

**PENGARUH FASILITAS WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA MARJOLY
BEACH RESORT DI KABUPATEN BINTAN**

SKRIPSI

KENNY

NIM : 19612097



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN
TANJUNG PINANG
2023**

**PENGARUH FASILITAS WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA MARJOLY
BEACH RESORT DI KABUPATEN BINTAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi

OLEH

NAMA : KENNY

NIM : 19612097

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN
TANJUNGPINANG
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH FASILITAS WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA MARJOLY
BEACH RESORT DI KABUPATEN BINTAN**

Diajukan kepada :

Panitia Komisi Ujian
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan
Tanjungpinang

Oleh :

NAMA : KENNY
NIM : 19612097

Menyetujui,

Pembimbing Pertama,



Octojaya Abriyoso, S.I.Kom., M.M.
NIDN. 1005108903 / Asisten Ahli

Pembimbing Kedua,



Rapida Nuriana, S.Pd., M.M.
NIDN. 1020069101 / Asisten Ahli

Menyetujui,

Ketua Program Studi,



Alfa Nurma Saputra, S.T., M.M
NIDN. 1011088902 / Lektor

Skripsi Berjudul

**PENGARUH FASILITAS WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA MARJOLY
BEACH RESORT DI KABUPATEN BINTAN**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh:

NAMA : KENNY
NIM : 19612097

Telah dipertahankan di depan Panitia Komisi Ujian Pada Tanggal
Lima Belas Juli Tahun Dua Ribu Dua Puluh Tiga dan
Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat untuk Diterima

Panitia Komisi Ujian

Ketua,



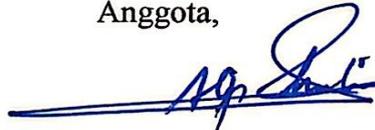
Octojaya Abriyoso, S.I.Kom., M.M.
NIDN. 1005108903 / Asisten Ahli

Sekretaris,



Raja Hardiansyah, S.E., M.E.
NIDN. 8818010016 / Lektor

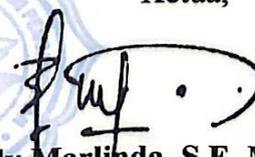
Anggota,



Alfi Hendri, S.E., M.M.
NIDN. 8813900016 / Asisten Ahli

Tanjungpinang, 15 Juli 2023
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang,
Ketua,




Charly Marlinda, S.E., M.Ak.Ak.CA
NIDN. 1029127801 / Lektor

HALAMAN SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Kenny
Nim : 19612097
Tahun Angkatan : 2019
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,46
Program Studi / Jenjang : Manajemen / Strata - 1 (Satu)
Judul Skripsi : Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Marjoly Beach Resort Di Kabupaten Bintan.

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan bukan hasil rekayasa maupun karya orang lain. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dengan tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan apabila ternyata dikemudian hari ternyata saya membuat pernyataan palsu, maka saya siap diproses sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Tanjungpinang, 7 Juni 2022

Penyusun,



KENNY

NIM : 19612097

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala puja dan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa dan atas dukungan dan doa dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat dirampungkan dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya lanturan rasa syukur dan terimakasih saya kepada :

Untuk orang tua tercinta, terimakasih Papa ku yang tanpa lelah dengan penuh kasih sayang memanjatkan doa yang luar biasa untuk kesuksesan ku serta memberikan dukungan moral maupun materil. Ucapan terimakasih saja takkan pernah cukup untuk membalas kebaikan papa ku, karena itu terimalah persembahan karya kecil ku ini untuk mu.

Untuk bapak dan ibu dosen pembimbing, penguji, dan pengajar, yang selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan ku, memberikan bimbingan dan pelajaran yang terbilang mahal harganya, agar saya menjadi lebih baik. Terima kasih banyak bapak dan ibu dosen, jasa kalian akan selalu terpatri di hati.

Dan terakhir, ku persembahkan juga karya kecil ku ini untuk kamu yang telah menemani ku dalam setiap proses penyelesaian karya kecil ini, terimakasih telah memberikan semangat dan dukungan untuk ku dalam mengerjakan karya kecil ini.

HALAMAN MOTTO

“Buku yang bagus bukan hanya buku yang mendapat penghargaan ini itu. Tapi buku bagus juga buku yang membuka minat baca seseorang, menjadi buku pertama yang membuatnya suka membaca, lalu tumbuh menjadi pembaca yang membaca lebih banyak buku.”

(Boy candra)

“Harta, Kekayaan, Kemoralan, Kedermawanan dan Kebijakan seperti sumur. Ketika dibagikan airnya tetap sama tetapi, orang yang kehausan menjadi bebas dari kehausan. Jangan hanya menjadi sumber air dalam diri kita, bagikanlah kepada siapapun di lingkungan kita serta keluarga kita sehingga kita menjadi sumur kebajikan yang tidak pernah habis.”

(Bhikkhu Uttamo)

“Jangan terlalu ambil hati dengan ucapan seseorang, kadang manusia punya mulut tapi belum tentu punya pikiran.”

(Albert Einstein)

“Menjadi mahasiswa adalah sebuah privilege Keistimewaan yang tidak semua pemuda diberkahi kesempatan. Kalian adalah bagian dari 35% anak muda seusia kalian yang bisa merasakan bangku kuliah. Itu adalah peluang kenikmatan sekaligus tanggungjawab.”

(Najwa Shihab)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan usulan penelitian dengan judul **“PENGARUH FASILITAS WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA MARJOLY BEACH RESORT DI KABUPATEN BINTAN”** yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Tanjungpinang.

Dalam hal ini penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan usulan penelitian ini. Dalam penyusunan usulan penelitian ini, banyak pihak-pihak yang turut serta membantu mulai dari awal hingga akhir penyusunan usulan penelitian ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Charly Marlinda, S.E., M.Ak., Ak., CA., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
2. Ibu Ranti Utami, S.E., M.Si.Ak.CA., selaku Wakil Ketua I Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
3. Ibu Sri Kurnia, S.E., M.Si.Ak.CA., selaku Wakil Ketua II Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
4. Bapak Muhammad Rizki. M, HSc., selaku Wakil Ketua III Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
5. Bapak Eka Kurnia Saputra, S.T., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
6. Bapak Octojaya Abriyoso, S.I.Kom., M.M. selaku Sekretaris Prodi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang dan dosen pembimbing I yang telah memberi arahan, saran, dan perbaikan terhadap penyusunan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

7. Ibu Rapida Nuriana, S.Pd., M.M., selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tidak pernah lelah dalam memberikan arahan dan bimbingan.
8. Kepada Manager dan HRD beserta Supervisor Marjoly *Beach Resort* terimakasih telah memberi kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian di Marjoly *Beach Resort*.
9. Seluruh dosen pengajar dan staf secretariat Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
10. Seluruh anggota keluargaku yang terus memberi dukungan mereka kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuangan angkatan 2019, yang terus menemani dan memotivasi penulis dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.
12. Semua pihak yang terkait dalam penyusunan skripsi, yang tidak dapat dituliskan satu-persatu, terima kasih atas semuanya.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pembaca, khususnya Mahasiswa/I Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.

Tanjungpinang, 15 Juli 2023

Penulis

KENNY

NIM : 19612097

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI	
HALAMAN SURAT PERNYATAAN	
HALAMAN PERSEMBAHAN	
HALAMAN MOTTO	
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1.1. Manajemen	12
2.1.2. Manajemen Pemasaran	13
2.1.3. Pengertian Pemasaran.....	14
2.1.4. Kepuasan Pengunjung	15
2.1.5. Fasilitas Wisata.....	19
2.1.6. Kualitas Pelayanan	22
2.2 Kerangka Pemikiran	25

2.3 Hipotesis	27
2.4 Penelitian Terdahulu.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	32
3.1 Jenis Penelitian	32
3.2 Jenis Data.....	32
3.3 Teknik pengumpulan data	33
3.4 Populasi Dan Sampel.....	33
3.4.1 Populasi.....	33
3.4.2 Sampel	34
3.5 Definisi Operasional Variabel	35
3.6 Teknik Pengolahan Data.....	37
3.7 Teknik analisis data	38
3.7.1 Uji Kualitas Data	38
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	39
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda	42
3.7.4 Uji Hipotesis	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	78
4.1 Hasil Penelitian	78
4.1.1 Profil Marjoly <i>Beach Resort</i>	78
4.1.2 Karakteristik Responden.....	78
4.1.3 Deskriptif Tanggapan Responden	82
4.1.4 Deskriptif Variabel Penelitian	83
4.1.5 Uji Kualitas Data	94
4.1.6 Uji Asumsi Klasik.....	97
4.1.7 Uji Regresi Linear Berganda	101
4.1.8 Uji Hipotesis	103
4.2 Pembahasan.....	107
4.2.1 Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung.....	108
4.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung	109

