.227X_2 + 0.234X_3 + 0.301X_4 + 0.264X_5$$

Dari persamaan regresi di atas, dapat dijelaskan bahwa, a) koefisien konstanta berdasarkan hasil regresi adalah sebesar 9.112, angka atau konstanta ini menjelaskan bahwa jika semua variabel bebas, dalam hal ini, yaitu variabel Penghasilan Bukti Fisik (X_1), Kehandalan (X_2), Ketanggapan (X_3), Jaminan (X_4) dan Perhatin (X_5) diasumsikan konstan atau perubahannya nol, maka variabel Kesetiaan Pengunjung (Y) mengalami peningkatan sebesar 9.112. b) koefisien regresi bukti fisik dari persamaan regresi adalah sebesar 0.237, artinya bukti fisik memiliki hubungan positif dengan variabel Kesetiaan Pengunjung (Y), sehingga semakin baik bukti fisik akan menyebabkan naiknya kesetiaan pengunjung sebesar 0,237 dengan asumsi semua variabel lainnya dalam keadaan konstan atau nol. c) koefisien regresi kehandalan dari persamaan regresi adalah sebesar 0.227, artinya kehandalan memiliki hubungan positif dengan variabel Kesetiaan Pengunjung (Y), sehingga semakin baik kehandalan akan menyebabkan naiknya kesetiaan pengunjung sebesar 0,227 dengan asumsi semua variabel lainnya dalam keadaan konstan atau nol. d) koefisien regresi ketanggapan dari persamaan regresi adalah sebesar 0.234, artinya ketanggapan memiliki hubungan positif dengan variabel Kesetiaan Pengunjung (Y), sehingga semakin baik ketanggapan akan menyebabkan naiknya kesetiaan pengunjung sebesar 0,234 dengan asumsi semua variabel lainnya dalam keadaan konstan atau nol. e) koefisien regresi jaminan dari persamaan regresi adalah sebesar 0.301, artinya jaminan memiliki hubungan positif dengan variabel Kesetiaan Pengunjung (Y), sehingga semakin baik jaminan akan menyebabkan naiknya

kesetiaan pengunjung sebesar 0,301 dengan asumsi semua variabel lainnya dalam keadaan konstan atau nol. f) koefisien regresi perhatian dari persamaan regresi adalah sebesar 0.264, artinya perhatian memiliki hubungan positif dengan variabel Kesetiaan Pengunjung (Y), sehingga semakin baik perhatian akan menyebabkan naiknya kesetiaan pengunjung sebesar 0,264 dengan asumsi semua variabel lainnya dalam keadaan konstan atau nol.

Koefisien Determinasi Hipotesis

Hasil pengujian koefisien determinasi secara lengkap dapat dilihat pada Tabel 4. di bawah ini:

Tabel 4.
Hasil uji koefisien determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.590 ^a	.348	.313	2.061	1.739

a. Predictors: (Constant), Perhatin (X5), Bukti Fisik (X1), Jaminan (X4), Kehandalan (X2), Ketanggapan (X3)

b. Dependent Variable: Kesetiaan Pengunjung (Y)

Berdasarkan Tabel 4. di atas, dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.590 yang berarti kontribusi variabel Bukti Fisik (X_1), Kehandalan (X_2), Ketanggapan (X_3), Jaminan (X_4) dan Perhatin (X_5) terhadap Kesetiaan Pengunjung (Y) pada di Desa Wisata Koja Doi Kabupaten Sikka sebesar 34.8 sedangkan sisanya sebesar 53,5% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diikutsertakan dalam model penelitian ini.

Uji F

Hasil uji F yang dilakukan menggunakan aplikasi pengolahan data yaitu *IBM SPSS Statistics 20*, dapat dilihat pada Tabel 5. di bawah ini:

Tabel 5.
Hasil uji F

Model	Df Square	F	Sig.
Regression	5	10.033	.000 ^a
Residual	94		
Total	99		

Sumber: Data Primer, Diolah 2022

Berdasarkan Tabel 5. diketahui nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari tingkat alfa yang digunakan yaitu 5% atau 0,05, maka ke 5 variabel bebas dalam penelitian ini mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kesetiaan Pengunjung (Y), artinya naik-turunnya nilai kesetiaan pengunjung sangat ditentukan oleh naik turunnya ke 5 variabel bebas dalam penelitian ini, yaitu: Dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama ke 5 variabel bebas yaitu variabel Bukti Fisik (X_1), Keandalan (X_2), Ketanggapan (X_3), Jaminan (X_4) dan Perhatin (X_5) berpengaruh signifikan terhadap Kesetiaan Pengunjung (Y).

