

Pengaruh Citra Destinasi Wisata Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Pantai Tiga Warna

Winda Septiandari^{1*)}, Syarif Hidayatullah²⁾, Stella Alvianna³⁾, Aprilia Rachmadian⁴⁾, Dewi Hermin Sutanto⁵⁾

¹ Mahasiswa Diploma Kepariwisata Unmer Malang, ² Dosen Diploma Kepariwisata Unmer Malang,

³ Dosen Diploma Kepariwisata Unmer Malang, ⁴ Dosen Diploma Kepariwisata Unmer Malang, ⁵ Dosen Diploma Kepariwisata Unmer Malang

*septiandariwinda@gmail.com (Winda Septiandari)

*syarif_ok@yahoo.com (Syarif Hidayatullah)

*stella.alvianna@unmer.ac.id (Stella Alvianna)

*aprilia.rachmadian@unmer.ac.id (Aprilia Rachmadian)

*shiennypetra@yahoo.com (Dewi Hermin Sutanto)

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan Citra Destinasi Wisata dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Pantai Tiga Warna, Kabupaten Malang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan variabel bebas yaitu Citra Destinasi Wisata dan Kualitas Layanan serta variabel terikat yaitu Kepuasan Pengunjung. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pada penelitian ini terdapat populasi sebesar 16.800 yang didapat dari data historis pengunjung Pantai Tiga Warna, Kabupaten Malang pada periode Januari-Agustus 2020. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan 100 responden yang telah melakukan kunjungan ke Pantai Tiga Warna. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Citra Destinasi Wisata dan Kualitas Layanan baik secara parsial ataupun simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung di Pantai Tiga Warna. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dapat diberikan beberapa rekomendasi berupa saran-saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak pengelola Pantai Tiga Warna yaitu senantiasa meningkatkan citra wisata dengan meyakinkan wisatawan untuk melakukan kegiatan wisata, meningkatkan standar wisata, serta memperhatikan kebersihan lingkungan.

Keywords : Citra Destinasi Wisata, Kualitas Layanan, Kepuasan Pengunjung

PENDAHULUAN

Jawa Timur adalah salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi wisata pantai dan bahari yang sangat beragam, baik di sisi utara maupun di sisi selatan. Kabupaten Malang Selatan adalah salah satu tujuan pariwisata yang belakangan ini sedang berkembang pesat. Berdasarkan data dari BPS Kab. Malang, kunjungan wisatawan domestik diperoleh kurang lebih 3,5 juta dan turis mancanegara terdapat kurang lebih 99 ribu orang. Garis maritim di Kabupaten Malang Selatan telah dimanfaatkan untuk menarik banyak perhatian wisatawan. Kesatuan Pengelolaan Hutan (KPH) Kantor Perhutani Malang menyebutkan bahwa Kabupaten Malang memiliki 101 obyek wisata dan mayoritas adalah wisata pantai, salah satunya adalah Pantai Tiga Warna.

Pantai Tiga Warna terletak di Desa Tambakrejo, Kecamatan Sumbermanjing Wetan, Kabupaten Malang. Pantai Tiga Warna tidak hanya indah, tetapi juga mempunyai kegiatan konservasi dan edukasi. Pantai Tiga Warna termasuk dalam kawasan *Clungup Mangrove Conservation* (CMC), yang dikelola oleh Kelompok Masyarakat Pengawas (POKMASWAS) Gatra Olah Alam Lestari (GOAL) binaan dari Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Jawa Timur. POKMASWAS Gatra Olah Alam Lestari secara intensif melakukan kegiatan konservasi melalui Program Pengembangan Desa Pesisir



Tangguh (PDPT) dan juga kontribusi berbagai pihak yang juga peduli dengan keselamatan sumber daya alam di pesisir sejak tahun 2013. Sejauh ini kawasan lindung telah mencapai 81 hektar, adapun kegiatan dalam area ini adalah pembibitan dan penanaman mangrove, transplantasi terumbu karang, pendidikan generasi awal melalui aktivitas pendidikan bahari mengenai keamanan ekosistem, dan penetasan telur penyu.