4.2.3 Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung	110
---	-----

BAB V PENUTUP.....112

5.1 Kesimpulan.....	112
---------------------	-----

5.2 Saran.....	112
----------------	-----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

CURRICULUM VITAE

DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Halaman
1.	Data jumlah pengunjung Marjoly <i>Beach Resort</i>	4
2.	Jumlah Data pengunjung	34
3.	Definisi Operasional Variabel	36
4.	Kriteria Bobot Nilai Alternatif	37
5.	Tanggapan Responden terhadap variabel fasilitas wisata	83
6.	Tanggapan Respoden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan	86
7.	Tanggapan Respoden Terhadap Variabel Kepuasan Pengunjung	91
8.	Hasil Uji Validitas Fasilitas Wisata	94
9.	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	95
10.	Hasil Uji Validitas Kepuasan Pengunjung	95
11.	Hasil Uji Reliabilitas	96
12.	Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	98
13.	Hasil Uji Multikolinearitas	99
14.	Hasil Analisis Linear Berganda	101
15.	Hasil Uji Parsial	104
16.	Hasil Uji Simultan	105
17.	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	106

DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Halaman
1.	Hasil kuesioner Pra Survey Mengenai Fasilitas Wisata	6
2.	Hasil Pra Survey Mengenai Kualitas Pelayanan	6
3.	Hasil Kuesioner Pra Survey Mengenai Kepuasan Pengunjung.....	7
4.	Kerangka Pemikiran	26
5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	79
6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	80
7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	81
8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengunjung	82
9.	Uji Normalitas (Histogram).....	97
10.	Uji Heteroskedastisitas	101

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Tabulasi Data
- Lampiran 3 : Hasil Pengolahan Data
- Lampiran 4 : Persentase Plagiat
- Lampiran 5 : Dokumentasi
- Lampiran 6 : Surat Keterangan Dari Objek

ABSTRAK

PENGARUH FASILITAS WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA MARJOLY *BEACH RESORT* DI KABUPATEN BINTAN

Kenny. 19612097. Manajemen. STIE Pembangunan Tanjungpinang
Kennyken2107@gmail.com

Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui apakah fasilitas wisata berpengaruh parsial terhadap kepuasan pengunjung pada *Marjoly Beach Resort*, untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh parsial terhadap kepuasan pengunjung pada *Marjoly Beach Resort*, dan untuk mengetahui apakah fasilitas wisata dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengunjung pada *Marjoly Beach Resort*. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 356 orang responden dengan menggunakan teknik sampel non-probability yaitu purposive sampling.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Objek penelitian ini berupa masyarakat kabupaten bintan yang sudah pernah mengunjungi *Marjoly Beach Resort*. Pengumpulan data dilakukan dengan dua cara, yaitu penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Dimana responden mengisi kuesioner sebanyak 26 butir pernyataan yang berkaitan dengan variabel yang diukur.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas wisata dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Semakin baik tingkat fasilitas wisata dan kualitas pelayanan yang dimiliki *Marjoly Beach Resort*, maka akan semakin meningkat kepuasan pengunjung yang didapatkan.

Hasil pembahasan dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh baik secara parsial dan simultan antara fasilitas wisata dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini menjelaskan bahwa kedua variabel tersebut berhasil meningkatkan kepuasan pengunjung dengan nilai sebesar 73,4% sedangkan sisanya 26,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Fasilitas wisata, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pengunjung

Dosen Pembimbing 1 : Octojaya Abriyoso, S.I.Kom., M.M.

Dosen Pembimbing 2 : Rapida Nuriana, S.Pd., M.M.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF TOURISM FACILITIES AND SERVICE QUALITY ON VISITOR SATISFACTION AT MARJOLY BEACH RESORT IN BINTAN ISLAND

Kenny. 19612097. Management. STIE Pembangunan Tanjungpinang

[*Kennyken2107@gmail.com*](mailto:Kennyken2107@gmail.com)

The aim of the research is to find out whether the tourism facilities have a partial effect on visitor satisfaction at Marjoly Beach Resort, to find out whether service quality has a partial effect on visitor satisfaction at Marjoly Beach Resort, and to find out whether tourist facilities and service quality have a simultaneous effect on visitor satisfaction at Marjoly Beach Resorts. This study used a sample of 356 respondents using a non-probability sampling technique, namely purposive sampling.

The method used in this research is a quantitative method. The object of this research is the visitors of Bintan Regency who have visited Marjoly Beach Resort. Data collection was carried out in two ways, namely library research and field research. Where respondents filled out a questionnaire of 26 statement items relating to the variable being measured.

The results of this study indicate that tourist facilities and service quality affect visitor satisfaction. The better the level of tourist facilities and service quality owned by at Marjoly Beach Resort, the better the visitor satisfaction will be.

From the results of the discussion it can be seen that there is a partial and simultaneous influence both tourist facilities and service quality on visitor satisfaction. This explains that these two variables succeeded in increasing visitor satisfaction with a value of 73,4% while the remaining 26.6% is influenced by other variables not proposed in this study.

Keywords: tourist facilities, service quality, visitor satisfaction

Supervisor 1 : Octojaya Abriyoso, S.I.Kom., M.M.

Supervisor 2 : Rapida Nuriana, S.Pd., M.M.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata adalah salah satu sektor industri yang dapat menghasilkan devisa dan memiliki ciri khas tersendiri yaitu dalam penanganan maupun pengelolannya, sehingga bukan hanya sekedar modal kerja tetapi juga sangat membutuhkan suatu keahlian, ketekunan, dedikasi yang tinggi dan pintar memanfaatkan peluang yang ada untuk menjadikan pariwisata sebagai salah satu aspek yang di minatin oleh pengunjung (Putri & Farida, 2020).

Pariwisata adalah lahan yang dapat menjanjikan, sehingga pada awal tahun 1969 pemerintah mengeluarkan suatu keputusan mengenai pengembangan Kepariwisata Nasional dalam Disbudpar (2014). Sejak saat itu pembangunan pariwisata terus dipacu dan pemerintah mempunyai keyakinan bahwa pariwisata dapat menjadi sektor andalan. Secara keseluruhannya, perkembangan pariwisata Indonesia merupakan suatu hasil kerja berbagai pihak yaitu Pemerintah Pusat maupun daerah, lembaga legislatif, lembaga non-pemerintah, *pers*, swasta, perguruan tinggi dan masyarakat menurut (Purnami Sutyawardani & Suamba, 2019).

Pada era perdagangan bebas ataupun globalisasi pada saat ini, terjadi pergeseran strategi pemasaran yang berorientasi pada pengunjung Yuriansyah (2013). Penelitian Tjiptono mengungkapkan bahwa, kepuasan adalah reaksi terhadap ketidaksesuaian antara tingkat yang dimiliki dengan kinerja aktual yang dirasakan setelah memanfaatkan pelayanan. Sisi positif tersebut dapat

menunjukkan rasa percaya itu sendiri terhadap pelayanan yang diberikan oleh organisasi. Kepuasan konsumen adalah perasaan kecewa atau bahagia seseorang yang timbul ketika telah membandingkan antara kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung adalah fasilitas wisata dan kualitas Pelayanan (Purnami, Suryawardani & Suamba, 2019).

Menurut Spillane dalam Marpaung (2019), Fasilitas wisata adalah sarana dan prasarana yang dapat mendukung operasional suatu objek wisata dalam mengakomodasi segala kebutuhan wisatawan, tidak secara langsung dapat mendorong pertumbuhan tapi akan berkembang pada saat yang sama atau sesudah atraksi berkembang.

Menurut Gaspersz dalam Sulistiyana, Hamid & Azizah (2015), mengemukakan pengertian kualitas secara konvensional adalah suatu gambaran karakteristik yang secara langsung suatu produk (baik berupa barang atau jasa) seperti kinerja produk, keandalan produk, kemudahan penggunaan produk dan nilai estetika produk itu sendiri. Sementara jika dilihat dari sisi strategis, kualitas merupakan segala sesuatu yang mampu memenuhi kebutuhan pengunjung. Sedangkan pelayanan merupakan salah satu fokus penting bagi organisasi dalam melaksanakan kegiatan operasional organisasi. Setiap manusia pada hakikatnya sangat membutuhkan pelayanan, pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia dalam dunia. Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Mardiyani & Murwatiningsih (2015), mendefinisikan pelayanan sebagai hal penting yang dapat meningkatkan rasa

kepuasan bagi seseorang. Sementara itu, menurut Ratmino dan Winarsih dalam Wahyudi & Yusra (2021), memberikan definisi pelayanan sebagai suatu kegiatan atau serangkaian kegiatan yang sifatnya tidak berwujud (abstrak) yang diakibatkan oleh adanya interaksi antara pelanggan (konsumen) dengan pelayan (pemberi layanan suatu jasa), pemberian pelayanan disini yang dimaksud adalah untuk menyelesaikan kebutuhan akan permasalahan yang dialami pelanggan.

Indonesia yang kaya akan potensi dan sumber daya mempunyai peluang yang sangat besar untuk dikembangkan terutama untuk industri pariwisata karena industri pariwisata mampu menghasilkan pendapatan yang tinggi sehingga mampu dijadikan sebagai modal dalam pembangunan baik tingkat lokal, regional, maupun nasional. Banyak wilayah di Indonesia yang memiliki pesona alam yang menjadi tujuan wisatawan. Salah satunya adalah pantai *Marjoly Beach Resort* yang berada di Bintan.