Uji T

Hasil analisis hipotesis t menggunakan aplikasi pengolahan data yaitu *IBM SPSS Statistics 20*, secara lengkap dapat dilihat pada tabel 6 di bawah ini:

Tabel 6.
Hasil Uji T

Model	T	Sig.
1 (Constant)	5.569	.000
Bukti fisik	2.394	.049
Keandalan	2.380	.048
Ketanggapan	2.362	.044
Jaminan	2.519	.013
Perhatian	2.493	.036

a. Dependent Variable: Kesetiaan Pengunjung (Y)
Sumber: Data Primer, Diolah 2022

Dari kelima variabel bebas yang dimasukkan dalam regresi, diketahui bahwa, secara parsial hasil uji statistik menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} dengan nilai signifikan untuk ke 5 variabel Bukti Fisik (X_1) t_{hitung} 2.934 dan nilai signifikan sebesar 0,049, Keandalan (X_2) t_{hitung} 2.380 dan nilai signifikan sebesar 0.048, Ketanggapan (X_3) t_{hitung} 2.362 dan nilai signifikan sebesar 0.044, Jaminan (X_4) t_{hitung} 2.519 dan nilai signifikan sebesar 0.013 dan Perhatin (X_5) t_{hitung} 2.493 dan nilai signifikan sebesar 0.036. Maka dapat dikatakan ke 5 variabel nilai t_{hitung} dan nilai signifikan lebih besar dari nilai t_{tabel} 1.985 dan nilai signifikansi digunakan 5% (0,05) sehingga ke 5 variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap Kesetiaan Pengunjung (Y).

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kesetiaan Pengunjung

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan dalam diri pelanggan. Terciptanya kepuasan dari pelanggan akan memberikan banyak manfaat, antara lain terjalinnya hubungan yang baik antara pelanggan dengan perusahaan, memberikan dasar dalam membentuk loyalitas atau kesetiaan dari pelanggan, dan membuat satu promosi *Word of mouth* yang menguntungkan bagi perusahaan (Rangga, 2022).

Kualitas layanan wajib dimiliki oleh setiap destinasi wisata dalam mengembangkan objek wisata. Dengan meningkatkan kualitas layanan dapat memberikan kepuasan bagi pengunjung. Selain itu, melalui kualitas layanan yang baik dan optimal segala kebutuhan dan harapan pengunjung bisa terpenuhi. Terdapat 5 dimensi kualitas layanan yaitu bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan perhatian. Kelima dimensi tersebut tersebut sangat penting dalam menarik wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata dan dapat digunakan untuk mengukur tingkat kualitas layanan yang diberikan oleh pengelola wisata.

Kesetiaan pelanggan merupakan komitmen dari pelanggan untuk menggunakan suatu produk atau jasa, dimana dalam konteks pariwisata, disebut juga sebagai kesetiaan pengunjung karena adanya ketertarikan pengunjung terhadap suatu objek wisata serta munculnya keinginan untuk berkunjung kembali. Selain itu, kesetiaan pengunjung juga ditandai keinginan untuk merekomendasikan suatu objek wisata kepada orang lain. Dengan bertumbuhnya kesetiaan pengunjung terhadap objek wisata yang ditawarkan, dapat membuat pengunjung tidak mudah untuk berpindah ke destinasi wisata yang lain.

Berdasarkan hasil penelitian, secara simultan hasil uji statistik berdasarkan perhitungan Anova menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 10.033 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 maka dapat dikatakan ke 5 variabel bebas dalam penelitian ini mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kesetiaan Pengunjung (Y), artinya naik-turunnya nilai kesetiaan pengunjung sangat ditentukan oleh naik turunnya ke 5 variabel bebas dalam penelitian ini, yaitu dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama ke 5 variabel bebas yaitu variabel Bukti Fisik (X_1), Keandalan (X_2), Ketanggapan (X_3), Jaminan (X_4) dan Perhatin (X_5) berpengaruh signifikan terhadap Kesetiaan

Pengunjung (Y).