Kawasan pantai Tiga Warna termasuk *Marine Protected Area* (MPA), selain wisatawan yang dibatasi hanya 100 orang per hari, setiap wisatawan yang akan masuk ke pantai Tiga Warna harus diperiksa terlebih dahulu terkait barang bawaan, tidak diperbolehkan membuang sampah sembarangan di kawasan pantai, serta setiap makanan yang dibawa masuk oleh wisatawan harus dibawa kembali sampahnya pada saat mereka keluar dari kawasan Pantai Tiga Warna, dan apabila melanggar maka dikenakan sanksi denda oleh pihak pengelola. Wisatawan tidak hanya dapat melakukan aktivitas berenang, *snorkeling*, dan *diving* di Pantai Tiga Warna, tetapi juga dapat menyusuri mangrove dengan perahu, bermain perahu kano, mengunjungi rumah apung, serta melakukan kegiatan konservasi penanaman bibit mangrove, melepas anak penyu dan budidaya terumbu karang buatan. Pantai Tiga Warna menawarkan beberapa paket wisata baik untuk perorangan maupun kelompok dengan harga terjangkau.

Persaingan yang ketat dan tersedianya banyak pilihan dalam bisnis pariwisata di Jawa Timur khususnya di Kabupaten Malang mengharuskan pelaku usaha untuk dapat memperhatikan keunggulan kompetitif dari suatu destinasi wisata seperti dengan menciptakan citra yang positif pada pengunjung dan mempunyai ketersediaan kualitas layanan yang baik, baik dari pekerja maupun pengelola wisata yang ramah dan sopan, begitu juga dengan sarana dan prasarana.

Berdasarkan fenomena yang menjadi acuan, penelitian ini menguji “Pengaruh Citra Destinasi Wisata dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Pantai Tiga Warna”. Variabel ini penting untuk diteliti karena industri pariwisata di Kabupaten Malang mempunyai persaingan yang ketat dalam beberapa tahun terakhir dan mengharuskan pengelola mempunyai keunggulan kompetitif di masing-masing bidang.

KAJIAN LITERATUR

Citra Destinasi Wisata

Citra destinasi wisata adalah salah satu hal yang mempengaruhi baik atau tidaknya suatu daerah yang menjadi tujuan wisata. Persepsi wisatawan tentang suatu destinasi wisata secara otomatis akan terekam dalam memorinya dan mempengaruhi penilaiannya akan destinasi tersebut. Citra destinasi tujuan wisata yang positif menurut Buhalis (2000) (dalam Mohammad Ridha & Amalia, 2018) yaitu untuk meningkatkan standar hidup penduduk lokal, meningkatkan jumlah wisatawan, dan menstimulasi pembangunan daerah. Dapat disimpulkan bahwa citra tujuan wisata dapat membangun koneksi positif antara suatu tempat atau daerah dengan orang yang tinggal ataupun yang mengunjunginya. Indikator dari variabel citra tujuan wisata menurut Baloglu dan McCleary (1991) (dalam Mohammad Ridha & Amalia, 2018) adalah: (1) Kognitif yaitu pengetahuan dan kepercayaan wisatawan terhadap suatu daerah tujuan wisata. (2) Afektif yaitu perasaan wisatawan terhadap daerah tujuan wisata tersebut. (3) Konatif yaitu tahap terakhir dari wisatawan untuk melakukan sesuatu keputusan untuk mengunjungi destinasi tersebut.



Kualitas Layanan

Kotler dan Armstrong (2012) menyatakan, bahwa Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Tjiptono (2008) menyatakan, *service quality* merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Terdapat lima dimensi utama yang disusun Parasuraman, *et al.*, (1988) dalam Tjiptono dan Chandra (2016) sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut:

1. Reliabilitas (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
3. Jaminan (*Assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
4. Empati (*Empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Bukti Fisik (*Tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

Kepuasan Pengunjung

Kepuasan (*satisfaction*) menurut Kotler dan Keller (2012) yaitu perasaan kecewa ataupun senang yang dirasakan oleh seseorang, yang timbul akibat membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi pembeli. Kepuasan wisatawan merupakan ukuran keseluruhan dari pendapat wisatawan pada setiap kualitas destinasi (Prayag, 2008 dalam Coban, 2012).

