
ANALISIS PENGARUH KEPUASAN PRODUK WISATA TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN (Studi Kasus pada Wisatawan DIY)

Nunuk Dwi Garwanti Endang Palupi
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IEU Yogyakarta
e-mail: nunukgarwanti@yahoo.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the effect of tourism product satisfaction on tourist loyalty in Yogyakarta Special Region. The sample in this study is the tourists who visit Yogyakarta. The sampling technique used is simple random sampling and data collection using questionnaire.

Based on the results of hypothesis testing using regression analysis obtained the result that there is influence of tourism product satisfaction on tourist loyalty in Yogyakarta Special Region.

Keywords: *customer satisfaction, customer loyalty*

PENDAHULUAN

Sektor Pariwisata adalah salah satu bentuk produk jasa yang menjadi andalan suatu negara untuk mendapatkan devisa. Indonesia dengan bentuk Negaranya kepulauan merupakan salah satu negara dengan keunggulan dalam mencari dan mengembangkan Obyek wisata. Dari keaneka ragaman obyek wisata tersebut, memberikan kepada kita pendapatan yang cukup besar. Baik pengunjung dari dalam negeri maupun pengunjung dari luar negeri.

Upaya-upaya perbaikan terus dilakukan dalam meningkatkan dan mempertahankan obyek-obyek wisata tersebut agar dapat terus dinikmati oleh pengunjung. Karena pemerintah daerah menyadari bahwa salah satu sifat dari Obyek Wisata itu adalah tidak dapat diperbaharui sehingga dalam pengelolaannya perlu ketelitian dan kehati-hatian serta dukungan dari seluruh lapisan masyarakat. Dengan memperhatikan pentingnya jumlah pengunjung obyek wisata maka dicari bentuk pelayanan sehingga tercipta kepuasan bagi pengunjung sehingga menimbulkan rasa loyalitas terhadap obyek wisata yang dikunjungi sehingga menimbulkan pembelian atau kunjungan kepada daerah wisata/obyek wisata kembali. Dengan demikian tugas pengelolaan obyek wisata harus terus dilakukan agar pengunjung puas dengan demikian mereka akan kembali berkunjung dan mereferensikan kepada konsumen yang lain untuk membeli obyek wisata di Yogyakarta.

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepuasan produk wisata terhadap Loyalitas wisatawan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

LANDASAN TEORI

1. Industri Pariwisata

Pariwisata bagi Indonesia adalah salah satu sumber pendapatan yang dapat diandalkan, dari sektor ini Indonesia mampu mendatangkan devisa yang cukup besar. Pariwisata ditinjau dari segi etimologi bahasa yaitu berasal dari bahasa Sanskerta berarti: Pari berarti banyak, berkali – kali dan berputar – putar sedang Wisata berarti perjalanan atau bepergian. Jadi Pariwisata berarti perjalanan yang dilakukan secara berkali – kali atau berkeliling (Chalik, 1996).

Dengan memperhatikan tinjauan tersebut dapat kita pahami bahwa pariwisata sebenarnya melibatkan banyak orang dalam setiap kegiatannya. Pariwisata merupakan sebuah industri yang padat karya, yang banyak melibatkan manusia sebagai pelakunya. Banyak sumber daya manusia yang dapat tertampung di sektor ini, dari keseluruhan jumlah tenaga kerja yang bekerja pada industri Pariwisata.

Kemampuan sektor Pariwisata untuk mendatangkan keuntungan ini menjadikan Pemerintah sangat tertarik untuk terus mengolahnya, sehingga sektor ini dapat menjadi salah satu andalan untuk mendatangkan pendapatan. Salah satu hal yang menjadi perhatian pemerintah adalah bagaimana menarik minat wisatawan untuk mengunjungi suatu obyek wisata sehingga jumlah pengunjung obyek tersebut meningkat, karena dengan banyaknya jumlah pengunjung pada obyek tersebut berarti pendapatan akan meningkat. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi jumlah pengunjung obyek wisata, diantaranya adalah: harga masuk obyek wisata, daya tarik obyek wisata dan daya beli masyarakat. Ketiga faktor independen ini akan mempengaruhi jumlah pengunjung obyek wisata.

