

PENGARUH ATRIBUT DESTINASI WISATA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG TAMAN WISATA TETETANA KUMELEMBUAI TOMOHON*INFLUENCE OF TOURIST DESTINATION ATTRIBUTES AND QUALITY OF SERVICE TO THE SATISFACTION OF VISITORS TETETANA KUMELEMBUAI TOMOHON TOURIST PARK*

Oleh:

**Stepanus Maikel Tungga¹
Agus Supandi Soegoto²
Jane Grace Poluan³**Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado.

Email:

Stefanustungga062@student.unsrat.ac.idSupandi_smrt@yahoo.co.idjanepoluan@gmail.com

Abstrak: Tetetana Kumelembuai sebagai daya tarik wisata di perkotaan memiliki kekuatan pada atribut daya tarik wisatanya dan memiliki peluang besar untuk berkembang lebih lanjut. Atribut Destinasi Wisata adalah keseluruhan yang di nikmati atau dirasakan oleh wisatawan sejak mereka berangkat menuju tempat tujuan wisata sampai kembali ke rumah dimana ia berangkat semula. Kualitas Layanan adalah tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan dan dinikmati oleh konsumen serta memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Kepuasan Pengunjung adalah perilaku atau sikap Seseorang terhadap pelayanan fasilitas disuatu tempat wisata yang dihasilkan dari membandingkan kinerja yang ia dapatkan dengan harapannya. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuantitatif. Populasi adalah pengunjung taman wisata Tetetana yang berlokasi di Kumelembuai. Pengumpulan data melalui survey dari 7.930 pengunjung dan diambil sebanyak 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan atribut destinasi wisata dan kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pengunjung. Secara parsial atribut destinasi wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Secara parsial kualitas layanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Kata kunci: Atribut destinasi, kualitas layanan dan kepuasan pengunjung

Abstract: Tetetana Kumelembuai as a tourism attraction in the cities has a strong power to the tourism attribute and has a big opportunity to develop furthermore. Tourism attribute is a whole thing that to be enjoy and to be feel by the visitors since they go to the tourism destination untill they come back home. Service quality is an act that could be offered and enjoyed by the consumer and to fulfill the needs and the expectation of consumer. The visitor's satisfaction is an attitude of person toward the facility service in the tourism place that showed from the performance comparisson toward its expectation. The researcher used quantitative method for the research. Population are the visitors of Tetetana tourism which is located in Kumelembuai. Data collected through the surveys from 7.930 visitors and taken for 100 respondent. Analytical technique used is multiple linear regression. The result showed that simultaneously tourism destination attributes and service quality has a significant impact and positive toward the visitor's satisfaction. Partially, the service quality the tourism destination attributes has a positive impact but not significant toward the visitor's satisfaction.

Keyword: Destination attributes, service quality and visitor's satisfaction

PENDAHULUAN**Latar Belakang**

Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan terbesar di dunia. Dari banyaknya pulau yang ada, Indonesia memiliki banyak keberagaman mulai dari kebudayaan sampai bahasa yang digunakan di setiap pulau. Keberagaman yang ada tersebut menjadi daya tarik bagi masyarakat lokal maupun internasional untuk berwisata. Kesempatan itu yang dimanfaatkan setiap penduduk untuk membuka objek pariwisata yang berciri khas suatu daerah tertentu. Industri pariwisata adalah kumpulan dari macam-macam perusahaan yang secara bersama-sama

menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa yang dibutuhkan wisatawan pada khususnya dan traveller pada umumnya, selama dalam perjalanannya.

Permasalahan utama yang dihadapi Tetetana Kumelembuai sebagai destinasi wisata yang pernah populer adalah laju perkembangannya tahun 2021 sangat lambat karena penyediaan fasilitas penunjang seperti aksesibilitas, daya tarik, fasilitas kegiatan, paket wisata, dan layanan tambahan, sebagai penarik minat pengunjung kurang memadai dibandingkan atribut destinasi wisata lain yang ada di Tomohon. Hal yang melatarbelakangi permasalahan adalah total jumlah pengunjung Taman Wisata Tetetana Kumelembuai mulai dari bulan Maret – Juli tahun 2021 mengalami perubahan seperti yang ada pada tabel 1.1 berikut ini :