Pantai *Marjoly Beach Resort* adalah salah satu tempat wisata yang berada dikawasan Bintan. *Marjoly Beach Resort* menawarkan tempat peristirahatan yaitu resort yang tenang dengan pohon- pohon kelapa yang melambai-lambai di sekelilingnya. Di pantainya terdapat tempat tidur gantung yang akan membuat pengunjung merasa nyaman dengan angin pantai yang menyejukan dan *Marjoly Beach Resort* juga menyediakan restoran dengan suasana yang nyaman dan juga tempat berfoto yang bagus untuk pengunjung melakukan potret bersama teman ataupun keluarga dan lain sebagainya. Akan tetapi, ternyata masih terdapat beberapa permasalahan mengenai kepuasan

pengunjung di pantai Marjoly *Beach Resort* ini yaitu pada fasilitas wisata dan kualitas pelayanannya.

Untuk melihat kepuasan pengunjung pada Marjoly *Beach Resort* maka Berikut ini adalah data jumlah pengunjung yang menginap di pantai Marjoly *Beach Resort* dalam bulan Mei sampai bulan Desember 2022. Untuk data pengunjung pada tahun 2021 tidak ada datanya dikarenakan merebaknya penyakit covid-19 sehingga pengunjung tidak dapat keluar dari rumah sesuai protokol kesehatan untuk mencegah penyakit dan pada akhirnya Marjoly *Beach Resort* tidak memiliki pengunjung. oleh karena itu, Marjoly *Beach Resort* tidak memiliki data pengunjung pada tahun 2021. pihak Marjoly *Beach Resort* mulai mendata pengunjung pada tahun 2022 yaitu dari bulan Mei sampai bulan Desember. Data tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.1
Data Jumlah Pengunjung Dari
Bulan Mei - Desember 2022

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Mei	439
2	Juni	400
3	Juli	379
4	Agustus	445
5	September	395
6	Oktober	348
7	November	326
8	Desember	499

Sumber : Manajer Marjoly *Beach Resort*

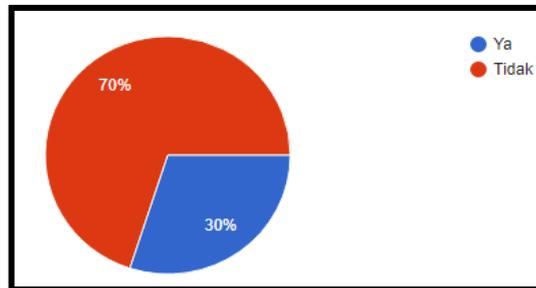
Pada tabel 1.1 Dapat dilihat bahwa pengunjung di Marjoly *Beach Resort* mengalami penurunan dari bulan Mei sampai bulan Juli dan

mengalami peningkatan pada bulan Agustus akan tetapi mengalami penurunan lagi pada bulan September sampai bulan November dan pada bulan Desember mengalami peningkatan. Hal ini menunjukkan bahwa pantai *Marjoly Beach Resort* ini masih memiliki kekurangan sehingga para pengunjung tidak terlalu merasa puas dengan pantai *Marjoly Beach Resort*.

Suatu tempat wisata harus juga mengetahui bagaimana tingkat kepuasan pengunjung yang datang, sehingga dapat meningkatkan pelayanan wisata seperti yang diinginkan oleh pengunjung tersebut. Karena belum mempunyai data tentang itu maka peneliti melakukan pra-survey kepada 30 responden (pengunjung yang pernah mengunjungi atau menginap di *Marjoly Beach Resort*) yaitu dengan cara membagikan/ menyebarkan angket ke para pengunjung secara online.

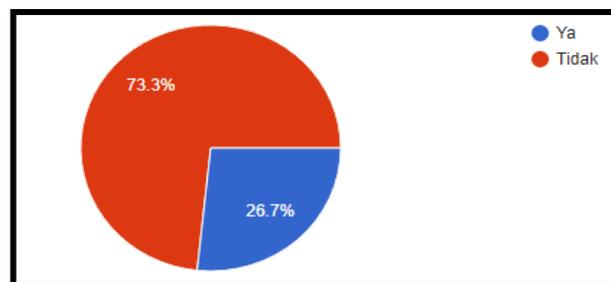
Penilaian tingkat kepuasan pengunjung wisata dapat diketahui dari kepuasan pengunjungnya. Tingkat kepuasan dapat menjadikan tempat wisata itu untuk mengembangkan ataupun meningkatkan pelayanan dan fasilitas wisatanya. Hasil kuesioner sementara dapat di lihat pada gambar 1.1

Gambar 1.1 Hasil Pra-Survey Mengenai Fasilitas Wisata Pada Pantai Marjoly Beach Resort



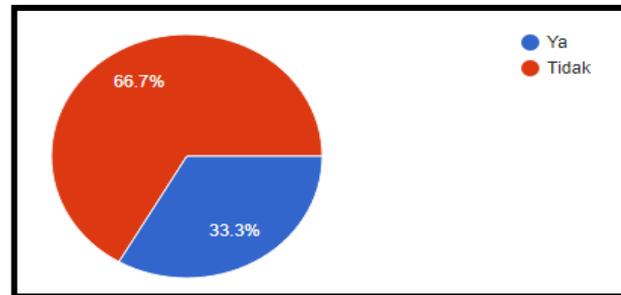
Gambar 1.1 Merupakan hasil pra-survey dengan pernyataan “Apakah Marjoly Beach Resort memiliki fasilitas wisata yang memadai?” 30% responden yang menjawab ya dan 70% yang menjawab Tidak. Hal ini dapat membuktikan bahwa masih ada ketidakpuasan atas fasilitas wisata yang diberikan oleh pihak Marjoly Beach Resort.

Gambar 1.2 Hasil Pra-Survey Mengenai Kualitas Pelayanan Pada Pantai Marjoly Beach Resort



Gambar 1.2 Merupakan hasil Pra-survey dengan pertanyaan “Saya merasa puas dengan kinerja karyawan cekatan dan tanggap di Marjoly Beach Resort” 26,7% responden menjawab Ya dan 73,3% responden menjawab Tidak. Hal ini juga membuktikan bahwa masih adanya ketidakpuasan atas layanan yang diberikan oleh pihak Marjoly Beach Resort.

Gambar 1.3 Hasil Kuesioner Pra-Survey Mengenai Kepuasan Pengunjung Pada Pantai Marjoly Beach Resort



Gambar 1.3 Merupakan hasil Pra-survey dengan pertanyaan “Saya akan kembali mengunjungi Marjoly Beach Resort”. 33,3% responden yang menjawab Ya dan didapatkan sebanyak 66,7% responden yang menjawab Tidak. Hal ini membuktikan bahwa dengan mengetahui fasilitas wisata dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung untuk mengunjungi kembali objek wisata pantai Marjoly Beach Resort. Setelah peneliti melakukan survei langsung ke pantai Marjoly Beach Resort, peneliti melihat ada berbagai fasilitas wisata seperti sofa yang sebagian sudah rusak, toilet yang tidak dibersihkan dengan baik, dan juga fasilitas tempat berfoto yang sebagian sudah mulai ada yang rusak. Mulai dari tiang ayunan yang sudah rusak bahkan ada beberapa ayunan yang sudah tumbang ke pasir. Selain itu fasilitas yang ada pada kamar penginapannya tidak begitu rapi dan hanya biasa saja ketika dipandang. Untuk kualitas pelayanan masih kurang, pelayanan di Marjoly Beach Resort sangat lambat, minimnya kerjasama antara karyawan, dan juga ada beberapa karyawan yang tidak ramah ketika sedang berinteraksi dengan pengunjung.

Berdasarkan uraian diatas, maka sangat penting untuk mengetahui apakah fasilitas wisata dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Untuk itu, peneliti juga tertarik untuk melakukan peningkatan terhadap fasilitas wisata, kualitas pelayanannya dan kepuasan pengunjungnya. Adapun judul penelitian yang akan di lakukan oleh peneliti adalah **“PENGARUH FASILITAS WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA MARJOLY BEACH RESORT DI KABUPATEN BINTAN”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang akan di angkat dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Fasilitas wisata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung *Marjoly Beach Resort*?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung *Marjoly Beach Resort*?
3. Apakah fasilitas wisata dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung *Marjoly Beach Resort*?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang disebutkan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah Fasilitas wisata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung *Marjoly Beach Resort*.

2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung *Marjoly Beach Resort*.
3. Untuk mengetahui apakah fasilitas wisata dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung *Marjoly Beach Resort*.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan memiliki manfaat, yaitu :

A. Kegunaan Ilmiah

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada peneliti selanjutnya yang juga membahas topik yang sama.

B. Kegunaan Praktis

1. Bagi peneliti

Dalam penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi peneliti dan dapat mengembangkannya menjadi sebuah pembelajaran untuk orang lain dan juga untuk memenuhi syarat untuk mengajukan skripsi.

2. Bagi Perusahaan / Pelaku Bisnis

Diharapkan penelitian ini dapat membantu memberikan pemahaman dan informasi kepada pihak *Marjoly Beach Resort* dalam meningkatkan kepuasan pengunjung atau wisatawan.

