
PENGARUH FASILITAS DAN PELAYANAN PEDAGANG TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI PANTAI KLUI DESA MALAKA KECAMATAN PEMENANG KABUPATEN LOMBOK UTARA

Oleh :

Alyan Saputra¹, I Ketut Bagiastra² & Lalu Masyhudi³

^{1,2,3}**Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram, Indonesia**

E-mail: ¹alyanaf012@gmail.com, ²ktutbagiastra@gmail.com, ³laloemipa@gmail.com

Article History:

Received: 31-12-2025

Revised: 01-01-2026

Accepted: 02-01-2026

Keywords:

Fasilitas, Kualitas

Pelayanan, dan

Kepuasan Wisatawan.

Abstract : *Pantai Klui adalah salah satu destinasi wisata yang terletak di Kecamatan Pemenang, Kabupaten Lombok Utara. Meskipun demikian pantai klui masih dihadapkan beberapa permasalahan termasuk kurangnya fasilitas yang memadai serta pelayanan pedagang yang belum optimal atau maksimal, selain itu penting juga bagi pedagang di pantai klui untuk memperhatikan kepuasan wisatawan, karena hal ini berpengaruh pada kelangsungan bisnis pedagang jangka Panjang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fasilitas dan pelayanan pedagang terhadap kepuasan wisatawan di pantai klui Desa Malaka Kecamatan Pemenang Kabupaten Lombok Utara. Sebagai salah objek wisata di Lombok Utara, Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan variabel penelitian meliputi fasilitas dan pelayanan pedagang sebagai variabel bebas dan kepuasan wisatawan sebagai variabel terikat. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, dokumentasi dan angket dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden dengan jenis non-probability sampling yang digunakan accidental sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan software aplikasi SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel fasilitas dan pelayanan pedagang terhadap kepuasan wisatawan.*

PENDAHULUAN

Pantai Klui adalah salah satu destinasi wisata yang terletak di Kecamatan Pemenang, Kabupaten Lombok Utara. Pantai klui sering menjadi tujuan wisatawan untuk menikmati keindahan alam yang menakjubkan dengan latar belakang Gunung Agung. Meskipun demikian Pantai Klui menghadapi tantangan dalam mempertahankan daya saingnya sebagai destinasi wisata, terutama dengan pesatnya perkembangan sektor pariwisata di Nusa Tenggara Barat, khususnya di Lombok.

Sebagai salah satu objek wisata andalan di Lombok Utara, Pantai Klui masih dihadapkan pada beberapa permasalahan, termasuk kurangnya fasilitas yang memadai seperti toilet umum, mushola, dan tempat sampah serta pelayanan pedagang yang belum optimal.

Handayani dan Taufiq (2017) menyatakan bahwa fasilitas berfungsi sebagai sarana yang memenuhi kebutuhan wisatawan, baik secara fisik maupun non-fisik.

kualitas pelayanan juga merupakan faktor krusial yang harus ditingkatkan untuk memenuhi ekspektasi wisatawan di Pantai Klui, Terbatasnya operasional seperti pedagang yang terkadang dalam keadaan ramai pengunjung pedagang mulai mengalami kesulitan dalam melayani, dikarenakan mayoritas pedagang yang ada dipantai klui bekerja secara mandiri,

Tjiptono (2017), kualitas pelayanan adalah ukuran yang menunjukkan seberapa baik layanan yang diberikan dapat memenuhi ekspektasi wisatawan. Dengan demikian, pelayanan yang baik dapat membantu meningkatkan kepuasan wisatawan.

Penting bagi pedagang di Pantai Klui untuk memperhatikan kepuasan wisatawan, karena hal tersebut berpengaruh pada kelangsungan bisnis mereka dalam jangka panjang. Menurut Ginting (2021) menjelaskan bahwa kepuasan wisatawan adalah penilaian yang diberikan berdasarkan perbandingan antara harapan konsumen dengan kenyataan atas barang atau jasa yang diterima.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan kajian lebih lanjut terkait Pengaruh fasilitas dan pelayanan pedagang terhadap kepuasan wisatawan di Pantai Klui Desa Malaka Kecamatan Pemenang Kabupaten Lombok Utara.

