



---

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI ANAK USAHA PT. PRATAMA WISATA LINTASNUSA JALANKEBROMO

Oleh

Nadia Gita Karisma<sup>1</sup>, Aprillia Divi Yustita<sup>2\*</sup>, Randhi Nanang Darmawan<sup>3</sup>

<sup>1,3</sup>Program Studi Diploma IV Manajemen Bisnis Pariwisata, Politeknik Negeri Banyuwangi

<sup>2</sup>Program Studi Diploma IV Destinasi Pariwisata, Politeknik Negeri Banyuwangi

Jl. Raya Jember KM 13. Labanasem, Kabat, Banyuwangi, Kode Pos: 68461, Telepon/Fax : (0333) 636780

e-mail:<sup>1</sup>[nadiagitak@gmail.com](mailto:nadiagitak@gmail.com), <sup>2\*</sup>[aprillia.divi@poliwangi.ac.id](mailto:aprillia.divi@poliwangi.ac.id), <sup>3</sup>[randhi@poliwangi.ac.id](mailto:randhi@poliwangi.ac.id)

**Abstrak**

Anak Usaha PT. Pratama Wisata Lintasnusa Jalankebromo merupakan biro perjalanan wisata melayani berbagai jenis tour diantaranya adalah open trip, private trip, dan sewa jeep yang berada dibawah naungan perusahaan PT. Pratama Wisata Lintasnusa. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan yang menggunakan layanan anak usaha PT. Pratama Wisata Lintasnusa Jalankebromo adalah subjek penelitian ini. Penelitian ini adalah jenis kuantitatif, dan sampelnya terdiri dari 95 orang yang menjawab pertanyaan. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposive. Jalankebromo, anak usaha PT. Pratama Wisata Lintasnusa, membagikan kuesioner kepada wisatawan. Uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear sederhana, koefisien determinasi, dan uji parsial digunakan dalam analisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima karena kualitas pelayanan memiliki pengaruh besar dan positif terhadap kepuasan wisatawan.

**Kata Kunci:** Service Quality, Tourist Satisfaction, Travel Agent, Jalankebromo

**PENDAHULUAN**

Pariwisata menjadi salah satu sektor penting dalam perekonomian Indonesia. Dengan daya tarik alam, budaya, dan sejarah yang kaya, pariwisata memiliki potensi besar untuk meningkatkan pendapatan masyarakat serta kontribusi devisa bagi negara [1]. Pertumbuhan industri pariwisata juga membuka peluang lapangan kerja baru, khususnya dalam industri jasa seperti biro perjalanan wisata [2]. Agen perjalanan adalah perusahaan jasa yang beroperasi di sektor transportasi dan menyediakan berbagai kebutuhan konsumen terkait perjalanan, seperti menyediakan tiket, akomodasi, dan paspor [3]. Agen perjalanan bertindak sebagai penghubung antara wisatawan dengan penyedia akomodasi, restoran, dan operator tur lainnya [4].

Salah satu biro perjalanan wisata yang masih baru berkembang yang berfokus pada Gunung Bromo, Batu dan Malang adalah

Jalankebromo. Jalankebromo merupakan biro perjalanan wisata yang masih belum lama berdiri yang melayani berbagai jenis tour diantaranya adalah open trip, private trip, dan sewa jeep. Jalankebromo terletak di Jl. Lesanpuro Baran Tegarong Gang 12 Kec. Lesanpuro, Kota Malang dan berada dibawah naungan perusahaan PT. Pratama Wisata Lintasnusa. Salah satu hal yang dapat dilakukan oleh Jalankebromo untuk bersaing dengan biro perjalanan wisata lainnya adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan untuk menarik minat wisatawan untuk membeli produk yang ditawarkannya. Kualitas pelayanan adalah pengembangan dari daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan peragaan empati (*empathy*) pada pihak penyedia jasa dalam menanggapi bukti fisik yang terlihat (*tangibles*) dan keandalan (*reliability*) untuk memuaskan orang yang menerima jasa dan dengan demikian memenuhi



tujuan pelayanan untuk memuaskan orang yang menerima jasa [5]. Kualitas pelayanan yang baik mendorong keinginan konsumen untuk memanfaatkan produk jasa yang ditawarkan [6].