Tabel 1. Data Pengunjung Tetetana Kumelembuai Tomohon bulan Maret-Juli 2021

No	Bulan	Jumlah Pengunjung	Persentase %
1	Maret	2.243	28
2	April	1.941	25
3	Mei	1.484	19
4	Juni	1.378	17
5	Juli	884	11
6	Total	7.930	100

(Sumber: Buku Pengunjung Tetetana 2021)

Tabel diatas menunjukkan keadaan pengunjung yang datang di Tetetana Kumelembuai Tomohon. Pada tahun 2021 dari bulan maret sampai juli sebanyak 7.930 orang. Pada bulan maret sebanyak 2.243 orang, pada bulan april 1.941 orang, pada bulan mei sebanyak 1.484 orang, pada bulan juni sebanyak 1.378 orang, pada bulan juli sebanyak 884 orang, Dapat dilihat bahwa Jumlah Pengujung yang datang setiap bulan mengalami perubahan.

Atribut produk wisata adalah keseluruhan pelayanan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati wisatawan semenjak ia meninggalkan tempat tinggalnya, sampai ke daerah tujuan wisata yang telah dipilihnya dan kembali ke rumah dimana ia berangkat semula Suwanto (2004:49). Atribut Destinasi Wisata merupakan aspek yang penting bagi Tetetana Kumelembuai karena menjadi daya tarik bagi wisatawan. Kualitas Layanan objek wisata merupakan aspek penting dalam dunia pariwisata karena akan berdampak pada kepuasan pengunjung dan ujungnya berdampak pula pada kunjungan ulang ke destinasi. Kualitas pelayanan di berbagai organisasi merupakan kunci untuk mencapai keberhasilan. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan Kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya (Engel,1995). Dengan fasilitas yang memadai serta kelengkapan Atribut Wisata dan baiknya Layanan yang diberikan akan meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung kembali.

Tujuan Penelitian

Beraskan rumusan masalah penelitian, maka penelitian ini bertujuan, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah Atribut Wisata dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung.
2. Untuk mengetahui apakah Atribut Wisata berpengaruh terhadap kepuasan Pengunjung.
3. Untuk mengetahui apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dengan maksud untuk mencapai sasaran organisasi Kotler&Amstrong (2002:14).

Atribut Wisata

Atribut produk wisata adalah keseluruhan pelayanan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati wisatawan semenjak ia meninggalkan tempat tinggalnya, sampai ke daerah tujuan wisata yang telah dipilihnya dan kembali ke rumah dimana ia berangkat semula Suwanto (2004:49). Jadi Atribut Wisata adalah segala sesuatu yang dapat dinikmati atau dirasakan seseorang saat melakukan perjalanan wisata.

Kualitas Layanan

Menurut (Tjiptono, 2011) menjelaskan bahwa Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan konsumen baik dari produk maupun jasa serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Jadi Kualitas Layanan adalah tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan dan dinikmati oleh konsumen serta memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen.

Kepuasan Pengunjung

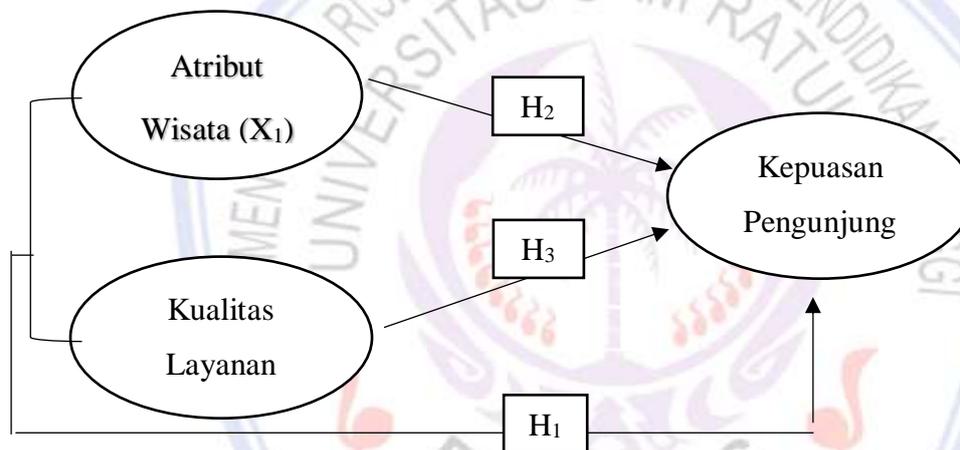
Engel, 1995 mengatakan kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan. Jadi Kepuasan Pengunjung adalah perilaku atau sikap Seseorang terhadap pelayanan fasilitas disuatu tempat wisata yang dihasilkan dari membandingkan kinerja yang ia dapatkan dengan harapannya.