LANDASAN TEORI

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

Fasilitas

Menurut Kotler (2005), menyatakan Fasilitas merupakan bagian penting dari pengembangan destinasi wisata karena secara langsung mempengaruhi kualitas layanan dan daya tarik suatu tempat. Fasilitas yang baik dan memadai dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan serta mendukung keinginan sektor pariwisata Kotler (2005).

Menyoroti beberapa aspek penting terkait indikator fasilitas wisata yang mempengaruhi pengalaman pelanggan, termasuk fasilitas umum, fasilitas pendukung dan fasilitas penunjang. Ketiga indikator ini berfungsi sebagai faktor utama dalam menciptakan kenyamanan dan kepuasan pelanggan menurut Spillane, sebagaimana dikutip oleh Marhanah dan Wahadi (2016).

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2017) menyatakan bahwa Kualitas pelayanan adalah konsep yang sangat penting dalam dunia bisnis, terutama dalam sektor jasa seperti industri pariwisata, perhotelan, dan transportasi. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan wisatawan, yang pada gilirannya dapat memperbaiki loyalitas wisatawan dan meningkatkan citra perusahaan. Berdasarkan beberapa pandangan para ahli, kualitas pelayanan diartikan sebagai upaya untuk memenuhi atau bahkan melebihi harapan wisatawan.

Para ahli juga mengidentifikasi beberapa dimensi yang berperan dalam menentukan kualitas pelayanan. Salah satu model yang paling terkenal adalah model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985). Model ini mengidentifikasi lima dimensi utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu:

- a. *Tangibles* (Bukti Fisik) Merujuk pada fasilitas fisik, peralatan, personel, dan komunikasi yang dapat dilihat oleh wisatawan. Misalnya, kebersihan hotel, desain interior, atau penampilan staf.

- b. *Reliability* (Keandalan) Menunjukkan kemampuan penyedia layanan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan dapat diandalkan.
- c. *Responsiveness* (Daya Tanggap) Kemampuan staf untuk membantu wisatawan dan memberikan respons dengan cepat saat wisatawan membutuhkan bantuan.
- d. *Assurance* (Jaminan) Mengacu pada pengetahuan, keterampilan, dan sikap profesional yang dimiliki oleh staf yang memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada wisatawan.
- e. *Empathy* (Empati) Kualitas dalam hal memberikan perhatian individual kepada wisatawan, memahami kebutuhan dan keinginan mereka, serta memberikan pelayanan yang personal.

Kepuasan Wisatawan

Menurut Kotler dan Keller (2016) kepuasan adalah perasaan yang dirasakan oleh individu setelah pengalaman mereka terhadap produk atau layanan, dengan membandingkan kinerja aktual dengan harapan yang sudah ada sebelumnya.

Menurut Tjiptono dalam Sudiarta et al. (2022, p. 513), dimensi kepuasan wisatawan melibatkan beberapa aspek penting yang mempengaruhi pengalaman dan persepsi wisatawan terhadap layanan dan fasilitas yang diterima selama berkunjung ke destinasi wisata. Tiga dimensi utama kepuasan wisatawan yang disebutkan adalah:

- a. Kesamaan harapan (*Expectation*)
- b. Keinginan untuk Berkunjung Kembali (*Intention to Revisit*)
- c. Kesiediaan Merekomendasikan (*Willingness to Recommend*)

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini akan digunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi yang diteliti yaitu wisatawan yang pernah mengunjungi pantai klui dan seluruh pedagang yang ada di pantai klui dengan teknik pengambil sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan jenis Accidental sampling, dimana responden adalah individu yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti di lokasi wisata Berdasarkan hasil perhitungan rumus Lemeshow (Siregar, 2014), didapatkan jumlah sampel 97 responden dengan pengumpulan data menggunakan angket. Data angket tersebut akan diukur menggunakan skala Likert dengan skor nilai atau bobot yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Skala Likert