Jika suatu bisnis dapat memberikan layanan terbaik kepada pelanggannya, pelanggan akan merasa puas dan akan terus membeli barang dan jasa dari perusahaan tersebut [7]. Kepuasan dapat didefinisikan sebagai perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima pelanggan dengan harapan mereka, dengan layanan atau hasil tersebut setidaknya harus memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Menurut [8] karena kepuasan pelanggan bergantung pada kualitas layanan yang diinginkan, jaminan kualitas menjadi prioritas utama dan menjadi ukuran keunggulan kompetitif perusahaan [9]. Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam mempertahankan loyalitas dan meningkatkan citra perusahaan.

Meskipun Jalankebromo telah berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada wisatawan, terdapat ulasan negatif di *platform online* yang mencerminkan ketidakpuasan wisatawan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Penyebab dari ketidakpuasan wisatawan terhadap kualitas pelayanan yang kurang ini yaitu kurangnya komunikasi antara wisatawan dan penyedia jasa, keterlambatan dalam menanggapi permintaan wisatawan, serta ketidakmampuan dalam menangani keluhan wisatawan. Anak Usaha PT. Pratama Wisata Lintasnusa Jalankebromo dijadikan sebagai objek penelitian dikarenakan perusahaan masih belum lama berdiri, adanya ulasan ketidakpuasan wisatawan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, serta belum pernah dilakukan penelitian ilmiah tentang pengukuran pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada wisatawan. Hal ini sangat membantu untuk bahan evaluasi dan pengukuran pelayanan yang selama ini telah diberikan kepada wisatawan, sehingga hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi rekomendasi

untuk pelayanan wisatawan di masa yang akan datang

## **LANDASAN TEORI**

### **Pariwisata**

Pariwisata adalah kegiatan liburan untuk melepaskan diri dari pekerjaan dan mencari suasana lain. Pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yaitu kata “*pari*” dan “*wisata*”, dimana kata “*pari*” berarti semua, sedangkan “*wisata*” berarti perjalanan. Menurut [10] Pariwisata merupakan aktivitas di mana orang, baik dari dalam negeri maupun luar negeri, melakukan perjalanan ke destinasi wisata tertentu untuk sementara waktu, menjauh dari rutinitas dan lingkungan sehari-hari mereka. Tujuan utamanya adalah untuk menikmati berbagai hiburan, menghilangkan kepenatan, serta merasakan pengalaman baru dalam petualangan tersebut.

### **Wisatawan**

Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan, wisatawan akan mengeluarkan uang untuk berwisata yang terdiri dari akomodasi, biaya makan, dan lain-lain. Menurut [11] orang yang melakukan perjalanan untuk liburan, menghadiri pertemuan, dan perjalanan bisnis dapat dikatakan sebagai wisatawan.

### **Biro Perjalanan Wisata**

Biro perjalanan wisata adalah industri pariwisata yang bertugas untuk merencanakan, dan menciptakan perjalanan, mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan perencanaan yang diciptakan [12]

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah serangkaian aspek khusus dari produk atau layanan yang memiliki potensi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat dengan baik [13]. Menurut [7] lima aspek kualitas pelayanan yaitu :

1. *Reliability* (Kehandalan), yang terdiri dari dua komponen utama yang terkait dengan kemampuan layanan diberikan dengan sangat memuaskan



2. *Responsiveness* (Daya Tanggap), berhubungan dengan kemampuan memberikan pelayanan dengan cepat dan akurat kepada pelanggan
3. *Assurance* (Jaminan) berkaitan dengan pengetahuan dan sikap dari karyawan yang mampu menimbulkan sikap percaya dari pelanggan.
4. *Empathy* (Empati) berkaitan dengan kemampuan memahami masalah, kebutuhan dan keinginan dari konsumen.
5. *Tangibles* (Bukti Fisik) terkait dengan penampilan fisik dan juga fasilitas yang dimiliki serta peralatan yang digunakan dalam melayani konsumen.

### Kepuasan Wisatawan

Kepuasan wisatawan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang mereka alami dengan harapan mereka [14]. Menurut [15] kemudian menjelaskan bahwa jika hasil produk kurang dari harapan, maka wisatawan akan merasa tidak puas, jika sesuai dengan harapan, maka akan merasa puas, dan jika melebihi harapan, akan merasa sangat puas. Adapun indikator pembentuk kepuasan wisatawan adalah :

1. Kesesuaian harapan mengindikasikan sejauh mana layanan dari produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.
2. Minat berkunjung kembali adalah situasi di mana konsumen yang telah memiliki harapannya terpenuhi cenderung untuk melakukan pembelian kembali atau menggunakan kembali jasa yang ditawarkan.
3. Kesiediaan Merekomendasikan adalah kondisi di mana konsumen yang merasa puas dengan layanan akan memberikan rekomendasi tentang pengalaman mereka setelah menggunakan layanan tersebut.

### METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif, berdasarkan filsafat positivisme, dilakukan pada populasi atau sampel tertentu. Penelitian ini merupakan

metode pengumpulan data dan pengujian hipotesis dengan menggunakan alat-alat penelitian [16]. Data dikumpulkan dengan menggunakan penyebaran kuesioner, studi literatur dan model skala Likert lima tahap. Penelitian ini menggunakan populasi sebanyak 1.735 wisatawan yang menggunakan Jalan Kebromo antara bulan Mei hingga Agustus 2023. Metode pengambilan sampel tanpa peluang di mana setiap komponen atau anggota populasi tidak memiliki peluang atau kesempatan yang sama untuk dimasukkan ke dalam sampel. Purposive sampling menggunakan beberapa pertimbangan untuk memilih sampel penelitian agar data yang dihasilkan lebih representatif, seperti siapa saja yang membeli paket wisata Rumus Slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel penelitian, yaitu :

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

Dengan :

- n = Ukuran Sampel
- N = Jumlah Populasi
- e = Presentasi kelonggaran ketidaktertarikan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan yaitu 10%.

Dari hasil perhitungan tersebut dapat diperoleh jumlah sampel yang di peroleh sebesar 94,5 wisatawan atau digenapkan menjadi 95 wisatawan sebagai responden, yang merupakan jumlah minimum responden yang akan diteliti. Penelitian ini menggunakan analisis regresi tunggal terhadap data. Seberapa kuat hubungan sebab akibat antara variabel faktor penyebab (x) dan variabel akibat diukur dengan regresi tunggal [17]. Namun, sebelum data dapat digunakan untuk analisis berikutnya, dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Menurut [18], setelah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, yang menunjukkan bahwa nilai berdistribusi normal, dan uji heteroskedastisitas, yang menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas dengan nilai signifikansi di atas 0,05. Selanjutnya



adalah uji hipotesis, yang mencakup regresi linear sederhana, koefisien determinasi, koefisien korelasi sederhana, dan uji t [19].

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Survei yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 95 orang menunjukkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 1 Rata – Rata Variabel X**

No	Pernyataan	Skor					N	Mean
		ST	TS	KS	S	SS		
1	X1	0	0	4	39	52	95	4,50
2	X2	0	0	4	49	42	95	4,4
3	X3	0	0	6	47	42	95	4,37
4	X4	0	1	13	38	44	95	4,34
5	X5	0	0	10	41	44	95	4,35
6	X6	0	0	6	48	41	95	4,36
7	X7	0	0	8	46	41	95	4,34
8	X8	0	1	5	47	42	95	4,36
9	X9	0	0	9	51	35	95	4,27
10	X10	0	0	9	43	43	95	4,35
11	X11	0	0	10	45	40	95	4,31
12	X12	0	2	13	34	46	95	4,30
13	X13	0	1	2	41	51	95	4,49
14	X14	0	0	3	45	47	95	4,46
<b>Jumlah</b>								4,37

**Tabel 2 Rata-Rata Variabel Y**

No	Pernyataan	Skor					N	Mean
		ST	TS	KS	S	SS		
1	Y1	0	0	2	47	46	95	4,50
2	Y2	0	0	7	46	42	95	4,36
3	Y3	0	0	5	40	50	95	5,52
4	Y4	0	1	1	37	56	95	4,55
5	Y5	0	1	5	50	39	95	4,33
6	Y6	0	1	3	45	46	95	4,43
7	Y7	0	0	3	46	46	95	4,45
8	Y8	0	0	1	40	54	95	4,56
<b>Jumlah</b>								4,58

**Tabel 3 Kriteria Penilaian Hasil Kuesioner**

Kriteria	Skor
Sangat Rendah	1,00 – 1,79
Rendah	1,80 – 2,59
Cukup	2,60 – 3,39

Baik	3,39 – 4,19
Sangat Baik	4,20 – 5,00

Berdasarkan tabel 1 dan 2 di atas menunjukkan bahwa variabel X (kualitas pelayanan) memiliki rata – rata sebesar 4,37 dan masuk ke dalam rentang skor 4,20 – 5,00, variabel Y (kepuasan wisatawan) memiliki rata – rata sebesar 4,58 dan masuk ke dalam rentang skor 4,20 – 5,00. Berdasarkan pada 3 (kriteria penilaian hasil kuesioner) di atas, nilai rata – rata pada variabel X dan Y bernilai sangat baik.

