

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN AKSESIBILITAS
TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN WISATAWAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA OBJEK WISATA AIR KABUPATEN
PENUKAL ABAB LEMATANG ILIR (PALI)**



TESIS

Nama : Juansyah

Nim : 92220034

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

2022

TESIS
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN AKSESIBILITAS
TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN WISATAWAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA OBJEK WISATA AIR KABUPATEN PENUKAL
ABAB LEMATANG ILIR (PALI)

Untuk memperoleh gelar Magister dalam bidang ilmu Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Palembang Dengan wibawa Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang Dipertahankan pada tanggal September 2022 di Universitas Muhammadiyah Palembang



Nama: Juansyah

NIM: 92220034

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

2022

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN
AKSESIBILITAS TERHADAP LOYALITAS MELALUI
KEPUASAN WISATAWAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA OBJEK WISATA AIR
KABUPATEN PENUKAL ABAB LEMATANG ILIR
(PALI)**

TESIS

NAMA : Juansyah

NIM : 92220034

**Disetujui Untuk Disampaikan Kepada Panitia Penguji
Pada Tanggal, 7 September 2022**

Pembimbing I

Dr. Sri Rahayu, S.E., M.M.
NIDN/NBM : 0206016702/790999

Pembimbing II

Dr. H. Tobari, S.E., M.Si.
NIDN/NBM: 0015056510/1421203

**Mengetahui
Ketua Program Studi**



Dr. Choiriyah, SE., M.Si.
NIDN/NBM: 0211116203/859193

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN
AKSESIBILITAS TERHADAP LOYALITAS MELALUI
KEPUASAN WISATAWAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA OBJEK WISATA AIR
KABUPATEN PENUKAL ABAB LEMATANG ILIR
(PALI)**

TESIS

NAMA : Juansyah

NIM : 92220034

Telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Tesis

Pada Tanggal 09 September 2022

Ketua

Dr. Sri Rahayu, S.E., M.M.
NIDN/NBM : 0206016702/790999

Sekretaris

Dr. Tobari, S.E., M.Si.
NIDN/NBM : 0015056510/1421203

Anggota I

Dr. H. M. Idris, S.E., M.Si.
NIDN/NBM.0213106001/786010

Anggota II

Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M.
NIDN/NBM : 0207046301/652717

Anggota III

Dr. Choiriyah, S.E., M.Si.
NIDN/NBM : 0211116203/859193

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Juansyah
NIM : 92220034
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Metodologi Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Aksesibilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening pada Objek Wisata Air kabupaten PALI.

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Pascasarjana baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, September 2022



Juansyah
NIM : 92220034

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**“Dan tidak sepatutnya orang-orang mukmin itu semuanya pergi (ke medan perang). Mengapa sebagian dari setiap golongan di antara mereka tidak pergi untuk memperdalam pengetahuan agama mereka dan untuk memberi peringatan kepada kaumnya apabila mereka telah kembali, agar mereka dapat menjaga dirinya”
(Surat At Taubah Ayat 122)**

Mempersembahkan ini kepada :

Kedua Orang Tuaku

- Bapak Rusman Ladi
- Ibu Surinah

Saudara laki-laki dan perempuanku

- Ira ini, S.Pd.
- Brigadir David
- Hawa Desmari

PRAKATA



Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.

Alhamdulillahrabbi'l'alam, puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, hidayat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Aksesibilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Air Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir (PALI)”** dengan baik dan tepat pada waktunya. Tesis ini adalah menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Pasca Sarjana (S2) pada Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang.

Dalam penulisan Tesis ini, penulis sangat menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan, hal ini mengingat keterbatasan yang dimiliki penulis, baik dari segi ilmu ataupun pengalaman. Selesainya penyusunan Tesis ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dorongan serta motivasi dari beberapa pihak, maka dengan kesempatan yang didapat penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E.,M.M. selaku Rektor Universitas

Muhammadiyah Palembang.