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

Sumber: Sugiyono 2020

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Uji Validitas bertujuan untuk memastikan keakuratan dan ketepatan hasil penelitian, sehingga data yang diperoleh dapat dipercaya dan diandalkan.
- b. Uji reliabilitas adalah proses untuk mengukur sejauh mana hasil pengukuran pada objek yang sama dapat menghasilkan data yang konsisten. (sugiyono 2017)

- c. Uji normalitas merupakan salah satu prosedur statistik yang bertujuan untuk memancarkan apakah data yang dianalisis berasal dari populasi yang mengikuti distribusi normal
- d. Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat korelasi signifikan antar variabel bebas. Ghozali (2018, hlm.107),
- e. Uji heteroskedastisitas adalah salah satu teknik statistik yang bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat perbedaan atau ketidaksamaan dalam varians residual antar pengamatan dalam suatu model regresi.
- f. Uji linier berganda bertujuan untuk mengukur sejauh mana variabel bebas (fasilitas dan pelayanan pedagang) mempengaruhi variable terikat (kepuasan wisatawan)
- g. Uji T digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial.
- h. Uji F digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel independen dan variabel dependen. Sujarweni (2015:162),
- i. Koefisien determinasi (R_2) digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen, yang dapat diindikasikan oleh nilai adjusted R-Squared, Menurut Ghozali (2018)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian sebanyak 97 dengan proses penyebaran angket kepada wisatawan dan pedagang yang ada di pantai klui. Berdasarkan hasil pengolahan data, maka diperoleh karakteristik responden berdasarkan usia, yang paling dominan adalah rentan usia 21-30 tahun dengan jumlah 73 responden. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang paling banyak adalah laki-laki sebanyak 50 responden.

Tabel 2. Uji Validitas

variabel	Item	R-Hitung	R-Tabel	Ket
Variable X ₁	X1.1	0.645	0,374	Valid
	X1.2	0.606	0,374	Valid
	X1.3	0.785	0,374	Valid
	X1.4	0.527	0,374	Valid
	X1.5	0.727	0,374	Valid
	X1.6	0.630	0,374	Valid
Variable X ₂	X2.1	0.739	0,374	Valid
	X2.2	0.783	0,374	Valid
	X2.3	0.777	0,374	Valid
	X2.4	0.580	0,374	Valid
	X2.5	0.684	0,374	Valid
Variable Y	Y.1	0.816	0,374	Valid
	Y.2	0.785	0,374	Valid
	Y.3	0.747	0,374	Valid
	Y.4	0.764	0,374	Valid
	Y.5	0.860	0,374	Valid

Sumber Data Diolah 2025

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan angket yang diajukan kepada responden adalah valid. Data dianggap valid apabila diperoleh hasil korelasi lebih besar dari

r-tabel pada taraf signifikansi 5%, maka dapat dikatakan bahwa pernyataan yang tersedia dalam angket penelitian ini adalah valid.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variable	Item	Alpa Crombach's	Ket
Fasilitas (X ₁)	6	0.735	Reliable
Pelayanan Pedagang (X ₂)	5	0.735	Reliable
Kepuasan Wisatawan (Y)	5	0.853	Reliable

Sumber Data Diolah (2025)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa semua item dalam penelitian reliabel karena Cronbach's Alpha yang diperoleh lebih besar dari 0,60

1. Uji Normalitas

Tabel 4. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
Exact Sig. (2-tailed)	Keterangan
0.224	Normal

Sumber Data Diolah (2025)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi hasil uji adalah 0.224 > 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

2. Uji multikolinearitas

Tabel 5. uji multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Fasilitas X1	.545	1.835
Pelayanan pedagang X2	.545	1.835

a. Dependent Variable: kepuasan wisatawan Y

Sumber Data Diolah (2025)

Dari hasil di atas uji multikolinieritas menunjukkan bahwa variabel fasilitas dan pelayanan pedagang memiliki nilai toleransi 0,545 (>0,10) dan VIF 1,835 (<10). Hal ini mengindikasikan tidak adanya gejala multikolinieritas,

3. Uji heteroskedastisitas

Tabel 6. uji heteroskedastisitas

Correlations			
		X1	X2
Spearman's rho	Sig. (2-tailed)	.867	.960

Sumber Data Diolah (2025)

Berdasarkan tabel di atas, variabel fasilitas memiliki nilai signifikansi 0,867, sedangkan variabel pelayanan pedagang memiliki nilai signifikansi 0,960. Karena kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas,

4. Uji regresi linier berganda

Tabel 7. Uji regresi linier berganda

Coefficients ^a		
Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std.Error
Constant	3.028	1.694
Fasilitas x1	.261	.080
Pelayanan pedagang x2	.561	.101

Sumber Data Diolah (2025)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai constant yaitu sebesar 3.028, koefisien variabel bebas (fasilitas X1) sebesar 0.261 sedangkan koefisien variabel bebas (pelayanan pedagang x2) sebesar 0.561 Sehingga diperoleh model persamaannya sebagai berikut:

$$Y = 3.028 + 0.261x_1 + 0.561x_2 + e$$

5. Uji Parsial (Uji T)

Tabel 8. Uji T

Variabel	Nilai sig.	t hitung	t tabel
fasilitas	0.002	3.245	1.662
Pelayanan pedagang	0.000	5.578	1.662

Sumber Data Diolah (2025)

Berdasarkan tabel pengujian diatas, menunjukkan bahwa nilai t hitung pada fasilitas sebesar 3.245 yang berarti lebih besar dari t table 1.662, kemudian nilai signifikan yang diperoleh sebesar 0.002 yang berarti lebih kecil dari 0.05, sedangkan pelayanan pedagang sebesar 5.578 yang berarti lebih besar dari t table 1.662, kemudian nilai signifikan sebesar 0.000 yang berarti lebih kecil dari 0.05. maka H0 dalam penelitian ini ditolak dan H1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas dan pelayanan pedagang terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan wisatawan.

6. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 9. Uji F

ANOVA ^a		
Model	Sum of Squares	F
Regression	511.535	60.604
Residual	396.712	
Total	908.247	

Sumber Data Diolah (2025)

Berdasarkan tabel diatas hasil uji F hitung sebesar 60.604 > F tabel 3.09 yang menyatakan hipotesis alternatif (H1) bahwa fasilitas dan pelayanan pedagang secara simultan

berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.

7. Uji koefisien determinasi (R^2)

Tabel 10. R^2

Model Summary			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.750 ^a	.563	.554

Sumber Data Diolah (2025)

Berdasarkan tabel diatas nilai adjusted R-Square sebesar 0.554 menunjukkan bahwa variabel fasilitas dan pelayanan pedagang secara Bersama-sama berkontribusi sebesar 55.4% terhadap kepuasan wisatawan, sisanya sebesar 44.6% dipengaruhi oleh factor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan pelayanan pedagang terhadap kepuasan wisatawan di pantai klui, peneliti telah melakukan pengolahan data sebelumnya, dan pembahasan ini berdasarkan pada pengajuan hipotesi yaitu:

Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan wisatawan dipantai klui. menunjukkan hasil bahwa H1.1 diterima dan H0.0 ditolak, yang berarti bahwa terdapat pengaruh signifikan antara fasilitas dan kepuasan wisatawan.

Hasil tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan tjiptono dalam sudiarta et al (2022, p. 513) salah satu dimensi kepuasan wisatawan adalah kesamaan harapan, berdasarkan data tabulasi hasil observasi didapatkan bahwa 87,84% wisatawan yang berkunjung ke pantai klui memiliki pengalaman yang sesuai dengan harapan yang wisatawan dapatkan. Hal ini menunjukkan pengaruh fasilitas signifikan dan positif terhadap kepuasan wisatawan

Pengaruh pelayanan pedagang terhadap kepuasan wisatawan dipantai klui menunjukkan bahwa hasil H1.2 diterima dan H0.2 ditolak yang berarti bahwa terdapat pengaruh signifikan antara pelayanan pedagang dan kepuasan wisatawan.

Hasil tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan tjiptono dalam sudiarta et al (2022, p. 513) salah satu dimensi kepuasan wisatawan adalah keinginan untuk berkunjung kembali, berdasarkan data tabulasi hasil observasi didapatkan bahwa 87,01% wisatawan yang berkunjung ke pantai klui memiliki pengalaman yang sesuai dengan keinginan berkunjung kembali. Hal ini menunjukkan pengaruh pelayanan pedagang signifikan dan positif terhadap kepuasan wisatawan.

