

## PENGARUH FASILITAS WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG TAMAN WISATA KARANGRESIK TASIKMALAYA

### *THE INFLUENCE OF TOURISM FACILITY AND SERVICE QUALITY ON VISITORS SATISFACTION OF TAMAN WISATA KARANGRESIK TASIKMALAYA*

Ratnawati<sup>1</sup>, Pramitha Aulia<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Prodi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

<sup>2</sup>Dosen Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

Email : [1ratnawati300@gmail.com](mailto:ratnawati300@gmail.com), [2mithpsy@telkomuniversity.ac.id](mailto:mithpsy@telkomuniversity.ac.id)

---

#### **Abstrak**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan terkait Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya. Berdasarkan hasil pra survei, secara keseluruhan fasilitas wisata dan kualitas pelayanan yang diberikan Taman Wisata Karangresik belum mendapat tanggapan baik dari responden. Selain itu, walaupun Taman Wisata Karangresik memiliki media promosi yang baik melalui media sosial, pengunjung Taman Wisata Karangresik tetap mengalami penurunan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung pada Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Jenis data yang dibutuhkan untuk penelitian adalah data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* jenis *sampling Purposive*, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Hasil penelitian dari analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel fasilitas wisata, kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung berada pada kategori baik. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel fasilitas wisata dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung, dan koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel fasilitas wisata dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung sebesar 64,64% dan sisanya 35,36% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Fasilitas Wisata, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pengunjung.

---

#### **Abstract**

*This research is motivated by problems related to Tourism Facilities and Service Quality Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya. Based on the results of pre- survey, the overall tourism facilities and the quality of services provided by Taman Wisata Karangresik have not received good responses from respondents. In addition, although Taman Wisata Karangresik has good promotional media through social media, visitors to Taman Wisata Karangresik continue to decline. This study aims to determine the effect of Tourism Facilities and Service Quality on Visitor Satisfaction on Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya. The method used in this research is quantitative with descriptive and causal research types. The type of data needed for research is premiere data and secondary data. The population in this study were Taman Wisata Karangresik visitors. Sampling was carried out using a non-probability type of Purposive Sampling, with 100 respondents. Descriptive analysis results indicate that the variable tourism facilities, service quality and visitor satisfaction are in the good category. The results of multiple linear regression analysis showed that the tourism facility and service quality variables significantly influence visitor satisfaction, and the coefficient of determination shows that the tourist facilities and service quality variables significantly influence visitor satisfaction by 64.64% and the remaining 35.36% is influenced by factors other factors not examined in this study.*

Keywords : Tourism Facility, Service Quality, Visitor Satisfaction.

## 1. Pendahuluan

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Bangsa Indonesia merupakan bangsa yang memiliki banyak keragaman, baik dari segi adat, budaya, agama, suku dan bahasa sehingga negara Indonesia disebut sebagai negara yang kaya dengan sumber daya alamnya. Salah satu bidang yang paling potensial untuk dikembangkan adalah sektor pariwisata. Perkembangan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif diperkirakan menjadi salah satu motor penggerak bisnis di Indonesia, saat ini sektor pariwisata dari tahun ke tahun menjadi industri yang terus bertumbuh secara konsisten serta menjadi industri yang terus bertumbuh secara konsisten serta menjadi industri terbesar yang ada.

Salah satu daerah yang mulai merintis, memelihara, mengembangkan dan melestarikan wilayahnya untuk menjadi daya tarik wisata adalah Tasikmalaya. Tasikmalaya merupakan kota yang terletak di Provinsi Jawa Barat. Tasikmalaya menyimpan banyak potensi wisata yang dapat dijadikan sebagai peluang usaha. Undang Undang Republik Indonesia nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan mengatakan bahwa daerah tujuan pariwisata yang disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Destinasi wisata lokal yang ramai dikunjungi adalah Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya yang berlokasi di Jl. Dr. Moh. Toha No.331, Desa Sukamanah, Kecamatan Cipedes, Tasikmalaya. Berjarak sekitar 5 kilometer dari pusat Kota Tasikmalaya ini menawarkan wahana wisata liburan keluarga. Taman Wisata Karangresik ini terbilang cukup baru karena baru beroperasi sejak Oktober 2017. Tempat ini menyediakan beberapa fasilitas seperti Pendopo, Istana Tanaman, Taman Bunga, Amphitheater, Wonderland, Flying Fox, Wonderfull, Farmhouse, Taman bermain air dan masih lagi banyak spot foto yang sangat unik. Selain itu, Taman Wisata Karangresik yang berdiri diatas lahan 32 hektare ini juga menyediakan restoran dan cafe. Taman Wisata Karangresik juga mempunyai media promosi yang bagus diantaranya melalui akun instagram yang memiliki jumlah pengikut lebih dari 10 ribu dan layanan yang potensial namun pengunjung masih saja tidak stabil.

Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya merupakan tempat wisata yang masih memiliki beberapa masalah yang ditemui. Ditambah lagi dengan masih adanya wahana wahana baru yang masih dalam tahap pembangunan sehingga menimbulkan ketidaknyamanan untuk para pengunjung. Fasilitas wisata yang berada di Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya yang masih belum dikelola secara maksimal yaitu masih kekurangan dibagian lahan parkir yang tidak cukup untuk menampung ribuan kendaraan pengunjung sehingga pengunjung harus parkir diluar kawasan yang akhirnya menyebabkan kemacetan di sekitar Taman Wisata Karangresik, karena dilihat dari lokasi Taman Wisata Karangresik sendiri berada di jalan penghubung antara Tasikmalaya dan Ciamis yang selalu ramai dilalui kendaraan. Lahan parkir yang disediakan Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya cukup menampung hanya sekitar 70 kendaraan roda empat dan 200 kendaraan roda dua. Toilet dan musholla yang disediakan pihak Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya masih sedikit sehingga menyebabkan ketidaknyamanan bagi para pengunjung. Selain itu penulis juga mengamati adanya masalah pada kualitas pelayanan dimana beberapa pekerja di Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya belum memiliki keahlian dalam bidangnya tidak sesuai dengan indikator kualitas pelayanan yaitu keandalan (*reliability*) dan ketanggapan (*responsiveness*). Begitu juga dengan jumlah karyawan yang sedikit tidak sebanding dengan luas area dan banyaknya wahana yang terdapat di Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya.

Hal tersebut merupakan permasalahan yang harus dicari solusinya oleh perusahaan, karena akan memberikan dampak pada kepuasan konsumen dan akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk kembali berkunjung ke Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana fasilitas wisata di Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya?
2. Bagaimana kualitas pelayanan di Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya?
3. Bagaimana kepuasan pengunjung di Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya?
4. Bagaimana pengaruh fasilitas wisata dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya?

Bagaimana pengaruh fasilitas wisata dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui fasilitas wisata di Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan di Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya.
3. Untuk mengetahui kepuasan pengunjung di Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya.
4. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas wisata dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya.

Untuk mengetahui pengaruh fasilitas wisata dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya.

## 2. Kajian Pustaka

### 2.1 Fasilitas Wisata

Menurut Sammeng (2001:39) dalam jurnal administrasi bisnis (2015) Fasilitas merupakan salah satu hal penting untuk mengembangkan pariwisata karena dengan fasilitas memberikan kemudahan untuk wisatawan. Tidak jarang wisatawan berkunjung ke suatu tempat atau daerah atau negara, karena tertarik oleh kemudahan - kemudahan yang bisa diperoleh melalui fasilitas yang disediakan oleh tempat tersebut.

Menurut Yoeti (2003:56) dalam jurnal administrasi bisnis (2015), 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 fasilitas yang sudah disediakan dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut.

Mengacu kepada penelitian terdahulu yang sudah dilakukan oleh Dewani (2018), Adapun beberapa komponen fasilitas wisata menurut Yoeti (2003:56) dalam jurnal administrasi bisnis (2015):

- a. Akomodasi (*accommodation unit*) seperti hotel, motel, apartemen, vila.
- b. Restoran, Bar dan Cafe.
- c. Transportasi di sekitar tempat wisata, seperti taksi, bus, angkutan umum.
- d. Fasilitas Aktif seperti fasilitas olah raga, fasilitas rekreasi dan hiburan, contohnya kolam renang, tempat berfoto.
- e. Fasilitas lain (*other facility*) seperti tempat parkir, MCK, musholla.
- f. Toko Retail (*Retail Outlets Shops*) seperti toko souvenir, toko oleh – oleh, toko penjual makanan ringan.
- g. Pelayanan lainnya (*Other Services*) seperti pusat informasi.

### 2.2 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan (*service quality*) memiliki kontribusi yang signifikan dalam menciptakan diferensiasi, *positioning*, serta strategi untuk bersaing bagi setiap organisasi, baik dari segi manufaktur atau penyedia layanan jasa (Tjiptono dan Chandra, 2016). Menurut Lewis dan Booms (2016: 125) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah alat ukur seberapa baiknya tingkat pelayanan yang diberikan suatu intensitas sesuai dengan apa yang menjadi harapan konsumen. Menurut (Aryamti, 2019:19) yang dikutip dari Kotler dan Keller (2016:150), pujawan (2010:97), Tjiptono dan Chandra (2016) dan Sunyoto (2015:284) menyatakan bahwa kepuasan adalah sejauh mana produk (jasa) memenuhi spesifikasinya mengenai perasaan puas atau kecewa seorang pelanggan yang dihasilkan dari perbandingan spesifikasi produk yang dihasilkan dengan ekspektasi. Mendefinisikan kualitas pelayanan (*service quality*) sebagai hasil persepsi dan perbandingan antara dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* (pengalaman yang diharapkan) dengan *perceived service* (pelayanan yang diterima).

Kotler dan Keller (2016:442) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan terdiri dari beberapa elemen yaitu:

- a. *Tangible*  
Adalah fasilitas dari perusahaan yang berwujud nyata, dapat dirasakan, dilihat dan dipergunakan secara langsung dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Yang terdiri dari Fasilitas fisik, peralatan dan perlengkapan yang tersedia dan penampilan karyawan.
- b. *Reability*  
Adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen terkait kecepatan, ketepatan waktu, tidak ada kesalahan, sikap simpatik, dan lain sebagainya.
- c. *Responsiveness*

Adalah tanggap memberikan pelayanan yang cepat atau responsif serta diiringi dengan cara penyampaian yang jelas dan mudah dimengerti.

d. *Assurance*

Adalah jaminan dan kepastian yang diperoleh dari sikap sopan santun karyawan, komunikasi yang baik, dan pengetahuan yang dimiliki, sehingga mampu menumbuhkan rasa percaya pelanggan.

e. *Emphaty*

Adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada pelanggan, hal ini dilakukan untuk mengetahui keinginan konsumen secara akurat dan spesifik.

### 2.3 Kepuasan Pengunjung

Fandy Tjiptono (2015:18) mengartikan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon konsumen pada evaluasi persepsi terhadap perbedaan antara ekspektasi awal dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah mengkonsumsi atau menggunakan produk. Menurut Zeithaml dan Bitner dalam Sangadji dan Sopiah (2013:181) kepuasan pelanggan adalah evaluasi pelanggan terhadap suatu produk atau layanan dalam hal apakah produk atau layanan tersebut telah memenuhi kebutuhan dan harapan mereka. Sedangkan menurut Kotler dalam Sangadji dan Sopiah (2013:181) kepuasan adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan pelanggan diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2016:153) indikator dari kepuasan pelanggan adalah:

1. Menggunakan jasa itu kembali

Apabila pelanggan puas menggunakan jasa tersebut, maka hal yang dilakukan pelanggan pertama adalah menggunakan jasa itu kembali karena pelanggan merasa puas akan jasa tersebut, puas dari segi pelayanan karyawan dan lain sebagainya, dan pelanggan tidak puas akan jasa tersebut maka pelanggan tidak akan menggunakan jasa tersebut kembali dan akan pindah ke jasa lainnya.

2. Merekomendasikan jasa tersebut pada orang lain

Yang kedua apabila pelanggan puas maka pelanggan akan merekomendasikan jasa tersebut kepada orang lain seperti keluarga, teman, tetangga dan lain sebagainya. Apabila pelanggan tidak puas maka pelanggan tidak akan menggunakan jasa tersebut kembali dan tidak merekomendasikan ke orang lain, bahkan pelanggan akan merekomendasikan jasa lain yang membuat pelanggan tersebut puas akan pelayanan yang diberikan dan lain sebagainya.

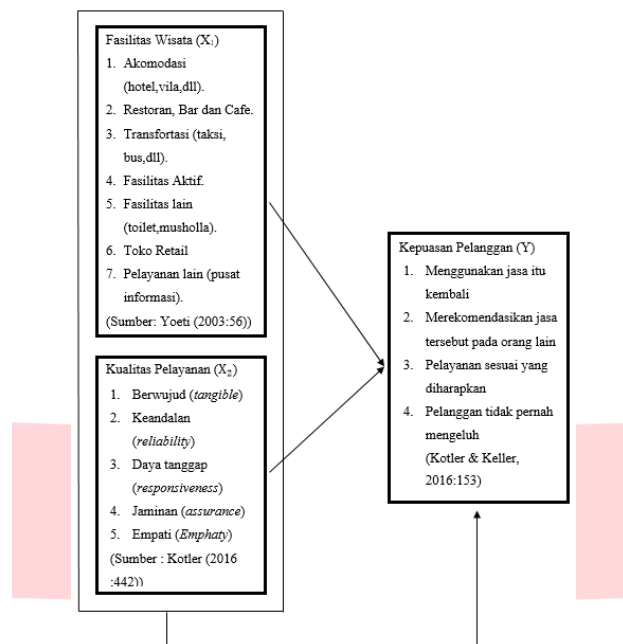
3. Pelayanan sesuai yang diharapkan

Yang ketiga apabila pelanggan puas terhadap pelayanan yang diberikan maka pelayanan tersebut akan sesuai dengan yang diinginkan pelanggan, dan apabila pelayanannya tidak sesuai maka pelanggan tersebut akan merasa kecewa terhadap pelayanan yang diberikan.

4. Pelanggan tidak pernah mengeluh

Yang keempat apabila pelanggan puas akan jasa tersebut maka pelanggan tidak akan mengeluh seperti complaint kepada penyedia jasa, dan apabila pelanggan tidak puas akan jasa yang diberikan maka pelanggan akan complaint kepada penyedia jasa karena ketidakpuasan yang diterima pelanggan.

## 2.4 Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

## 2.5 Hipotesis Penelitian

Maka dalam hal ini berdasarkan kerangka pemikiran diatas, penulis dapat merumuskan beberapa hipotesis penelitian sebagai berikut:

- Terdapat pengaruh dari Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan secara parsial dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya.
- Terdapat pengaruh dari Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan secara simultan dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1 Hasil

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 orang responden dan didapat hasil sebagai berikut:

#### 1. Tanggapan Mengenai Fasilitas Wisata, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengunjung.

Berikut merupakan hasil analisis deskriptif:

- Fasilitas Wisata Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya secara keseluruhan berada pada kategori baik dengan total skor sebesar..
- Kualitas Pelayanan Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya secara keseluruhan berada pada kategori baik dengan total skor sebesar..
- Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya secara keseluruhan berada pada kategori baik dengan total skor sebesar..

#### 2. Regresi Linier Berganda

Pada peneliti ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk menjawab hipotesis yang telah diajukan oleh peneliti untuk mengetahui besar pengaruh variabel fasilitas wisata dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya. Persamaan analisis regresi linier berganda:

$$Y = 0,696 + 0,016X_1 + 0,794X_2$$

Dari persamaan diatas diketahui arti dari persamaan tersebut, sebagai berikut:

$\alpha = 0,696$  : Konstanta sebesar 0,696 artinya jika variabel Fasilitas Wisata ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) bernilai 0, maka Kepuasan Pengunjung akan mendapat nilai kontribusi sebesar 0,696.

$b_1 = 0,016$  : Nilai koefisien regresi variabel Fasilitas Wisata bernilai positif, yaitu 0,016. Artinya bahwa setiap peningkatan Fasilitas Wisata sebesar 1 satuan dan variabel lainnya konstan, maka kepuasan pengunjung akan meningkat sebesar 0,016.

$b_2 = 0,794$  : Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan bernilai positif, yaitu 0,794. Artinya bahwa setiap peningkatan Kualitas Pelayanan sebesar 1 satuan dan variabel lainnya konstan, maka kepuasan pengunjung akan meningkat sebesar 0,794.

### 3. Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)

Kegunaan dari uji F ini adalah untuk menguji apakah variabel fasilitas wisata ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung ( $Y$ ).

Tabel 1 Hasil Uji-F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	63,618	2	31,809	88,838	,000 <sup>b</sup>
	Residual	34,731	97	,358		
	Total	98,350	99			

a. Dependent Variable: Kepuasa\_Pengunjung  
b. Predictors: (Constant), Kualitas\_Pelayanan, Fasilitas\_Wisata

Pada tabel 1 dapat dilihat  $F_{tabel}$  adalah 88,838 dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena itu, pada kedua perhitungan yaitu  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $88.838 > 3,09$ ) dan tingkat signifikansinya  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya fasilitas wisata dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya.

### 4. Uji Signifikansi Parsial (Uji-T)

Pengujian ini digunakan untuk menguji besarnya pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Kegunaan dari Uji T ini adalah untuk menguji apakah variabel fasilitas wisata ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung ( $Y$ ).

Tabel 2 Hasil Uji T

Coefficients <sup>a</sup>											
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	,696	,266		2,618	,010					
	Fasilitas_Wisata	,016	,082	,015	,199	,843	,489	,020	,012	,645	1,551
	Kualitas_Pelayanan	,794	,075	,795	10,584	,000	,804	,732	,639	,645	1,551

a. Dependent Variable: Kepuasa\_Pengunjung

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat dilihat bahwa:

- Variabel Fasilitas Wisata ( $X_1$ ) memiliki nilai  $t_{hitung}$  (0,199)  $< t_{tabel}$  (1,985) dan tingkat signifikansi 0,843  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan dari Fasilitas Wisata ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Pengunjung ( $Y$ ).
- Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) memiliki nilai  $t_{hitung}$  (10,584)  $> t_{tabel}$  (1,985) dan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Pengunjung ( $Y$ ).

### 5. Hasil Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Menurut Ghozali (2018:97) koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Cara untuk menghitung  $R^2$  sebagai berikut:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

$$KD = (0,804)^2 \times 100\% = 64,64\%$$

Angka tersebut menunjukkan koefisien determinasi (KD) sebesar 64,64%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen yaitu fasilitas wisata dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pengunjung adalah sebesar 65,12% sedangkan sisanya 35,36% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti citra destinasi, harga dan *physical evidence*.

### 3.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel Fasilitas Wisata ( $X_1$ ) pada Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya secara keseluruhan termasuk dalam kategori baik. Dari 15 pernyataan variabel Fasilitas Wisata mendapatkan skor sebesar 72,84%. Hal ini menunjukkan bahwa Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya merupakan tempat wisata yang menyediakan fasilitas yang lengkap seperti toilet, musola dan tempat parkir untuk para pengunjungnya. Pernyataan variabel Fasilitas Wisata yang mendapat nilai tertinggi adalah Taman Wisata Karangresik menyediakan spot foto menarik dengan skor sebesar 77,8% yang termasuk kedalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya sudah menyediakan komponen fasilitas wisata terutama fasilitas aktif untuk para pengunjungnya sesuai dengan yang telah disebutkan oleh Yoeti dalam teorinya. Fasilitas aktif di Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya merupakan salah satu fasilitas yang paling digemari oleh para pengunjungnya. Sedangkan pernyataan yang mendapat nilai terendah adalah Taman Wisata Karangresik menyediakan akomodasi seperti Hotel dengan skor sebesar 64% yang termasuk kedalam kategori cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa hanya terdapat beberapa hotel yang berjarak cukup jauh dari kawasan Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya.

Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) pada Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya secara keseluruhan termasuk dalam kategori baik dengan presentase sebesar 73,75%. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa puas terhadap pelayanan karyawan yang diberikan oleh Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya. Dari 13 pernyataan variabel Kualitas Pelayanan yang mendapat nilai tertinggi adalah Karyawan Taman Wisata Karangresik dapat berkomunikasi dengan baik dengan skor sebesar 76% yang termasuk kedalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya dapat berkomunikasi baik dengan para pengunjungnya yang merupakan salah satu faktor utama yang dapat mempengaruhi kepuasan menurut Kotler dan Keller (2016:442). Sedangkan pernyataan yang mendapat nilai terendah walaupun masih dalam kategori baik adalah Karyawan Taman Wisata Karangresik memiliki keahlian dibidangnya dengan skor sebesar 72% yang termasuk kedalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya belum sepenuhnya bekerja sesuai bidangnya.

Variabel Kepuasan Pengunjung (Y) pada Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya secara keseluruhan termasuk dalam kategori baik dengan presentase sebesar 74,05%. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan para pengunjung yang telah mengunjungi Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya merasa puas atas fasilitas dan pelayanan yang diberikan dan ingin merekomendasikan kepada orang lain. Dari 8 pernyataan variabel Kepuasan Pengunjung yang mendapat nilai tertinggi adalah Saya akan merekomendasikan Taman Wisata Karangresik kepada orang terdekat dengan skor sebesar 76,2% yang termasuk kedalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung merasa puas atas fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya sehingga akan merekomendasikan Taman Wisata Karangresik kepada orang-orang terdekat. Sesuai dengan yang disebutkan oleh Kotler dalam teorinya bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh adanya kesesuaian rasa antara harapan awal pelanggan sebelum mengkonsumsi produk atau jasa dengan kinerja dan manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi produk atau jasa tersebut. Sedangkan pernyataan yang mendapat

nilai terendah walaupun masih berada dalam kategori baik adalah Saya akan menjadikan Taman Wisata Karangresik sebagai pilihan wisata utama dengan skor sebesar 71,2%. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung tidak selalu menjadikan Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya sebagai pilihan wisata utama untuk dikunjungi.

Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan secara bersama – sama atau simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya. Secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pengunjung ( $Y$ ).

#### **4. Kesimpulan dan Saran**

##### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya mengenai pengaruh fasilitas wisata dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya, dapat diambil beberapa kesimpulan yang diharapkan dapat memberikan jawaban terhadap permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Fasilitas wisata di Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya**

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, fasilitas wisata di mata responden secara keseluruhan berada dalam kategori baik. Namun, dari keseluruhan item pernyataan fasilitas wisata yang mendapat tanggapan responden paling rendah yaitu Taman Wisata Karangresik menyediakan akomodasi seperti Hotel.

##### **2. Kualitas pelayanan di Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya**

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, kualitas pelayanan di mata responden secara keseluruhan berada dalam kategori baik. Namun, dari keseluruhan item pernyataan kualitas pelayanan yang mendapat tanggapan responden paling rendah walaupun masih berada dalam kategori baik yaitu Karyawan Taman Wisata Karangresik memiliki keahlian dibidangnya.

##### **3. Kepuasan pengunjung di Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya**

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, kepuasan pengunjung di mata responden secara keseluruhan berada dalam kategori baik. Namun, dari keseluruhan item pernyataan kepuasan pengunjung yang mendapat tanggapan responden paling rendah masih berada dalam kategori baik yaitu Saya akan menjadikan Taman Wisata Karangresik sebagai pilihan wisata utama.

##### **4. Pengaruh fasilitas wisata dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya**

Berdasarkan hasil uji hipoteses secara simultan (Uji F), variabel fasilitas wisata dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya. Besar pengaruh fasilitas wisata dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pengunjung adalah 65,12% dan sisanya sebesar 34,88% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti citra destinasi, harga, dan *physical evidence*.

##### **5. Pengaruh fasilitas wisata dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya**

Berdasarkan hasil uji hipoteses secara parsial (Uji T), variabel fasilitas wisata dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya.

##### **4.2 Saran**

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah diuraikan di atas, penulis dapat memberikan beberapa saran yang kiranya dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya dan bagi peneliti selanjutnya:

###### **4.2.1 Saran Bagi Perusahaan**

Perusahaan agar memperhatikan dan meningkatkan variabel fasilitas wisata dan kualitas pelayanan yang berdasarkan hasil analisis deskriptif sudah dinyatakan baik menurut tanggapan responden sehingga ke depannya



bisa berada dalam kategori sangat baik. Disamping itu perusahaan agar memperhatikan dan memperbaiki daftar – faktor yang dinyatakan perlu diperbaiki oleh responden:

1. Variabel Fasilitas Wisata dimensi akomodasi mengenai Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya menyediakan akomodasi hotel dan villa, disarankan agar Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya membangun hotel dan villa yang ditunjukkan untuk para pengunjung yang berasal dari luar kota yang ingin bermalam sehingga bisa beristirahat dan menghabiskan waktunya di Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya.
2. Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya harus mempertahankan Kualitas Pelayanannya karena berdasarkan hasil penelitian kualitas pelayanan memiliki pengaruh tertinggi dalam mempengaruhi kepuasan pengunjung. Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya juga harus memperhatikan kualitas pelayanan dan karyawannya yang berdasarkan hasil penelitian memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung dengan cara secara rutin menyelenggarakan program pelatihan untuk para karyawan agar dapat terus meningkatkan kualitas kinerja karyawan khususnya dalam hal keandalan dan ketanggapan, memberikan asuransi dan jaminan keselamatan yang sesuai dengan keinginan pengunjung, menambahkan antraksi wisata, memperbaiki infrastruktur wisata dan menambah fasilitas tempat parkir dan fasilitas penunjang lainnya yang memadai agar Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya memiliki citra yang baik di mata pengunjung.
3. Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya agar memperhatikan fasilitas wisata dan kualitas pelayanan karena variabel tersebut merupakan variabel yang mempengaruhi kepuasan pengunjung yang mana kepuasan merupakan faktor yang membentuk loyalitas agar para pengunjung merasa puas dan loyal kepada Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya sehingga bisa meningkatkan pendapatan Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya. Disamping itu Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya juga harus memperhatikan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti citra destinasi, harga dan *physical evidence*.
4. Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya agar mempertahankan variabel kualitas pelayanan karena berdasarkan hasil penelitian variabel tersebut merupakan variabel yang memiliki pengaruh tertinggi dalam mempengaruhi kepuasan pengunjung. Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya juga harus memperhatikan fasilitas wisata yang berdasarkan hasil penelitian tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung dengan cara memperbaiki infrastruktur wisata dan menambah fasilitas tempat parkir yang memadai agar Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya memiliki citra yang baik di mata konsumen.
5. Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya harus secara rutin meningkatkan fasilitas dan memperbaharui kualitas pelayanan karena berdasarkan penelitian program tersebut memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan pengunjung. Disamping itu, Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya juga agar mempertimbangkan variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang nilainya cukup besar terhadap kepuasan pengunjung seperti citra destinasi, harga dan *physical evidence*.

#### 4.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini hanya meneliti tentang pengaruh fasilitas wisata dan kualitas pelayanan di Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya, maka untuk peneliti selanjutnya disarankan:

1. Melakukan penelitian pada perusahaan sejenis sehingga hasilnya dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan.
2. Melakukan penelitian terhadap variabel lainnya yang berdasarkan hasil penelitian memiliki pengaruh cukup besar terhadap kepuasan pengunjung seperti citra destinasi, harga, dan *physical evidence* .
3. Menggunakan variabel lain selain fasilitas wisata dan kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung sehingga hasil penelitian dapat menambah khazanah keilmuan dibidang pemasaran.
4. Melakukan penelitian dengan menggunakan indikator fasilitas wisata dan kualitas pelayanan dari sumber yang berbeda dan terbaru.

**Daftar Pustaka:**

- [1] Astini, R., Sulistiyowati, I. (2015). *Pengaruh Destination Image, Travel Motivation dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus Pada Wisatawan Nusantara Muslim di Pantai Carita Paneglang Banten)* (Vol. 1). Banten.
- [2] Gulla, R. Oroh, S. G., Roring, F. (2015). *Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn* (Vol. 3). Manado.
- [3] Kementerian Pariwisata, (2010, Januari). "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009" (Diakses pada tanggal 10 November 2019 dari: <http://www.kemenpar.go.id>).
- [4] Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. USA: Pearson Education Limited.
- [5] Naibo, A. (2017). *Pengaruh Brand Personality Terhadap Minat Beli Produk Body Mist (Studi pada The Body Shop di Trans Studio Mall Bandung)*. Skripsi pada Universitas Telkom Bandung.
- [6] Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi.
- [7] Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- [8] Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- [9] Sulistiyana, R. T., Hamid, D., & Azizah, D. F. (2015). *Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Museum Satwa)* (Vol. 25). Malang.
- [10] Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service Quality and Satisfaction Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.