**Tabel 4 Hasil Uji Validitas X**

No	Item Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Kesimpulan
1	1	0,397	0,202	Valid
2	2	0,574	0,202	Valid
3	3	0,489	0,202	Valid
4	4	0,588	0,202	Valid
5	5	0,643	0,202	Valid
6	6	0,661	0,202	Valid
7	7	0,593	0,202	Valid
8	8	0,478	0,202	Valid
9	9	0,688	0,202	Valid
10	10	0,628	0,202	Valid
11	11	0,632	0,202	Valid
12	12	0,621	0,202	Valid
13	13	0,593	0,202	Valid
14	14	0,556	0,202	Valid

**Tabel 5 Hasil Uji Validitas Y**

No	Item Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Kesimpulan
1	1	0,609	0,202	Valid
2	2	0,596	0,202	Valid
3	3	0,590	0,202	Valid
4	4	0,522	0,202	Valid
5	5	0,719	0,202	Valid
6	6	0,633	0,202	Valid
7	7	0,652	0,202	Valid
8	8	0,699	0,202	Valid

Hasil uji validitas berdasarkan tabel 4 dan 5 menunjukkan bahwa uji validitas butir pertanyaan indikator untuk masing-masing variabel adalah valid, sehingga kuesioner layak digunakan sebagai alat pengambilan data.



**Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach alpha	Nilai Kritik	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,850	0,60	Reliabel
Kepuasan Wisatawan (Y)	0,778	0,60	Reliabel

Berdasarkan hasil dari uji reliabilitas tabel 6 tersebut masing-masing variabel adalah reliabel. Dikarenakan Cronbach's Alpha yang dihasilkan dari masing-masing variabel > 0,60. Selanjutnya hasil uji normalitas dan heteroskedastisitas sebagai berikut :

**Tabel 7 Hasil Uji Normalitas**

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1. (Constant)	9,115	2,260
Kualitas Pelayanan	0,433	0,037

Berdasarkan pada tabel 7 diatas Uji normalitas menggunakan sampel Kolmogrov-Smirnov tunggal menunjukkan bahwa data tersebut mendapat nilai 0,200, yang berarti lebih dari 0,05, sehingga dinyatakan sebagai distribusi normal dan layak untuk dianalisis dalam penelitian ini.

**Tabel 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,786	Bebas Heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel 8 uji heteroskedastisitas diatas dapat diketahui Nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan (X) ini adalah 0,768 yang artinya lebih besar dari 0,05. Kemudian, hasil uji heterodastisitas untuk item independent variable service quality (X) tidak menghasilkan heterodastisitas dan layak untuk diteliti.

**Tabel 9 Regresi Linear Sederhana**

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1. (Constant)	9,115	2,260
Kualitas Pelayanan	0,433	0,037

Tabel 9 di atas menunjukkan bahwa nilai konstanta (a) adalah 9,115 dan nilai variabel X (kualitas layanan) adalah 0,433, sehingga dapat dituliskan persamaan regresinya:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 9,115 + 0,433X$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan :

- 1) Jika variabel independen kualitas pelayanan (X) bernilai 0 (nol), maka kepuasan wisatawan (Y) sebesar 9,115, dan variabel dependen kepuasan wisatawan (Y) bernilai 9,115.
- 2) Nilai variabel X (kualitas pelayanan) adalah 0,433, dimana koefisien regresinya mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap kepuasan wisatawan.

**Tabel 10 Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.774 <sup>a</sup>	.599	.594	1.682

Menurut tabel 10 di atas, koefisien korelasi, atau R, adalah 0,774, dan nilai persegi adalah 0,599. Setelah mengetahui nilainya, periksa bagaimana keduanya berhubungan dengan pedoman berikut [20]:

**Tabel 11 Interpretasi Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang (Cenderung Kuat)
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 10 tersebut Nilai koefisien korelasi sederhana ditemukan sebesar 0,774. Berdasarkan tabel 11 di atas, nilai koefisien berada pada kisaran 0,60 hingga 0,799, yang menunjukkan hubungan



yang kuat antara kualitas layanan dan kepuasan wisatawan. Nilai koefisien determinasi R-square ( $R^2$ ) sebesar 0,599 dan 59,90%, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan (Y), sedangkan 40,10% atau sisanya dipegang oleh kualitas pelayanan.