Penelitian Terdahulu

Filda Rahmiati dan Ahmad Nur Dani (2020) meneliti tentang Pengaruh Atribut Tujuan Terhadap Kepuasan Wisatawan: Studi pada Walking Tourism. hasil penelitian menunjukkan bahwa Atribut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan terhadap wisata berjalan (Walking Tourism)

Heni Rohaeni, Nisa Marwa (2018) meneliti tentang Kualitas Pelayanan Tentang Kepuasan Pelanggan. Penelitian menunjukkan nilai variabel kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Kajian Empiris

Hipotesis Penelitian

H₁: Diduga secara simultan Atribut Wisata dan Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung.

H₂: Diduga secara parsial Atribut Wisata berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung.

H₃: Diduga secara parsial Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian Kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang **sistematis, terstruktur**, tersusun mantap dari awal hingga akhir penelitian, dan cenderung penelitian ini menggunakan analisis angka-angka statistik.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan September-Oktober 2021 dan penelitian ini mengambil tempat pada Taman Wisata Tetetana Kumelembuai Tomohon

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini akan ditentukan populasi berdasarkan data jumlah pengunjung taman wisata Tetetana Kumelembuai yaitu jumlah pengunjung 5 bulan terakhir dari bulan Maret-Juli 2021 yang berjumlah 7.930 pengunjung. Jumlah sampel yang ditentukan dengan menggunakan perhitungan rumus Slovin sebanyak 100 responden dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = N / (1 + N.e^2)$$

$$n = 7.930 / [1 + 7.930.(0,1)^2]$$

$$n = 7.930 / [1 + 7.930.(0,01)]$$

$$n = 7.930 / [80,3]$$

$$n = 98,754$$

Jadi, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 98,754 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden.

Metode Analisis

Metode analisa yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan pengujian hipotesis F dan uji hipotesis t.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuisioner atau skala yang ingin diukur. Wibowo (2012: 36) menyatakan bahwa jika suatu item memiliki nilai capaian koefisien korelasi minimal 0,30 dianggap memiliki daya pembeda yang cukup memuaskan atau dianggap valid yang ditunjukkan oleh *Pearson Correlation*. Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih (Azwar, 1999 dalam Wibowo, 2012: 52). Metode reliabilitas yang sering digunakan dalam penelitian yaitu *Cronbach's Alpha*. Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikansi 0,05 (spss secara default menggunakan nilai ini).

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Didalam persamaan regresi tidak boleh terjadi multikolinearitas, maksudnya tidak boleh ada korelasi atau hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna antara variabel bebas yang membentuk persamaan tersebut. Gejala multikolinearitas dapat diuji dengan Variance Inflation Factor (FIV), pada tabel *Coefficients*. Menurut Algifari (2000) dalam Wibowo (2012: 87) bahwa jika nilai FIV kurang dari 10, maka model regresi tidak terkena gejala multikolinearitas, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel bebas.

Uji Heterokedastisitas

Suatu model dikatakan memiliki problem heteroskedastisitas itu berarti ada atau terdapat varian variabel dalam model yang tidak sama. Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual.

Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat grafik histogram dan grafik Normal p – plot SPSS

Metode Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda pada dasarnya merupakan analisis yang memiliki pola teknis dan substansi yang hamper sama dengan regresi linier sederhana. Wibowo (2012: 126) mengatakan bahwa Model Regresi Linier Berganda dengan sendirinya menyatakan suatu bentuk hubungan linier antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependennya. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu Kinerja Layanan (X_1) dan Kepercayaan (X_2), terhadap Loyalitas Konsumen (Y). Persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + e$$

Dimana:

Y	= Kepuasan Pengunjung
a	= Konstanta

b1,b2	= Koefisien Regresi
X1	= Atribut Destinasi
X2	= Kualitas Layanan
e	= Standar Error

Koefisien Korelasi (R)

Analisis korelasi merupakan teknik statistic untuk mengukur keeratan antara dua variabel (Suhartanto 2014:319). Keeratan hubungan tersebut diindikasikan dengan besarnya koefisien korelasi (R). Koefisien ini bernilai -1 (hubungan negative sempurna) sampai dengan +1 (hubungan positif sempurna). dalam penelitian ini akan di koefisien korelasi digunakan untuk mengukur keeratan hubungan dan arah hubungan antara variabel independen (X), dan variabel dependen (Y), dalam hal ini mengukur keeratan hubungan dan arah hubungan antara Atribut Destinasi (X₁) dan Kualitas Layanan (X₂) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y).