Yuksel *et al.* (2010) mengukur kepuasan dengan tiga item, pertama berkaitan dengan senang atau tidaknya wisatawan terhadap keputusannya untuk berkunjung ke destinasi pariwisata, kedua yaitu kepercayaan bahwa memilih destinasi terkait merupakan hal yang benar, dan ketiga tingkat kepuasan secara keseluruhan selama berwisata ke destinasi pariwisata.

Berdasarkan kajian literatur yang diuraikan sebelumnya, dapat disusun pengembangan hipotesis sebagai jawaban sementara terhadap permasalahan yang diajukan dalam penelitian, yaitu sebagai berikut:

H₁: Citra Destinasi Wisata memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung

H₂: Kualitas Layanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung

H₃: Citra Destinasi Wisata dan Kualitas Layanan secara simultan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung



METODE PENELITIAN

Jenis penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif atau metode tradisional, karena sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. “Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis” (Sugiyono, 2012).

Menurut (Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif, 2010), populasi adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya”. Pada penelitian ini terdapat populasi sebesar 16.800 yang didapat dari data historis pengunjung Pantai Tiga Warna, Kabupaten Malang pada periode Januari-Agustus 2020. Besar sampel penelitian karena jumlah populasi tidak diketahui maka peneliti menggunakan pendapat (Hair, Jr, 2015) merekomendasikan jumlah sampel minimal adalah 5 sampai 10 kali dari jumlah item pernyataan yang terdapat dalam kuesioner.

Penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel dengan memilih beberapa sampel tertentu yang relevan dengan tujuan atau masalah peneliti. Penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Menurut Rangkuti (2003), “Dalam skala *Likert*, kemungkinan jawaban tidak hanya sekadar "setuju" dan "tidak setuju saja, melainkan dibuat dengan lebih banyak kemungkinan jawaban”. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data yaitu kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan beberapa metode untuk menganalisis data, yakni uji validitas dan reliabilitas, analisa deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi dan uji t & F (hipotesis) yang diolah menggunakan aplikasi SPSS 26.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Pengujian validitas bertujuan untuk mengetahui suatu data dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Menurut Yusup et al. (2018), “Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid, dengan kata lain instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.” Uji signifikansi dilakukan dengan cara membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = n-2, pada penelitian ini n adalah jumlah sampel yaitu sebesar 100 responden sehingga besarnya df dapat dihitung sebagai 100-2=98. Jika $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} dan bernilai positif, maka dapat disimpulkan indikator valid. Dengan df sebesar 98, dapat diperoleh hasil r_{tabel} sebesar 0,1966.

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Citra Destinasi Wisata (X1)	X1.1	0,754	0,1966	Valid
	X1.2	0,768	0,1966	Valid
	X1.3	0,865	0,1966	Valid
	X1.4	0,618	0,1966	Valid
	X1.5	0,824	0,1966	Valid
	X1.6	0,868	0,1966	Valid
	X1.7	0,649	0,1966	Valid
Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan



Kualitas Layanan (X2)	X2.1	0,718	0,1966	Valid
	X2.2	0,775	0,1966	Valid
	X2.3	0,756	0,1966	Valid
	X2.4	0,778	0,1966	Valid
	X2.5	0,766	0,1966	Valid
Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kepuasan Pengunjung (Y)	Y.1	0,787	0,1966	Valid
	Y.2	0,825	0,1966	Valid
	Y.3	0,838	0,1966	Valid

Berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan keseluruhan item sebagai alat ukur Citra Destinasi Wisata, Kualitas Layanan, dan Kepuasan pengunjung adalah valid dengan nilai r hitung di keseluruhan item lebih besar dari nilai r tabel.

2. Uji Reliabilitas

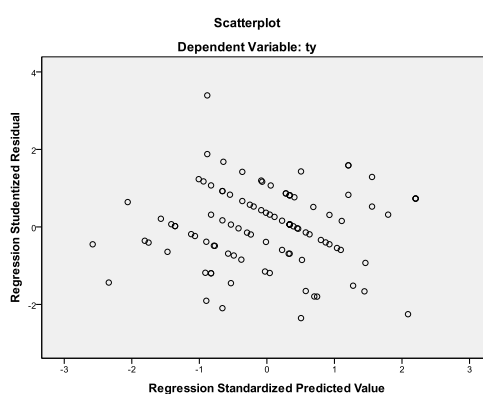
Berdasarkan uji yang dilakukan, ditemukan bahwa seluruh item dari variabel Citra Destinasi Wisata, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Pengunjung dinyatakan reliabel. Hal ini dapat dilihat pada nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,6 (*Cronbach's Alpha* > 0,6), maka dapat disimpulkan bahwa item-item dalam penelitian adalah reliabel.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Kritis (0,6)	Keterangan
Citra Destinasi Wisata (X1)	0,882	0,6	Reliabel
Kualitas Layanan (X2)	0,815	0,6	Reliabel
Kepuasan Pengunjung (Y)	0,749	0,6	Reliabel

3. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas pada penelitian menunjukkan adanya titik-titik menyebar pada sekitar garis diagonal, serta titik-titik menyebar dengan mengikuti arah pada garis diagonal. Dapat disimpulkan bahwa model regresi linier penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.



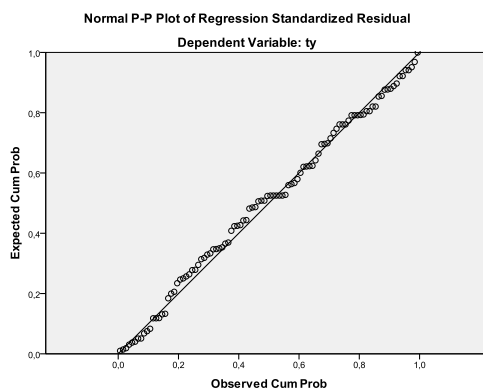
Gambar 1. Uji Normalitas

4. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018), Uji Heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual dari satu pengamatan yang lain maka



disebut homokedastisitas dan jika varian berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak heterokedastisitas. Berdasarkan hasil pengolahan dengan menggunakan program SPSS *for windows*, hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

5. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil pengolahan dengan menggunakan program SPSS *for windows*, hasil uji multikolinieritas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Citra Destinasi Wisata (X1)	0.569	1.756	Tidak terjadi multikolenieritas
Kualitas Layanan (X2)	0.569	1.756	Tidak terjadi multikolenieritas

Dapat dilihat bahwa nilai VIF variabel Citra Destinasi Wisata (X1) dan Kualitas Layanan (X2) adalah 1.756. Variabel tersebut memiliki $VIF \leq 10$ dan nilai *tolerance* ≥ 0.10 maka dapat dikatakan tidak terdapat gejala multikolinieritas.

6. Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan nilai R^2 (*Adjusted R Square*), dihasilkan 0,417 atau 42%, sehingga dapat diketahui bahwa besarnya kontribusi pengaruh variabel Citra Destinasi Wisata (X1) dan Kualitas Layanan (X2) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) di Pantai Tiga Warna sebesar 42%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.

7. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil pengolahan dengan menggunakan program SPSS *for windows*, hasil analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	var.	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
		Beta	Std. Error	Beta		
(Constant)		3,372	2,102		1,460	0,527
Citra Destinasi Wisata	X1	0,348	0,101	0,243	3,433	0,001
Kualitas Layanan	X2	0,337	0,064	0,540	5,310	0,000
Dependent Variable	Kepuasan Pengunjung (Y)					
Line Equation	$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$					



<i>Result</i>	$Y = 3,372 + 0,243 X_1 + 0,540 X_2 + e$
---------------	---

Berdasarkan penelitian, diketahui persamaan regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 3,372337 + 0,348 X_1 + 0,540 X_2 + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda di atas, dapat dijelaskan sebagai a (konstanta) = 3,372 yang artinya apabila variabel bebas yang terdiri dari Citra Destinasi Wisata (X1) dan Kualitas Layanan (X2) diabaikan atau diasumsikan nol, maka variabel Kepuasan Pengunjung (Y) akan bernilai sama dengan nilai konstantanya yaitu sebesar 3,372. Nilai koefisien regresi variabel Citra Destinasi Wisata (X1) sebesar 0,348 bernilai positif. Artinya apabila variabel Citra Destinasi Wisata meningkat sebesar satu satuan dan variabel bebas yang lain (Kualitas Layanan) bernilai 0 (nol), maka terbentuknya Kepuasan Pengunjung (Y) akan meningkat sebesar 0,348.

Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Layanan (X2) sebesar 0,540 bernilai positif. Artinya apabila variabel Kualitas Layanan meningkat sebesar satu satuan dan variabel bebas yang lain (Citra Destinasi Wisata) bernilai 0 (nol), maka terbentuknya Kepuasan Pengunjung (Y) akan meningkat sebesar 0,540.

8. Uji t

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dikatakan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel Citra Destinasi Wisata (X1) adalah sebesar 3,433 dan memiliki nilai signifikansi 0,001 maka dapat diambil kesimpulan $t_{hitung} 3,433 > t_{tabel} 1,985$ dan dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,050$ (0,05). Hal ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa Citra Destinasi Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) mengunjungi Pantai Tiga Warna. Nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Layanan (X2) adalah sebesar 5,310 dan memiliki nilai signifikansi 0,000 maka dapat diambil kesimpulan $t_{hitung} 5,310 > t_{tabel} 1,985$ dan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,050$ (0,05). Hal ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa Kualitas Layanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) mengunjungi Pantai Tiga Warna.

9. Uji F

Penelitian menunjukkan nilai F_{hitung} 36,427, dengan signifikan sebesar 0,000. Maka nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $36,427 > 3,09$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Citra Destinasi Wisata (X1) dan Kualitas Layanan (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) mengunjungi Pantai Tiga Warna.

Pengaruh Citra Destinasi Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan uji t variabel Citra Destinasi Wisata (X1) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y), dapat dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar 3,433, lebih besar dari t_{tabel} dengan nilai 1,985 dan dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,050 yaitu sebesar 0,001. Dengan demikian Citra Destinasi Wisata (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) di Pantai Tiga Warna. Penelitian ini mendukung dari hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gustiana, et. al. (2020) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Gunung Dempo Kota Pagar Alam Sumatera Selatan.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan uji t variabel Kualitas Layanan (X2) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y), dapat dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar, 5,310 lebih besar dari t_{tabel} dengan nilai 1,985 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000 Dengan demikian Kualitas Layanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) di Pantai Tiga Warna. Penelitian ini mendukung dari hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Stella, et.al. (2015) yang menyatakan Kualitas Pelayanan Objek Wisata, secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan, serta penelitian dari Wijaya, Fahmy dan Sujana (2020) yang menyatakan bahwa variabel Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan The Jungle Waterpark.