Tabel 12 Uji-t

Variabel	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	Nilai Signifikan	$\alpha = 5\%$	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	11,782	1,986	< 0,001	0,05	Berpengaruh Signifikan

Variabel X, kualitas layanan, memiliki pengaruh positif terhadap variabel Y, kepuasan wisatawan yang ditunjukkan oleh nilai t dari tabel di atas dan nilai t hitung sebesar 11,782 lebih besar dari nilai 1,986 pada t-tabel. Rumus mencari  $T_{tabel}$  sebagai berikut :

$$T_{tabel} = (0,05/2 : n - k - 1) \\ = (0,05/2 : 95 - 2 - 1) ; (0,025 : 92) \\ = 1,986$$

### Kualitas Pelayanan di Anak Usaha PT. Pratama Wisata Lintasnusa Jalankebromo

Studi ini menggunakan lima dimensi kualitas layanan: konkret, empati, keandalan, daya tanggap, dan jaminan, yang terdiri dari empat belas indikator. Berdasarkan analisis data variabel kualitas pelayanan (X), diperoleh skor total sebesar 4,37, menempatkannya dalam kategori "sangat baik" dengan rentang skor 4,20 - 5,00. Indikator dengan skor tertinggi adalah karyawan yang berpenampilan rapi dan profesional, Hal ini didukung dengan fakta dilapangan yang menunjukkan bahwa pemandu wisata di Jalankebromo memiliki penampilan yang rapi, bersih, menggunakan ID Card jalankebromo, serta mengutamakan *greeting* kepada wisatawan sehingga dapat terlihat performa yang baik dan aura positif selama bekerja. Hal ini tentu dapat menciptakan lingkungan kerja yang profesional dan mampu menjaga kualitas pelayanan yang baik. Sedangkan indikator dengan skor terendah terdapat pada pernyataan X9 sebesar 4,27 menyatakan bahwa "Staff jalankebromo merespon permintaan wisatawan terkait titik penjemputan dengan cepat". Berdasarkan fakta

dilapangan, wisatawan merasa kesal terkait titik penjemputan karena tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jalankebromo menyediakan *free* penjemputan untuk area Malang Kota, akan tetapi terdapat miskomunikasi antara *staff* kantor dengan *driver* yang menjemput wisatawan, hal ini mengakibatkan wisatawan komplain kepada *customer service* jalankebromo terkait titik penjemputan yang tidak sesuai. Hasil penelitian yang berjudul "Pengaruh daya tanggap, sentuhan dan empati terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero di Kabupaten Enrekang" adalah sebagai berikut. Hal ini sejalan dengan penelitian [21] dimana variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan adalah kemudahan untuk dihubungi, dimana semakin baiknya *value* pada bukti fisik atau *tangible staff*, maka akan meningkatkan kepuasan pada pelanggan

### Kepuasan Wisatawan di Anak Usaha PT. Pratama Wisata Lintasnusa Jalankebromo

Studi ini menggunakan tiga indikator untuk mengukur kepuasan wisatawan: kesesuaian dengan harapan wisatawan, minat untuk berkunjung kembali, dan kesediaan untuk merekomendasikan. Berdasarkan analisis data variabel yang terdapat pada tabel 4.7, diperoleh skor total kepuasan wisatawan (Y) sebesar 4,58 sehingga interval skor tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Y (kepuasan wisatawan) masuk dalam kategori "sangat baik" dengan rentang skor 4,20 - 5,00. Indikator dengan skor tertinggi terdapat pada pernyataan Y3 dalam indikator kesesuaian harapan sebesar 4,56 yang menyatakan bahwa "saya merasa puas dengan pelayanan *customer service* saat menanggapi pertanyaan". Hal ini didukung oleh fakta dilapangan yang menunjukkan bahwa tamu merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh *customer service* selama konsultasi hingga selesai *trip* di Jalankebromo. Dibuktikan dengan adanya *repeater tourist* yang peneliti temui ketika melakukan penelitian. Sedangkan indikator dengan skor terendah terdapat pada pernyataan Y5 sebesar 4,33 yang menyatakan bahwa "saya



akan menggunakan jasa jalankebromo karena fasilitas yang disediakan memadai". Berdasarkan fakta dilapangan, terdapat fasilitas yang disediakan jalankebromo belum sesuai dengan yang dijanjikan. Fasilitas yang dimaksud disini yaitu jeep, P3K, dan dokumentasi, banyak wisatawan yang komplain terkait dokumentasi yang tidak layak meskipun sudah menggunakan kamera, banyak yang mengeluhkan bahwa hasil dokumentasi lebih bagus menggunakan *handphone* pribadi daripada menggunakan dokumentasi yang sudah termasuk kedalam paket wisata. Penelitian sebelumnya [22] menemukan bahwa "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Natra Tour Dan Travel Di Surakarta" memiliki pengaruh yang signifikan dan signifikan terhadap kesetiaan pelanggan untuk dapat memilih kembali biro perjalanan wisata tersebut dikemudian hari.

#### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan**

Hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) memengaruhi kepuasan wisatawan secara positif dan signifikan pada anak perusahaan PT Pratama Wisata Lintasnusa Jalankebromo. Hasil analisis tersebut dibuktikan dengan hasil thitung > ttabel, yaitu  $<0.001 < 0.05$  anlamlilikla  $11.782 > 1.986$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa  $H_0$  diterima dan terbukti. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa variabel kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan secara parsial di anak perusahaan PT Pratama Wisata Lintasnusa Jalankebromo. Hal ini berarti kepuasan wisatawan akan menurun jika kualitas pelayanan dibawah optimal dan kepuasan wisatawan akan meningkat jika kualitas pelayanan ditingkatkan.

Hasil analisis regresi tunggal menghasilkan nilai konstanta sebesar 9,115. Hal ini berarti konstanta sebesar 9,115 bernilai positif dan menunjukkan bahwa variabel X (kualitas pelayanan) berkorelasi positif dengan variabel Y (kepuasan wisatawan). Oleh karena

itu, meningkatkan kualitas pelayanan akan berdampak positif pada kepuasan wisatawan juga. Analisis koefisien korelasi sederhana menunjukkan nilai korelasi sederhana sebesar 0,774. Dengan rentang 0,60-0,799, variabel terikat kepuasan wisatawan (Y) dan variabel bebas kualitas pelayanan (X) memiliki hubungan yang kuat. Hubungan ini menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan di Jalan ke bromo.

Koefisien determinasi dianalisis dan diperoleh nilai sebesar 0,599 atau 59,90%. Nilai 59,90% ini berarti kualitas pelayanan (X) mempengaruhi kepuasan wisatawan (Y) yang dipengaruhi oleh sisanya sebesar 40,10% atau variabel lain yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan hal yang penting bagi Jalankebromo karena memiliki dampak langsung dan positif terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini sesuai dengan fakta dilapangan bahwa *customer* puas dengan pelayanan yang diberikan jalankebromo terlihat dari sebelum *trip* hingga *trip* berlangsung, dilihat pada tabel 4.7 dengan skor tertinggi 4,56 terkait kepuasan pelayanan *customer service*, membuktikan bahwa *customer service* dapat mengayomi, membantu dan memberikan informasi lengkap kepada wisatawan. Dilihat dari skor tertinggi kualitas pelayanan pada tabel 4.5 dengan skor tertinggi 4,50 terkait penampilan pemandu wisata, dari hal tersebut wisatawan nyaman pada pelayanan jalankebromo karena penampilan pemandu wisata rapi dan profesional, dan dapat merepresentasikan perusahaan sehingga tercipta kepercayaan terhadap perusahaan serta kepuasan tersendiri bagi wisatawan. Penelitian ini sebelumnya telah diterbitkan dalam jurnal [23] yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kantor Pariwisata PT Barata Dewata Asri Bali", yang hasil penelitiannya menunjukkan Menurut hasil penelitian, kualitas layanan memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.



Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh Jalankebromo sebagai alat penilaian untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada wisatawan. Mengingat 59,90% kepuasan wisatawan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Kualitas layanan ditemukan memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa

- 1) Kualitas pelayanan secara keseluruhan dinilai sangat baik dengan skor total 4,37. Indikator dengan skor tertinggi yaitu pernyataan X1 tentang penampilan pemandu wisata yang rapi dan profesional dengan skor 4,50. Indikator dengan skor terendah yaitu pernyataan X9 terkait titik penjemputan dengan skor 4,27. Dengan demikian, meskipun kualitas pelayanan secara umum dinilai sangat baik, perbaikan lebih lanjut diperlukan terutama dalam meningkatkan responsivitas terhadap permintaan wisatawan terkait titik penjemputan.
- 2) Skor total kepuasan wisatawan (Y) adalah 4,58 yang menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan masuk dalam kategori sangat baik. Skor tertinggi yaitu pernyataan Y3 terkait pelayanan *customer service* sebesar 4,56, sedangkan skor terendah yaitu pernyataan Y5 terkait kepuasan fasilitas sebesar 4,33. Dengan demikian, meskipun kepuasan wisatawan secara keseluruhan dinilai sangat baik, perlu diperhatikan untuk meningkatkan fasilitas yang disediakan agar lebih memadai sesuai dengan harapan wisatawan dan meningkatkan niat mereka untuk menggunakan jasa Jalankebromo.
- 3) Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan di PT Pratama Wisata Lintasnusa cabang Jalankebromo berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang mengindikasikan bahwa hipotesis diterima. Hal ini

ditunjukkan dengan hasil regresi linier sederhana sebesar 0,433, koefisien korelasi sebesar 0,744, nilai sebesar 0,599 atau 59,90%, dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $11,782 > 1,986$ , nilai signifikansi  $< 0,05$  yaitu  $0,001 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkat kualitas pelayanan maka tingkat kepuasan wisatawan juga meningkat

### Saran

1. Bagi perusahaan  
Bagi Anak Usaha PT. Pratama Wisata Lintasnusa Jalankebromo, kualitas pelayanan merupakan faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Jalankebromo perlu meningkatkan kinerja *staff* dan pemandu wisata dengan cara memperhatikan kinerja *staff* dan pemandu wisata agar tidak terlalu sering menimbulkan kesan buruk bagi para wisatawan. Selain itu pihak jalankebromo dapat memilih *fotografer* maupun *driver* yang tepat, agar tidak adanya komplain dari wisatawan mengenai dokumentasi dan titik penjemputan.
2. Bagi peneliti selanjutnya  
Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti menggunakan variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan. Hal tersebut dikarenakan kualitas pelayanan hanya mampu mempengaruhi 59,90% terhadap kepuasan wisatawan di Anak Usaha PT. Pratama Wisata Lintasnusa Jalankebromo, artinya sebesar 40,10% atau sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Misalnya variabel harga, kualitas paket wisata, fasilitas dan lain sebagainya untuk menambah sumber referensi serta dapat menjadi perbandingan antar perusahaan dengan jasa yang berbeda.




---

**DAFTAR PUSTAKA**

- [1] R. Crotti and T. Misrahi, *Tourism Competitiveness - Paving the way for a more sustainable and inclusive future*. 2017. [Online]. Available: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2017\\_web\\_0401.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf)
- [2] N. K. Widyastuti, *Pariwisata Spiritual: Daya Tarik Wisata Palasari Bali Entrepreneurship View project leadership View project*, 1st ed. Pustaka Larasan, 2017. [Online]. Available: <https://www.researchgate.net/publication/318012421>
- [3] M. S. Abadi, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen,” *J. Ilm. Ekon. Manaj. J. Ilm. Multi Sci.*, vol. 13, no. 1, pp. 24–34, 2022, doi: 10.52657/jiem.v13i1.1730.
- [4] M. N. Puja, “Implementasi Strategi Pelayanan Prima Pada Bisnis Biro Perjalanan Wisata Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Terhadap Strategi Bisnis CV. Mitra Inter Nusapada Tour and Travel Purwokerto Banyumas,” 2019, [Online]. Available: <https://core.ac.uk/download/pdf/295326147.pdf>
- [5] A. A. Zain, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen,” *J. Sains Manaj. Dan Bisnis Indones.*, vol. 9, no. 2, pp. 114–126, 2019, doi: 10.55352/maqashid.v2i2.269.
- [6] F. Hamzah, Y. A. Ghani, and Z. A. Silfana, “Seberapa Besar Kualitas Pelayanan Dapat Mempengaruhi Keputusan Tamu Menginap?,” *J. Kaji. Pariwisata*, vol. 4, no. 2, pp. 100–109, 2022, doi: 10.51977/jiip.v4i2.769.
- [7] F. Tjiptono, *Pemasaran jasa, Krakteristik Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian.*, vol. 44, no. 8. 2014. doi: 10.1088/1751-8113/44/8/085201.
- [8] U. Hatimah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Prima Unggul Global (Tour&Travel) Di Kota Makassar*, vol. 14, no. 2. 2020. [Online]. Available: <http://www.unpcdc.org/media/15782/sustainable-procurement-practice.pdf%0Ahttps://europa.eu/capacity4dev/unep/document/briefing-note-sustainable-public-procurement%0Ahttp://www.hpw.qld.gov.au/SiteCollectionDocuments/ProcurementGuideIntegratingSustainability>
- [9] H. Hasbullah and A. I. S. Amri, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cv Bahagia Samarinda,” *Business, Entrep. Financ.*, vol. 1, no. 2, pp. 98–107, 2021, [Online]. Available: <https://doi.org/10.53067/ijebeff>
- [10] V. C. Mende, Q. C. Kainde, and F. I. Sangkop, “Virtual Tour Pariwisata Kelurahan Lahendong Berbasis Web Menggunakan Metode Prototyping,” *J. Penelit. Rumpun Ilmu Tek.*, vol. 2, no. 2, pp. 187–199, 2023, [Online]. Available: <https://doi.org/10.55606/juprit.v2i2.1963>
- [11] D. E. Priyono, “PERENCANAAN STRATEGIS DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN KARANGANYAR DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA,” *Digilib.UNS*, pp. 1–23, 2016.
- [12] N. M. A. Y. Putri, I. G. S. Mananda, and N. P. E. Mahadewi, “Pengaruh Biro Perjalanan Wisata Sebagai Saluran Distribusi Terhadap Tingkat Hunian Kamar Pada Hotel All Seasons Legian Bali,” *J. IPTA*, vol. 2, no. 2, p. 34, 2014, doi: 10.24843/ipta.2014.v02.i02.p07.
- [13] M. Ibrahim and S. M. Thawil, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen,” *J. Ris. Manaj. dan Bisnis Fak. Ekon. UNIAT*, vol. 4, no. 1, pp. 175–182, 2019, doi: 10.36226/jrmb.v4i1.251.
- [14] M. Amin, “Economics bosowa journal edisi xxiv januari s/d maret 2018,” *Econ.*