3. Bagi STIE Pembangunan Tanjungpinang.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini diajukan v bab yang dimulai dari hal umum, namun berhubungan dengan penulisan yang disajikan dan kemudian pada bab-bab selanjutnya penulis membahas tentang hal-hal yang berkaitan dengan judul dan disusun sedemikian rupa sehingga diharapkan agar para pembaca memahami penulisan dalam penelitian ini. Adapun pembagian sistematika dalam usulan penelitian ini sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini diuraikan secara singkat mengenai latar belakang dari masalah penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mencangkup teori-teori yang berhubungan dengan pokok permasalahan dan digunakan sebagai tinjauan atau landasan teori dalam menganalisis pemecahan masalah yang telah dikemukakan. Teori-teori ini diambil dari beberapa jurnal yang saling mendukung untuk memecahkan permasalahan dan akhirnya mencapai tujuan penelitian, kerangka pemikiran, hipotesis dan penelitian terdahulu.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian, jenis data yang digunakan, teknik pengumpulan data, teknik populasi dan sampling, definisi operasional variable dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, penyajian data dan analisis hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran yang berhubungan dengan hasil akhir dalam penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1. Manajemen

Menurut Stoner dan Gilbert dalam Indah (2014), manajemen adalah suatu perencanaan, pengorganisasi, pengawasan, juga pengarahan terhadap usaha perusahaan juga pemakaian sumber daya perusahaan yang lain supaya tujuan perusahaan yang sudah ditetapkan dapat tercapai. Di dalam sebuah organisasi kegiatan, manajemen sangatlah penting dikarenakan jika tidak adanya manajemen maka suatu organisasi kegiatan atau aktivitas kerja yang ada di dalam perusahaan akan tidak beraturan dan tidak akan efektif maupun efisien dimana hal ini tentu saja akan mengakibatkan tujuan yang diharapkan di dalam perusahaan tersebut akan sulit tercapai.

Menurut Griffin dalam Zakiyudin (2013), manajemen merupakan serangkaian kegiatan termasuk perencanaan dan pembuatan keputusan, pengorganisasian, pimpinan, serta pengendalian dengan diarahkan kepada sumber perusahaan seperti pekerja maupun informasi untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut melalui cara yang tepat dan berhasil. Menurut Mary Parker Follet dalam Zakiyudin (2013), mengemukakan manajemen merupakan keahlian dalam mengerjakan pekerjaan lewat orang lain. Dalam kata lain manajemen tak hanya mengerjakan sendiri semua tugas tugasnya melainkan agar memperoleh tujuan perusahaan yaitu lewat pengaturan orang lain untuk mengerjakan berbagai pekerjaan.

Dari definisi yang dipaparkan, maka bisa disimpulkan bahwa manajemen merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, juga pengendalian berbagai sumber daya untuk menyelesaikan berbagai kegiatan demi tercapainya tujuan bersama.

2.1.2. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran berasal dari dua kata yaitu manajemen dan pemasaran. Menurut pendapat Kotler dan Armstrong dalam Akbar (2021), pemasaran merupakan analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian dari kegiatan yang dibuat untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan. Jadi dapat diartikan bahwa manajemen pemasaran adalah sebagai analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang di rancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.

Manajemen pemasaran menurut Swastha (2014), adalah perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian pemasaran secara total termasuk perumusan tujuan, kebijakan dalam pemasaran, program pemasaran dan strategi pemasaran dengan tujuan menciptakan pertukaran dan memenuhi kebutuhan maupun kegiatan konsumen baik individu atau organisasi.

Menurut Assauri (2013), manajemen pemasaran artinya aktivitas menganalisis, merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan program acara yang

disusun gunanya untuk pembentukan, pembangunan, dan pemeliharaan pendapatan yang besar dari pertukaran atau transaksi melalui sasaran pasar menggunakan harapan untuk mencapai tujuan organisasi (perusahaan) jangka panjang.

Dari berbagai teori pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah menganalisis, perencanaan, pengorganisasian, penerapan, juga pengawasan rencana yang dibuat untuk menciptakan, membangun, juga mempertahankan penukaran yang mendapatkan keuntungan dengan pasar sasarannya agar memperoleh tujuan organisasi.

2.1.3. Pengertian Pemasaran

Menurut Ary Widiastini (2015), mengemukakan pemasaran merupakan unsur dari keseluruhan aktivitas usaha yang tertuju untuk membuat perencanaan, menetapkan harga, menawarkan juga mengedarkan produk, jasa atau ide kepada target agar bisa mendapatkan tujuan target perusahaan. Menurut Kotler dan amstrong dalam Rahmawati (2016), pemasaran adalah suatu rangkaian manajerial yang semua orang di dalamnya memperoleh pencapaian dari pembuatan serta menukarkan produk yang di tawarin serta nilai produknya pada orang lain.

Pemasaran merupakan bagian yang sangat penting dalam perusahaan. Bagian pemasaran mempunyai tanggung jawab untuk mempengaruhi konsumen ke dalam suatu rangkaian kegiatan yang terkoordinasi. Kegiatan pemasaran yang di laksanakan melewati sebuah metode perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian. Metode tersebut adalah fungsi dari manajemen dalam urusan pemasaran akan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut kotler dan

keller dalam Rahmawati (2016), manajemen pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan kosepsi, penetapan harga, promosi, dan distribusi gagasan barang dan jasa untuk menghasilkan pertukaran yang memenuhi sasaran perorangan dan organisasi. Menurut Tjiptono dalam Rahmawati (2016), Manajemen pemasaran adalah cara paling umum untuk mengatur dan melakukan asal-usul penilaian, pengembangan, dan penggunaan harga, promosi, dan distribusi produk untuk melakukan perdagangan dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan konsumen dan organisasi. berdasarkan definisi diatas manajemen pemasaran adalah sebagai analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud mencapai tujuan organisasi (Akbar, 2021).

Dari beberapa pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah bentuk contoh beberapa aktivitas dalam perekonomian yang membantu untuk menciptakan nilai ekonomi karena nilai ekonomi itu sendiri mempunyai nilai yang menentukan harga barang dan jasa..

2.1.4. Kepuasan Pengunjung

Menurut Tjiptono dan Chandra dalam Oktaviani & Suryana (2016), kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin yaitu, “*satis*” berarti cukup baik atau memadai, dan “*facio*” berarti melakukan atau membuat. Kepuasan dapat diartikan upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

Menurut Kotler dalam Fanggidae & R. Bere (2020), Kepuasan pengunjung adalah suatu hal yang memiliki tujuan penting dalam kegiatan bisnis. Kepuasan pengunjung dapat dilihat dari salah satu yang paling menonjol untuk keuntungan dimasa depan. Cara menarik pengunjung baru lebih sulit dari pada menahan pengunjung yang sudah ada. Semakin tinggi tingkat kepuasan akan mendorong pengunjung untuk berkunjung kembali.

Menurut Zeithml dalam Jinayan (2019), mengemukakan bahwa kepuasan ialah pemenuhan respon konsumen. Selain itu menurut Oliver dalam Yulisetiarini & Hadi (2018), menyatakan kepuasan pelanggan adalah penilaian dari keterkejutan terkait dengan keamanan barang dan kenyamanan. Dengan demikian kepuasan pengunjung adalah penilaian yang bersifat evaluasi pengunjung, kemudian melakukan pembelian yang di dapat dari seleksi pembagian spesifik. Menurut Kotler dalam Jinayan (2019), Kepuasan pengunjung ialah fungsi dari expetasi pengunjung terhadap pelayanan yang akan diterima oleh pengunjung tersebut.

Dari beberapa pengertian di atas maka diketahui adanya suatu kesamaan makna bahwa kepuasan konsumen adalah suatu evaluasi dari konsumen atas penerapan produk barang atau jasa berlandaskan harapan kenyataan. Dengan kata lain, jika konsumen merasa apa yang mereka dapatkan lebih kurang dari yang diharapkan, maka konsumen tersebut tidak akan merasakan puas. Sebaliknya, jika apa yang diperoleh pembeli lebih dari yang diharapkan, pembeli akan terpenuhi. Sedangkan pada keadaan dimana apa yang diterima sama dengan yang diharapkan, maka konsumen tersebut akan merasakan biasa-biasa saja atau netral.

Adapun indikator kepuasan pengunjung menurut tiga para ahli, yaitu:

1. Menurut Kotler dalam Cahyani & Sitohang (2016), indikator kepuasan pelanggan yaitu:

A. Kesesuaian harapan wisatawan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi:

- a. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- b. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- c. Fasilitas pengunjung yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

B. Minat berkunjung kembali

Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi :

- a. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
- b. Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
- c. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

C. Kesiediaan merekomendasikan

Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman-teman maupun kerabat, meliputi:

- a. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
 - b. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
 - c. Menyarankan kepada teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapatkan setelah mengonsumsi sebuah produk jasa.
2. Menurut Hidayatullah (2020), indikator kepuasan pengunjung yaitu :
- A. Kualitas produk wisata,
 - B. Kualitas pelayanan,
 - C. Emosional (harapan dan kepercayaan pengunjung),
 - D. Minat kunjungan berulang.
3. Menurut Simarmata, Saragih & Panjaitan (2017), indikator kepuasan pelanggan yaitu :
- A. Kenyamanan yang dirasakan,
 - B. Kepuasan atas produk dan jasa,
 - C. Kesesuaian harga dengan fasilitas,
 - D. Keinginan untuk kembali,
 - E. Keinginan merekomendasikan.

Maka yang menjadi indikator dari kepuasan wisatawan yaitu kesesuaian harapan wisatawan, berminat untuk berkunjung kembali ke tempat wisata, merekomendasikan tempat wisata kepada teman ataupun kerabat terdekat.

2.1.5. Fasilitas Wisata

Minat wisatawan pada objek atau destinasi wisata tidak lain karena mereka merasa tertarik pada kemudahan yang diperoleh dengan fasilitas. Menurut Sammeng dalam Mardiyani & Murwatiningsih (2015), Fasilitas adalah suatu hal penting yang harus diamati dalam memajukan pariwisata. Wisatawan akan mengunjungi objek wisata dan akan berkunjung kembali jika fasilitas yang tersedia dapat memenuhi semua kebutuhan mereka ketika menikmati objek wisata (Simanihuruk, 2019).

Menurut Sulistiyana, Hamid & Azizah (2015), fasilitas dibagi menjadi tiga macam yaitu fasilitas primer atau utama, fasilitas pendukung dan fasilitas penunjang. Fasilitas primer ataupun fasilitas pokok dari suatu objek wisata memiliki fungsi utamanya yaitu untuk menarik perhatian pengunjung yang berkunjung. Sedangkan, Fasilitas pendukung yaitu sarana sebagai pelengkap fasilitas utama sehingga wisatawan akan merasa lebih betah. Terdiri atas tempat makan, tempat parkir serta kebersihan, kerapian, kenyamanan dan keindahan. Sedangkan, fasilitas penunjang merupakan beberapa fasilitas selain fasilitas utama yang juga digunakan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Menurut Purnawingsih dalam Marpaung (2019), Fasilitas wisata yang dimaksud disini adalah lebih mengarah ke penyediaan sarana dan prasarana bangunan fisik. Peranan fasilitas sangat penting dalam meningkatkan kepuasan pengunjung yang datang berkunjung ke objek wisata.

Dari berbagai pengertian diatas dapat disimpulkan 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.

Adapun indikator fasilitas wisata menurut tiga para ahli, antara lain:

1. Menurut Sulistiyana, Hamid & Azizah (2015), indikator fasilitas wisata yaitu :

- a. *Accommodation Units* (Unit Akomodasi)
- b. *Restaurants, Bars and Cafes* (Restoran, Bar dan Kafe)
- c. *Transports at the Destination* (transportasi ke tempat wisata)
- d. *Sport and Activities* (Olahraga dan Kegiatan)
- e. *Other Facilities* (Fasilitas Lainnya)
- f. *Retail Outlets* (Outlet Ritel)
- g. *Other Services* (Layanan Lainnya)

2. Menurut Wiyana (2017), indikator fasilitas wisata yaitu:

A. *Accommodation* (Akomodasi)

Wisatawan akan memerlukan tempat tinggal untuk sementara waktu selama dalam perjalanan untuk dapat beristirahat. Dengan adanya sarana ini, maka akan mendorong wisatawan untuk berkunjung dan menikmati objek dan daya tarik wisata dengan waktu yang relatif lebih lama. Informasi mengenai akomodasi ini mempengaruhi penilaian wisatawan pilihan jenis akomodasi yang dipilih, seperti jenis fasilitas dan pelayanan yang diberikan, tingkat harga, jumlah kamar yang tersedia dan sebagainya.

B. *Restaurant* (Restoran)

Wisatawan yang berkunjung ke suatu objek wisata tentunya ingin menikmati perjalanan wisatanya, sehingga pelayanan makanan dan minuman harus mendukung hal tersebut bagi wisatawan yang tidak membawa bekal. Bahkan apabila suatu daerah tujuan wisata mempunyai makanan yang khas, wisatawan yang datang disamping menikmati atraksi wisata juga menikmati makanan khas tersebut. Pertimbangan yang diperlukan dalam penyediaan fasilitas makanan dan minuman antara lain adalah jenis dan variasi makanan yang ditawarkan, tingkat kualitas makanan dan minuman, pelayanan yang diberikan, tingkat harga, tingkat kebersihan, dan hal-hal lain yang dapat menambah selera makan seseorang serta lokasi tempat makannya.

C. *Public facilities* (Fasilitas umum)

Fasilitas umum yang akan dikaji adalah fasilitas yang biasanya tersedia di tempat rekreasi seperti tempat parkir, toilet umum, musholla, dan lain-lain.

3. Menurut teori Spillane dalam Marhanah & Wahadi (2016), indikator fasilitas wisata yaitu:

- A. Fasilitas utama adalah fasilitas yang akan sangat dibutuhkan ketika pengunjung mengunjungi suatu objek wisata.
- B. Fasilitas pendukung adalah fasilitas yang pada dasarnya sebagai pelengkap fasilitas utama sehingga pengunjung akan merasakan nyaman ketika berkunjung ke suatu objek wisata.
- C. Fasilitas penunjang juga pada dasarnya sebagai pelengkap fasilitas utama sehingga kebutuhan pengunjung dapat terpenuhi ketika mengunjungi suatu objek wisata.

2.1.6. Kualitas Pelayanan

Menurut Gaspers dalam Sulistiyana, Hamid & Azizah (2015), memberikan Istilah kualitas merupakan gambaran langsung dari kualitas suatu produk (baik berupa barang maupun jasa), seperti Performa produk, keandalan produk, kegunaan produk dan nilai estetika produk itu sendiri. Dari sudut pandang, kualitas pelayanan adalah pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan pengunjung. Pelayanan merupakan salah satu prioritas utama bagi organisasi dalam menjalankan kegiatan operasional organisasi.

Menurut Schiffman & Kanuk (2015), setiap orang biasanya memiliki kebutuhan yang tulus akan pelayanan, menunjukkan bahwa pelayanan merupakan hal penting yang dapat meningkatkan rasa kepuasan seseorang. Sedangkan menurut Alvianna (2017), pelayanan adalah sekumpulan kegiatan yang bersifat *intangibile* (abstrak) dan disebabkan oleh interaksi antara pelanggan (konsumen) dan pelayan (penyedia jasa) yang membutuhkan masalah yang dihadapi oleh pelanggan atau konsumen.

Kualitas pelayanan yaitu segala bentuk penyelenggaraan pelayanan secara maksimal yang diberikan perusahaan dengan segala keunggulan dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan demi memenuhi harapan pelanggan (Harahap, 2014).

Dari berbagai pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan yaitu segala bentuk penyelenggaraan pelayanan secara maksimal yang diberikan oleh objek wisata.

Adapun indikator kualitas pelayanan menurut tiga para ahli, yaitu:

1. Menurut Parasuraman dalam Muhammad & Widiyanesti (2016) terdiri dari :
 - A. Bukti fisik, meliputi penempilan fisik, seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan karyawan.
 - B. Keandalan, yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.
 - C. Daya Tanggap, yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan pelanggan keluhan pelanggan.
 - D. Jaminan, yaitu meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah tamahan perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.
 - E. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.
2. Menurut Gronroos dalam Jaya & Salim (2017), indikator kualitas jasa/pelayanan adalah:
 - A. *Technical Quality (outcome quality)*, berkaitan dengan kualitas output jasa yang dipersepsikan pelanggan.

B. *Functional Quality (process-related-dimension)*, berkaitan dengan kualitas cara penyampaian jasa atau menyangkut proses transfer kualitas teknis, output atau hasil akhir jasa dari penyedia jasa kepada pelanggan.

3. Menurut Lupiyoadi dalam Syafruddin (2021), ada lima indikator kualitas pelayanan, yaitu:

A. *Tangible* (nyata/bukti langsung)

Tangible yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal, penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa yang mengikuti fasilitas fisik (gedung, gudang, dll) perlengkapan dan peralatan yang dapat dipergunakan (teknologi) penampilan pegawainya.

B. *Reliability* (kehandalan)

Reliability yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang disimpatik dan dengan akurasi yang tinggi.

C. *Responsiveness* (daya tanggapan)

Responsiveness yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*Responsive*) dan tepat pada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa

adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

D. *Assuarance* (jaminan)

Assuarance yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

E. *Emphaty* (empati)

Emphaty yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

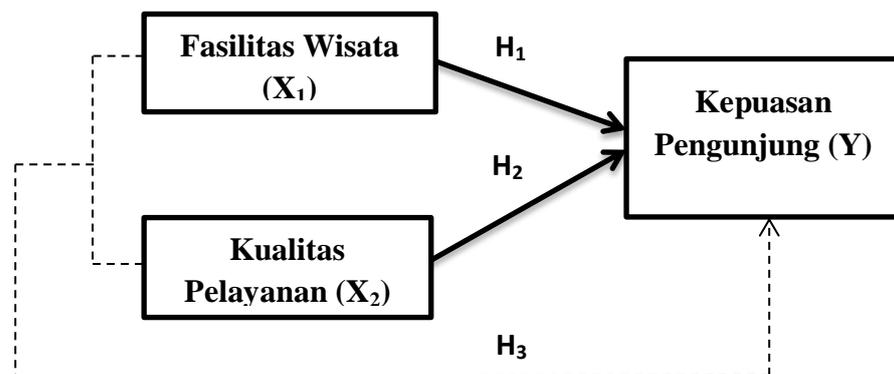
2.2 Kerangka Pemikiran

Pariwisata telah menjadi *trend* kehidupan manusia modern, karena aktivitas manusia ini memiliki dimensi yang luas, tidak sekedar untuk memenuhi kebutuhan untuk bersenang-senang untuk menikmati perjalanan, namun aktivitas ini banyak menimbulkan ekonomi, seni, budaya. Pariwisata menjadi program pribadi ketika orang merencanakan melakukan perjalanan untuk menikmati perjalanannya ke suatu wilayah destinasi, dan menjadi program pemerintah daerah dan pemerintah pusat atau badan swasta, ketika melakukan pengelolaan dan mengorganisasikannya sehingga dapat memetik nilai ekonomi maupun nilai budaya dari kegiatannya itu. Objek wisata merupakan suatu daya yang tarik berupa keindahan alam maupun

buatan manusia. Salah satu objek wisata pantai yang memiliki daya tarik dan pesona tersendiri bagi pengunjung yaitu objek wisata pantai *Marjoly Beach Resort* di Kabupaten Bintan.

Kepuasan merupakan tingkat perasaan konsumen yang diperoleh setelah konsumen melakukan dan menikmati sesuatu, baik dalam bentuk barang ataupun jasa. Kepuasan muncul karena adanya keinginan dan kebutuhan pengunjung terhadap suatu produk wisata baik dalam bentuk pelayanan dan produk wisata yang memadai. Pengunjung yang puas akan memberikan respon yang baik kepada objek wisata yang dikunjungi baik untuk kunjungan ulang maupun untuk memberikan informasi tentang objek wisata yang dikunjungi kepada teman.

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



Sumber : Konsep yang disesuaikan untuk penelitian (2022)

Keterangan gambar :

—————→ : Parsial

- - - - -→ : Simultan

2.3 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara pada suatu masalah penelitian yang validitasnya masih harus diujikan secara empiris. Dari tujuan penelitian, permasalahan masalah, dan landasan teori yang telah dituangkan dalam kerangka pemikiran, maka dapat diperoleh hipotesis sebagai berikut :

- H₁: Fasilitas wisata diduga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada *Marjoly Beach Resort*.
- H₂: Kualitas pelayanan diduga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada *Marjoly Beach Resort*.
- H₃: Fasilitas wisata dan kualitas pelayanan diduga turut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada *Marjoly Beach Resort*.

2.4 Penelitian Terdahulu

1. Penelitian ini dilakukan oleh Marhanah & Wahadi (2016), dengan judul “ Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pelayanan pariwisata, kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung, serta menganalisis pengaruh pelayanan pariwisata dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung untuk mengetahui hasil penyelenggaraan pelayanan pariwisata dan peningkatan kualitas pelayanan. TMR. Metode penelitian adalah deskriptif verifikatif berdasarkan data kuantitatif yang datanya diolah secara statistik. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang menganalisis pengaruh pelayanan

pariwisata dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung. Hasilnya adalah persamaan $Y = -4,107 + 0,058X_1 + 0,104X_2$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keadaan pelayanan pariwisata, kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung di TMR baik menurut responden. Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa pelayanan pariwisata dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan TMR pengunjung sebesar 43,7 persen. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh jasa pariwisata dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung tergolong sedang. Semakin baik fasilitas wisata dan kualitas pelayanan di TMR, maka semakin tinggi pula kepuasan pengunjung di TMR. Untuk meningkatkan kepuasan pengunjung, TMR dapat meningkatkan jumlah dan kebersihan toilet serta meningkatkan kehandalan pelayanan personal.

2. Penelitian ini dilakukan oleh Moha & Loindong (2016), dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta Dikota Manado. Populasi adalah para tamu yang menginap. Sampel penelitian sebanyak 100 responden. Metode penelitian asosiatif, dengan teknik analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Manajemen Hotel Yuta sebaiknya meningkatkan kepuasan konsumen seperti memperhatikan kualitas pelayanan yang lebih baik, dan memberikan fasilitas yang terjangkau agar konsumen akan kembali menginap.

3. Penelitian ini dilakukan oleh Putri & Farida (2020), dengan judul “ Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pengunjung”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh pelayanan wisata dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung wisata Goa Creo di kota Semarang. Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* dengan menggunakan teknik *non-probability* dan metode *purposive sampling* untuk mewawancarai responden yang berkunjung ke wisata Goa Creo di Kota Semarang. Teknik analisis data kuantitatif menggunakan analisis *partial least squares* (SEM-PLS) model persamaan struktural menggunakan software Warp-PLS 6.0. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa rumusan hipotesis umum berpengaruh signifikan: pelayanan pariwisata dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung dengan koefisien jalur 0,293 dan 0,409; kepuasan pengunjung signifikan dengan niat untuk kembali, dengan koefisien jalur 0,240; Kinerja pariwisata dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap niat untuk kembali. Koefisien jalurnya adalah 0,528 dan 0,152; Peluang wisata dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap niat kembali melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel antara dengan koefisien jalur 0,07 dan 0,098. .
4. Penelitian ini dilakukan oleh Wahyudi & Yusra (2021), dengan judul “ *The Effect of Tourism Promotion, Prices and Facilities on Visitors' Satisfaction of Sweet Water Beach Tourism Padang*”. (Pengaruh Promosi Wisata, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Pantai Air Manis Padang).

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh promosi, harga dan fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung wisata pantai air manis Padang. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan rumus slovin sehingga didapat jumlah sampel adalah sebanyak 100 orang. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan kualitatif. Sedangkan sumber datanya adalah sumber data primer dan sekunder. Teknik analisis data menggunakan uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 16.00. Hipotesis di uji dengan menggunakan uji t pada $\alpha = 0.05$. Hasil penelitian ini menunjukkan promosi dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung wisata pantai air manis Padang. Sedangkan fasilitas wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung wisata pantai air manis Padang.

5. Penelitian ini dilakukan oleh Sakhaei, Afshari & Esmaili (2014), dengan judul "*Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality*". (Kualitas Layanan Hotel: Dampak Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Perhotelan). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengungkapkan dampak kualitas layanan terhadap pelanggan kepuasan. Temuan penelitian akan menunjukkan pengaruh dimensi kualitas layanan yang berbeda pada tingkat kepuasan di Hotel. Metode kuantitatif digunakan untuk menganalisis penelitian ini. Metode random sampling yang digunakan untuk mendistribusikan dan mengumpulkan data. 111 partisipan terlibat dalam penelitian ini. Penelitian ini membuktikan bahwa empat dimensi kualitas pelayanan (empati, daya tanggap, jaminan dan berwujud) memiliki hubungan

positif dengan kepuasan pelanggan, kecuali keandalan memiliki hubungan negatif dengan kepuasan pelanggan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Rukajat, 2018).

Metode deskriptif merupakan suatu metode yang digunakan dalam menganalisis suatu hasil penelitian, akan tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas menurut Sugiyono dalam Arlinda & Sulistyowati (2021), selanjutnya penelitian verifikatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menguji kebenaran sebagai hipotesis.

3.2 Jenis Data

Pada penelitian ini jenis data yang digunakan oleh peneliti ada 2 yaitu :

1. Data primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang didapatkan secara langsung dari sumbernya Supomo & Indriantoro (2020). Data primer bisa didapatkan dari data hasil pengisian kuesioner oleh para pengunjung pantai Marjoly *Beach Resort*.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang didapatkan oleh peneliti secara tidak langsung yaitu dengan melalui media perantara menurut Supomo & Indriantoro (2020). Data sekunder bisa didapatkan dari studi pustaka dan laporan.

3.3 Teknik pengumpulan data

1. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dimana partisipan atau responden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah diisi dengan lengkap mengembalikan kepada peneliti Sugiyono (2013). Pada penelitian ini peneliti membuat beberapa daftar pertanyaan tertulis yang disusun secara sistematis untuk mendapatkan data dan sejumlah informasi dari responden.

2. Studi pustaka

Studi pustaka yaitu berupa kajian teoritis dan referensi yang didapatkan melalui cara membaca dan mempelajari literatur-literatur, dokumentasi yang terkait dengan objek dan sasaran yang di teliti.

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai daerah generalisasi yang terdiri dari atas objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya menurut Hendryadi & Suryani (2015). Pada penelitian ini populasi yang diambil adalah jumlah pengunjung

yang pernah mengunjungi pantai *Marjoly Beach Resort* dari bulan Mei sampai dengan bulan Desember 2022, yaitu sebanyak 3.213 pengunjung.

Tabel 3. 1 Jumlah Data pengunjung

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Mei	439
2	Juni	400
3	Juli	379
4	Agustus	445
5	September	395
6	Oktober	348
7	November	326
8	Desember	499
Total		3.231

Sumber : Diolah oleh peneliti (2023)

3.4.2 Sampel

Menurut Hendryadi & Suryani (2015), Sampel adalah kumpulan anggota dari populasi yang telah dipilih dalam melibatkan penelitian ini, baik untuk diamati, diberikan perlakuan, ataupun diminta pendapat tentang yang sedang diteliti. Pada Penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Untuk pengambilan sampel peneliti menggunakan persamaan slovin yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : batas toleransi kesalahan peneliti mengambil $e = 5\% = 0,05$

Adapun perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{3.231}{1 + (3.231 \times 5\%^2)}$$

$$n = \frac{3.231}{1 + (3.231 \times 0,05^2)}$$

$$n = \frac{3.231}{1 + (3.231 \times 0,0025)}$$

$$n = \frac{3.231}{1 + 8,0775}$$

$$n = \frac{3.231}{9,0775} = 355.9$$

$$n = 356$$

Dari perhitungan yang telah dilakukan maka diketahui minimal sampel yang harus diteliti oleh peneliti adalah 356 pengunjung.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Pada penelitian ini terdapat variabel terikat (dependen variabel) dan variabel bebas (independen variabel). Variabel terikat adalah variabel yang dapat dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karna adanya variabel bebas. Sedangkan variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat Sugiyono (2013). Pada penelitian ini variabel terikatnya adalah kepuasan pengunjung (Y) sedangkan variabel bebasnya adalah fasilitas wisata (X1) dan kualitas pelayanan (X2).

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Nomor pertanyaan	Skala
Fasilitas wisata (X ₁)	Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan – perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas – aktivitasnya atau kegiatan – kegiatannya, sehingga kebutuhan -kebutuhan tamu dapat terpenuhi. (Marhanah & Wahadi, 2016)	1. Fasilitas utama 2. Fasilitas pendukung 3. Fasilitas penunjang (Marhanah & Wahadi, 2016)	1,2,3,4,5,6	<i>Likert</i>
Kualitas pelayanan (X ₂)	Kualitas pelayanan secara sederhana dapat diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Muhammad & Widiyanesti, 2016)	1. Bukti fisik 2. Keandalan 3. Daya tanggap 4. Jaminan 5. Empati (Muhammad & Widiyanesti, 2016)	7,8,9,10,11, 12,13,14,15, 16	<i>Likert</i>
Kepuasan pengunjung (Y)	Definisi kepuasan pengunjung adalah suatu hal yang memiliki tujuan penting dalam kegiatan bisnis. Kepuasan pengunjung dapat dilihat dari salah satu yang paling menonjol untuk keuntungan dimasa depan. (Cahyani & Sitohang, 2016)	1. Kesesuaian harapan wisatawan, 2. Berminat untuk berkunjung kembali ke tempat wisata, 3. Merekomenda sikan tempat wisata kepada teman ataupun kerabat terdekat (Cahyani & Sitohang, 2016)	17,18,19,20, 21,22	<i>Likert</i>

Sumber : Konsep Menyesuaikan Dengan Penelitian (2023)

3.6 Teknik Pengolahan Data

Dalam penelitian ini digunakan teknik pengolahan data dengan langkah sebagai berikut :

1. Pengeditan (*Editing*)

Berupa tahapan awal dalam pengolahan data yang peneliti peroleh dari lapangan dengan melakukan pengecekan terhadap kemungkinan terjadi kesalahan jawaban responden serta ketidakpastian dalam jawaban responden.

2. Pemberian kode (*coding*)

Pemberian kode yaitu suatu kegiatan pemberian berupa angka pada jawaban dari kuesioner untuk selanjutnya dikelompokkan kedalam kategori yang sama. Dengan arti untuk menyederhanakan jawaban.

3. Pemberian skor (*scoring*)

Yaitu berupa proses pemberian skor yang dilakukan dengan membuat klasifikasi dan kategori atas jawaban kuesioner sesuai dengan tanggapan responden yang mana disusun berdasarkan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang selanjutnya disebut juga sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2016).

Bobot jawaban responden diberi skor sebagai berikut :

Tabel 3.3 Kriteria Bobot Nilai Alternatif

Tanggapan	Nilai
SS (Sangat Setuju)	5
S (Setuju)	4
N (Netral)	3
TS (Tidak Setuju)	2
STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber : (Sugiyono, 2016)

4. Tabulasi (*tabulating*)

Yaitu berupa perhitungan data yang sudah dikumpulkan dalam masing-masing kategori sampai tersusun pada tabel yang mudah dimengerti. Setelah *tabulating* selesai dilakukan, kemudian diolah dengan program *JASP 16* dan *SPSS 25*.

3.7 Teknik analisis data

Menurut Yusuf & Daris (2019), teknik analisis data adalah salah satu langkah dalam kegiatan penelitian yang sangat menentukan ketepatan dan hasil penelitian. Kegiatan dalam analisis data yaitu mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan tiap data variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan Sugiyono (2013). Dari hasil penelitian yang dikumpulkan maka dapat disajikan teknik metode analisis sebagai berikut.

3.7.1 Uji Kualitas Data

3.7.1.1 Uji validitas

Menurut Sugiyono (2013), uji validitas digunakan untuk menguji sah atau valid/ tidaknya suatu kuesioner, suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan bisa untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam pengukuran ini sampel uji validitas diambil dan diolah dengan menggunakan program *JASP 16*.

Hasil pengukuran dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya ada pada objek yang diukur, ada

kesamaan antara hasil tes dengan kondisi yang sesungguhnya. Uji validitas penelitian dapat dinyatakan valid apabila setiap butir pernyataan yang ada pada kuesioner dapat digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Indikator dalam kuesioner dapat dikatakan valid apabila nilai r hitung hasilnya lebih besar dari r tabel. Jika nilai validitas setiap jawaban yang didapatkan ketika memberikan daftar pertanyaan nilainya lebih besar dari 0,3 maka item pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid.

3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas yaitu alat ukur tersebut jika dipakai dua kali atau lebih untuk mengukur gejala yang sama hendaknya menghasilkan hasil pengukuran yang kurang lebih sama dan konsisten menurut Sekaran & Bougie (2017). Uji reliabilitas adalah perkembangan uji validitas dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Cronback alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronback alpha* $> 0,60$ (Sekaran & Bougie, 2017).

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

3.7.2.1 Uji Normalitas

Menurut Kristian & Widayanti (2016), uji normalitas pada model regresi yang digunakan yaitu untuk menguji apakah nilai yang dihasilkan dari regresi

terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal.

- a. Metode grafik adalah jika titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal atau grafik histograamnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Untuk mengetahui apakah data normal atau tidak juga dapat menggunakan aplikasi olah data *SPSS 25* dengan menggunakan Uji *Kolmogorov-Smirnov*. Data residual digunakan sebagai nilai dalam pengujian *kolmogorov-smirnov*. Kriteria dalam Uji Kolmogorov-Smirnov untuk menentukan hasil salah satunya dapat melihat nilai signifikan atas *Monte Carlo (2-tailed)*. Apabila nilai *Monte Carlo Sig(2-tailed)* yang dihasilkan lebih besar dari 0,05 maka residual berdistribusi normal ($\text{sig} > 0,05$) dan sebaliknya jika nilai *Monte Carlo Sig(2-tailed)* yang dihasilkan kurang dari 0,05 dapat dikatakan residual tidak berdistribusi normal ($\text{sig} < 0,05$) (Ghozali, 2018).

3.7.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas merupakan bagian dari uji asumsi klasik (normalitas dan heteroskedastisitas) dalam analisis regresi linear berganda. Tujuan digunakannya uji multikolinieritas dalam penelitian adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi (hubungan kuat) antar variabel bebas atau variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara

variabel bebas atau tidak terjadi gejala multikolinieritas. Adapun dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas dengan *Tolerance* dan VIF adalah sebagai berikut:

a. Pedoman keputusan berdasarkan nilai *Tolerance*

1. Jika nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.
2. Jika nilai *Tolerance* lebih kecil dari 0,10 maka artinya terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

b. Pedoman keputusan berdasarkan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)

1. Jika nilai VIF $< 10,00$ maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.
2. Jika nilai VIF $> 10,00$ maka artinya terjadi multikolinieritas dalam model regresi (Kulon & Barat, 2017).

3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu variabel pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu cara untuk mendekati heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik *Scalter plot* antara nilai prediksi variabel terikat (*ZPRED*) dengan residualnya (*SRESID*). Jika ada titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit, maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Kulon & Barat, 2017).

3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Rumengan, Tawas & Wenas (2015), analisis regresi bertujuan untuk memprediksi perubahan nilai variabel terikat akibat pengaruh dari nilai variabel bebas.) Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Di mana:

- Y = kepuasan pengunjung
- α = nilai konstanta
- β_1 = koefisien regresi (fasilitas wisata)
- β_2 = koefisien regresi (kualitas pelayanan)
- X1 = fasilitas wisata
- X2 = kualitas pelayanan
- e = kesalahan estimasi standar/error

Berikut penjelasan persamaan regresi linier berganda adalah:

- a) Nilai konstanta: artinya jika semua variabel X nilainya adalah 0, maka variabel Y nilainya adalah sebesar (nilai konstanta).
- b) Jika nilai koefisien variabel X positif, artinya jika X mengalami kenaikan 1% maka variabel (Y) akan mengalami peningkatan sebesar (nilai X). dengan asumsi variabel yang lainnya tetap. Koefisien bernilai positif maka terjadi hubungan positif antara variabel X dengan variabel Y.
- c) Jika nilai koefisien variabel X negatif, artinya jika X mengalami kenaikan 1% maka variabel (Y) akan mengalami penurunan sebesar (nilai X) dengan asumsi

variabel yang lainnya tetap. Koefisien bernilai positif maka terjadi hubungan positif antara variabel X dengan variabel Y

3.7.4 Uji Hipotesis

a) Uji t (parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independent secara individual atau satu-satu dalam menerangkan variasi variabel dependent Sekaran & Bougie (2017). Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (fasilitas wisata) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan pengunjung) dan juga untuk mengetahui variabel independen (kualitas pelayanan) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan pengunjung). Rumusan t hitung pada analisis regresi adalah :

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{s_{b_i}}$$

Keterangan :

b_i : Koefisien regresi variabel i

s_{b_i} :Standar error variabel i

Adapun tahap-tahap dalam merupakan uji t :

1. Merumuskan hipotesis
2. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi dalam penelitian ini adalah sebesar 0,05 ($\alpha=5\%$)

3. Menentukan t_{hitung}

T hitung dilihat pada tabel koefisien pada hasil regresi linier sederhana

4. Menentukan t_{tabel}

Distribusi t hitung dapat dicari $\alpha = 5\% : 2 = 0,025$ (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan (df) $(n-k-1)$ (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen).