Koefisien Determinasi (R²)

Untuk menjelaskan kekuatan hubungan antara X dan Y ditunjukkan oleh koefisien determinasi (R²). Koefisien ini mengukur prosentase dan total variasi Y yang dapat 'dijelaskan' oleh X (Suhartanto 2014:315). Nilai R² berkisar antara 0 sampai 1, nilai 0 berarti tidak ada perubahan dalam Y yang dapat dijelaskan oleh perubahan X.

Pengujian dengan Uji F

Uji F dilakukan untuk melihat apakah terjadi pengaruh nyata antara peubah independen terhadap peubah dependen secara keseluruhan. Uji F dimaksudkan untuk melihat kemampuan menyeluruh dari peubah bebas (X₁, X₂...) dapat atau mampu menjelaskan tingkahlaku atau keberagaman peubah terikat (Y). Uji F juga dimaksud untuk mengetahui apakah peubah bebas memiliki koefisien regresi sama dengan nol.

Pengujian dengan Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing peubah independen berpengaruh terhadap peubah dependen atau tidak. Pada regresi berganda mungkin peubah (X₁, X₂...) secara bersama-sama berpengaruh nyata. Namun, belum tentu secara individu atau parsial seluruh peubah tersebut berpengaruh nyata terhadap peubah terikat Y.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R	Sig	Keterangan
Atribut wisata (X ₁)	Item 1	0,561	0,0000	Valid
	Item 2	0,541	0,0000	Valid
	Item 3	0,886	0,0000	Valid
	Item 4	0,787	0,0000	Valid
	Item 5	0,567	0,0000	Valid
	Item 6	0,876	0,0000	Valid
Kualitas Layanan (X ₂)	Item 1	0,752	0,0000	Valid
	Item 2	0,900	0,0000	Valid
	Item 3	0,858	0,0000	Valid
	Item 4	0,854	0,0000	Valid
	Item 5	0,657	0,0000	Valid
Kepuasan Pengunjung (Y)	Item 1	0,638	0,0000	Valid
	Item 2	0,844	0,0000	Valid
	Item 3	0,851	0,0000	Valid
	Item 4	0,868	0,0000	Valid
	Item 5	0,742	0,0000	Valid

(Sumber: Data primer diolah, 2021)

Tabel 1 diatas menunjukkan bahwa hasil uji validitas memberikan nilai yang baik pada setiap butir indikator dari masing-masing variabel. Rata-rata nilai r hitung yang diperoleh lebih tinggi dari pada nilai kritis sebesar 0,30 hal ini menunjukkan bahwa semua indikator tersebut memenuhi uji validitas (valid) dan semua indikator dapat dianalisis lebih lanjut menggunakan analisis regresi linear berganda.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

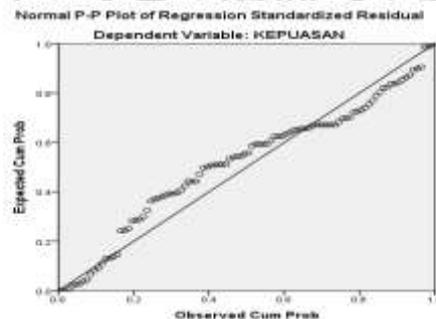
Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
X ₁	0,787	Reliabel
X ₂	0,863	Reiabel
Y	0,836	Reliabel

(Sumber: Data primer diolah, 2021)

Tabel 2, menunjukkan bahwa dalam penelitian ini pengukuran yang digunakan adalah dengan menggunakan cronchbach alpha (reliabel), yaitu apabila cronchbach alpha lebih besar dari 0,6 maka item pertanyaan tersebut adalah reliabel. Berdasarkan hasil perhitungan dengan bantuan SPSS version 17.0 for windows, maka dapat diketahui bahwa variabel X1, X2, dan Y adalah reliabel, hal ini dapat dilihat pada tabel 2 karena memiliki nilai di atas 0,60 sehingga dapat dijelaskan bahwa variabel-variabel tersebut memiliki reliabilitas yang tinggi, sehingga mempunyai ketepatan yang tinggi untuk dijadikan variabel (konstruk) pada suatu penelitian.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas



Gambar 2 Normal P-Plot

(Sumber: Data primer diolah, 2021)

Berdasarkan gambar 2 diatas, menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal grafik tersebut yang dimana itu berarti bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

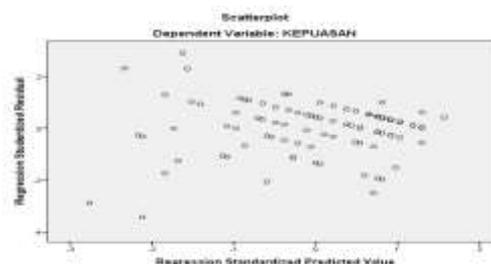
2. Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Colinearity Statistic		
	Tolerance	VIF	
1	X ₂	.556	1,797
	Y	.556	1,797

(Sumber: Data primer diolah, 2021)

3. Uji Heterokedastisitas



Gambar 3. Scatterplot

(Sumber: Data primer diolah, 2021)

Dari grafik *Scatterplot* pada gambar 3 diatas, terlihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memenuhi uji heterokedastisitas dan nilai residualnya tersebut telah normal.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Berikut hasil pengujian yang dapat dilihat pada tabel.

Tabel 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	
1 (Constant)	10.235	1.601	
ATRIBUT	.353	.079	.478
KUALITAS	.140	.085	.178

a. Dependent Variable: KEPUASAN

(Sumber: Data primer diolah, 2021)

Berdasarkan tabel diatas, maka persamaan regresi linear berganda dengan 2 variabel independen sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + e$$

$$Y = 10.235 + 0,353 X_1 + 0,140 X_2 + e$$

$$Y = 10.235 + 0,353 \text{ Atribut Destinasi} + 0,140 \text{ Kualitas Layanan} + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 10.235 artinya jika Atribut Destinasi (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2), bernilai Nol, maka nilai variabel dependen Kepuasan Pengunjung adalah sebesar 10.235.
2. Nilai koefisien Atribut Destinasi (X_1) sebesar 0,353, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Atribut Destinasi (X_1) mengalami kenaikan 1 point atau 1%, maka Kepuasan Pengunjung (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,353 per 1 point/ 1 %. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara X_1 dan Y, semakin naik X_1 maka Y akan semakin naik.
3. Nilai Kualitas Layanan (X_2) sebesar 0,140 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Kualitas Layanan (X_2) mengalami kenaikan 1 poin atau 1%, maka Kepuasan Pengunjung (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,140. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara X_2 dan Y, semakin naik X_2 maka Y akan semakin naik.

Uji Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (R^2)

Koefisien Korelasi (R)

Analisis korelasi ganda digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel bebas atau lebih yang secara bersama-sama dihubungkan dengan variabel terikatnya sehingga dapat diketahui besarnya sumbangan seluruh variabel bebas yang menjadi objek penelitian terhadap variabel terikatnya.

Tabel 5. Koefisien Korelasi (R)

Model	Model Summary ^b			Std. Error of the Estimate
	R	R Square	Adjusted R Square	
1	.611 ^a	.374	.361	1.700

a. Predictors: (Constant), KUALITAS, ATRIBUT

b. Dependent Variable: KEPUASAN

(Sumber: Data primer diolah, 2021)

Dari tabel 5 terlihat nilai R sebesar 0,611 atau 61,1 %. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang sangat kuat antara variabel Atribut Destinasi (X_1), dan Kualitas Layanan (X_2), terhadap Kepuasan Pengunjung (Y), karena nilai R hampir mendekati 1

Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi ini digunakan untuk menguji seberapa besar persentase variasi dalam variabel independen dapat menjelaskan variasi dependen. Semakin besar R^2 berarti semakin besar variasi variabel dependen yang dijelaskan oleh variasi variabel independen. Sebaliknya, semakin kecil R^2 berarti semakin kecil juga variasi dependen yang dijelaskan oleh variasi variabel independen. Berikut adalah hasil pengujian yang telah dilakukan.

