

PENGARUH KUALITAS LAYANAN WISATA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG: STUDI KASUS DESA WISATA TETEBATU

Baiq Tutut Dwi Wiasti^{1*}, Agus Kurniawan¹, Sri Rahmi Yunianti¹

¹Program Studi Perencanaan Wilayah Dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Mataram, Indonesia

*Email Corresponding Author: dwiiwastib@gmail.com

ABSTRAK

Desa Wisata Tetebatu merupakan destinasi wisata berbasis alam dan masyarakat yang mengalami peningkatan jumlah kunjungan setiap tahun. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa kendala pada kualitas pelayanan, seperti fasilitas pendukung yang belum merata, kualitas homestay, serta pelayanan pemandu wisata yang berpotensi memengaruhi kepuasan pengunjung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan wisata terhadap kepuasan pengunjung di Desa Wisata Tetebatu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik accidental sampling pada 150 responden. Variabel kualitas layanan diukur menggunakan lima dimensi SERVQUAL, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh instrumen valid dan reliabel, dengan nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70. Secara parsial, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, sedangkan bukti fisik dan keandalan tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,717, yang menunjukkan bahwa 71,7% variasi kepuasan pengunjung dijelaskan oleh kualitas layanan. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan, khususnya pada aspek daya tanggap, jaminan, dan empati, menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pengunjung di Desa Wisata Tetebatu.

Kata kunci: Kualitas Layanan; Kepuasan Pengunjung; Servqual; Desa Wisata

ABSTRACT

Tetebatu Tourism Village is a nature- and community-based tourist destination that has experienced a steady increase in visitor arrivals each year. However, several challenges related to service quality remain, including inadequate supporting facilities, inconsistent homestay quality, and tour guide services, which may affect visitor satisfaction. This study aimed to analyze the effect of tourism service quality on visitor satisfaction in Tetebatu Tourism Village. A quantitative approach was employed using an accidental sampling technique involving 150 respondents. Service quality was measured using the five SERVQUAL dimensions: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. Data were analyzed using validity and reliability tests, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination (R^2) using SPSS. The results showed that all research instruments were valid and reliable, with Cronbach's Alpha values above 0.70. Partially, responsiveness, assurance, and empathy had a significant effect on visitor satisfaction, whereas tangibles and reliability had no significant effect. Simultaneously, service quality had a significant effect on visitor satisfaction, with a coefficient of determination (R^2) of 0.717, indicating that 71.7% of the variation in visitor satisfaction was explained by service quality. Therefore, improving service quality, particularly responsiveness, assurance, and empathy, is essential to enhancing visitor satisfaction in Tetebatu Tourism Village.

Keywords: Tourism Service Quality; Visitor Satisfaction; Servqual; Tourism Village

History Article

Submitted 14 July 2026 | Revised 18 July 2026 | Accepted 10 August 2026

License and Copyright

Attribution-NonCommercial-ShareAlike
International CC BY-NC-SA 4.0

4.0



Website

<https://journal.bukitpengharapan.ac.id/index.php/JUPARITA/index>

Email

juparita@bukitpengharapan.ac.id

1. PENDAHULUAN

Pariwisata adalah sektor yang berkontribusi penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, terutama di daerah yang memiliki potensi alam dan budaya yang kuat. Kualitas layanan wisata berperan penting dalam membentuk pengalaman serta tingkat kepuasan wisatawan saat menikmati suatu tujuan wisata.

Kualitas layanan mencakup lima dimensi (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) yang secara langsung memengaruhi persepsi wisatawan terhadap suatu destinasi wisata. Dalam konteks tujuan wisata berbasis komunitas, kualitas layanan tidak hanya ditentukan oleh fasilitas fisik, tetapi juga oleh interaksi sosial antara pengelola layanan dan wisatawan (Pusparini, 2025).

Desa Tetebatu di Lombok Timur adalah salah satu destinasi wisata yang dikenal sebagai ekowisata unggulan dan pada tahun 2021 masuk dalam jajaran UNWTO Best Tourism Villages, yang menunjukkan pengakuan internasional atas potensi dan kualitas daya tariknya. Dalam Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kabupaten Lombok Timur No. 2 Tahun 2012, Desa Wisata Tetebatu ditetapkan sebagai kawasan peruntukan pariwisata alam. Keberhasilan tersebut tidak terlepas dari keterlibatan masyarakat sebagai pelaku utama dalam penyediaan layanan wisata, mulai dari *homestay*, pemandu trekking, kuliner lokal, hingga atraksi budaya. Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan menuntut penyediaan layanan wisata yang profesional, berkesinambungan, dan memenuhi standar agar tingkat kepuasan wisatawan tetap terjaga.

Berdasarkan data yang telah didapatkan, jumlah kunjungan di Desa Wisata Tetebatu, Lombok Timur, dalam satu tahun terakhir mengalami peningkatan. Pada tahun 2024, jumlah pengunjung di Desa Wisata Tetebatu sebanyak 19.742 wisatawan dan meningkat pada tahun 2025 menjadi 21.107 wisatawan. Para pengunjung Desa Wisata Tetebatu berasal dari mancanegara dan didominasi oleh negara-negara Eropa.

Kepuasan wisatawan merupakan salah satu indikator keberhasilan dalam pengelolaan destinasi wisata. Oliver (1999) menyatakan bahwa tingkat kepuasan wisatawan dirasakan karena adanya perbandingan antara ekspektasi wisatawan dan realitas kinerja yang dirasakan setelah berkunjung ke tempat wisata. Jika layanan wisata tidak memadai atau tidak sesuai harapan, tingkat kepuasan akan menurun dan berpotensi menurunkan loyalitas wisatawan. Dalam desa wisata, tingkat kepuasan ini sangat penting karena sebagian besar promosi tujuan wisata berbasis pada rekomendasi dan ulasan wisatawan (Kotler & Keller, 2016). Masyarakat cenderung berkunjung ke suatu tempat wisata apabila mereka merasakan tingkat kepuasan dari pengalaman yang didapatkan di tempat tersebut. Tingkat kepuasan wisatawan dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk kualitas layanan di suatu tempat wisata.

Desa Wisata Tetebatu adalah desa wisata berbasis alam dan masyarakat yang memanfaatkan kekayaan sumber daya alam pedesaan sebagai daya tarik utama. Desa ini terletak di kaki Gunung Rinjani, sehingga memiliki bentang alam yang masih alami dengan udara sejuk, panorama pegunungan, serta lingkungan yang relatif terjaga. Daya tarik wisata alam di Desa Tetebatu meliputi persawahan terasering, hutan tropis, air terjun, serta jalur trekking yang menyatu dengan kehidupan masyarakat setempat. Keberadaan persawahan yang hijau mencerminkan sistem pertanian tradisional yang masih dipertahankan, sekaligus menjadi atraksi visual yang diminati wisatawan.

Selain itu, wisata alam di Desa Tetebatu berkembang dengan konsep pariwisata berkelanjutan, di mana aktivitas wisata diarahkan untuk meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan. Keterlibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan wisata menjadi elemen penting, baik sebagai pemandu wisata, penyedia *homestay*, maupun pengelola atraksi alam. Selain bermanfaat untuk menjaga kelestarian alam, hal ini juga memberikan manfaat ekonomi langsung bagi masyarakat desa. Selain menawarkan keindahan alam, Desa Wisata Tetebatu juga memberikan pengalaman wisata yang menekankan keaslian lingkungan, kearifan lokal, serta harmoni antara manusia dan alam. Menjadikan Tetebatu sebagai tujuan wisata alam yang menarik

sekaligus relevan dengan kebutuhan wisatawan yang mengutamakan kualitas pengalaman dan tingkat kepuasan saat berwisata.

Meskipun Tetebatu dikenal akan potensi alamnya, beberapa tantangan masih ditemukan, seperti ketidakseragaman kualitas homestay, kurangnya standar pelayanan pemandu wisata, serta ketersediaan fasilitas pendukung yang belum merata. Ketersediaan toilet umum di beberapa objek wisata masih terbatas dan kurang memadai; sarana pendukung seperti restoran dan tempat makan belum tersedia secara optimal; serta fasilitas penunjang wisata masih perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung. Kondisi seperti ini dapat memengaruhi persepsi wisatawan dan menurunkan tingkat kepuasan pengunjung jika tidak segera ditangani. Layanan wisata yang tidak stabil dapat melemahkan daya saing Tetebatu dibandingkan dengan destinasi wisata lain di Lombok yang menawarkan fasilitas lebih modern dan mudah diakses (Haerawani, 2024).

Keberlanjutan Desa Wisata Tetebatu sangat bergantung pada kemampuan pengelola wisata dalam menjaga dan meningkatkan layanan wisata agar sesuai dengan kebutuhan dan harapan wisatawan. Dengan meningkatnya kompetisi antartujuan wisata, mutu pelayanan menjadi hal strategis yang menentukan apakah suatu tujuan wisata dapat bertahan dan berkembang. Selain itu, belum banyak kajian yang secara khusus memfokuskan pada hubungan antara layanan wisata dan tingkat kepuasan wisatawan di Tetebatu, sehingga kajian ini akan memberikan data empiris yang dapat membantu pengelola desa wisata, Pokdarwis, serta pemerintah daerah dalam memperbaiki sistem layanan dan merancang strategi peningkatan kualitas wisata secara berkelanjutan. Penelitian ini juga penting untuk memastikan bahwa peningkatan jumlah kunjungan tidak hanya terjadi secara kuantitatif, tetapi juga memenuhi standar kualitas pengalaman wisata yang dituntut oleh wisatawan modern.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian mengenai mutu pelayanan wisata dan tingkat kepuasan wisatawan telah menjadi fokus utama dalam kajian kepariwisataan karena perannya dalam menentukan keberhasilan pengelolaan destinasi wisata. Kualitas layanan adalah salah satu konsep penting dalam manajemen jasa dan pariwisata karena secara langsung terkait dengan pengalaman yang dirasakan wisatawan selama proses kunjungan. Dalam konteks pariwisata, mutu pelayanan dipahami sebagai kemampuan tujuan wisata dan penyedia jasa wisata dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan wisatawan. Penelitian *Service Quality* (SERVQUAL) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry menjadi landasan teoretis yang paling banyak digunakan untuk mengukur mutu pelayanan, yang terdiri atas lima dimensi utama, yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Penelitian terkini mengindikasikan bahwa model SERVQUAL tetap relevan untuk mengkaji mutu pelayanan wisata, khususnya pada tujuan wisata yang menekankan pengalaman dan interaksi langsung antara wisatawan dan penyedia layanan (Ali et al., 2016; Saleh et al., 2025).

