

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PRAMUWISATA
TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI KERATON
KASEPUHAN CIREBON
(THE INFLUENCE OF THE QUALITY OF TOURIST SERVICES ON
TOURIST SATISFACTION AT KASEPUHAN CIREBON PALACE)**

Hadi Mulyana¹

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Yapari Bandung
hadi.mulyana @stiepar.ac.id

Andhika Chandra Lesmana²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Yapari Bandung
andhika.chandra @stiepar.ac.id

ABSTRACT

This research is intended to know the influence of service quality (Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Tangibles) either partially or simultaneously to the satisfaction of customers and to know the more dominant influence from quality service. This research used quantitative method. There were 100 samples collected using accidental sampling. Collected using questioner and documentation. Instrument test is done by validity and reliability test. Multiple linear regression and classical assumption test used as analysis test. Hypothesis test is done by F test and t test. The results of the analysis show that there is an influence between service quality variables on tourist attraction of 10.30% (89.70% is influenced by other variables). What is obtained from the significance value: from the coefficients table, it is obtained a significance value of $0.001 < 0.05$ and $t\text{-count of } 3.355 > t \text{ table } 1.988$, so it can be concluded that the service quality variable (X) has a positive and significant effect on the tourist satisfaction variable (Y).

Keywords : *Service Quality, Tourist Satisfactions*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangibles*) terhadap kepuasan wisatawan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan metode accidental sampling menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Uji instrumen dilakukan dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji regresi linier berganda dan uji asumsi klasik digunakan sebagai uji analisis. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan sebesar 10,30% (89,70% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti). Hasil uji t diperoleh nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan thitung $3,355 > t \text{ tabel } 1,988$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan wisatawan.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, Kepuasan wisatawan.

Received: February 28, 2021/ Reviewed: April 25, 2021/ Published: July 25, 2021

PENDAHULUAN

Cirebon merupakan kota yang menjadi penghubung antara wilayah Jawa Barat dengan Jawa Tengah, kota ini juga merupakan tempat berbaur antara suku Sunda dengan suku Jawa, sehingga Cirebon membentuk *sinkretis* 2(dua) budaya yang berbeda, lengkap dengan potensi kepariwisataannya. Faktor pertimbangan yang mendasari keberadaan Cirebon sebagai destinasi wisata yaitu 1. Wisata ziarah dengan mengunjungi makam Sunan Gunung Jati di Astana Gunung Jati. 2. Kesenian daerah berupa tari topeng, tayuban, karawitan dan tarling. 3. Padepokan dan Pesantren yang mewariskan ilmu agama dan kesaktian. 4. Warisan budaya berupa senjata, kereta Singa Barong. 5. Tradisi panjang Jimat yaitu dengan ritual berupa mengarak pusaka para leluhur. 6. Tempat bersejarah berupa Masjid Agung Sang Cipta Rasa, Petilasan wali, Air Sumur Tujuh, Gua Sunyaragi, dan istana kraton Kasultanan. Sejumlah faktor tersebut telah menguatkan kota Cirebon sebagai kota wisata yang kaya akan nilai tradisi, sejarah dan spiritualnya. Dengan demikian Cirebon dikenal sebagai destinasi wisata budaya, yang secara keseluruhan dipengaruhi oleh keberadaan Kraton, yang paling menarik bagi Cirebon yaitu terdapat 3 (tiga) Kraton, antara lain yaitu Kasepuhan, Kanoman, dan Kacirebonan. Salah satu penunjang yang ada di destinasi wisata keraton kasepuhan adalah pramuwisata.