2. Ibu Dr. Sri Rahayu, S.E., M.M. selaku Direktur PPS dan Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan Tesis.
3. Ibu Dr. Choiriyah, S.E., M.Si. selaku prodi pasca sarjana manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang .
4. Bapak Dr. H. Tobari, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan Tesis .
5. Bapak dan Ibu dosen pengajar serta seluruh staf Pasca Sarjana Program Studi Magister Manajemen Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada peneliti khususnya, dan bagi pembaca pada umumnya.

Palembang, September 2022

Penulis,



Juansyah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERTANYAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Kepustakaan	13
B. Kerangka Pemikiran.....	32
C. Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	34
B. Lokasi Penelitian.....	35
C. Operasional Variabel.....	35
D. Populasi dan Sampel	36
E. Data yang diperlukan	38
F. Metode Pengumpulan Data.....	38
G. Analisis Data dan Teknik Analisis.....	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil penelitian50
B. Pembahasan Hasil Penelitian86

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan93
B. Saran94

DAFTAR PUSTAKA96

LAMPIRAN.....101

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Jawaban Responden	6
Tabel III.1 Operasional Variabel	35
Tabel IV.1 Uji Validitas Variabel Loyalitas	53
Tabel IV.2 Uji Validitas Variabel Kepuasan Wisatawan	53
Tabel IV.3 Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan	54
Tabel IV.4 Uji Validitas Variabel Harga	54
Tabel IV.5 Uji Validitas Variabel Aksesibilitas	55
Tabel IV.6 Hasil Uji Reabilitas	56
Tabel IV.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel IV.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	58
Tabel IV.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel IV.10 Jawaban Responden Variabel Loyalitas	60
Tabel IV.11 Jawaban Responden Variabel Kepuasan Wisatawan	63
Tabel IV.12 Jawaban Responden Variabel Kualitas Layanan	65
Tabel IV.13 Jawaban Responden Variabel Harga	67
Tabel IV.14 Jawaban Responden Variabel Aksesibilitas	69
Tabel IV.15 Hasil Uji Koefisien Struktur 1	72
Tabel IV.16 Hasil Uji Koefisien Struktur 2	74
Tabel IV.17 Hasil Uji Koefisien Struktur 3	76
Tabel IV.18 Hasil Uji F Struktur 1	78
Tabel IV.19 Hasil Uji F Struktur 2	79

Tabel IV.20 Hasil Uji F Struktur 3	79
Tabel IV.21 Hasil Uji t Struktur 1	80
Tabel IV.22 Hasil Uji t Struktur 2	81
Tabel IV.23 Hasil Uji t Struktur 3	82
Tabel IV.24 Hasil Uji Derteminasi Struktur 1	83
Tabel IV.25 Hasil Uji Derteminasi Struktur 2	84
Tabel IV.26 Hasil Uji Derteminasi Struktur 3	85
Tabel IV.27 Analisis Jalur Pengaruh Lansung dan Tidak Lansung	86

Daftar Gambar

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran	32
Gambar IV.1 Model Analisis Jalur	85

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN AKSESIBILITAS
TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN WISATAWAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA OBJEK WISATA AIR KABUPATEN
PENUKAL ABAB LEMATANG ILIR (PALI)**

Juansyah (2022)

Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Aksesibilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening pada Objek Wisata Air Kabupaten PALI.

Tesis. Program Studi Manajemen, Program Pascasarjana, Universitas Muhammadiyah Palembang.

Pembimbing: (1.) Dr. Sri Rahayu, S.E., M.M.
(2.) Dr. H. Tobari, S.E., M.Si.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Aksesibilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening pada Objek Wisata Air Kabupaten PALI. Jenis penelitian ini Asosiatif. Sampel pada penelitian ini berjumlah 97 yang dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling. Data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer dengan metode pengumpulan data kuesioner. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah SPSS 26 dengan Aplikasi Program. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan, harga dan aksesibilitas secara bersama-sama terhadap loyalitas melalui kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening pada objek wisata air kabupaten PALI. (2) Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan, harga dan aksesibilitas secara bersama-sama terhadap loyalitas melalui kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening pada objek wisata air kabupaten PALI. (3) Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan, harga dan aksesibilitas secara bersama-sama terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata air kabupaten PALI.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Harga, Aksesibilitas, Loyalitas dan Kepuasan Wisatawan.

