

PENGARUH LOKASI, FASILITAS WISATA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG WISATA GEOPARKSILOKEK

Afrizal¹, Reni Yuliviona²

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail : 1afrizalbaebae@gmail.com, 2reniyuliviona@bunghatta.ac.id

A. PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan aset yang paling penting untuk meningkatkan pembangunan suatu negara. Sektor pariwisata dipilih sebagai salah satu prioritas pembangunan wilayah (Provinsi dan Kabupaten), instansi-instansi dibawah menteri pariwisata, pos, dan telekomunikasi lazimnya mempunyai akses yang lebih kuat ke pada pemerintah pusat atau badan-badan internasional dan dapat berfungsi sebagai vocal organization untuk mendukung pariwisata tersebut [5]. Salah satu Kabupaten di Sumatera Barat yang banyak memiliki potensi pariwisata yaitu Kabupaten Sijunjung. Salah satu objek wisata di kabupaten sijunjung adalah Geopark silokek.

Walaupun Geopark Silokek baru di resmikan dan baru berjalan beberapa tahun belakangan ini tapi pengunjung di wisata Geopark Silokek sudah banyak, karena kemajuan teknologi informasi jadi orang-orang mudah untuk mengetahuinya. Tapi, Geopark Silokek Sijunjung juga masih banyak kekurangan. Saat ini Geopark Silokek Sijunjung masih minimnya fasilitas-fasilitas umum seperti askes jalan yang

kurang bagus, tempat wisata yang masi kotor dan adanya aturan yang mengatur bagaimana pengelolaan di Geopark Silokek.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian survei yang di rancang untuk menguji pengaruh lokasi, fasilitas dan promosi terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian ini menggunakan pendekatan cross sectional untuk melihat pengaruh antar variabel. Menurut [4] adalah jumlah semua variabel dikali 20, dimana dalam penelitian ini terdapat 4 variabel (lokasi, fasilitas, promosi dan kepuasan pengunjung), sehingga jumlah variabel x 20 = 80. Jadi, jumlah sampel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah berjumlah minimal 60 responden. SEM-PLS digunakan sebagai alat pengolahan data dan pengujian hipotesis, maka dari itu diperlukannya lah prosedur Measurement Model Assesment (MMA) yang berfungsi sebagai uji validitas, reliabilitas dan uji diskriminan, selanjutnya dilakukan uji R Square dan Q Square, dan untuk pengujian hipotesis digunakan prosedur Structural Model Assesment (SMA).

B. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Hipotesis

	Original sample (O)	Sample Mean (M)	Standar Devition (STDVE)	T Statistic (O/STDVE)	P Values	Hasil
Lokasi (X1) >kepuasan pengunjung	0.022	0.024	0.119	0.184	0.854	Ditolak
Fasilitas wisata(X2) >kepuasan pengunjung	0.639	0.631	0.123	5.205	0.000	Diterima

Promosi wisata(X3) kepuasan pengunjung	> 0.126	0.141	0.102	1.240	0.215	Ditolak
-------------------------------------------	---------	-------	-------	-------	-------	---------

Dari uraian tabel di atas menunjukkan bahwasanya nilai T Statistik dari Lokasi < 1,96 dan nilai P Values dari Lokasi > 0,05 yang artinya lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, **H1 Ditolak**. Item penelitian ini Sama juga dengan penelitian yang dilakukan oleh [3] yang berjudul Pengaruh Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Murah Di Hadrah Property yang menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

nilai T Statistik dari fasilitas wisata > 1,96 dan nilai P Values dari fasilitas wisata < 0,05 yang artinya fasilitas wisata berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung, **H2 Diterima**. Item penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh [2] dengan judul penelitian Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar yang menyatakan bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Nilai T Statistik dari promosi < 1,96 dan nilai P Values dari online customer experience > 0,05 yang artinya promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Geopark Siloek, **H3 Ditolak**. Item penelitian ini konsistendengan penelitian yang dilakukan oleh [1] yang berjudul Kajian Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Gieselin Food Sukser Makmur Di Jember yang menyatakan bahwa Promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

C. KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan lokasi dan promosi tidak

berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata Geopark Siloek sedangkan fasilitas wisata berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata Geopark Siloek.

SARAN

Bagi peneliti dimasa mendatang diharapkan menambah jumlah sampel dengan cara menggunakan tidak hanya satu objek wisata sebagai objek penelitian, selain itu bagi peneliti di masa mendatang diharapkan untuk mencoba mencari beberapa variabel baru yang juga mempengaruhi kepuasan pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Dahliani, Y., & Ahwal, R. H. (2021). Kajian Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Gieselin Food Sukser Makmur Di Jember. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1), 181–190.
- [2] Fajrin Andes Rahmat, G. W. dan S. E. K. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi Kiat*, 32(1), 40–47. [https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(1\).7406](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(1).7406)
- [3] Iskandarsyah, N. M., & Utami, S. (2017). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Murah Di Hadrah Property. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 2(1), 12. <http://jim.unsyiah.ac.id/EKM/article/view/3826>
- [4] Sugiyono. (2014). Populasi dan sampel. In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- [5] Usman, H. (2010). *Manajemen Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan (Ketiga)*. Bumi Aksara.