5. Kriteria pengujian

a. Jika $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima

b. Jika $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak

6. Membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}

Membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , apakah H_0 diterima atau ditolak.

7. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perbandingan dari t_{hitung} dengan t_{tabel} , apakah secara parsial variabel independen berpengaruh atau tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

b) Uji F (simultan)

Menurut Rumengan, Tawas & Wenas (2015), Menguji hipotesis regresi berganda (pengaruh lebih dari satu buah variabel bebas terhadap satu buah variabel terikat) adalah dengan cara Uji F. Uji F dapat diketahui dengan dua cara yaitu:

a. Membandingkan nilai probabilitasnya, yakni probabilitas yang dihitung (sig) dengan probabilitas yang ditetapkan (α), untuk penelitian sosial umumnya α yang ditetapkan adalah 0.05 (cara dengan berbantuan komputer).

b. Membandingkan nilai F hitung dengan F tabel (cara manual/klasik, ketika komputer belum ada, maka orang harus melihat tabel).

Pada hakikatnya, kedua cara penarikan kesimpulan seperti diatas adalah sama saja. Cara manapun yang digunakan akan menghasilkan kesimpulan yang sama. Apabila membandingkan nilai E menghasilkan kesimpulan yang signifikan, maka dengan membandingkan nilai probabilitas juga pasti signifikan. Jika dengan membandingkan nilai F menghasilkan kesimpulan yang tidak signifikan, maka dengan membandingkan nilai probabilitas juga pasti tidak signifikan.

c) Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R square*)

Menurut Rumengan, Tawas & Wenas (2015), Koefisien determinasi (*Adjusted R square*) adalah angka ini akan diubah ke bentuk persen, yang artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini menggunakan (*Adjusted R square*) biasanya untuk mengukur sumbangan pengaruh jika dalam regresi menggunakan lebih dari satu variabel independen.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. (2021). Pasar Dan Pemasaran. *Uin Alauddin Makassar*, 13.
- Arlinda, F., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Penerapan Program Adaptasi CHSE (Cleanliness, Health, Safety , Environment) Terhadap Kepuasan Pengunjung Destinasi Wisata Kabupaten Kediri di Era New Normal serta Dampaknya pada Pengembangan Ekonomi Pariwisata & Industri Kreatif. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1404–1416.
- Ary Widiastini, N. M. (2015). Strategi Pemasaran Pariwisata Di Kabupaten Buleleng, Bali. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 1–19.
- Assauri, S. (2013). Manajemen Pemasaran. In *PT. RajaGrafindo Persada* (Cetakan Ke 7).
- Cahyani, F. G., & Sitohang, S. (2016). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(3).
- Fanggidae, R. P. C., & R. Bere, M. L. (2020). Pengukuran Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Fasilitas Wisata di Pantai Lasiana. *Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas*, 4(1), 53–66.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro* (Cetakan 8). Undip.
- Handayani, S., Wahyudin, N., & Khairiyansyah, K. (2019). Fasilitas, Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20(2), 123–133.
- Hendryadi, & Suryani. (2015). Metode Riset Kuantitatif. In *Prenamedia Group* (Edisi 1).
- I, M. J., Yulisetiari, D., & Hadi. (2018). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Pelayanan pada Pengunjung Objek Wisata Pantai

Pulau Merah Kabupaten Banyuwangi (Analysis Of Customer Satisfaction On Quality Of Service In Tourism Beach Red Island Visitor District Banyuwangi). *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, v(1), 193.

Jaya, A. S., & Salim, A. (2017). Pengaruh Kualitas Jasa Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(2), 120–323.

Jinaya. (2019). *Survei Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Objek Wisata Pantai Topejawa Di Kabupaten Takalar* (pp. 1–9).

Kristian, D., & Widayanti, R. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada Mahasiswa Kampus 1 Universitas Kristen Krida Wacana. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Ukrida*, 16(1), 97301.

Kulon, K. M., & Barat, K. M. K. M. J. (2017). *Metodologi penelitian*.

Mardiyani & Murwatiningsih. (2015). Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Kota Semarang. *Management Analysis Journal*, 4(1), 65–75.

Marhanah, S., & Wahadi, W. H. (2016). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 13(1), 61–72.

Marpaung, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Keselamatan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 1(2), 144–156.

Moha, S., & Loindong, S. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 4(1), 575–584.

- Muhammad, H., & Widiyanesti, S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rock N' Roll Haircutting Bandung Fadel. *E-Proceeding of Management*, 3(2), 1296–1302.
- Oktaviani, R. W., & Suryana, R. N. (2016). Analisis Kepuasan Pengunjung Dan Pengembangan Fasilitas Wisata Agro (Studi Kasus di Kebun Wisata Pasirmukti, Bogor). *Jurnal Agro Ekonomi*, 24(1), 41–59.
- Purnami, N. N. A., Suryawardani, I. O., & Suamba, I. K. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung Agrowisata Bali Pulina untuk Membentuk Minat Kunjungan Ulang. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)*, 8(1), 59.
- Putri, A. D. S., & Farida, N. (2020). Pengaruh fasilitas wisata dan kualitas pelayanan Terhadap niat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung (Studi obyek wisata Goa Kreo Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, X(I), 781–793.
- Rahmawati, D. (2016). Manajemen Pemasaran. In *Mulawarman University Press*.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan penelitian kuantitatif: quantitative research approach*. Deepublish.
- Rumengan, A. N., Tawas, H. N., & Wenas, R. S. (2015). Analisis Citra Merek. *Jurnal EMBA*, 3(2), 684–694.
- Sakhaei, S. F., Afshari, A. J., & Esmaili, E. (2014). The Impact Of Service Quality On Customer Satisfaction In Internet Banking. *Journal of Mathematics and Computer Science*, 09(01), 33–40.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Keahlian Edisi 6 Buku 2. In *Salemba Empat*. Salemba empat.
- Simanihuruk, M. (2019). Tourist Attraction and Tourist Facilities Intentions to Visitor Satisfaction: Case of Sindang Barang Cultural Village. *E-Journal of*

Tourism, 6(2), 210.

Simarmata, H. M. P., Saragih, D. Y., & Panjaitan, N. J. (2017). Peningkatan Kualitas Layanan Untuk Kepuasan Pelanggan Hotel. *Jurnal Politeknik Politeknik Bisnis Indonesia*, 43–51.

Sugiyono. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D. In *Alfabeta*.

Sugiyono, P. (2016). Metode Penelitian Manajemen (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research, dan Penelitian Evaluasi). In *Alfabeta*.

Sulistiyana, R. T., Hamid, D., & Azizah, D. F. (2015). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Museum Satwa). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 25(1), 1–9.

Supomo, B., & Indriantoro, N. (2020). *Metodologi penelitian bisnis untuk akuntansi dan manajemen*.

Syafruddin. (2021). The Effect of Innovation and Learning Orientation on Sme'S Business Performance (Study At Creative Industry, Craft Sub-Sector in West Nusa Tenggara). *ECONOMIC BOSOWA JOURNAL EDISI XXXIX*, 7(002), 58–66.

Wahyudi, R., & Yusra, I. (2021). Marketing management studies the effect of tourism promotion, prices and facilities on visitors' satisfaction of sweet water beach tourism Padang. *Marketing Management Studies*, 1(2), 151–162.

Wiyana, S. T. (2017). Pengaruh Fasilitas Wisatawan Terhadap Motivasi Kunjungan Wisatawan (Studi Kasus Kunjungan Wisatawan Kota Solo) Influence of Tourist Facility to Visit Tourist Motivation (Case Study of Solo Tourist Visitor). *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 3(2), 294–374.

Yusuf, M., SPi, Ms., Daris, L., & SPi, Ms. (2019). *Analisis data penelitian: teori*

& aplikasi dalam bidang perikanan. PT Penerbit IPB Press.

Zakiyudin, A. (2013). Teori dan praktek manajemen. *Jakarta: Mitra Wacana Media.*

CURRICULUM VITAE



A. PERSONAL INFORMATION

Full Name : Kenny
Gender : Female
Place And Date Of Birth : Tanjungbalai Karimun, 21 July 2001
Citizen : Indonesia
Age : 22 Years Old
Present Address : Jl. Manunggal Gg. Rambutan Km.26 Toapaya
Religion : Buddha
Email : Kennyken2107@Gmail.Com
Phone Number / Wa : 087720373758

B. EDUCATION BAGROUND

TYPE OF SCHOOL	NAME OF SCHOOL & LOCATION	NO.OF YEARS COMPLETED
Primary School	SDN 001 TOAPAYA	2013 year
Junior High School	SMPN 17 BINTAN	2016 year
Senior High School	SMAN 1 TOAPAYA	2019 year
University	STIE Pembangunan, Tanjungpinang	2023 year