Sejumlah kajian empiris mengindikasikan bahwa pelayanan wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan wisatawan. Ali et al. (2016) mengatakan bahwa tingginya tingkat kepuasan pengunjung yang dirasakan wisatawan dihasilkan oleh kualitas layanan yang ditawarkan di suatu tempat wisata, yang pada akhirnya mendorong loyalitas dan niat untuk berkunjung kembali. Temuan tersebut sejalan dengan Syafitra (2025) yang menegaskan bahwa konsistensi pelayanan merupakan salah satu faktor penentu daya saing tujuan wisata, terutama di tengah meningkatnya persaingan antartujuan wisata.

Kepuasan wisatawan adalah respons evaluatif wisatawan terhadap pengalaman layanan yang diperoleh selama berkunjung ke suatu tujuan wisata. Girsang et al. (2022) menjelaskan bahwa tingkat kepuasan wisatawan muncul karena adanya harapan awal yang dimiliki wisatawan terhadap kinerja aktual yang dilihat dan dirasakan. Dalam perkembangan kajian pariwisata modern, tingkat kepuasan tidak hanya dipahami dari aspek kognitif, tetapi juga mencakup dimensi afektif dan emosional wisatawan. Muttaqien & Permana (2025) menegaskan bahwa tingkat

kepuasan wisatawan dipengaruhi oleh mutu pelayanan, pengalaman wisata, serta keterikatan emosional terhadap tempat wisata, khususnya tempat wisata berbasis alam dan budaya.

Dalam konteks desa wisata, kualitas layanan memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan tujuan wisata massal. Hubungan antara kualitas layanan dan tingkat kepuasan wisatawan telah dibuktikan dalam banyak penelitian terbaru. Studi oleh Kharismawati & Febryantahanuji (2025) menyatakan bahwa kualitas layanan wisata memberikan pengaruh positif dan bermakna terhadap tingkat kepuasan wisatawan di tempat wisata rekreasi, dengan dimensi daya tanggap dan empati sebagai faktor dominan dalam membentuk tingkat kepuasan tersebut. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Anhar & Parlindungan (2025) dalam konteks *event* pariwisata, yang menemukan bahwa pelayanan yang cepat, ramah, dan dapat dipercaya mampu meningkatkan tingkat kepuasan wisatawan secara bermakna. Temuan ini kemudian diperkuat oleh Kalebos (2016) yang menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan faktor utama dalam menentukan tingkat kepuasan wisatawan pada sektor layanan publik dan pariwisata. Selain itu, Viola & Ginting (2022) menegaskan bahwa tingkat kepuasan wisatawan di desa wisata selain ditentukan oleh fasilitas fisik, juga ditentukan oleh kualitas hubungan sosial antara wisatawan dan masyarakat setempat serta kemampuan tempat wisata dalam memperhatikan nilai-nilai lokal.

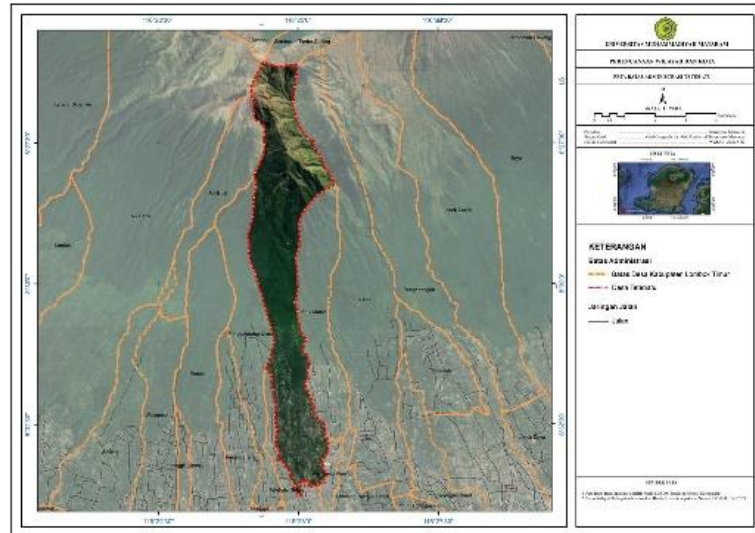
Pada desa wisata dan ekowisata berbasis masyarakat, selain ditentukan oleh ketersediaan fasilitas fisik, juga ditentukan oleh kualitas interaksi sosial, keramahan masyarakat, serta kemampuan penyedia layanan dalam menghadirkan pengalaman wisata yang baik dan bermakna. Penelitian terbaru menegaskan bahwa aspek empati dan sikap personal dalam pelayanan merupakan faktor penting untuk meningkatkan tingkat kepuasan wisatawan di tujuan wisata berbasis komunitas. Meskipun demikian, sebagian besar kajian terdahulu masih berfokus pada desa wisata secara umum atau tujuan wisata konvensional, tanpa mengkaji secara spesifik desa wisata berbasis ekowisata yang telah diakui secara internasional. Selain itu, kajian yang menguji pengaruh masing-masing dimensi mutu pelayanan (SERVQUAL) secara simultan terhadap tingkat kepuasan wisatawan di desa wisata alam di kawasan penyangga taman nasional masih relatif terbatas.

Berdasarkan kajian literatur yang telah dilakukan, penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan wisata terhadap kepuasan pengunjung di Desa Wisata Tetebatu memiliki unsur kebaruan ilmiah. Kebaruan ini terletak pada fokus kajian terhadap desa wisata berbasis alam dan masyarakat yang telah memperoleh pengakuan internasional sebagai *UNWTO Best Tourism Village*, serta pada analisis komprehensif terhadap lima dimensi kualitas layanan wisata dalam membentuk kepuasan pengunjung. Penelitian ini diharapkan dapat mengisi kekosongan kajian empiris serta memberikan kontribusi teoretis dan praktis bagi pengembangan pariwisata berkelanjutan di tingkat lokal.

3. METODE

Penelitian ini berlokasi di Desa Wisata Tetebatu, Kecamatan Sikur, Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat. Desa Wisata Tetebatu terletak di kaki Gunung Rinjani, di bagian utara, dengan luas wilayah 8.095,8 ha dan jumlah penduduk 8.654 jiwa, terdiri atas 4.009 jiwa laki-laki dan 4.587 jiwa perempuan. Tetebatu memiliki ketinggian 700/9000 *mdpl* dengan topografi wilayah berbukit yang digunakan sebagai area persawahan, permukiman, dan perkebunan warga. Jarak Desa Wisata Tetebatu sekitar 24 km dari pusat Kabupaten Lombok Timur dan dapat ditempuh dalam sekitar 20 menit dari pusat Kecamatan Sikur. Dengan batas wilayah sebagai berikut

- Utara: Taman Nasional Gunung Rinjani (TNGR)
- Selatan: Desa Tete Batu Selatan
- Barat: Desa Tete Batu Selatan
- Timur: Desa Kembang Kuning dan Desa Jeruk Manis



Gambar 1. Peta Batas Administrasi Desa Tetebatu

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Populasi yang digunakan dalam kajian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Tetebatu. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability* sampling untuk pengambilan data. Responden (sampel) ditentukan menggunakan teknik *accidental sampling*. Artinya peneliti bebas memilih siapa saja wisatawan yang ditemui, responden yang dipilih adalah wisatawan yang berwisata ke Desa Wisata Tetebatu

Penentuan jumlah sampel didasarkan pada perhitungan menggunakan rumus *linear time function*, yaitu menentukan jumlah sampel berdasarkan estimasi kendala waktu. Besar n yang diambil dengan menggunakan rumus perhitungan yaitu:

$$n = \frac{T - t_0}{t_1}$$

ket :

n : jumlah sampel yang dipilih

T : waktu yang tersedia bagi pelaksana penelitian
24 jam X 30 hari = 720 jam/bulan

t_0 : waktu tetap lama survei
6 jam/hari X 30 hari = 180 jam/bulan

t_1 : waktu yang dipergunakan setiap responden guna melakukan pengisian kuesioner
0,12 jam/ hari X 30 hari = 3,6 jam/bulan

Berdasarkan rumus dan perhitungan di atas, maka didapatkan jumlah sampel responden yang akan diteliti pada penelitian ini adalah :

$$n = \frac{T - t_0}{t_1} = \frac{720 - 180}{3,6} = \frac{540}{3,6} = 150 \text{ responden}$$

Jadi, jumlah sampel yang digunakan adalah 150 responden. Pada rumus *linear time function*, jumlah sampel ditentukan berdasarkan estimasi waktu yang digunakan peneliti untuk melaksanakan riset, karena jumlah populasi tidak diketahui dan jumlah wisatawan selalu berubah setiap hari. Setelah data diperoleh yang sesuai dengan jumlah populasi dan sampel yang sudah ditentukan, peneliti kemudian menginput data yang dicocokkan dengan skor masing-masing, setelah diinput data kemudian diolah memakai SPSS untuk memperoleh hasil yang akurat dan valid sesuai dengan uji di SPSS

Kualitas layanan wisata didefinisikan sebagai tingkat keunggulan layanan yang mampu memenuhi atau melampaui harapan wisatawan. Zeithaml et al. (1996) menyatakan bahwa kualitas layanan diukur berdasarkan ekspektasi konsumen dan pendapat mereka tentang layanan yang diterima. Model Servqual yang dikembangkan oleh Parasuraman banyak diadaptasi ke sektor pariwisata. Menurut Utomo (2019), mutu pelayanan wisata terdiri dari lima dimensi utama, yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Kelima dimensi ini sering digunakan dalam kajian pariwisata karena mampu menggambarkan kualitas interaksi antara penyedia layanan dan wisatawan.

Penelitian ini menggunakan dua variabel utama, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen (X) adalah layanan wisata yang terdiri dari 5 subvariabel/indikator, yaitu : X₁. Bukti Fisik (*Tangibles*), X₂. Keandalan (*Reliability*), X₃. Daya Tanggap (*Responsiveness*), X₄. Jaminan (*Assurance*) dan X₅. Empati (*Empathy*). Sementara itu, variabel dependen adalah kepuasan pengunjung yang diukur melalui kepuasan terhadap pelayanan di Desa Wisata Tetebatu. Seluruh indikator variabel diukur menggunakan skala Likert.

Variabel	Simbol	Indikator
Kepuasan Pengunjung	Y	kepuasan pengunjung
Bukti Fisik	X ₁	Fasilitas wisata, kebersihan jalur, <i>homestay</i> , papan informasi
Keandalan	X ₂	Ketepatan jadwal, konsistensi layanan, akurasi informasi
Daya Tanggap	X ₃	Kecepatan pelayanan, respons cepat keluhan, kemudahan bantuan
Jaminan	X ₄	Pengetahuan pemandu, rasa aman, sikap sopan & ramah
Empati	X ₅	Perhatian terhadap wisatawan, keramahan warga, komunikasi mudah

Sumber : Oliver (1999), dan Kotler & Keller (2016)

Dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen, persamaan regresi yang digunakan adalah

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Di mana Y merupakan kepuasan pengunjung, a adalah konstanta, b₁, b₂, b₃, b₄, dan b₅ adalah koefisien regresi untuk masing-masing dimensi kualitas layanan wisata, dan e merupakan variabel error.

Variabel independen X₁ hingga X₅ mewakili dimensi kualitas layanan wisata berdasarkan model servqual, yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Dengan menggunakan persamaan ini, peneliti dapat menganalisis dan memprediksi tingkat kepuasan pengunjung Desa Wisata Tetebatu berdasarkan kualitas layanan yang diberikan. Analisis mencakup uji validitas, uji reliabilitas, uji t (parsial), uji F (simultan), dan uji koefisien determinasi (R²).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel X₁ dan Y

Variabel	Sub-Variabel	r Hitung	r Tabel
Bukti Fisik (X ₁)	Fasilitas Wisata	0.832	0.160
	Kebersihan Lingkungan Wisata	0.861	0.160
	Ketersediaan Homestay	0.864	0.160
	Akomodasi	0.850	0.160
	Papan Informasi	0.840	0.160
Kepuasan Pengunjung(Y)	Kepuasan Pengunjung	1.000	0.160

Sumber: Analisis, 2026

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan di atas, seluruh indikator penelitian variabel bukti fisik (X₁) valid karena memiliki nilai r hitung yang lebih tinggi daripada r tabel (0,160). Jadi, setiap indikator layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel X₂ dan Y

Variabel	Sub-Variabel	r Hitung	r Tabel
Keandalan (X₂)	Ketepatan Informasi Wisata	0.987	0.160
	Kesesuaian Jam Operasional	0.878	0.160
	Kemampuan Memberikan Informasi	0.883	0.160
	Keandalan Pelayanan Petugas	0.885	0.160
Kepuasan Pengunjung(Y)	Kepuasan Pengunjung	1.000	0.160

Sumber: Analisis, 2026

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan diatas, seluruh indikator pada variabel Keandalan (X₂) memenuhi kriteria validitas karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,160). Jadi, semua indikator layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel X₃ dan Y

Variabel	Sub-Variabel	r Hitung	r Tabel
Daya Tanggap (X₃)	Kecepatan Tanggapan Petugas	0.883	0.160
	Penanganan Keluhan	0.902	0.160
	Ketersediaan petugas	0.847	0.160
	Waktu tunggu pelayanan	0.809	0.160
Kepuasan Pengunjung(Y)	Kepuasan Pengunjung	1.000	0.160

Sumber: Analisis, 2026

Berdasarkan perhitungan di atas, seluruh indikator pada variabel Daya Tanggap (X₃) dan Kepuasan Pengunjung (Y) memiliki nilai r hitung lebih tinggi daripada r tabel (0,160). jadi, semua indikator layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel X₄ dan Y

Variabel	Sub-Variabel	r Hitung	r Tabel
Jaminan (X₄)	Pengetahuan petugas wisata	0.901	0.160
	Keamanan wisata	0.888	0.160
	Pelayanan Terpercaya	0.868	0.160
	Kepuasan Pengunjung	1.000	0.160

Sumber: Analisis, 2026

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan diatas, seluruh indikator pada variabel Jaminan (X₄) dan Kepuasan Pengunjung (Y) memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,160). jadi, semua indikator layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel X₅ dan Y

Variabel	Sub-Variabel	r Hitung	r Tabel
Empati (X₅)	Perhatian Petugas	0.857	0.160
	Kepahaman Petugas	0.958	0.160
	Keramahan Petugas	0.958	0.160
	Perhatian kenyamanan	0.902	0.160
Kepuasan Pengunjung(Y)	Kepuasan Pengunjung	1.000	0.160

Sumber: Analisis, 2026

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan diatas, seluruh indikator pada variabel Empati (X₅) dan Kepuasan Pengunjung (Y) memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,160). Oleh karena itu, semua indikator layak digunakan dalam penelitian ini.

Suatu indikator dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel sebesar 0,160. Berdasarkan hasil pengujian, seluruh indikator pada variabel Bukti Fisik (X₁), Keandalan (X₂), Daya Tanggap (X₃), Jaminan (X₄), Empati (X₅), serta variabel Kepuasan Pengunjung (Y) memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel. Pada variabel Bukti

Fisik (X_1), nilai r hitung berkisar antara 0,832 dan 0,864. Variabel Keandalan (X_2) memiliki nilai r hitung antara 0,878 dan 0,987, sedangkan variabel Daya Tanggap (X_3) memiliki nilai r hitung antara 0,809 dan 0,902. Selanjutnya, variabel Jaminan (X_4) memiliki nilai r hitung yang berkisar antara 0,868 dan 0,901, sedangkan variabel Empati (X_5) memiliki nilai r hitung yang berkisar antara 0,857 dan 0,958. Adapun variabel Kepuasan Pengunjung (Y) memperoleh nilai r hitung sebesar 1,000. Seluruh nilai tersebut lebih besar daripada nilai r tabel sebesar 0,160.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan pada kuesioner mampu mengukur masing-masing variabel penelitian dengan baik. Dengan demikian, seluruh indikator dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian untuk mengukur pengaruh kualitas layanan wisata terhadap kepuasan pengunjung di Desa Wisata Tetebatu.

4.2. Uji Realibilitas

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X_1 dan Y

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Bukti Fisik (X_1)	0.903	RELIABEL

Sumber: Analisis, 2026

Hasil perhitungan nilai Cronbach's Alpha pada variabel Bukti Fisik (X_1) sebesar 0,903 yang lebih besar dari 0,70, sehingga dinyatakan reliabel. Jadi, instrumen penelitian sudah konsisten dan layak digunakan

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X_2 dan Y

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Keandalan (X_2)	0.910	RELIABEL

Sumber: Analisis, 2026

Hasil perhitungan nilai Cronbach's Alpha pada variabel Keandalan (X_2) sebesar 0,910 yang lebih besar dari 0,70, sehingga dinyatakan reliabel. Jadi, instrumen penelitian sudah konsisten dan layak digunakan.

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X_3 dan Y

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Daya Tanggap (X_3)	0.883	RELIABEL

Sumber: Analisis, 2026

Hasil perhitungan menunjukkan nilai Cronbach's Alpha pada variabel Daya Tanggap (X_3) sebesar 0,883 yang lebih besar dari 0,70, sehingga dinyatakan reliabel. Jadi, instrumen penelitian sudah konsisten dan layak digunakan.

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X_4 dan Y

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Jaminan (X_4)	0.862	RELIABEL

Sumber: Analisis, 2026

Hasil perhitungan nilai Cronbach's Alpha pada variabel Jaminan (X_4) sebesar 0,862 yang lebih besar dari 0,70, sehingga dinyatakan reliabel. Jadi, instrumen penelitian sudah konsisten dan layak digunakan.

Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X_5 dan Y

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Empati (X_5)	0.938	RELIABEL

Sumber: Analisis, 2026

Hasil uji perhitungan nilai Cronbach's Alpha pada variabel empati (X_5) sebesar 0,938 yang lebih besar dari 0,70, sehingga dinyatakan reliabel. Jadi, instrumen penelitian sudah konsisten dan layak digunakan.

Instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari batas minimum 0,70. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70. Variabel Bukti Fisik (X_1) memperoleh nilai sebesar 0,903; Keandalan (X_2) sebesar 0,910; Daya Tanggap (X_3) sebesar 0,883; Jaminan (X_4) sebesar 0,862; dan Empati (X_5) sebesar 0,938. Seluruh nilai tersebut memenuhi kriteria reliabilitas sehingga dapat dinyatakan bahwa setiap variabel memiliki tingkat konsistensi yang sangat baik.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan telah memenuhi syarat reliabel dan mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten apabila digunakan dalam kondisi yang sama. Dengan demikian, data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dapat digunakan sebagai dasar untuk analisis lebih lanjut, seperti uji regresi, uji t, uji F, dan koefisien determinasi.

4.3. Uji T (Parsial)

Tabel 11. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
1 (Constant)	-.200	.236	-.847	.398
X1	.041	.023	1.756	.081
X2	-.033	.030	-1.089	.278
X3	.054	.026	2.077	.040
X4	.115	.039	2.933	.004
X5	.105	.026	4.035	.000

Sumber: Analisis, 2026

Berdasarkan hasil perhitungan t (parsial), didapatkan bahwa variabel X_1 dan X_2 tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y. Hal tersebut terlihat dari nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,081 dan 0,278, yang lebih besar dari 0,05. Selain itu, nilai t hitung pada kedua variabel, yaitu 1,756 dan -1,089, juga lebih kecil daripada nilai t tabel sebesar 1,976. Di sisi lain, variabel X_3 , X_4 , dan X_5 terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y. Nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,040, 0,004, dan 0,000, yang berada di bawah 0,05, serta nilai t hitung sebesar 2,077, 2,933, dan 4,035, yang lebih besar daripada nilai t tabel (1,976). Oleh karena itu, secara parsial hanya variabel X_3 , X_4 , dan X_5 yang berpengaruh signifikan terhadap variabel Y, sedangkan variabel X_1 dan X_2 tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa fasilitas fisik dan keandalan pelayanan belum menjadi faktor utama yang memengaruhi kepuasan pengunjung. Hal ini diduga karena wisatawan lebih mengutamakan pengalaman menikmati keindahan alam, suasana pedesaan, serta interaksi dengan masyarakat lokal dibandingkan dengan fasilitas yang tersedia. Meskipun masih terdapat beberapa keterbatasan pada fasilitas pendukung, pengunjung tetap memperoleh pengalaman wisata yang memuaskan. Sebaliknya, kecepatan pelayanan, kemampuan petugas dalam memberikan rasa aman, serta sikap ramah dan perhatian kepada pengunjung terbukti berperan penting dalam meningkatkan kepuasan wisatawan.

Temuan ini sejalan dengan teori SERVQUAL yang dikemukakan oleh Parasuraman et al. (1988) yang menyatakan bahwa kualitas interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Satria et al. (2020) dan Taip (2020) yang menunjukkan bahwa daya tanggap, jaminan, dan empati merupakan dimensi pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, terutama pada destinasi wisata berbasis masyarakat.

4.4. Uji F (Simultan)

Tabel 12. Hasil Uji F

Model	ANOVA ^a				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

1	Regression	56.486	5	11.297	72.991	.000 ^b
	Residual	22.287	144	.155		
	Total	78.773	149			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X5, X1, X3, X4, X2

Sumber: Analisis, 2026

Nilai Sig. Sebesar $0,000 \leq 0,050$ dan nilai F hitung $72,991 \geq 2,28$, jadi didapatkan kesimpulan berdasarkan perhitungan tersebut bahwa variabel independen X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Y.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan wisata tidak dapat dinilai hanya dari satu dimensi, melainkan merupakan gabungan dari seluruh aspek pelayanan yang diberikan kepada wisatawan. Walaupun secara parsial terdapat beberapa variabel yang tidak berpengaruh signifikan, ketika seluruh dimensi kualitas layanan dianalisis secara bersamaan, pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung menjadi signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman wisata yang dirasakan pengunjung terbentuk dari kombinasi fasilitas, pelayanan, rasa aman, kecepatan petugas, dan perhatian yang diberikan selama berwisata.

4.5. Uji Determinasi R^2

Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R-Square
1	.847 ^a	0.717	0.707

Sumber: Analisis, 2026

Berdasarkan hasil perhitungan uji determinasi R^2 , didapatkan nilai $R = 0,847$ dan nilai koefisien determinasi $R^2 = 0,717$. Berdasarkan hasil olahan SPSS 25.0 for Windows, $KP = 0,717 \times 100\% = 71,7\%$. Hal ini berarti pengaruh yang disumbangkan oleh variabel bebas X_1, X_2, X_3, X_4 , dan X_5 terhadap variabel terikat Y sebesar 71,1%, sedangkan sisanya sebesar 28,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel penelitian.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R sebesar 0,847 yang menunjukkan hubungan yang kuat antara kualitas layanan wisata dan kepuasan pengunjung. Nilai R Square sebesar 0,717 menunjukkan bahwa 71,7% variasi kepuasan pengunjung dapat dijelaskan oleh lima dimensi kualitas layanan, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, sedangkan sisanya sebesar 28,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Dengan demikian, kualitas layanan memberikan kontribusi besar terhadap kepuasan pengunjung di Desa Wisata Tete batu, meskipun masih terdapat faktor lain yang turut memengaruhinya.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan wisata terhadap kepuasan pengunjung di Desa Wisata Tete batu, dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian telah memenuhi syarat valid dan reliabel sehingga layak digunakan sebagai instrumen pengumpulan data. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4), dan Empati (X_5) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa kecepatan pelayanan, kemampuan petugas dalam memberikan rasa aman, serta sikap ramah dan perhatian kepada wisatawan merupakan faktor yang paling menentukan kepuasan pengunjung di Desa Wisata Tete batu.