- Bosowa J., vol. 4, no. 001, pp. 67–79, 2018.
- [15] F. Tjiptono, “Pemasaran jasa, Karakteristik Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian.” no. January 2014, pp. 18–19, 2019.
- [16] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung, 2017. [Online]. Available: [https://perpustakaan.gunungsitolikota.go.id/uploaded\\_files/temporary/DigitalCollection/YjU0ZDA0M2M0ZjE5ZWZk3NWl0MGJhYmI2YWYyNmM1YTFINWE5Yg==.pdf](https://perpustakaan.gunungsitolikota.go.id/uploaded_files/temporary/DigitalCollection/YjU0ZDA0M2M0ZjE5ZWZk3NWl0MGJhYmI2YWYyNmM1YTFINWE5Yg==.pdf)
- [17] A. Setiawan, N. Qomariah, and H. Hermawan, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen,” *Al-Maqashid J. Econ. Islam. Bus.*, vol. 2, no. 2, 2019, doi: 10.55352/maqashid.v2i2.269.
- [18] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Badan penerbit UNDIP, 2018. [Online]. Available: <https://www.vscribd.com/id/view-doc/644946086?q=aHR0cHM6Ly9pZC5zY3JpYmQuY29tL2RvY3VtZW50LzY0NDk0NjA4Ni9HaG96YWxpLUVkaXNpLTktcGRm&f=UERG>
- [19] D. Priyatno, *SPSS Panduan Mudah Olah Data bagi Mahasiswa dan Umum*. Penerbit ANDI (Anggota IKAPI), 2018.
- [20] N. M. Yuliadarwati, M. Agustina, S. Rahmanto, and S. Septyorini, “Gambaran Aktivitas Fisik Berkorelasi Dengan Keseimbangan Dinamis Lansia,” *J. Sport Sci.*, vol. 10, no. 2, pp. 107–112, 2020, doi: 10.17977/um057v10i2p107-112.
- [21] Hamzyah, “PENGARUH RESPONSIVENESS, TANGIBLE, DAN EMPHATY TERHADAP KEPUASAN PELAYANAN PELANGGAN PADA PT. PLN (Persero) DI KABUPATEN ENREKANG,” *Profitab. J. Ilmu Manaj.*, vol. 3, no. 1, 2019, [Online]. Available: <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/rofitability/article/view/2507>
- [22] E. Nawangsasi and F. L. Purnami, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Natra Tour Dan Travel Di Surakarta,” *J. Account.*, vol. 8, no. 2, pp. 74–79, 2021.
- [23] I. N. Parta and N. W. Rani, “PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BIRO PERJALANAN WISATA PT . BARATA DEWATA ASRI BALI  
Keywords : Service Quality , Customer Satisfaction , Travel Bureau . Kata kunci : Kualitas Layanan , Kepuasan Pelanggan , Biro Perjalanan Wisata,” vol. 9, no. 1, 2019.