Pengaruh Citra Destinasi Wisata dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan uji F variabel Citra Destinasi Wisata (X1) dan Kualitas Layanan (X2) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) di Pantai Tiga Warna, diperoleh F_{hitung} sebesar 36,427 dengan tingkat signifikansi 0,000 dan telah diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,09. Dengan demikian $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $36,427 > 3,09$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian variabel Citra Destinasi Wisata (X1) dan Kualitas Layanan (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) di Pantai Tiga Warna. Penelitian ini mendukung dari hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Safitasari dan Ida Maftukhah (2017) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas layanan, promosi, dan citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung baik secara langsung maupun tidak langsung, semakin tinggi tingkat kualitas layanan, promosi, dan citra destinasi maka dapat mempengaruhi keputusan berkunjung yang akan berdampak pada kepuasan pengunjung.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang diuji dengan 100 responden menunjukkan bahwa variabel Citra Destinasi Wisata dan Kualitas Layanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (Uji t) dapat diketahui bahwa variabel Citra Destinasi Wisata secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung di Pantai Tiga Warna. Sedangkan variabel Kualitas Layanan secara parsial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung di Pantai Tiga Warna. Berdasarkan hasil pengujian secara simultan (Uji F) dapat diketahui bahwa variabel Citra Destinasi Wisata dan Kualitas Layanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung di Pantai Tiga Warna. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Citra Destinasi Wisata dan Kualitas Layanan baik secara parsial ataupun simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung di Pantai Tiga Warna. Hal tersebut sesuai dengan yang ada, karena Pantai Tiga Warna memberi kenyamanan saat berada di destinasi wisata, pengunjung menilai bahwa Pantai Tiga Warna adalah salah satu tujuan wisata yang diinginkan, pihak pengelola memelihara hubungan yang baik dengan pengunjung, pihak pengelola mempunyai komunikasi yang baik dengan pengunjung, serta pengunjung percaya bahwa pemilihan berkunjung ke Pantai Tiga Warna adalah hal yang tepat.



REFERENSI

- Alvianna, S., & Alviandra, R. (2020). *Pengaruh Destinasi Wisata dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Kampung Wisata Topeng Malang Pengaruh Destinasi Wisata dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Kampung Wisata Topeng Malang*. December.
- Alvianna, S., Earlike, F., Sani, A., Lasarudin, A., & Hidayatullah, S. (2020). *The Impact of Visitor Satisfaction Mediation from the Relationship between Marketing Information Systems , Tourist Destinations and Service Quality towards Returning Interest in Malang Topeng Village Tourism Destinations*. 4413(12), 332–338. <https://doi.org/10.36349/easjmb.2020.v03i12.003>
- Alvianna, S., Patalo, R. G., Hidayatullah, S., & Rachmawati, I. K. (2020). *Pengaruh Attraction , Accessibillity , Amenity , Ancillary Terhadap Kepuasan Generasi Millenial Berkunjung ke Tempat Wisata*. 4, 53–59. <https://doi.org/10.34013/jk.v4i2.41>
- Amelia, Rizka ; Hidayatullah, S. (2020). *The Effect of Instagram Engagement to Purchase Intention and Consumers ' Luxury Value Perception as the mediator in the Skylounge Restaurant*. 5(4), 958–966.
- Anibal MJ N'dami, C. ;, Syarif, H. ;, Stella, A. ;, Muhammad Danang, S. ;, & Rulli, K. (2021). *PRESPECTIVE OF TOURISM DEVELOPMENT IN BIJAGOS ISLAND (GUINEA-BISSAU) AS WELL AS COMMUNITY ECONOMIC GROWTH*. 9(1), 3766–3773.
- Asmoro, D. R., & Maftukhah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merk Dan Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Pada Rs Keluarga Sehat Di Kab Pati. *Management Analysis Journal*.
- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00030-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00030-4)
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)
- Carman, J. M. (1990). Consumer perceptions of service quality: an assessment of the SERVQUAL dimensions. *Journal of Retailing VO - 66*.
- Çoban, S. (2012). The effects of the image of destination on tourist satisfaction and loyalty: The case of Cappadocia. *European Journal of Social Sciences*.
- Donni, P. J. (2017). Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Kontemporer. In *alfabeta*.
- Eman, E. M., Alvianna, S., Hidayatullah, S., & Lazaruddin, A. (2021). *The Influence of Social Media on Tourists Visiting Lake Weekuri Southwest Sumba*. 6(1), 538–542.
- Hair, Jr, J. F. (2015). Essentials of Business Research Methods. In *Essentials of Business Research Methods*. <https://doi.org/10.4324/9781315704562>
- Hidayatullah, S. (2020). *Website Quality: The Effect with Perceived Flow and Purchase Intention in Travel Customers in Malang City*. 5(11).
- Hidayatullah, S., Malang, U. M., Khourouh, U., Malang, U. M., Windhyastiti, I., & Malang, U. M. (2018). Development of Tourist Village Model Through “Pokdarwis” Empowerment and Information Technology Utilization. *European Journal of Business and Management, January*. <https://doi.org/10.7176/ejbm-10-23-12>
- Hidayatullah, S., Rachmawati, I. K., & Khourouh, U. (2017). *The Effectivity of “ Pokdarwis ” Role on Successfully Marketing of Tourism Village Towards “ Mega Tourism : Batu City For The World .” August, 978–979*.



- Hidayatullah, S., Windhyastiti, I., Patalo, R. G., & Rachmawati, I. K. (2020). *Citra Destinasi: Pengaruhnya terhadap Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan yang Berkunjung ke Gunung Bromo*. 96–108.
- Hosany, S., Ekinci, Y., & Uysal, M. (2007). Destination image and destination personality. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*. <https://doi.org/10.1108/17506180710729619>
- Jenkins, O. H. (1999). Understanding and measuring tourist destination images. *International Journal of Tourism Research*. [https://doi.org/10.1002/\(sici\)1522-1970\(199901/02\)1:1<1::aid-jtr143>3.3.co;2-c](https://doi.org/10.1002/(sici)1522-1970(199901/02)1:1<1::aid-jtr143>3.3.co;2-c)
- Kotler dan Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, PT. Indeks., Jakarta. In *e – Jurnal Riset Manajemen*.
- Lopes, S. D. F. (2011). Destination image: Origins, Developments and Implications. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2011.09.027>
- Oroh, S., Mananeke, L., & Sangkaeng, S. (2015). Pengaruh Citra, Promosi dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Objek Wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i3.10113>
- Philip Kotler dan Gery Armstrong. (2012). *pengaruh lokasi, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian*. HIFADH.
- Pratama, B. P., Hidayatullah, S., & Alvianna, S. (2021). *Mediation Effect of Customer Satisfaction from the Relationship between System Quality, Information Quality, and Service Quality towards Interests of Tourist Visiting in East Java Park* 3. 6(1), 95–100.
- Rangkuti, F. (2003). Measuring customer satisfaction: teknik mengukur dan strategi meningkatkan kepuasan pelanggan plus analisis kasus {PLN}-{JP}. In *Gramedia Pustaka Utama*.
- Sandrio, L., Hidayatullah, S., Supriadi, B., & Patalo, R. G. (2020). *Effect Of Tourism Satisfaction As A Mediator Variable Of Images Of Destination And Facilities To Loyalties On Millenial Generation To Visit Bromo Tengger Semeru*. 9(05), 183–187.
- Shodiq, A. F., Hidayatullah, S., & Ardianto, Y. T. (2018). *Influence Of Design, Information Quality And Customer Services Website On Customer Satisfaction*. 9(12), 746–750. <https://www.researchgate.net/publication/338403234>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Metode Penelitian Kuantitatif & kualitatif, *Journal of Experimental Psychology: General* (2010).
- Syarif, H. at all. (2020). *ALAM WEBSITE, sejarah, jenis, manfaat, kejahatan dan solusi pada alam website* (1st ed.). Uwais Inspirasi Indonesia.
- Tjiptono, & Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. In *Yogyakarta: Andi*.
- Wibowo, R., Alvianna, S., Hidayatullah, S., Astuti, W., & Setioko, D. (2021). *Analysis of the Influence of Tourist Destinations and Service Quality on Tourist Satisfaction Visiting the Jawa Timur Park in the New Normal Era*. 6(1), 295–300.
- Yusup, F., Studi, P., Biologi, T., Islam, U., & Antasari, N. (2018). Uji Validitas Dan Reliabilitas. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*.

