

## **PENGARUH CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI OBJEK WISATA LOANG BALOQ KOTA MATARAM**

**Oleh**

**Ersa Arkananti<sup>1</sup> & Syech Idroes<sup>2</sup>**

**<sup>1,2</sup> Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram**

**Email : <sup>1</sup>[ersaarkananti@gmail.com](mailto:ersaarkananti@gmail.com), & <sup>2</sup>[seidroes@gmail.com](mailto:seidroes@gmail.com)**

---

### **Article History:**

*Received: 26-04-2024*

*Revised: 29-04-2024*

*Accepted: 03-05-2024*

### **Keywords:**

*Citra Destinasi,  
 Kepuasan Wisatawan,  
 Objek Wisata Loang  
 Baloq.*

**Abstrak** Tujuan dari penelitian ini yaitu menjelaskan pengaruh variabel citra destinasi terhadap variabel kepuasan wisatawan di Objek wisata Loang Baloq. Jenis penelitian ini adalah penelitian penjelasan dengan pendekatan kuantitatif. Variabel yang digunakan ada dua, yaitu variabel citra destinasi dan variabel kepuasan wisatawan. Pengumpulan data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 45 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan populasi yaitu wisatawan nusantara berasal dari dalam Kota Mataram dan luar Kota Mataram, Analisis data penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan Analisis Regresi Linier Sederhana. Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan wisatawan. Berdasarkan hasil penelitian, sebaiknya Pemerintah Daerah dan pelaku usaha pariwisata menjaga citra Loang Baloq dan meningkatkan intensitas kunjungan wisatawan dengan cara mempromosikan semua jenis daya tarik wisata, serta mengoptimalkan daya tarik wisata di Loang Baloq yang beragam tersebut dengan membuat paket wisata.

---

## **PENDAHULUAN**

Pantai Loang Baloq merupakan salah satu destinasi wisata yang digemari oleh masyarakat NTB yang terletak di Kelurahan Tanjung Karang, Kecamatan Sekarbela, Kota Mataram, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Nama loang baloq ini sendiri berasal dari makam atau petilasan di pulau Lombok yang terdapat di sebelah timur pantai, yang merupakan penyebar agama Islam di pulau Lombok yang datang dari timur tengah yakni Syeikh Gauz Abdurrazak (Kemenparekraf, 2022). Pantai Loang Baloq belakangan semakin banyak dikunjungi wisatawan.

Citra destinasi mengacu pada persepsi umum yang dimiliki oleh wisatawan tentang suatu tempat tujuan wisata. Ini mencakup aspek-aspek seperti daya tarik wisata, keindahan alam, keunikan budaya, infrastruktur pariwisata, dan citrapositif secara keseluruhan. Menurut (Agusti, dkk2016) citra destinasi yang positif dapat menciptakan daya tarik yang kuat bagi wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Wisatawan cenderung tertarik pada destinasi yang memiliki citra positif yang memberikan kesan bahwa mereka akan memiliki pengalaman yang menyenangkan dan berharga. Citra destinasi yang baik juga dapat mempengaruhi persepsi wisatawan tentang kualitas pelayanan yang akan mereka terima (Agusti dkk, 2016).

Menurut Nurlestar (2016) kepuasan wisatawan adalah hasil dari persepsi wisatawan tentang kesesuaian antara harapan mereka dengan pengalaman sebenarnya yang mereka alami.

Jika citra destinasi positif dan kualitas pelayanan memenuhi atau bahkan melebihi harapan wisatawan, kemungkinan besar mereka akan merasa puas. Kepuasan ini dapat mencakup aspek-aspek seperti keindahan alam, keunikan budaya, kemudahan akses, kualitas akomodasi, dan pelayanan yang ramah dan efektif.

## LANDASAN TEORI

### 1.) Teori Citra Destinasi

Menurut Frank Jefkins dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007:114), citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Frank Jefkins dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007:117).

### 2.) Teori Kepuasan Wisatawan

Menurut Kotler (2013) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul dari membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dari suatu produk dengan harapan mereka. Jika di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, wisatawan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, wisatawan sangat puas atau senang.