Tabel 6. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.611 ^a	.374	.361	1.700

a. Predictors: (Constant), KUALITAS, ATRIBUT
b. Dependent Variable: KEPUASAN

(Sumber: Data primer diolah, 2021)

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai R^2 sebesar 0,374 atau 37,4 %. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen Kepuasan Pengunjung (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu variabel Atribut Destinasi(X_1), dan Kualitas Layanan (X_2), sebesar 37,4 % sedangkan sisanya 62,6 % dapat dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor lain diluar variabel atau variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis**Uji Simultan (F)**

Uji F menunjukkan apakah variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel dependennya. Pengaruh seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk membuktikan kebenaran hipotesis keempat digunakan uji F sebagai berikut:

1. Jika tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Jika tingkat signifikansi lebih kecil dari 5%, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 7. Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	167.354	2	83.677	28.951	.000 ^b
	Residual	280.356	97	2.890		
	Total	447.710	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS, ATRIBUT

(Sumber: Data primer diolah, 2021)

Berdasarkan tabel 4.17 diatas, terlihat nilai F hitung sebesar 28,951 dengan profitabilitas signifikansi sebesar 0,000. Terlihat bahwa nilai probabilitas signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian berarti H_0 ditolak dan H_a **diterima**. Artinya Hipotesis pertama yang menyatakan “Atribut Destinasi Wisata dan Kualitas Layanan diduga secara bersama (simultan) berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung.

Kesimpulannya adalah bahwa variabel Atribut Destinasi (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2), secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y).

Uji Parsial (t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel Atribut Destinasi (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) secara parsial. Keputusan uji parsial hipotesis dibuat dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Jika tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 8. Uji Parsial (t)

Model	Coefficients ^a							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	10.235	1.601			6.391	.000		
ATRIBUT	.353	.079	.478		4.442	.000	.556	1.797
KUALITAS	.140	.085	.178		1.650	.102	.556	1.797

a. Dependent Variable: KEPUASAN

(Sumber: Data primer diolah, 2021)

Berdasarkan tabel 8 diatas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari tabel terlihat bahwa t hitung memiliki nilai 4,442 sedangkan t tabel 1,984, ini berarti t hitung > t tabel sehingga hipotesis 2 dalam penelitian diterima. Kesimpulannya adalah Variabel Atribut Destinasi Wisata secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung.
2. Dari tabel terlihat bahwa t hitung memiliki nilai 1,650 sedangkan t tabel 1,984. Ini berarti t hitung < t tabel sehingga hipotesis penelitian ditolak. Kesimpulannya adalah Variabel Kualitas Layanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung.

Pembahasan Hasil

Pengaruh Atribut Destinasi Wisata dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diketahui nilai F hitung sebesar 28,951 dengan profitabilitas signifikansi sebesar 0,000. Terlihat bahwa nilai probabilitas signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 atau Sig < 0,05 dan hasil ini menunjukkan bahwa Variabel Atribut Destinasi Wisata (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2) secara bersama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y). Ini berarti Hipotesis 1 (H_1) yang menyatakan bahwa Atribut Destinasi (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2) diduga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) terbukti atau dapat diterima.

Pengaruh Atribut Destinasi Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan hasil uji hipotesis, nilai koefisien regresi Atribut Destinasi memiliki tingkat signifikansi 0,000, nilai ini lebih kecil dari 0,05 atau nilai sig < 0,05 dan hasil ini menunjukkan bahwa variabel Atribut Destinasi (X_1) secara parsial Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y). Ini berarti Hipotesis 2 (H_2) yang menyatakan bahwa "Atribut Destinasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)" Terbukti atau diterima. Hal ini menjadi perhatian bagi pihak pengelola puncak Tetetana Kumelembuai karena memang pada dasarnya para pengunjung yang datang dipengaruhi oleh adanya Atribut yang memadai. Semakin baik atribut yang disediakan oleh pengelola maka akan meningkatkan kepuasan pengunjung. Ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh I Ketut Surya Diarta dan I Made Sarjana (2020) tentang "Pengaruh Atribut dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Daya Tarik Wisata Pertanian Subak Di Kota Denpasar Bali" dengan hasil penelitian menyatakan variabel atribut DTW dan variabel kualitas layanan DTW berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel kepuasan pengunjung terhadap DTW Subak Padanggalak.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui nilai koefisien regresi Kualitas Layanan memiliki tingkat signifikansi 0,102, nilai ini lebih besar dari 0,05 atau nilai sig > 0,05 dan hasil menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y). Ini berarti Hipotesis 3 (H_3) yang menyatakan bahwa "Kualitas Layanan diduga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)" tidak terbukti atau ditolak. Hal ini dikarenakan pihak pengelola Tetetana Kumelembuai masih kurang memperhatikan apa yang dibutuhkan para wisatawan. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Didin Syarifuddin (2014) tentang "Measuring Destination Services Quality (Studi Tentang Kualitas Pelayanan Kebun Binatang Bandung)" dengan hasil penelitian yaitu Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung. Masih belum maksimalnya inisiatif, keramahan, serta perhatian para petugas kepada para pengunjungnya Pengunjung Tetetana Kumelembuai akan merasa puas jika mendapatkan layanan yang baik selama kunjungannya atau kegiatan wisatanya.