2. Pengunjung Obyek Wisata

Pengunjung Obyek Wisata pada dasarnya adalah orang yang tertarik dengan obyek wisata tersebut dan datang mengunjungi untuk menikmati keindahan. Pengertian Wisatawan adalah setiap orang yang mengunjungi suatu negara, dengan tujuan tidak untuk menetap atau bekerja tetap dan mengeluarkan uangnya di tempat tersebut dari penghasilannya yang diperolehnya dari tempat lain (Chalik, 1996). Jumlah pengunjung ini akan mempengaruhi tingkat pendapatan atau penerimaan dari Obyek Wisata. Semakin banyak pengunjung yang mendatangi obyek tersebut maka akan semakin besar tingkat penerimaan / pendapatan dari Obyek Wisata tersebut, demikian pula sebaliknya. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi jumlah pengunjung di suatu obyek wisata antara lain : Adanya kebutuhan fisik yaitu kebutuhan nyata dari wisatawan misal keindahan, kenyamanan, keunikan. Sedangkan kebutuhan non fisik antara lain kemampuan berwisata, kedamaian, ketentraman.

3. Kepuasan Pelanggan

Menurut Selnes (1993) kepuasan adalah penilaian evaluatif pilihan terakhir dari transaksi tertentu. Dinyatakan lebih lanjut kepuasan dapat dinilai secara langsung sebagai perasaan keseluruhan. Kepuasan konsumen merupakan akumulasi pengalaman pembelian konsumen dan pengalaman konsumsi (Andreassen, 1994). Andreassen (1994) menyatakan kepuasan konsumen mempengaruhi perilaku pembelian: konsumen yang puas cenderung menjadi konsumen loyal dan dalam jangka panjang konsumen yang puas itu dapat menjadi loyal karena telah mendapatkan kepuasan (Ranto, 2014).

4. Loyalitas Pelanggan

Suatu perusahaan tentunya ingin memiliki hubungan jangka panjang yang baik dengan konsumennya. Oleh sebab itu perusahaan perlu meningkatkan nilai kepuasan bagi konsumen dan mempertahankan tingkat kepuasan tersebut sehingga dapat menciptakan konsumen yang loyal. Selain itu, dengan terciptanya kepuasan konsumen maka diharapkan tidak terjadi *brand switching* (Ranto, 2014).

Loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

Konsep loyalitas pelanggan lebih banyak dikaitkan dengan perilaku (behavior) daripada dengan sikap. Pelanggan loyal akan menunjukkan perilaku pembelian yang didefinisikan sebagai pembelian nonrandom yang diungkapkan dari waktu ke waktu oleh beberapa unit pengambilan keputusan yaitu pelanggan yang loyal akan melakukan pembelian yang terus menerus terhadap barang atau jasa yang dipilih.

Penelitian Terdahulu

Penelitian terkait dengan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan telah banyak dilakukan yaitu Sawitri dkk, (2013) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Dijelaskan juga oleh Bowen & Shiang (2001) bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Hipotesis penelitian

Dengan mengacu pada pokok permasalahan dan teori yang telah dijelaskan pada uraian sebelumnya, serta untuk memberikan arah yang lebih jelas dari penelitian ini, maka hipotesis dapat dirumuskan bahwa:

Ho : Tidak ada pengaruh secara positif dan signifikan Kepuasan Produk wisata terhadap Loyalitas Wisatawan.

Ha : Ada pengaruh secara positif dan signifikan Kepuasan Produk wisata terhadap Loyalitas Wisatawan.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan menggunakan kuesioner. Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang menyatakan kepuasan produk wisata dan faktor loyalitas pada pengunjung obyek wisata di DIY. Selain itu, penelitian ini menggunakan data sekunder mengenai gambaran umum beberapa obyek wisata di DIY.

2. Alat pengumpulan data

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengumpulkan data tentang kepuasan produk wisata dan loyalitas pada pengunjung obyek wisata. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner.

3. Teknik Sampling

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung obyek wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah menggunakan metode acak sederhana yang memberikan kesempatan yang sama pada setiap unsur (anggota) populasi untuk dijadikan sampel.

4. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu instrumen alat ukur telah menjalankan fungsi ukurnya. Untuk mengetahui konsisten dan akurasi data yang dikumpulkan dari penggunaan instrumen dilakukan uji validitas dengan menggunakan korelasi *product moment pearson*. Sebuah item dikatakan valid bila r -hitung $>$ r -tabel (Sugiyono, 2014). Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS *for Window release20.0*.

2. Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha* untuk mengidentifikasi seberapa baik item-item dalam kuisisioner berhubungan antara satu dengan yang lainnya. Instrumen penelitian dinyatakan reliabel/handal jika koefisien *Alpha* lebih besar dari 0,6 (Sugiyono, 2014). Uji reliabilitas juga dilakukan dengan bantuan program SPSS *for window release20.0*.

Metode Analisis Data

Analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik responden. Data pribadi yang diperoleh dari jawaban responden dianalisis kedalam bentuk persentase untuk mempermudah pembaca data karakteristik responden dalam penelitian ini diidentifikasi berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan akhir dan lama kerja. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana.

Definisi Operasional Variabel

Kepuasan konsumen (Kotler, 2003) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkann dengan harapannya. Bila kinerja suatu produk telah sesuai atau melebihi harapannya maka pembeli akan merasa puas. Faktor- faktor yang mempengaruhi kepuasan adalah mutu Produk dan pelayanannya, kegiatan penjualan, pelayanan setelah penjuaaan, nilai nilai perusahaan, sikap.

Sedangkan menurut Selnes (1993) loyalitas adalah adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha usaha pemasaran mempunyai potensi untuk meyebabkan perubahan perilaku.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini dapat dikategorikan dalam beberapa karakteristik yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia dan pendidikan terakhir. Uraian berikut ini merupakan penjelasan karakteristik responden.

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat diketahui dari 50 responden yang diteliti, terdapat 17 orang atau sebesar 34% responden berjenis kelamin laki-laki dan 33 orang atau sebesar 66% responden berjenis kelamin perempuan. Jadi wisatawan kebanyakan wanita Yogyakarta yang menjadi responden adalah perempuan yaitu sebesar 66%.

Karakteristik responden berdasarkan usia, dapat diketahui 33 orang atau 66% responden berusia 31-40 tahun, 17 orang atau 34% responden berusia lebih dari 20-30 tahun dan responden yang berumur 41-50 tahun ada 10 orang atau 20%.

Berdasarkan tingkat pendidikan diketahui 25 orang atau sebesar 50% responden berpendidikan D3, 16 orang atau sebesar 32% responden berpendidikan SMA/ SLTA dan 9 orang atau sebesar 18% responden berpendidikan S1.

2. Hasil Uji Kualitas Instrumen

Berikut pada Tabel 1 dapat ditunjukkan hasil pengujian validitas dan reliabilitas variabel Kepuasan Produk Wisata (X1) dan variabel Loyalitas wisatawan(Y).

Tabel 1
Hasil Uji Kualitas Instrumen

Variabel	Butir	Signifikansi	Keterangan	Alpha
Kepuasan Product	X1	0,000	Valid	0,833
	X2	0,000	Valid	
	X3	0,000	Valid	
	X4	0,000	Valid	
	X5	0,000	Valid	
	X6	0,000	Valid	
	X7	0,000	Valid	
Loyalitas Wisatawan	Y1	0,000	Valid	0,854
	Y2	0,000	Valid	
	Y3	0,000	Valid	
	Y4	0,000	Valid	

Berdasarkan hasil uji hasil uji validitas variabel Kepuasan Produk Wisata dan variabel Loyalitas wisatawan dengan metode *Pearson Correlation* dapat dinyatakan semuanya valid dan berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai alpha dari variabel kepuasan produk wisatawan variabel loyalitas wisatawan lebih besar dari 0,6 sehingga dinyatakan valid.

3. Analisis Persamaan Regresi Linier

Analisis persamaan regresi linier bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier dengan variabel Kepuasan produk wisata sebagai variabel independen serta variabel loyalitas wisatawan sebagai variabel dependen. Berikut ini hasil regresi linier dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 20.0.

Tabel 2 Hasil Uji Regresi Linier

Variabel	Koefisien Regresi	Sig. ($\alpha = 5\%$)	Keterangan
Konstanta (a)	-1,511		
Kepuasan produk wisata (X)	0,314	0,043	Signifikan

Dari Tabel 2 di atas, dapat dilihat bahwa signifikansi variabel X, lebih kecil atau kurang dari batas toleransi $\alpha = 5\%$, maka variabel signifikan.