**THE INFLUENCE OF QUALITY OF SERVICE, PRICE AND
ACCESSIBILITY ON LOYALTY THROUGH TOURIST SATISFACTION AS
INTERVENING VARIABLES ON WATER TOURISM OBJECT OF
PENUKAL ABAB LEMATANG ILIR (PALI)**

Juansyah (2022)

The Effect of Service Quality, Price and Accessibility on Loyalty Through Tourist Satisfaction as an Intervening Variable on Water Tourism Objects in PALI Regency.

Thesis. Management Studies Program, Postgraduate Program, University of Muhammadiyah Palembang.

Advisor: (1.) Dr. Sri Rahayu, S.E., M.M.
(2.) Dr. H. Tobari, S.E., M.Si.

ABSTRACT

This study aims to determine the Effect of Service Quality, Price and Accessibility on Loyalty through Tourist Satisfaction as an Intervening Variable in Water Tourism Objects in PALI Regency. This type of research is Associative. The sample in this study amounted to 97 selected using purposive sampling technique. The data used in this study are primary data with questionnaire data collection methods. The data analysis technique used is SPSS 26 with Program Applications. The results of the study show that: (1) There is a significant influence between service quality, price and accessibility together on loyalty through tourist satisfaction as an intervening variable in water tourism objects in PALI district. (2) There is a significant influence between service quality, price and accessibility together on loyalty through tourist satisfaction as an intervening variable in water tourism objects in PALI district. (3) There is a significant influence between service quality, price and accessibility together on tourist satisfaction at water tourism objects in PALI district.

**Keywords: Service Quality, Price, Accessibility, Loyalty and Satisfaction
Traveler.**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Manajemen pemasaran ialah suatu upaya manusia untuk mencapai hasil pertukaran yang diinginkan dan membangun hubungan yang erat dengan konsumen dengan cara yang menguntungkan bagi perusahaan. Pemasaran dalam perusahaan merupakan bagian dari manajemen dan juga salah satu faktor yang sangat penting, karena pemasaran akan mempengaruhi secara langsung terhadap kelancaran maupun keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya.

Penting bagi perusahaan untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat dan sesuai untuk produk yang akan dijual di pasaran. Dengan strategi pemasaran tepat dan sesuai maka produk akan mudah diterima calon konsumen sehingga calon konsumen membeli produk atau jasa yang akan ditawarkan. Keunggulan kompetitif yang harus dicapai saat ini banyak yang menggunakan bauran pemasaran, unsur dari bauran pemasaran tersebut dapat digunakan untuk memberikan kepuasan kepada wisatawan.

Sektor pariwisata adalah salah satu sektor unggulan Indonesia. Dimana sektor ini memiliki peranan penting dalam membangun perekonomian daerah, sehingga saat ini banyak daerah di Indonesia

berkompetisi untuk menampilkan dan memperkenalkan potensi kepariwisataan yang ada di daerah masing-masing untuk menarik wisatawan berkunjung.