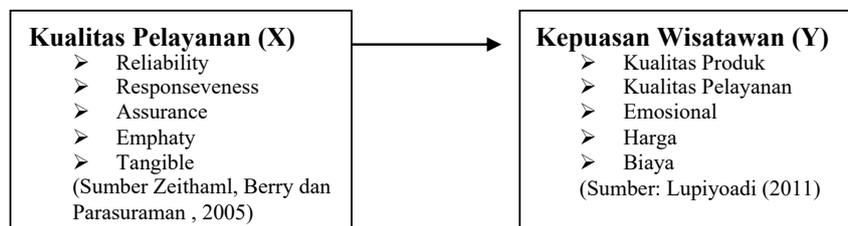
Pramuwisata adalah orang pertama yang diajak bicara oleh wisatawan dan seringkali melihat pemandu wisata sebagai wakil atau representasi dari suatu tempat (Cole, 2008). Peran pramuwisata dalam industri pariwisata demikian penting bahkan sering pula di sebut sebagai “*A country’s ambassador to the visitor*” atau dengan kata lain pramuwisata bertindak sebagai duta bangsa (Simpala, 2010). Pramuwisata adalah orang yang berhadapan langsung dengan wisatawan, sehingga kualitas pelayanan dari pramuwisata akan mempengaruhi kepuasan wisatawan. Zeithaml, Berry dan Parasuraman, (dalam Zulian Yamit, 2005) telah melakukan berbagai penelitian terhadap beberapa jenis jasa, dan berhasil mengidentifikasi lima dimensi karakteristik yang digunakan oleh para konsumen (pengunjung) dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Kelima dimensi karakteristik kualitas pelayanan tersebut adalah yaitu *reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangible*. Jika pengelola keraton kasepuhan ingin membuat wisatawan yang berkunjung menjadi puas, maka tingkat pelayanan yang diberikan harus melebihi harapan dari wisatawan. Manfaat dari kualitas pelayanan yang baik dari pramuwisata tersebut antara lain meningkatkan kepuasan.

Definisi kepuasan wisatawan menurut Kotler dan Keller (2009) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipresepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Selain kepuasan, kualitas pelayanan juga akan berpengaruh terhadap citra dan loyalitas para wisatawan. Seorang Pramuwisata atau pemandu wisata (*tour guide*) harus mempunyai pengetahuan yang baik tentang objek wisata yang akan di tawarkan kepada wisatawan dengan menguasai sejarah dan pengetahuan lainnya di daerah objek wisata tersebut, wisatawan akan mendapat pengetahuan dan pengalaman yang baru dari objek wisata yang di jelaskan oleh pramuwisata (*tour guide*), Menurut Rusli Cahyadi dan Jajang Gunawijaya (2009) meningkatnya jumlah wisatawan terkait dengan nilai tambah yang mereka dapatkan berupa pengetahuan dan pengalaman budaya serta kenyamanan, yang akhirnya dapat meningkatkan kemungkinan untuk datang kembali. Pramuwisata (*tour guide*) juga harus memiliki keterampilan yang baik seperti keterampilan berkomunikasi, mampu mengelola bahasa tubuh, gerak tubuh, kontak mata,

suara, volume, intonasi, artikulasi, kosa kata, kemampuan mendengar, keterampilan berbahasa asing, dan keterampilan lain sebagai tambahan yang mana keterampilan tersebut digunakan untuk memberi kepuasan kepada wisatawan. Kepuasan Wisatawan sangat berpengaruh terhadap perkembangan suatu objek wisata karena itu sangat penting untuk memberikan kesan yang baik kepada para wisatawan.

Kepuasan wisatawan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dan Makens, 1999). Dalam bukunya yang lain, Kotler (2002) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan tentang daya tarik wisata dibandingkan dengan harapan wisatawan sebelum berkunjung di daya tarik wisata tersebut. Kepuasan konsumen merupakan prioritas utama dalam perusahaan, maka perusahaan harus memiliki fokus pada pelanggan. Menurut Lupiyoadi (2011), tingkat kepuasan pelanggan ditentukan oleh lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu: Kualitas produk, Kualitas pelayanan, Emosional, Harga dan Biaya.

Hasil penelitian Ayunda (2016) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Pemandian Alam Banyubiru Di Winongan Kabupaten Pasuruan” menunjukkan hasil signifikan, baik secara parsial maupun simultan.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran (Model Hipotesis)

Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa, Kualitas Pelayanan (X) yang terdiri dari dimensi: *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, *Tangibles* memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Wisatawan (Y)

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif (regresi linier sederhana) dengan analisis deskriptif dan verifikatif

a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan kesimpulan atau makna dari rata-rata (*mean*) yang didapat dari hasil kuesioner tentang variabel-variabel yang diteliti, atau menjelaskan gambaran dari variabel yang diteliti (Edison, dkk., 2020). Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui kesimpulan dari variabel kualitas pelayanan dan kepuasan wisatawan di Keraton Kasepuhan Cirebon.

b. Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif bertujuan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dan/atau pengaruh antar variabel, serta memverifikasi pernyataan hipotesa. Jika signifikansinya $\leq 0,05$ maka pernyataan hipotesa dinyatakan terbukti, sebaliknya jika signifikansinya $>$

0,05 maka hasilnya menolak hipotesa (Edison, dkk., 2020). Dalam hal ini peneliti menguji apakah terdapat pengaruh signifikan atau tidak antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Keraton Kasepuhan Cirebon.