## METODE PENELITIAN

### Design Penelitian

Analisis regresi linear sederhana atau dalam bahasa Inggris disebut dengan nama simple linear regression digunakan untuk mengukur besarnya hubungan satu variabel bebas atau variabel independent atau variabel predictor atau variabel X terhadap variabel tergantung atau variabel dependen atau variabel terikat atau variabel Y (Raharjo, Said, 2017).

### Teknik Pengumpulan Data

#### a. Angket

Menurut Sugiyono (2018) angket digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan wisatawan terhadap wisata kuliner di Destinasi Wisata Loang Baloq Kota Mataram. Angket dibagikan ke wisatawan pernah mengunjungi Destinasi Wisata Loang Baloq minimal satu kali. Angket dalam penelitian ini menggunakan penilaian Skala Liker yaitu untuk mengukur penilaian wisatawan terhadap variabel-variabel yang sedang diteliti.

#### b. Metode Dokumentasi

Dokumen adalah suatu metode pengumpulan data dan studi pustaka, dimana dokumen-dokumen yang dianggap relevan dan didukung oleh masalah yang diteliti disajikan dalam bentuk literatur, laporan tahunan, jurnal, majalah, artikel ilmiah sehingga didapatkan data untuk memberikan informasi mengenai penelitian yang dilakukan (Sugiyono, 2018).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Pantai Loang Baloq berada di ujung barat Kota Mataram, tepatnya di Kelurahan Tanjung Karang, Kecamatan Sekarbela, Kota Mataram. Letak geografis Pantai Loang Baloq berada di  $-8^{\circ}36'10.87$  LU dan  $116^{\circ}4'42.6$  BT. Objek wisata Loang Baloq adalah salah satu objek wisata yang strategis karena lokasinya yang tidak jauh dari pusat kota, hanya membutuhkan waktu 20 menit dari pusat kota untuk sampai di Objek Wisata Loang Baloq. Akses masuk ke area Objek Loang Baloq sangat memadai karena gapura keluar masuk lumayan luas. Objek wisata Loang Baloq telah dikelola dengan baik, terlihat dari tempatnya yang bersih, tempat parkir yang luas serta kendaraan tersusun rapi, estimasi jumlah kendaraan yang dapat ditampung pada area parkir ini sekitar ratusan kendaraan roda 2 dan sekitar puluhan untuk kendaraan roda 4. Setelah memasuki objek wisata Pantai Loang

Baloq, wisatawan akan disuguhkan berbagai atraksi wisata yang dapat dilakukan, yaitu memiliki wahana permainan dan juga menikmati matahari terbenam. Kunjungan wisatawan paling banyak pada hari sabtu dan minggu sore di mana hari-hari libur tersebut wisatawan bisa menghabiskan waktu untuk berkumpul bersama keluarga dan teman untuk menikmati panorama sunset sambil memesan olahan ikan, menyewa sepeda listrik, melukis dan hampir setiap bulan selalu ada event yang diselenggarakan di Loang Baloq.

### **Pembahasan**

Hasil analisis yang menerangkan bahwa secara langsung variabel citra destinasi berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan wisatawan. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan wisatawan dapat tercipta dengan adanya citra destinasi yang positif. Wisatawan yang memiliki penilaian positif mengenai destinasi pariwisata terkait. Sebaliknya, apabila wisatawan memiliki penilaian yang negatif, maka cenderung menyebabkan rasa ketidakpuasan atau tidak senang terhadap destinasi pariwisata. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Sun, et al. (2013) yang menyimpulkan bahwa wisatawan yang mengembangkan persepsi yang positif memperoleh kepuasan yang lebih baik pada pengalamannya. (2) Pengaruh citra destinasi (X) terhadap kepuasan wisatawan (Y) didukung pula dari kesesuaian antara pengetahuan wisatawan mengenai Objek wisata Loang Baloq dengan alasan berkunjungnya. Berdasarkan gambaran karakteristik responden, sebagian besar responden mengenal atau mengetahui Loang Baloq sebagai tempat untuk berwisata. Pengetahuan tersebut mendorong wisatawan untuk berkunjung ke Loang Baloq dengan alasan/motivasi tertentu yang berkaitan dengan kegiatan wisata.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan analisa dan interpretasi data yang dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Citra Destinasi (X) terhadap variabel Kepuasan Wisatawan (Y), dengan tingkat pengaruh sebesar 73,0%, ini didasarkan pada hasil Koefisien Determinasi, didapatkan nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,730, sedangkan sisanya 27% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### **Saran**

Saran dari penelitian yang sudah dilakukan dan juga kesimpulan yang dikemukakan diatas, maka peneliti mengemukakan beberapa saran. Dimana saran-saran ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan studi ilmiah mengenai citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan. Adapun saran-saran meliputi:

- a. Diharapkan pengelola objek wisata Loang Baloq dapat membuat Loang Baloq sebagai kota wisata, dengan semakin gencar mengenalkan dan mempromosikan merek yang dimiliki, terutama berkaitan dengan atraksi wisata yang beragam. Strategi yang dapat dilakukan dengan memberikan inovasi dan kegiatan-kegiatan yang berbeda serta unik secara rutin dan berkala agar wisatawan tertarik untuk berkunjung dan menikmati atraksi wisata tersebut, serta merasakan pengalaman yang berbeda-beda tiap berkunjung ke Loang Baloq. Sehingga, yang telah ada di Loang Baloq dapat dipertahankan dan dioptimalkan selain dengan penambahan daya tarik wisata.
- b. Pemerintah Daerah Kota Mataram dan pelaku usaha pariwisata sebaiknya memberikan informasi dan promosi semua jenis daya tarik wisata, karena item daya tarik wisata sejarah masih terjaga. Upaya promosi secara menyeluruh tersebut dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang tidak hanya terpusat pada daya tarik wisata tertentu tetapi menyeluruh pada semua jenis daya tarik wisata yang dimiliki Loang Baloq. Cara lain dengan

mengikutsertakan berbagai daya tarik wisata tersebut dalam paket wisata, sehingga dapat diketahui pula oleh wisatawan. Solusi lainnya yaitu membuat kegiatan (event) yang berlokasi di Loang baloq untuk menarik minat berkunjung wisatawan.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agusti, M., Utari, W., & Putra, N. M. W. (2020). Analisi Pengaruh Promosi dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Perantara. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(11), 1558–1572. Retrieved from <http://ejurnalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/125/69>.
- [2] Alimul Hidayat, 2013. Pengertian definisi operasional variabel. Diakses dari [damayantihilda4.wordpress.com/2013/04/14/variable-penelitian-dan-definisi-operasional/](http://damayantihilda4.wordpress.com/2013/04/14/variable-penelitian-dan-definisi-operasional/). Pada tanggal 6 November 2014, Jam 13.00
- [3] Kotler, P., & Keller, Kevin Lane, 2013. *Marketing Management* 14th edition. New Jersey: Prentice Hall. Lolang, Enos. “HIPOTESIS NOL DAN HIPOTESIS ALTERNATIF,” no 3 (2015):685-95
- [4] Nurlestar, A.F., (2016), “Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap NiatKunjungan Ulang Wisata Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel InterveningPada TamanSafari Indonesia Cisarua Bogor”, *Jurnal Pariwisata, Jurnal Pariwisata*.
- [5] Putri, R. A., Farida, N., & Dewi, R. S. (2015). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata Dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan (Studi Pada Pengunjung Domestik Taman Wisata Candi Borobudur). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(1), 225-235.
- [6] Rangkuti, Freddy. 2013. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Penerbit PT. GramediaPustaka Utama. Jakarta.
- [7] Siregar, S. (2015). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara.
- [8] Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wisnawa, I.B. Prayogi, P.A & Sutapa, I.K. (2019). *Menejemen Pemasaran Pariwisata: Model Brand Loyalty Pengembangan Potensi Wisata Dikawasan Pedesaan*. Yogyakarta: Budi Utama.
- [9] Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. 2013. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* thed. Mc.Graw- Hill. Boston.