Pengaruh fasilitas dan pelayanan pedagang terhadap kepuasan wisatawan dipantai klui menunjukkan bahwa hasil H1.3 diterima dan H0.3 ditolak yang berarti bahwa terdapat pengaruh signifikan antar fasilitas dan pelayanan pedagang terhadap kepuasan wisatawan.

Hasil tersebut sejalan dengan teori Yoon dan Uysal (2018), yang menyatakan bahwa kepuasan wisatawan merupakan ukuran subjektif yang mencerminkan tingkat kebahagiaan atau kesenangan yang dirasakan wisatawan terhadap suatu destinasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

- Hasil analisis menunjukkan bahwa fasilitas dan pelayanan pedagang secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini

dibuktikan dengan diterimanya hipotesis H1.3 dan ditolakny H0.3 Dengan kata lain, semakin baik fasilitas dan pelayanan yang diberikan, semakin meningkat pula tingkat kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Pantai Klui.

- b. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruh pelayanan pedagang memberikan pengaruh yang lebih besar dilihat dari hasil nilai t hitung dan hasil regresi linier berganda dibandingkan dengan pengaruh fasilitas.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi wisata Pantai Klui maupun pihak lain Adapun saran yang diberikan sebagai berikut:

- a. Untuk pihak pengelola wisata diharapkan pengelola perlu merawat dan meningkatkan fasilitas terutama pengadaan toilet umum dan tempat ibadah yang ada di pantai Klui. Begitu juga dengan pelayanan pedagang, bagi para pelaku usaha di pantai Klui perlu meningkatkan kualitas pelayanan seperti menjaga kepercayaan pelanggan guna untuk menjaga kualitas dan kepuasan pengunjung yang ada di pantai Klui, dengan cara meningkatkan fasilitas dan pelayanan pedagang di pantai Klui, kepuasan wisatawan dapat tercapai dengan signifikan dibuktikan dengan bertambahnya jumlah pengunjung yang semakin meningkat.
- b. Untuk penelitian berikutnya mempertimbangkan variabel lain yang dapat memengaruhi kepuasan wisatawan, seperti daya tarik wisata (Attraction) dan aksesibilitas (Accessibility). Hal ini bertujuan untuk memperkaya wawasan dan memberikan manfaat yang lebih luas bagi pengembangan Pantai Klui.
- c.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Handayani, T., & Taufiq, R. (2017). Manajemen Fasilitas dalam Pariwisata. Bandung: Alfabeta.
- [2] Tjiptono, F. (2017). Manajemen Pemasaran dan Kualitas Jasa. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- [3] Ginting, R. (2021). Kepuasan Pelanggan: Teori dan Aplikasinya. Jakarta: Penerbit Andi.
- [4] Kotler, P. (2005) marketing management (12th ed). Prentice hall.
- [5] Marhanah, S., & Wahadi, R. (2016). Analisis Strategi Pengembangan Fasilitas Museum dalam Meningkatkan Kepuasan Pengunjung. Jurnal Manajemen Resort dan Leisure, 13(1),
- [6] Tjiptono, F. (2017). Service Management: Mewujudkan Layanan Prima.
- [7] Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality.* Penerbit SAGE Publications.
- [8] Kotler, P., & Keller, KL (2016). Manajemen Pemasaran (edisi ke-15). Pearson Education.
- [9] Sudiarta, I. G. N., Suwandana, I. W., & Sanjaya, I. W. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan: Studi Kasus di Destinasi Wisata Bali. Jurnal Ilmiah Manajemen Pariwisata, 7(3), 511-515.
- [10] Siregar, S. (2014). Parametrik Statistik untuk Penelitian Kuantitatif . Jakarta: PT Bumi Aksara.
- [11] Yoon, Y., & Uysal, M. (2018). Pemeriksaan pengaruh motivasi dan kepuasan terhadap loyalitas destinasi. Analisis Pariwisata , 23(1), 61-69.