Berdasarkan hasil regresi dapat diketahui bahwa konstanta (a) sebesar -1,511, koefisien regresi variabel kepuasan produk wisata (X) sebesar 0,314, sehingga jika dimasukkan ke dalam persamaan menjadi:

$$Y = -1,511 + 0,314 X$$

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan uji t. Uji hipotesis dengan uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dalam hal ini adalah variabel kepuasan produk wisata terhadap variabel loyalitas Wisatawan secara individu.

Ho : Tidak ada pengaruh secara positif dan signifikan variabel Kepuasan Produk wisata terhadap Loyalitas Wisatawan.

Ha : Ada pengaruh secara positif dan signifikan antara variabel Kepuasan produk wisata terhadap Loyalitas Wisatawan.

Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa signifikansi variabel Kepuasan produk wisata lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian Ho ditolak maka hipotesis alternatif (Ha) diterima artinya ada pengaruh secara positif dan signifikan variabel Kepuasan produk wisata (X) terhadap Loyalitas Wisatawan terbukti atau dapat diterima.

Pembahasan

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan diketahui bahwa Kepuasan produk wisata dalam penelitian ini mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Wisatawan berkunjung ke Yogyakarta. Dapat dijelaskan bahwa pelanggan yang puas akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan Sawitri dkk, (2013) yang menjelaskan dalam penelitiannya bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Tegal sari *accommodation* di Ubud Bali.

PENUTUP

Kesimpulan

Hasil penelitian tentang analisis pengaruh kepuasan produk wisata terhadap loyalitas wisatawan di daerah Yogyakarta dapat diambil beberapa kesimpulan:

1. Dari hasil olah statistik dari data yang dikumpulkan mengenai penelitian kepuasan produk memberikan hasil signifikan yang berarti ada pengaruh antara kepuasan produk wisata terhadap loyalitas wisatawan.

2. Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan menikmati produk produk wisata yang ditawarkan membuat wisatawan menjadi loyal terhadap tempat wisata yang dikunjungi.
3. Bahwa kesetiaan wisatawan untuk datang kembali mengunjungi tempat wisata karena mereka puas dengan obyek wisata yang ditawarkan, sehingga hal ini dapat dipakai untuk acuan bagi perkembangan tempat wisata di Yogyakarta.
4. Dengan menumbuhkan sikap loyal wisatawan terhadap obyek wisata membuat pengelola obyek wisata akan lebih mudah untuk membuat strategi penjualan obyek-obyek wisata karena para wisatawan dengan rela mengunjungi kembali obyek obyek wisata.

Saran

1. Disarankan kepada pelaku wisata di Yogyakarta agar terus mempertahankan kepuasan wisatawan karena dapat memberikan manfaat antara lain dapat mengurangi biaya pemasaran, biaya transaksi, biaya perputaran pelanggan, dapat meningkatkan *cross selling* sehingga pangsa pelanggan menjadi lebih besar, pemberitaan dari mulut kemulut lebih positif.
2. Disarankan kepada lembaga terkait untuk meningkatkan pelayanan berupa penyediaan fasilitas umum yang memadai sehingga semakin loyal wisatawan semakin loyal dalam mengunjungi obyek wisata sehingga diharapkan jumlah pengunjung akan meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderssen, T.W., 1994, "Satisfaction, Loyalty and Reputation as Indicators of Customer Orientation in the Public Sector," *International Journal of Public Sector Management*, Vol. 7, No.2, pp.16-34.
- Bowen, John T & Shiang-Lih Chen, 2001, The Relationship Between Customer Loyalty And Customer Satisfaction, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Volume 13/5. pp. 213-217.
- Chalik, E. A., 1996, Panduan Sadar Wisata I, Deparpostel, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2003, *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*, Salemba Empat, Jakarta.
- Ranto, Dwi Wahyu Pril, 2014, Dampak Ketidakpuasan Konsumen Pada Terbentuknya Perilaku Berpindah Merek (Brand Switching), *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, Vol. 2, No. 2, Sep. Hal. 83 – 90.
- Sawitri, Ni Putu, Yasa, Ni Nyoman Kerti dan Jawas, Abdulah, 2013, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Tegal Sari *Accommodation* Di Ubud, *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan* Vol. 7, No. 1, hal. 40-47.
- Selnes, F., 1993, "An Examination of the Effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty," *European Journal of Marketing*, Vol. 27, No. 9, pp. 19-35.
- Sugiyono, 2005, *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta