

# JWE1

*by* Fekon Uniga

---

**Submission date:** 11-Apr-2022 03:38AM (UTC-0400)

**Submission ID:** 1807622342

**File name:** 212\_2\_to\_rvwr.docx (920.41K)

**Word count:** 3696

**Character count:** 23502



## **Tourism Facilities dan Tourist Satisfaction pada Objek Wisata Situ Bagendit II Kabupaten Garut**

### **Abstrak**

Pengkajian ini bermaksud untuk mengetahui *Tourism Facilities* dan *Tourist Satisfaction* pada Objek Wisata Situ Bagendit II Kabupaten Garut. Metode penelitian yang dipakai ialah metode analisis deskriptif dan kausal. Teknik pengumpulan data yang dikerjakan melalui observasi, wawancara, serta penyebaran kuesioner. Sampel yang ditarik sebanyak 100 orang responden yang mana memakai rumus populasi *unknown* serta teknik penentuan sampel dengan memakai *purposive sampling method*. Teknik pengolahan data yang dipakai ialah dengan memakai uji validitas, uji reliabilitas, serta uji normalitas, yang kemudian diolah memakai metode analisis deskriptif serta uji regresi linear sederhana dengan bantuan IBM SPSS Statistics 25. Hasil pengkajian ini membuktikan bahwa *tourism facilities* berpengaruh positif terhadap *tourist satisfaction* pada Objek Wisata Situ Bagendit II.

**Kata kunci:** *Tourism Facilities, Tourist Satisfaction, Situ Bagendit II.*

### **Abstract**

*This research intends to determine the Tourism Facilities and Tourist Satisfaction at the Situ Bagendit II Tourism Object, Garut Regency. The research method used is descriptive method and causal method. Data collection techniques were carried out through observation, interviews, and distributing questionnaires. The samples drawn was 100 respondents, which used the unknown population formula and the sampling technique used the purposive sampling method. The data processing technique was carried out using validity and reliability tests, and lastly normality tests, which were then processed using descriptive analysis methods and then simple linear regression tests with the help of SPSS Statistics 25.0 version. The results showed that tourism facilities had a positive effect on tourists' satisfaction at Situ Bagendit II Tourism Object.*

**Keywords:** *Tourism Facilities, Tourist Satisfaction, Situ Bagendit II.*

## **1 Pendahuluan**

Sektor pariwisata di Indonesia kini dinilai sangat efektif karena perannya dalam menaikkan *foreign exchange* ataupun diketahui sebagai devisa negara. Hal tersebut tidak terlepas dari meningkatnya permintaan pariwisata di Indonesia, bahkan pariwisata di seluruh dunia. Pertumbuhan permintaan dan kebutuhan masyarakat terhadap pariwisata membuat sektor pariwisata ini dinilai menyimpan prospek yang sangat baik pada masa yang hendak tiba. Saat ini sektor pariwisata sudah mampu menghidupkan ekonomi masyarakat sekitar, sektor pariwisata pun telah memperoleh posisi selaku salah satu sarana yang terpenting dalam memperkenalkan kebudayaan serta keindahan alam daerah-daerah yang berkaitan. Banyak daerah-daerah di Indonesia yang memiliki kemampuan atau potensi untuk menjadi salah satu objek wisata dengan kekayaan yang dimiliki.

Pengembangan objek wisata merupakan salah satu cara untuk melestarikan keindahan serta kekayaan alam dan meningkatkan industri pariwisata di daerah- daerah yang berkaitan tersebut. Salah satunya yaitu Jawa Barat. Objek wisata di Jawa Barat cukup banyak dikenal oleh masyarakat seperti wisata pantai, pegunungan, cagar alam, air terjun, situ atau danau, serta wisata yang lainnya. Salah satu daerah Jawa Barat yang mempunyai keindahan dan kekayaan alam yang memesona ialah Kabupaten Garut. Di Dalam peningkatan atau pertumbuhan pariwisata di Kabupaten Garut tersebar peta berbagai macam kawasan andalan, salah satunya yaitu Situ Bagendit II.

Situ Bagendit II ialah suatu kawasan dengan pemandangan alam yang sangat indah, sangat menarik bagi para wisatawan yang lebih tertarik atau lebih menyukai pemandangan alam. Situ Bagendit II ialah sebuah telaga atau danau yang luas yang dikelilingi oleh berbagai tumbuhan hijau. Situ Bagendit II ini berpotensi menjadi tempat wisata yang mendunia atau dikenal sebagai *go international*.

Berdasarkan data dari Ketua Pengelola Desa Wisata Situ Bagendit II tahun 2020 (Tabel 1). Jumlah wisatawan yang mengunjungi objek wisata Situ Bagendit II mencapai 22.887 orang wisatawan.

Tabel 1: Data kunjungan objek wisata Situ Bagendit II Kabupaten Garut tahun 2020

Bulan	Jumlah		Total
	Wisman	Wisnus	
Januari	Ditutup		0
Februari			0
Maret			0
April	Lockdown		0
Mei			0
Juni	0	1.895	1.895
Juli	0	2.424	2.424
Agustus	0	2.992	2.992
September	0	2.172	2.172
Oktober	0	3.054	3.054
November	0	5.374	5.374
Desember	0	4.976	4.976
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>22.887</b>	<b>22.887</b>

Sumber: Ketua Pengelola Desa Wisata Situ Bagendit II, 2020

Berdasarkan pada Tabel 1 pada bulan Juni wisatawan yang berkunjung ke Situ Bagendit II sebanyak 1.895 wisatawan, kemudian pada bulan Juli wisatawan yang berkunjung ke Situ Bagendit II mengalami kenaikan yaitu sebanyak 2.424 wisatawan, pada bulan Agustus mengalami penurunan yaitu sebanyak 2.992 wisatawan, kemudian pada bulan September mengalami penurunan kembali yaitu sebanyak 2.172 wisatawan, kemudian pada bulan Oktober dan November mengalami kenaikan yang cukup signifikan yaitu sebanyak 3.054 dan 5.374 wisatawan, namun pada bulan Desember Situ Bagendit II kembali mendapati penyusutan yang cukup signifikan yaitu sebanyak 4.976 wisatawan. Penurunan jumlah pengunjung objek wisata Situ Bagendit II dikarenakan masih minimnya yang mengetahui objek wisata Situ Bagendit II serta disebabkan oleh banyaknya persaingan dengan tempat wisata lain yang lebih menarik perhatian para wisatawan

Penelitian ini dilakukan terhadap 10 pengunjung objek wisata Situ Bagendit II sebagai sampel atau penelitian perdana, yang dilakukan secara wawancara dan pengisian kuesioner mengenai

objek wisata Situ Bagendit II. Hasil data penelitian pendahuluan menunjukkan bahwa aktivitas-aktivitas serta fasilitas-fasilitas wisata yang tersedia pada objek wisata Situ Bagendit II belum mencapai pada kondisi yang sesuai dengan standar fasilitas objek wisata lainnya. Tak hanya itu, akses jalan menuju objek wisata Situ Bagendit II juga menjadi salah satu masalah. Meski terdapat papan petunjuk arah, tetapi papan petunjuk arah tersebut terlalu kecil dan tidak begitu terlihat yang membuat para wisatawan harus banyak bertanya pada masyarakat sekitar mengenai lokasi tersebut. Kemudian, para wisatawan merasa kurang puas dengan adanya tumbuhan Eceng Gondok yang dikarenakan pertumbuhan Eceng Gondok dan tumbuhan liar lainnya menjadi sebuah masalah dalam keindahan lingkungan sekitar Situ Bagendit II. Hal tersebut menyebabkan para wisatawan merasa kurangnya daya tarik atau merasa kurang puas akan fasilitas yang tersedia pada objek wisata Situ Bagendit.

## 2 Tinjauan Pustaka

### 2.1 *Tourism Facilities*

*Tourism Facilities* merupakan fasilitas-fasilitas yang diperlukan dan dibutuhkan para wisatawan agar kunjungan para wisatawan bisa terpenuhi dan merasakan kenyamanan pada saat berwisata (Pitana & Gayatri, 2005). Tersedianya fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan serta diperlukan akan membuat para wisatawan merasakan nyaman saat mengunjungi objek wisata tersebut, oleh karenanya akan bertambah banyak wisatawan-wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata tersebut.

Menurut Tjiptono & Chandra (2016) fasilitas (*facilities*) merupakan suatu bentuk fisik atau suatu atmosfer yang dibentuk oleh berbagai eksterior dan berbagai interior yang disediakan oleh perusahaan-perusahaan atau objek wisata tertentu dalam membangun rasa aman dan nyaman para pelanggan.

Menurut Daradjat (2012) mendefinisikan bahwa fasilitas (*facilities*) merupakan sesuatu bentuk fisik yang dapat memudahkan suatu upaya serta memperlancar sebuah pekerjaan dalam rangka untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu. Menurut Pitana & Gayatri (2005) terdapat empat dimensi dalam fasilitas wisata, diantaranya:

1. Daya Tarik (*Attractions*). Adanya daya tarik pada suatu destinasi atau objek wisata untuk menarik para wisatawan, seperti daya tarik pada alam maupun masyarakat dan budayanya.
2. Akses (*Accessability*). Adanya akses untuk para wisatawan khususnya wisatawan lokal ataupun wisatawan asing dapat dengan mudah untuk mencapai tujuan tempat wisata tertentu, seperti kondisi jalan serta transportasi dan transportasi umum.
3. Sarana dan Prasarana (*Amenities*). Adanya fasilitas utama ataupun fasilitas pendukung pada suatu destinasi atau objek wisata agar dapat memudahkan dan memenuhi kebutuhan para wisatawan, serta petugas keamanan destinasi dan media informasi.
4. Kelembagaan (*Ancillary*). Adanya lembaga penyelenggara perjalanan wisatawan sehingga suatu kegiatan wisata dapat berjalan dengan baik, seperti adanya pemandu wisata serta pemesanan tiket.

### 2.2 *Tourist Satisfaction*

Kepuasan atau *satisfaction* merupakan sebuah reaksi atau respon senang ataupun sesal seseorang dari hasil membanding-bandingkan suatu produk atau jasa yang sudah mereka raih bersama apa

yang mereka harapkan. Mempertahankan para pelanggan merupakan sebuah hal yang sangat amat penting jika dibandingkan dengan memikat para pelanggan (Kotler & Keller, 2016).

Kepuasan atau *satisfaction* adalah situasi di mana para pembeli setuju dengan kesesuaian ataupun dengan ketidaksesuaian antara hasil yang telah mereka peroleh jika dibandingkan dengan pengorbanan yang telah mereka lakukan (Tjiptono & Chandra, 2016).

Menurut Wirtz & Lovelock (2016) kepuasan atau *satisfaction* merupakan suatu sikap para pembeli yang dapat diputuskan dengan pengalaman yang mereka dapatkan. Menurut Kotler & Keller (2016) *tourist satisfaction* atau kepuasan pelanggan mencakup lima aspek, antara lain:

1. Tetap setia. Konsumen yang puas atau senang lazimnya hendak lebih setia. Konsumen yang puas atau senang dengan barang atau produk yang mereka konsumsi atau gunakan akan terus-menerus untuk membeli ulang produk kembali dengan perusahaan yang sama.
2. Membeli produk yang ditawarkan. Para konsumen bersedia berbelanja produk yang ditawarkan lantaran ingin merepetisi atau menggandakan ulang pengalaman positifnya dan menyisihkan atau menyingkirkan pengalaman negatif yang merugikan konsumen.
3. Merekomendasikan produk. Kepuasan ialah aspek yang benar-benar mendesak komunikasi lisan mulut ke mulut atau *word of mouth communication* hendak berakibat positif. Perihal tersebut dapat berbentuk suatu saran bagi calon pembeli lainnya, setelah itu mereka hendak menganjurkan hal-hal tentang produk serta industry yang memasok ataupun yang menyediakan produk tersebut
4. Bersedia membayar lebih. Para pembeli akan cenderung lebih memakai harga untuk mengukur kepuasan, serta kala harga naik ataupun lebih besar, para pembeli ula cenderung lebih memikirkan mutu yang lebih besar.
5. Memberi masukan. Walaupun kepuasan telah tercapai, para pembeli hendak senantiasa berharap serta menginginkan yang lebih besar kembali, sehingga para pembeli hendak membagikan komentar ataupun anjuran guna mewujudkan keinginan mereka.

2

### 3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipakai pada riset ini adalah deskriptif dan kausal. Metode deskriptif yang dilakukan dalam riset ini ialah dengan cara mengumpulkan, menyusun, mengolah data serta menganalisis data yang diperoleh mengenai *Tourism Facilities* dan *Tourist Satisfaction* pada objek wisata Situ Bagendit II Kabupaten Garut. Sedangkan metode penelitian kausal dipergunakan untuk mengetahui hubungan yang bersifat sebab akibat. Artinya terdapat variabel *Tourism Facilities* (mempengaruhi) dan variabel *Tourist Satisfaction* (dipengaruhi) pada objek wisata Situ Bagendit II Kabupaten Garut.

17

Pada kasus ini yang dijadikan populasi adalah pengunjung yang datang ke objek wisata Situ Bagendit II Kabupaten Garut. Mengingat pengunjung dimungkinkan mengulangi kunjungan lebih dari satu kali, maka sifat populasi dinyatakan tidak diketahui secara pasti atau *unknown populations*. Yang menjadi sampel dalam riset ini yaitu sebagian dari pengunjung yang datang ke objek Wisata Situ Bagendit II Kabupaten Garut, dengan menggunakan sebuah teknik sampling *non probability sampling* beserta jenis teknik pengambilan sampel *Purposive Sampling*. Pengambilan sampel pada riset ini adalah responden dengan kriteria pernah berkunjung ke Objek Wisata Situ Bagendit II Kabupaten Garut. Untuk menetapkan besaran sampel, diperlukan rumus perhitungan:

$$n = \left[ \frac{Z_{\alpha} \cdot \sigma}{e} \right]^2$$

9  
n = Total Sampel  
Z<sub>α</sub> = Ukuran tingkat kepercayaan α = 0,05 (dengan tingkat kepercayaan 95%)  
Yang artinya  $Z_{\frac{1}{2} \cdot 95\%} = z_{0,475}$  (pada tabel Z ditemukan sebesar 1,96)  
σ = Standar Deviasi  
e = Standar Error atau kesalahan yang bisa diterima (5% = 0,05)

Perhitungannya yakni sebagai berikut:

$$n = \left[ \frac{1,96 \cdot 0,25}{0,05} \right]^2 n = 96,04$$

Beralaskan hasil perhitungan diatas, hasil perolehan sampel sebanyak 96, pada penelitian ini akan menjadikan sampel sebanyak 100 responden pembulatan dari hasil yang didapat. Teknik yang digunakan dalam menganalisis data dilakukan secara kuantitatif berdasarkan tanggapan responden dengan menggunakan kriteria melalui *scoring data*.

## 2 4 Hasil Penelitian dan Pembahasan

Karakteristik responden atas riset ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada 100 pengunjung yang mengunjungi Objek Wisata Situ Bagendit II Kabupaten Garut.

7  
Tabel 2: Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki - Laki	39	39%
2	Perempuan	61	61%
Total		100	100%

Dapat dilihat bahwa hasil survey mengenai karakteristik responden yang peneliti ambil sebanyak 100 responden dengan berdasarkan jenis kelamin bahwa yang mendominasi menjadi responden pada riset ini yaitu perempuan. Hal ini dikarenakan responden yang peneliti temui pada saat penyebaran kuesioner mayoritas berjenis kelamin perempuan. Responden tersebut memilih objek wisata Situ Bagendit II untuk mengisi waktu luang di akhir pekan, karena dengan berwisata pikiran mereka akan terbebas dari stress.

4  
Tabel 3: Karakteristik responden berdasarkan usia

No.	Umur	Jumlah	Persentase
1	18-36 tahun	82	82%
2	37-55 tahun	18	18%
Total		100	100%

Dapat diketahui bahwa karakteristik responden didominasi oleh pengunjung yang berusia 18-36 tahun. Hal tersebut dikarenakan minat kunjungan para wisatawan objek wisata Situ Bagendit II



berada pada rentang usia 18-36 tahun masih tinggi. Mereka cenderung akan lebih tertarik oleh komendasi orang lain.

Tabel 4: Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	Bidan	1	1%
2	Driver Online	3	3%
3	Guru/Honoror	10	10%
4	IRT	25	25%
5	Karyawan	16	16%
6	Mahasiswa/Pelajar	21	21%
7	Perawat	1	1%
8	PNS	3	3%
9	Wiraswas	20	20%
Total		100	100%

Bersumber pada Tabel 4 diatas, karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dalam penelitian ini yaitu didominasi dengan Ibu Rumah Tangga atau IRT.

#### Tourism Facilities pada Objek Wisata Situ Bagendit II

Untuk mengetahui tanggapan dari responden mengenai *Tourism Facilities* yakni pada pengunjung objek wisata Situ Bagendit II Kabupaten Garut, oleh karena itu dilakukan pengukuran dengan menggunakan kuesioner sebanyak 25 item pernyataan *Tourism Facilities* yang terbagi dalam 4 dimensi, yaitu *Attractions*, *Accessibility*, *Amenities* dan *Ancillary*. Adapun gambaran mengenai *tourism facilities* pada Objek Wisata Situ Bagendit II secara keseluruhan sebagai berikut:

Tabel 5: Hasil rekapitulasi *tourism facilities*

No.	Dimensi	Skor	Kriteria Penilaian
1	<i>Attractions</i>	383	Baik
2	<i>Accessibility</i>	371	Baik
3	<i>Amenities</i>	319	Kurang Baik
4	<i>Ancillary</i>	322	Kurang Baik
	<b>Rata-rata</b>	<b>349</b>	<b>Baik</b>

Bersumber pada Tabel 5 diatas, hasil dari penyebaran kuesioner secara keseluruhan pada *Tourism Facilities* mendapat skor rata-rata sebesar 349 dengan kriteria penilaian baik. Adapun skor tertinggi hasil rekapitulasi *Attractions* sebesar 383 dengan kriteria penilaian baik, hal tersebut dapat diartikan *Attractions* (atraksi) pada objek wisata Situ Bagendit II secara keseluruhan menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung dari segi keindahan alam, keunikan alam, keramahmataman masyarakat sekitar maupun kebudayaan yang dimiliki sehingga banyak wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Situ Bagendit II. Untuk skor terendah hasil rekapitulasi *Amenities* yaitu sebesar 319 dengan kriteria penilaian kurang baik, perihal ini dikarenakan sarana serta prasarana yang terdapat di Situ Bagendit II secara keseluruhan masih belum optimal seperti toilet yang kotor seperti tidak ada perawatan khusus, spot foto yang kurang terawat, warung apung yang kotor dan kurangnya tempat sampah serta banyaknya wisatawan yang masih terganggu akan adanya tumbuhan eceng gondok dan banyaknya sampah disekitar danau.

#### Tourist Satisfaction pada Objek Wisata Situ Bagendit II

Untuk mengetahui tanggapan dari responden mengenai *Tourist Satisfaction* yakni pada pengunjung objek wisata Situ Bagendit II Kabupaten Garut, oleh karenanya dilakukan sebuah pengukuran dengan memakai kuesioner<sup>14</sup> yang terdiri dari 17 item pernyataan *Tourist Satisfaction* yang terbagi dalam 5 dimensi, yakni tetap setia, membeli produk yang ditawarkan, merekomendasikan produk, bersedia membayar lebih, serta memberi masukan.

Tabel 6: Hasil rekapitulasi *tourist satisfaction*

No.	Dimensi	Skor	Kriteria Penilaian
1	Tetap Setia	261	Kurang Baik
2	Membeli Produk yang Ditawarkan	276	Kurang Baik
3	Merekomendasikan Produk	317	Kurang Baik
4	Bersedia Membayar Lebih	247	Tidak Baik
5	Memberi Masukan	427	Sangat Baik
	<b>Rata-rata</b>	<b>306</b>	<b>Kurang Baik</b>

Bersumber<sup>12</sup> da Tabel 6, hasil dari penyebaran kuesioner secara keseluruhan pada *tourist satisfaction* mendapat skor rata-rata sebanyak 306 dengan kriteria kurang baik. Adapun skor tertinggi hasil rekapitulasi memberikan masukan sebesar 427 dengan kriteria penilaian sangat baik, hal tersebut dapat diartikan memberi masukan pada objek wisata Situ Bagendit II sangat baik. Hal tersebut sesuai dengan wawancara yang dilakukan, karena para wisatawan ingin memberikan masukan kepada pengelola agar Situ Bagendit II ditata kembali seperti diadakannya destinasi yang lebih menarik dan juga mempunyai ciri khas tersendiri serta diperlukan adanya pembersihan pada lingkungan sekitar danau terutama pada daerah danau yang memiliki banyak sampah sehingga para pengunjung akan lebih puas dan nyaman pada saat berwisata, serta Situ Bagendit II dapat berpotensi menjadi tempat wisata yang mendunia atau dikenal sebagai *go international*. Untuk skor terendah hasil rekapitulasi bersedia membayar lebih yaitu sebesar 247 dengan kriteria penilaian tidak baik, perihal ini sesuai dengan kondisi yang sebenarnya bahwa dikarenakan para wisatawan keberatan jika membayar lebih tiket masuk, membayar lebih wahana, membayar lebih cemilan serta membayar lebih *souvenir* yang tersedia pada objek wisata Situ Bagendit II.

### Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana dipergunakan sebagai menguji seberapa jauh pengaruh *Tourism Facilities* dan *Tourist Satisfaction*<sup>23</sup>. Pada riset ini, pengujian regresi linier sederhana dilangsungkan atas bantuan *Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 25.0:

11  
 Tabel 7: Persamaan regresi linier sederhana

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	59,329	8,269		7,175	0,000
	<i>Tourism Facilities</i>	0,361	0,100	0,344	3,623	0,000

a. *Dependent Variable: Tourist Satisfaction*



Bersumber pada hasil yang telah diperhitungkan pada tabel 7, oleh karenanya diperoleh regresi yakni sebagai berikut ini:

$$Y = a + bX / Y = 59,329 + 0,361X$$

Persamaan tersebut menyatakan bahwa konstanta (a) sebesar 59,329 yang artinya tanpa adanya *Tourism Facilities*, sebenarnya responden (*Tourist Satisfaction*) sudah puas sebesar 59,329. Nilai koefisien regresi *Tourism Facilities* sebesar 0,361 berartikan bahwa tiap peningkatan 1 kali *Tourism Facilities* maka akan terjadi kenaikan sebesar 0,361 kali *Tourist Satisfaction*.

### Koefisien Korelasi dan Determinasi

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan atas bantuan *Statistical Package for Social Science (SPSS) 25.0 version*, diketahui nilai koefisien korelasi serta determinasi:

Tabel 8: Koefisien korelasi dan determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,344 <sup>a</sup>	0,118	0,109	5,10467
a. Predictors: (Constant), <i>Tourism Facilities</i>				

Dengan perhitungan dan penjelasan sebagai berikut:

- a. Nilai korelasi atau R sebesar 0,344, berartikan besarnya hubungan antar *Tourism Facilities* dengan *Tourist Satisfaction* adalah sebesar 34,4%. Bersumber dengan pedoman interpretasi yang berkaitan dengan koefisien korelasi bahwa nilai 0,344 tercatat kedalam kategori hubungan sangat kuat. Perihal ini membuktikan bahwa ditemukannya hubungan yang sangat kuat antara *Tourism Facilities* dengan *Tourist Satisfaction*.

$$Kd = r^2 \times 100\% = 0,344^2 \times 100\% = 11,8\%$$

- b. Besarnya pengaruh mendapat nilai R Square sebesar 0,118, berartikan variasi *Tourism Facilities* bisa diuraikan oleh variasi *Tourist Satisfaction* sebesar 11,8%.

Untuk menguji pengaruh *Tourism Facilities* terhadap *Tourist Satisfaction*, maka dilangsungkan pengujian hipotesis seperti dibawah ini:

- H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh positif *Tourism Facilities* terhadap *Tourist Satisfaction* pada Objek Wisata Situ Bagendit II Kabupaten Garut.  
 H<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh positif *Tourism Facilities* terhadap *Tourist Satisfaction* pada Objek Wisata Situ Bagendit II Kabupaten Garut.

Bersama bantuan *Statistical Package for Social Science (SPSS) 25.0 version* diperoleh hasil hitungan seperti dibawah ini:

Tabel 9: Uji parsial (Uji t)

Coefficients <sup>a</sup>			
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	

		<b>B</b>	<b>Std. Error</b>	<b>Beta</b>	<b>t</b>	<b>Sig.</b>
<b>1</b>	(Constant)	59,329	8,269		7,175	0,000
	Tourism Facilities	0,361	0,100	0,344	3,623	0,000

**a. Dependent Variable: Tourist Satisfaction**

10  
Bersumber dari Tabel 9 di atas, hasil output Bersama bantuan *Statistical Package for Social Science (SPSS) 25.0 version* memperoleh nilai signifikan  $0,000 < \alpha$  sebesar  $0,05$ , sehingga pengaruh *tourism facilities* terhadap *tourist satisfaction* adalah positif. Oleh karena itu  $H_0$  ditolak sedangkan  $H_1$  diterima, berarti *Tourism Facilities* berpengaruh positif terhadap *tourist satisfaction* pada Objek Wisata Situ Bagendit II. Artinya, Situ Bagendit II harus dapat memaksimalkan *tourism facilities* perusahaannya seperti spot foto, toilet, kebersihan disekitar danau dan lain sebagainya.

Hal ini sejalan dengan teori menurut Pitana & Gayatri (2005) bahwa suatu objek wisata hendak mempunyai fasilitas-fasilitas yang dirasa perlu dan dibutuhkan oleh para wisatawan agar kunjungan para wisatawan dapat dipenuhi dan merasakan kenyamanan pada saat berwisata. Adanya macam-macam fasilitas yang dirasa perlu dan dibutuhkan akan membuat para wisatawan merasa nyaman, sehingga akan semakin banyak wisatawan-wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata tersebut. Menurut Hamdani (2017) kepuasan konsumen (*satisfaction*) merupakan kunci kesuksesan perusahaan pada jangka panjang, karena dengan memenuhi kebutuhan pelanggan akan memungkinkan perusahaan untuk bersaing atau mengungguli para pesaingnya. Sejalan dengan kajian yang dilaksanakan oleh Susilawati et al., (2020), yang mana menetapkan bahwa konsumen merupakan satu-satunya sumber informasi yang penting serta jangka panjang yang dapat diandalkan guna untuk meningkatkan bisnis pariwisata. Perihal ini diperkuat dengan pernyataan Sari et al., (2017), yang menetapkan dalam penelitiannya bahwa pentingnya fasilitas wisata yang baik serta memadai pada suatu objek wisata hal tersebut justru akan memberikan rasa nyaman pada para wisatawan agar tidak menimbulkan keluhan terhadap fasilitas-fasilitas yang dimiliki oleh objek wisata tersebut, oleh karena itu dalam penelitiannya variabel *Facilities* berpengaruh positif serta signifikan terhadap *Visitor Satisfaction* atau Kepuasan Pengunjung pada objek wisata Konservasi Gajah Kabupaten Aceh Jaya.

Berdasarkan keseluruhan penelitian terdahulu, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh fasilitas terhadap kepuasan wisatawan. Oleh karenanya, sudah jelas bahwa fasilitas wisata (*tourism facilities*) menjadi salah satu variabel yang mempengaruhi kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*) pada objek wisata Situ Bagendit II Kabupaten Garut.

## 24 5 Simpulan dan Saran

Bersumber pada hasil riset serta pembahasan yang sudah dideskripsikan pada bab yang lebih dahulu mengenai *Tourism Facilities* terhadap *Tourist Satisfaction* pada Objek Wisata Situ Bagendit II Kabupaten Garut, maka dari itu kesimpulan yang diambil yakni seperti dibawah ini:

1. Hasil tanggapan responden terhadap variabel penelitian, yakni:  
Dilihat dari empat dimensi pada *Tourism Facilities*, secara keseluruhan mendapatkan kriteria penilaian baik. Skor tertinggi terdapat pada *Attractions* dengan kriteria penilaian baik. Sedangkan untuk skor terendah terdapat pada *Amenities* dengan kriteria penilaian kurang baik.
2. Dilihat dari lima dimensi pada *Tourist Satisfaction*, secara keseluruhan mendapatkan kriteria penilaian kurang baik. Skor tertinggi terdapat pada memberikan masukan dengan kriteria

penilaian sangat baik. Sedangkan untuk skor terendah terdapat pada bersedia membayar lebih dengan kriteria penilaian tidak baik.

3. *Tourism Facilities* berpengaruh signifikan terhadap *Tourist Satisfaction*. Artinya, bahwa semakin baik atau positif *Tourism Facilities* dapat meningkatkan *Tourist Satisfaction* (kepuasan pelanggan) terhadap objek wisata Situ Bagendit II Kabupaten Garut.

Bersumber<sup>25</sup> da hasil pembahasan serta simpulan yang sudah terlebih dahulu diuraikan, oleh karenanya saran yang berhasil diberikan adalah sebagai berikut:

1. <sup>26</sup>gi Pengelola Objek Wisata Situ Bagendit II

- a) Sarana dan prasarana yang ada pada objek wisata Situ Bagendit II secara keseluruhan masih belum optimal seperti kondisi air sekitar Situ Bagendit II masih kotor serta petugas keamanan yang tidak baik. Oleh karena itu disarankan untuk melakukan pembenahan pada fasilitas-fasilitas yang ada terutama pada badan perairan danau objek wisata tersebut, karena masih banyak wisatawan yang masih terganggu akan adanya tumbuhan eceng gondok serta banyaknya sampah disekitar danau. Selain itu, diharapkan untuk petugas keamanan untuk berkeliling berpatroli di sekitar area objek wisata agar para wisatawan terpantau. Kemudian untuk toilet umum dan warung apung diharapkan lebih di perhatikan kembali, karena banyak pengunjung yang merasa kurang nyaman dengan toilet umum dan warung apung yang masih kotor dan masih banyaknya sampah. Selanjutnya, diharapkan para pemandu objek wisata dapat langsung menghampiri dan memberikan informasi mengenai objek wisata Situ Bagendit II kepada para pengunjung yang baru datang tanpa harus menunggu lama. Hal tersebut dapat dilakukan guna guna menaikkan besaran kunjungan pada objek wisata Situ Bagendit II Kabupaten Garut.
  - b) Wahana dan cemilan yang tersedia masih berlevel standar serta tidak ada ciri khas lainnya, maka para wisatawan keberatan jika membayar lebih tiket masuk wahana, membayar lebih cemilan serta membayar lebih *souvenir* yang tersedia pada objek wisata Situ Bagendit II. Oleh karena itu disarankan untuk tidak menaikkan harga tiket masuk, wahana ataupun cemilan yang tersedia. Kemudian, diharapkan lebih menata kembali destinasi yang ada agar dapat memberikan kepuasan kepada wisatawan objek wisata Situ Bagendit II.
2. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan riset selanjutnya dengan memperluas variabel penelitiannya sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih rinci serta akurat. Perihal ini dapat dilakukan riset mengenai faktor-faktor lain selain *tourism facilities* yang dapat mempengaruhi *tourist satisfaction* yang tidak diteliti oleh peneliti. Serta dapat dijadikan acuan untuk riset selanjutnya sehingga riset atau penelitian mengenai *tourism facilities* dapat lebih maksimal, khususnya pada objek wisata Situ Bagendit II Kabupaten Garut.

## ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="https://repository.uniga.ac.id">repository.uniga.ac.id</a> Internet Source	2%
2	<a href="https://journal.uniga.ac.id">journal.uniga.ac.id</a> Internet Source	2%
3	Submitted to Sekolah Tinggi Teknologi Garut Student Paper	1%
4	<a href="https://123dok.com">123dok.com</a> Internet Source	1%
5	<a href="https://journal.widyadharma.ac.id">journal.widyadharma.ac.id</a> Internet Source	1%
6	<a href="https://repositori.uin-alauddin.ac.id">repositori.uin-alauddin.ac.id</a> Internet Source	1%
7	<a href="https://repositori.usu.ac.id">repositori.usu.ac.id</a> Internet Source	1%
8	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	1%
9	<a href="https://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet Source	<1%

10	<a href="http://www.dbpia.co.kr:443">www.dbpia.co.kr:443</a> Internet Source	<1 %
11	<a href="http://adoc.pub">adoc.pub</a> Internet Source	<1 %
12	<a href="http://journal.um-surabaya.ac.id">journal.um-surabaya.ac.id</a> Internet Source	<1 %
13	<a href="http://jurnal.untag-sby.ac.id">jurnal.untag-sby.ac.id</a> Internet Source	<1 %
14	<a href="http://repository.radenintan.ac.id">repository.radenintan.ac.id</a> Internet Source	<1 %
15	<a href="http://repository.uinjkt.ac.id">repository.uinjkt.ac.id</a> Internet Source	<1 %
16	<a href="http://ejournal.kahuripan.ac.id">ejournal.kahuripan.ac.id</a> Internet Source	<1 %
17	<a href="http://media.neliti.com">media.neliti.com</a> Internet Source	<1 %
18	<a href="http://eprints.untirta.ac.id">eprints.untirta.ac.id</a> Internet Source	<1 %
19	<a href="http://eprints.umm.ac.id">eprints.umm.ac.id</a> Internet Source	<1 %
20	<a href="http://openjournal.unpam.ac.id">openjournal.unpam.ac.id</a> Internet Source	<1 %
21	<a href="http://repository.poltekkespim.ac.id">repository.poltekkespim.ac.id</a> Internet Source	<1 %



22

repository.uncp.ac.id

Internet Source

<1 %

23

www.researchgate.net

Internet Source

<1 %

24

www.scribd.com

Internet Source

<1 %

25

prosiding.unipma.ac.id

Internet Source

<1 %

26

text-id.123dok.com

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off