Dari hasil statistik uji statistik menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} dengan nilai signifikan untuk ke 5 variabel Bukti Fisik (X_1) t_{hitung} 2.934 dan nilai signifikan sebesar 0,049, Keandalan (X_2) t_{hitung} 2.380 dan nilai signifikan sebesar 0.048, Ketanggapan (X_3) t_{hitung} 2.362 dan nilai signifikan sebesar 0.044, Jaminan (X_4) t_{hitung} 2.519 dan nilai signifikan sebesar 0.013 dan Perhatin (X_5) t_{hitung} 2.493 dan nilai signifikan sebesar 0.036. Maka dapat dikatakan ke 5 variabel nilai t_{hitung} dan nilai signifikan lebih besar dari nilai t_{tabel} 1.985 dan nilai signifikansi digunakan 5% (0,05) sehingga ke 5 variabel bebas) berpengaruh signifikan terhadap Kesetiaan Pengunjung (Y).

Dari hasil penelitian diketahui bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap terhadap kesetiaan pengunjung di Desa Wisata Koja Doi Kabupaten Sikka. Hal serupa juga dijumpai pada penelitian dari Suwarsito & Aliya (2020), ditemukan adanya pengaruh antara kualitas layanan dengan kesetiaan pengunjung. Semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan maka akan mempengaruhi kesetiaan pengunjung. Dimana menurut Tjiptono (2016), kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian pada tingkat keunggulan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Chang & Yeh (2017) menjelaskan bahwa kualitas layanan memiliki dampak jangka panjang dalam membangun kepuasan pelanggan dan menjadikan pelanggan setia kepada perusahaan. Kualitas layanan dapat dicapai apabila bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan serta harapan pelanggan (Tjiptono & Chandra, 2011). Selanjutnya menurut Parasuraman et al., (1988), kualitas layanan adalah perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan.

Dari beberapa pengertian tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, serta harapan dari pelanggan. Kualitas layanan yang baik akan berdampak pada kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Dengan demikian, kualitas layanan dapat memengaruhi kesetiaan pelanggan.

SIMPULAN

Secara parsial maupun simultan menunjukan bahwa bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan perhatian mempengaruhi kesetiaan pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Chang, Y. H., & Yeh, C. H. (2017). Corporate Social Responsibility and Customer Loyalty in Intercity Bus Services. *Transport Policy*, 59, 38-45. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2017.07.001>
- Darsono, D. (2010). Loyalitas Pelanggan Konsep, Evolusi dan Implikasi. *Dharma Ekonomi*, 17(32), 1-9. <https://ejurnal.stiedharmaputra-smg.ac.id/index.php/DE/article/view/181/153>
- Dewa, C. B. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Persepektif*, XVI(1), 1-6. <https://doi.org/10.31294/jp.v16i1.2347>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall Published
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1988). Servqual a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40. https://www.researchgate.net/publication/225083802_SERVQUAL_A_multiple-Item_Scale_for_measuring_consumer_perceptions_of_service_quality
- Presiden, RI. (2009). *Undang-undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan*. <https://jdih.bumn.go.id/baca/UU%20Nomor%2010%20Tahun%202009.pdf>
- Rangga, Y. D. P. (2022). *Manajemen Pemasaran (Teori dan Implementasi dalam Perguruan Tinggi)*. Purbalingga: Eureka Media Aksara
- Suwarsito, S., & Aliya, S. (2020). Kualitas Layanan dan Kepuasan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(1), 27-35. <https://journal.binadarma.ac.id/index.php/BINAMANAJEMEN/article/view/826>
- Tangfo, A., & Suryawan, B.I. (2020). Analisis Kebutuhan Pengunjung Terhadap Sarana Dan Prasarana Di Daya Tarik Wisata Pantai Hamad, Kota Jayapura, Papua. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 8(1), 98-102.
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*, (6th ed.). Yogyakarta: Andi Yogyakarta
- Tjiptono, F. (2016). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*, (1st ed.). Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*, (3rd ed.). Yogyakarta: ANDI
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A. & Leonard, L. B. (2000). *Delivering Quality Service Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press