Sementara itu, variabel Bukti Fisik (X_1) dan Keandalan (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Kondisi ini diduga terjadi karena sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Tete batu lebih mengutamakan pengalaman menikmati keindahan alam, suasana pedesaan, serta interaksi dengan masyarakat lokal dibandingkan dengan kondisi fasilitas fisik maupun keandalan pelayanan. Selain itu, meskipun masih terdapat beberapa

keterbatasan pada fasilitas pendukung dan pelayanan, hal tersebut belum cukup memengaruhi tingkat kepuasan karena wisatawan tetap memperoleh pengalaman wisata yang positif.

Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa kelima dimensi kualitas layanan, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Selanjutnya, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa kualitas layanan mampu menjelaskan variasi kepuasan pengunjung sebesar 71,7%, sedangkan sisanya sebesar 28,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berperan besar dalam meningkatkan kepuasan pengunjung di Desa Wisata Tetebatu.

Berdasarkan hasil penelitian, pengelola Desa Wisata Tetebatu disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan, terutama pada aspek daya tanggap, jaminan, dan empati, karena hal tersebut terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Selain itu, perbaikan fasilitas pendukung seperti toilet umum, papan informasi, area istirahat, dan sarana penunjang lainnya juga perlu dilakukan agar kenyamanan wisatawan semakin meningkat. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan pengunjung, seperti aksesibilitas, daya tarik wisata, harga, citra destinasi, kualitas pengalaman wisata, atau loyalitas pengunjung, serta menggunakan metode atau teknik analisis yang berbeda agar diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif.

6. REFERENSI

- Ali, F., Zhou, Y., Hussain, K., Nair, P. K., & Ragavan, N. A. (2016). Does Higher Education Service Quality Effect Student Satisfaction, Image and Loyalty? A Study of International Students in Malaysian Public Universities. *Quality Assurance in Education*, 24, 70–94. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/QAE-02-2014-0008>
- Anhar, A., & Parlindungan, A. (2025). The Influence of Facilities and Service Quality on Visitor Satisfaction at the 2024 Purnama Bersantai Music Concert. *Journal of Economics and Social Sciences (JESS)*, 4(2), 1345–1358. <https://doi.org/10.59525/jess.v4i2.1086>
- Girsang, M. K., Sianipar, G. J. ., & Simanjuntak, A. N. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung Ke Taman Bunga Sapo Juma Tongging Karo. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 22(2), 399–413.
- Haerawani, N. (2024). Permasalahan dan Solusi Dalam Pengembangan Desa Tetebatu Sebagai Desa Wisata Unggulan di Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Penelitian Mahasiswa Pariwisata*, 2(1), 134–150.
- Kalebos, F. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung Ke Daerah Wisata Kepulauan Faktor Yang « Kalebos) 489. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 4(3), 489–502.
- Kharismawati, R., & Febryantahanuji. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tarif terhadap Kepuasan Wisatawan Cimory On The Valley. *EBISNIS (Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis)*, 18(1), 329–336.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Muttaqien, R. R., & Permana, A. (2025). Pengelolaan Service Encounter Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Pengunjung Di Destinasi Wisata Tangkuban Perahu, Jawa Barat. *Jurnal Mekar*, 4(2), 2–5. <https://doi.org/https://doi.org/10.59193/jmr.v4i2.462>
- Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*, 63(4), 33–44.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of retailing*, 64(1), 12.
- Pusparini, M. (2025). Pariwisata 6A dalam Pengelolaan Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Komunitas Studi Kasus : Desa Wisata Selindung – Jerambah Gantung. *Jurnal ITB*, 82–88. <https://doi.org/http://doi.org/10.5614/wpar.2025.23.2.05>
- Saleh, H., Sibua, A., Sibua, W., Morotai, U. P., Lemonade, K., Selatan, M., & Pulau, K. (2025). Analisis Kualitas Pelayanan di Objek Wisata Pulau Dodola Morotai dengan Metode Service Quality. *Jurnal Media Akademik*, 3(12), 1–12.

- <https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/view/4166/3139>
- Satria, L., Nuswantara, B., & Johaness, H. (2020). Hubungan Antara Kualitas Layanan Dengan Loyalitas Pengunjung Di Agrowisata D'emerick Kota Salatiga. *Mahatani*, 3(1), 173–183.
- Syafitra, R. (2025). Penerapan Service Excellence untuk Meningkatkan Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Pariwisata dan Hospitality*, 1(2), 20–26.
- Taip, R. I. (2020). Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada The Bagong Adventure – Museum Tubuh Kota Batu. *Jurnal Ilmah Mahasiswa FEB*, 8(1), 1–16.
- Utomo, B. (2019). Penerapan Metode Servqual untuk Evaluasi dan Perbaikan Kualitas Pelayanan Pada Bengkel Nunata Kedaung, Ciputat, Tangerang Selatan. *Jurnal Teknologi Informasi ESIT*, 19(1), 72–80.
- Viola, & Ginting, N. (2022). Analisa Teori Kepuasan Wisatawan terhadap Objek Wisata. *TALENTA Conference Series*, 5, 643–648. <https://doi.org/10.32734/ee.v5i1.1529>
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of marketing*, 60(2), 31–46. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/1251929>