Dalam penelitian ini, skala yang digunakan adalah skala Likert. Malhotra (2009) menjelaskan, skala Likert adalah skala yang digunakan secara luas yang meminta responden menandai derajat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap masing-masing dari serangkaian pernyataan mengenai objek stimulus. Umumnya, masing-masing *item scale* mempunyai lima kategori yang berkisar antara “Sangat tidak setuju” sampai dengan “sangat setuju” dengan sampel 100 orang responden dan dianalisis menggunakan regresi linear sederhana.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil rekapitulasi kualitas pelayanan dan kepuasan wisatawan secara deskriptif diuraikan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 1: Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Wisatawan

No.	Skor Rata-Rata	Dimensi	Skor Rata-Rata
1	Kualitas Pelayanan (X) = <u>4,20</u>	<i>Reliability</i>	4,07
		<i>Responsiveness</i>	4,12
		<i>Assurance</i>	4,30
		<i>Empathy</i>	4,20
		<i>Tangible</i>	4,33
2	Kepuasan Wisatawan (Y) = <u>3,98</u>	Kualitas Produk	3,96
		Kualitas Pelayanan	3,99
		Emosional	4,00
		Harga	4,08
		Biaya	3,89

Sumber : Olahan Penulis 2020

Berdasarkan analisis data, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi (dalam uji t) sebesar 0,001 ($\alpha < 0,05$) sehingga H_0 ditolak, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima, yaitu kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi: *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, *Tangibles* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Sedangkan nilai *R Square* sebesar 0,103 atau 10,3%, sedangkan sisanya (*epsilon*) sebesar 89,70% pengaruh lain yang belum diteliti.

1. Kualitas Pelayanan

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan yang terdiri dari 19 item pernyataan, yang diurutkan dari mulai urutan terbesar sampai pernyataan terkecil. Pada variabel Kualitas pelayanan rata-rata terbesar terdapat pada dimensi *Tangible* sebesar 4,33 (kategori sangat baik) dan terkecil pada dimensi *Reliability* sebesar 4,07 (kategori baik).

2. Kepuasan Wisatawan

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Wisatawan terdiri dari 8 item pernyataan, yang diurutkan dari mulai urutan terbesar sampai pernyataan terkecil. Pada variabel Kepuasan Wisatawan rata-rata terbesar terdapat pada dimensi Harga sebesar 4,08 (kategori baik), dan terkecil pada dimensi Biaya sebesar 3,89 (kategori baik) yaitu mengenai biaya yang harus dikeluarkan ketika berwisata di Keraton Kasepuhan Cirebon.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Pramuwisata Terhadap Kepuasan Wisatawan di Keraton Kasepuhan Cirebon

Berdasarkan pengolahan data diketahui nilai R^2 sebesar 0,103 (10,30%), lalu sisanya sebesar 89,70% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Tabel 2. Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.321 ^a	.103	.094	2.682

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan Pramuwisata

Sumber: Hasil data olahan penulis, 2020

Di bawah ini didapat hasil uji t (uji secara parsial) antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di Keraton Kasepuhan Cirebon,

Tabel 3: Uji Secara Parsial
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	13.182	4.431		2.975	.004
	Kualitas Pelayanan Pramuwisata	.177	.053	.321	3.355	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Hasil analisis menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $3,355 > t_{tabel}$ 1,988, maka H_0 ditolak dan H_a diterima dengan kata lain bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan, dengan demikian hipotesa terbukti. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Zeithaml, Bitner dan Gremler (2009) mengenai dimensi kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan wisatawan. Selain itu, hasil penelitian ini senada dengan hasil penelitian Ayunda & Edwar (2016) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Pemandian Alam Banyubiru Di Winongan Kabupaten Pasuruan” di mana hasilnya menunjukkan signifikan, baik secara parsial maupun simultan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Pramuwisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Keraton Kasepuhan Cirebon, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian kualitas pelayanan yang diukur melalui 5 dimensi (*Tangible, Empathy, Responsiveness, Reliable, dan Assurance*) diperoleh akumulasi jawaban responden dengan skor 7983, di mana rata-rata berada pada nilai **4,20** dan dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan pramuwisata masuk kedalam kategori **sangat baik**. Dari 5 dimensi kualitas pelayanan tersebut, terbesar berada pada dimensi *Tangible* rata-rata 4,33 (sangat baik) dan terkecil berada pada dimensi *Reliability* dengan rata-rata sebesar 4,07 (baik). Hasil ini sudah baik, namun masih perlu dioptimalkan lagi.
2. Berdasarkan hasil penelitian kepuasan wisatawan yang diukur melalui 5 dimensi (kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya) diperoleh akumulasi jawaban responden dengan skor 3188, di mana rata-rata pada nilai **3,98** dan dapat diartikan bahwa kepuasan wisatawan masuk kedalam kategori **baik**. Dari 5 dimensi kepuasan wisatawan terbesar berada pada dimensi Kualitas Harga dengan rata-rata sebesar 4,08 (baik), dan rata-rata terkecil berada pada dimensi Biaya sebesar 3,89 (baik). Hasil ini sudah baik, namun masih perlu dioptimalkan lagi.
3. Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan pramuwisata terhadap kepuasan wisatawan, artinya makin ditingkatkan kualitas pelayanan, maka akan meningkat pula kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Keraton Kasepuhan Cirebon

DAFTAR PUSTAKA

- Ayunda, P. I., & Edwar, M. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Pemandian Alam Banyubiru Di Winongan Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. 4(3) Vol. 4 No. 3
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta, PT. Rineka Cipta.
- Edison, E., Kartika, T., & Azhari, R. (2020). *Analisa kualitas pelayanan dan produk terhadap keputusan pembelian*. Bandung: Stiepar Yapari Press
- Gaspersz, Vincent. (2002). *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa* Jakarta, Gramedia.
- Ghozali, Imam. (2001). Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS. Badan Penerbit UNDIP Hartono. 2005. *SPSS. Analisis Data dan Penelitian dengan Komputer*. Edisi pertama. Yogyakarta, Penerbit Aditya Media bekerjasama dengan LSK3P.
- Huriyati, Ratih (2005). *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P. (1980). *Marketing Management. Analysis, Planning, and Control*. Edisi ke empat. London, Prentice-Hall, inc
- Kotler, P., & Makens, J. C. 1999. *Marketing for Hospitality and Tourism*, 5/e. Pearson Education India.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran*, terjemahan Hendra Teguh, edisi Millenium, cetakan pertama . Jakarta: Prehalindo.
- Kuncoro, Mudrajad. 2001. *Metode Kuantitatif, Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta, UPP AMP YKPN.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. (Ed- 2). Jakarta: Salemba Empat.

- Mulyono, Sri. (2006). *Statistika Untuk Ekonomi & Bisnis*. Edisi Ketiga, Jakarta, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Malhotra, Naresh K. (2009). *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan Jilid 1*. Jakarta: PT Index
- Parasuraman, *et.al*, (1985). *Pelayanan Pelanggan yang Sempurna*, Yogyakarta, Kunci Ilmu
- Priyatno, Dwi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product and Service Solution), Untuk Analisis Data & Uji Statistik*. Edisi Pertama. Yogyakarta, Penerbit Mediakom.
- Purnama, Nursya'bani. (2006). *Manajemen Kualitas Prospektif Global*. Edisi Pertama, Cetakan Pertama. Yogyakarta, Penerbit Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII.
- Radiosunu. 2001. *Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Analisis*. Yogyakarta, BPFE.
- Singaribun, Masri editor Effendi, Sofian (1987). *Metode Penelitian Survei*. Yogyakarta, PT. Midas Surya Grafindo.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, Alfabeta.
- (2005). *Statistik Untuk Penelitian*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Swastha, Basu DH dan T Hani Handoko. (2001). *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta, BPFE.
- Tjiptono, Fandy. (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- (2005). *Service Quality and Satisfaction*. Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- (1996). *Kiat Menangani Keluhan Pelanggan, Business News, Ruang Strategi Usaha No. 317* (10 April), Th VII, pp. 1-4.
- Umar, Husein. (2000). *Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka. wahana Komputer Semarang. 2000. *10 Model Penelitian dan Pengolahannya dengan SPSS10.01*. Yogyakarta, Penerbit Andi.
- Zulian Yamit. (2005). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Jakarta, Ekonisia.
- Zeithaml, V.A., Bitner, M. J. dan Gremler, D. D. (2009). *Service Marketing – integrating customer focus across the firm* (5th ed.) New York: McGraw-Hill