PENUTUP

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Atribut Destinasi (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2), secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) Tetetana Kumelembuay Tomohon.
2. Variabel Atribut Destinasi Wisata secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Tetetana Kumelembuay Tomohon.
3. Variabel Kualitas Layanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung.

Saran

1. Bagi Pihak Tetetana Kumelembuay, Atribut Destinasi berdampak langsung terhadap Kepuasan Pengunjung, oleh karena itu pihak pengelola Tetetana Kumelembuay sebaiknya memperhatikan tentang Atribut Destinasi yang menjadi daya tarik utama bagi para wisatawan.
2. Kualitas Layanan berpengaruh positif namun tidak signifikan. Artinya kualitas Layanan harus ditinjau kembali dan ditingkatkan lagi agar mempengaruhi Kepuasan pengunjung
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memperbaiki keterbatasan yang ada dan dapat mengembangkan penelitian ini dengan faktor lain lain atau variabel bebas lainnya yang mempengaruhi Kepuasan Pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Engel. (1995). *Consumer behaviour*. orlando: the dryden press.
- Filda Rahmiati, Ahmad Nur Dani. (2020). Pengaruh atribut tujuan terhadap kepuasan wisatawan: studi pada walking tourism. *Pariwisata*, vol. 7 no. 2, hal 155-165. Retrieved diakses pada 14 september 2021, from <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp>
- Heni Rohaeni, Nisa Marwa. (2018). Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *jurnal ecode mica*, vol. 2 no. 2, hal 312-218. retrieved diakses 14 september 2021, from <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>
- Kotler dan Keller. (2007:6). *Manajemen pemasaran, sudut pandang asia*. Jakarta: indeks kelompok gramedia.
- Kotler P. dan Armstrong G. (2006). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: indeks keleompok gramedia.
- Manoppo, F. (2013). Kualitas pelayanan, dan servicescape pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen pada hotel gran puri manado. *Jurnal emba*, vol.1 no.4, hal 1341-1348. Retrieved di akses pada 14 september 2021, from <https://media.neliti.com/media/publications/2771-id-pengaruh-citra-promosi-dan-kualitas-pelayanan-objek-wisata-terhadap-kepuasan-wis.pdf>
- Nusantini, N. L. (2016). Atribut destinasi yang mempengaruhi loyalitas wisatawan berkunjung ke kawasan sanur. *jumpa 2 [2] : 39 - 57*, 2, 39-57.
- Nusantini, N. L. (2020). Pengaruh atribut dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengunjung daya tarik wisata pertanian subak di kota Denpasar Bali. *media konservasi*, vol. 25 no. 2, hal 133-123.
- Oka, A. Yoeti. (2005). *Perencanaan strategi pemasaran daerah tujuan wisata*. Jakarta: pt. pradnya pramita.
- Parasuraman A, Zeithaml VA, Berry L. (2002). A conceptual model of services quality and its implication for future research. *journal of marketing*, 41-50.
- Suwantoro, Gamal, SH. (2007). *Dasar - dasar Pariwisata*. . Jogjakarta: andi.
- Syarifuddin, D. (2014). Measuring destination service quality (studi tentang pelaksanaan kualitas pelayanan kebun binatang bandung). *pariwisata*, vol i. no.2 issn : 2355-6587, hal 122-130.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Prinsip-prinsip total quality service*. Jogyakarta: cv. andi.
- Wijono, D. (2014). Tingkat kepuasan pengunjung obyek wisata pantai kuwaru sanden bantul yogyakarta. *jurnal maksipreneur*, vol. iv, no. 1, hal. 22 - 35.