Sebuah objek wisata harus memiliki keunikan tersendiri sehingga menjadi daya tarik dari wisatawan yang berkunjung ke tempat tersebut. Selain itu, pengalaman yang dirasakan wisatawan ketika sebelum berkunjung dan sesudah berkunjung ke objek wisata akan memberikan penilaian kepuasan tersendiri bagi wisatawan. Kepuasan wisatawan merupakan perasaan seorang yang mencuat baik bahagia maupun kecewa sehabis menyamakan kesan terhadap wisata ataupun hasil serta bermacam harapannya (Alvianna dkk, 2020:332). Seperti penelitian Totok Adi Hermanto dkk penelitiannya menunjukkan berpengaruh signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Kepuasan wisatawan mendorong wisatawan untuk loyal terhadap destinasi wisata dengan melakukan kunjungan kembali dan bersedia untuk merekomendasi destinasi wisata kepada orang lain. loyalitas konsumen merupakan perilaku yang terkait dengan merek sebuah produk, termasuk kemungkinan memperbaharui kontrak merek dimasa yang akan datang, berapa kemungkinan pelanggan mengubah dukungannya terhadap merk, berapa kemungkinan keinginan pelanggan untuk meningkatkan citra positif suatu produk (Hasan 2014:121). Seperti penelitian Eny Sulistyowati dkk (2015) penelitiannya menunjukkan bahwa pengaruh secara langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas wisatawan nusantara di obyek wisata wilayah DIY kuat. Sedangkan, pengaruh secara tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas wisatawan nusantara melalui kepuasan wisatawan nusantara kurang kuat terhadap loyalitas wisatawan nusantara yang berkunjung ke obyek wisata di wilayah DIY. Menurut Ali hasan (2015: 371) ada

beberapa yang mempengaruhi kepuasan wisatawan adalah kualitas layanan, kualitas produk, harga, emosional dan aksesibilitas.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:157), berpendapat bahwa kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai harapan pelanggan. kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Seperti penelitian Rahmat Prianto dkk (2018) penelitiannya menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan di Ciater Spa Resort tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan sebagai variabel eksogen membutuhkan peran intervening (variabel kepuasan). Selain kualitas layanan, tarif juga mempengaruhi kepuasan konsumen.

Menurut Yoeti (2012:5), tarif adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran atau transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. Seperti penelitian Marjan, Lulu (2021) Penelitiannya menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan *di Pantai Panrita Lopi Desa Tanjung Limau, Muara Badak, Kalimantan Timur*. Selain kualitas pelayanan dan tarif, aksesibilitas juga mempengaruhi kepuasan wisatawan.

Menurut Leksono dkk (2012:23) mengatakan bahwa aksesibilitas merupakan suatu ukuran kenyamanan atau kemudahan pencapaian lokasi dan hubungannya satu sama lain, mudah atau sulitnya lokasi tersebut dicapai melalui transportasi.

Penelitian Rista Elmanindya (2021) penelitiannya menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Menurut Hidayah dkk, (2019:23) ada tiga komponen yang dapat membuat pengalaman, diantaranya adalah 1) daya tarik wisata: segala sesuatu yang menarik dan menghasilkan pengalaman tersendiri, seperti: keindahan gunung/bukit, event, mendaki gunung, bercengkrama dengan masyarakat, 2) sarana penunjang wisata: segala sesuatu yang dapat memfasilitasi kegiatan wisata baik dapat di indra (tangible) maupun tidak dapat di indra (intangible), contoh: transportasi, akomodasi, makan/minum, toilet, pramuwisata dan informasi, dan 3) infrastruktur/prasarana merupakan penunjang utama terselenggaranya proses kegiatan wisata dan kegiatan non-wisata, contohnya: jaringan jalan, bandara, terminal, pelabuhan, air bersih, listrik dan telekomunikasi.

Pelaku wisata (pengunjung) sendiri dapat dibedakan menjadi 2 (dua), yaitu wisatawan dan pelancong. Wisatawan merupakan tipe pengunjung yang membutuhkan akomodasi karena biasanya mereka akan bermalam atau melakukan perjalanan lebih dari 24 jam. Sedangkan pelancong biasanya tidak bermalam atau lebih dikenal dengan day-tripper karena perjalanannya kurang dari 24 jam untuk menikmati destinasi wisata dengan keunikan yang dimilikinya. Wisata kabupaten PALI sendiri terbentuk dari alam yang diolah sekaligus dirawat oleh warga sekitar. Namun masih banyak kekurangan yang saya lihat langsung dilapangan, untuk memperkuat data yang saya kumpulkan, saya melakukan pra survey secara random sampling dengan sample 16 responden pengunjung wisata kabupaten PALI. Berikut hasil pra survey dari pengunjung wisata kabupaten PALI :

Tabel I.1**Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Wisatawan**

NO	Pertanyaan	Puas %	Tidak Puas %
1	Lokasi mudah dijangkau	25%	75%
2	Harapan wisatawan terpenuhi sesuai keinginan	25%	75%
3	Setelah mengunjungi saya akan merekomendasikan ke teman saya	31,25%	68,75%
4	Wisatawan akan melakukan kunjungan ulang	31,25%	68,75%
5	Wisatawan akan Mereferensikan kepada orang lain	18,75%	81,25%
6	Wisatawan akan menolak mengunjungi wisata air yang sama	25%	75%
7	Tersedianya ruang bilas	37,5%	62,5%
8	Tempat sampah yang tersedia sesuai kebutuhan	43,75%	56,25%
9	Tempatnya bersih	43,75%	56,25%
10	Tersedianya layanan pengaduan	18,75%	81,25%
11	Harga tiket masuk terjangkau	37,5%	62,5 %
12	Harga sewa yang diberikan sesuai Kualitas (pelampung, ban karet, dll)	43,75%	56,25%
13	Tersedianya ruang bilas	37,5%	62,5%
14	Jarak menuju lokasi wisata tidak jauh	31,25%	68,75%
15	Jalan menuju lokasi wisata bagus	37,5%	62,5%
16	Ada angkutan umum menuju lokasi	18,75%	81,25%

Sumber : kuisisioner pra survei,2022

Dari hasil pra survei yang dilakukan di 7 wisata air kabupaten PALI (danau Air Itam, danau Batang Hari Siku, danau Tangga Raja, danau Periang Jaya, danau Kalimancalak, Paye Akar Seribu dan Pantai Jodoh) terhadap 16 responden di temukan fenomena kepuasan wisatawan dilihat dari poin ke 1 pra kuisisioner 75% responden

wisatawan tidak puas dengan lokasi karena sulitnya dijangkau karena lokasi yang masih diperdasaan dan belum juga dikenal. Selain itu responden merasa wisata air tidak sesuai ekspektasi wisatawan jadi diharapkan wisatawan tidak terpenuhi dilihat pada poin 2 dimana 75% responden merasa tidak puas, selain itu juga responden tidak merekomendasikan ke temannya karena ketidakpuasan wisatawan dengan wisata yang dikunjunginya tersebut sehingga menyebabkan tidak adanya loyalitas wisatan terhadap wisata yang dikunjunginya dilihat poin ke 3 dimana 68,75% responden menjawab tidak puas. selain fenomena kepuasan wisatawan juga terdapat fenomena loyalitas .

Dari pra kuisisioner di atas ditemukan fenomena loyalitas wisatawan dilihat dari poin ke 4 dimana 68,75% responden tidak akan melakukan kunjungan ulang ini disebabkan karena tidak puas dengan wisata air yang dikunjungi. Selain itu sebagian besar wisatan tidak akan Mereferensikan kepada orang lain dilihat dari poin 5 81,25% responden menjawab tidak puas, dan juga wisatawan akan mengunjungi wisata air yang sama untuk membandingkan wisata air yang pernah mereka kunjungi dilihat pada poin 6 dari 75% menjawab tidak puas dilihat dari pra kuisisioner diatas. Selain variabel loyalitas ditemukan juga variabel kualitas layanan.

Dari pra kuisisioner di atas ditemukan fenomena kualitas pelayanan dimana dilihat dari poin ke 7 pra kuisisioner dimana 62,5% responden wisatawan merasa tidak puas karena kurangnya tersedia ruang bilas, selain itu kurangnya tempat pembuangan sampah dilihat poin ke 8 dimana 56,25% responden wisatawan tidak puas karena tempat sampah hanya tersedia dipintu masuk wisata. Responden juga tidak puas dengan kebersihan dilihat dari respon poin ke 9 dimana 56,25% responden wisatawan tidak puas karena masih bnyaknya sampah didalam lokasi wisata dan tidak tersedianya layanan pengaduan

dilihat dari pra kuisisioner poin ke 10 dimana 81,25% responden wisatawan tidak puas, sehingga tidak bisanya wisatan memberi kritik maupun saran. Selain itu ditemukan juga fenomena variabel tarif.

Sebagian wisatawan mengeluh dengan harga masuk wisata yang kurang terjangkau dari respon pra kuisisioner poin ke 11 dimana 62,5% responden wisatawan tidak puas karena harga masuk yang diberikan 5-20 ribu (5 ribu/orang, motor 10 ribu+satu orang dan mobil 20 ribu/2 orang penumpang), pada poin 12, 56,25% wisatawan mengeluh dengan harga tiket terbilang mahal dari wisata lain dengan kualitas yang sama dan pada poin ke 13 wisatawan mengeluhkan kualitas sewa fasilitas seperti pelampung ban karet renang juga dikeluhkan karena ban yang disewakan sudah banyak tampalan atau ban bekas mobil sebagian wisatan dilihat dari 62,5% responden wisatawan tidak puas. Selain itu ditemukan juga fenomena aksesibilitas.

Selain fenomena Harga juga terdapatnya Fenomena aksesibilitas dilihat dari responden wisatawan menjawab 68,75% tidak puas pada poin ke 14 dimana jarak menuju lokasi lumayan jauh dimana dari kota kabupaten pali (pendopo) sekitar 30 menit-2 jam dan juga sebagian wisatawan mengeluh dengan kondisi jalan yang masih tanah dan ada yang sudah aspal tapi berlobang dilihat dari jawaban responden pada poin 15 dimana 62,5 % menjawab tidak puas, dan pada poin ke 16 81,25 % responden menjawab tidak puas dengan tidak adanya angkutan umum menuju lokasi wisata jadi harus menggunakan kendaraan pribadi atau sewa kendaraan.

Fenomena dilapangan menunjukkan indikasi bahwa wisatawan di Air Kabupaten PALI belum bisa memberikan kualitas pelayanan yang baik. Hal ini terlihat dari data pra

kuisisioner lapangan yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang ada harus ditingkatkan guna mendapat simpati dari wisatawan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenal sejauh mana **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Aksesibilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening pada Objek Wisata Air kabupaten PALI.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut diatas, maka pada penelitian ini dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan, harga dan aksesibilitas terhadap Loyalitas melalui kepuasan wisatawan pada Objek Wisata Air kabupaten PALI?
2. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan, harga dan aksesibilitas terhadap kepuasan wisatawan pada Objek Wisata Air kabupaten PALI?
3. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan, harga dan aksesibilitas terhadap loyalitas pada Objek Wisata Air kabupaten PALI?
4. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan pada Objek Wisata Air kabupaten PALI?
5. Apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan wisatawan pada Objek Wisata Air kabupaten PALI?
6. Apakah ada pengaruh Aksesibilitas terhadap kepuasan wisatawan pada Objek Wisata Air kabupaten PALI?

7. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pada Objek Wisata Air kabupaten PALI?
8. Apakah ada pengaruh harga terhadap loyalitas pada Objek Wisata Air kabupaten PALI?
9. Apakah ada pengaruh aksesibilitas terhadap loyalitas pada Objek Wisata Air kabupaten PALI?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan aksesibilitas terhadap Loyalitas melalui kepuasan wisatawan pada Objek Wisata Air kabupaten PALI.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan aksesibilitas terhadap kepuasan wisatawan pada Objek Wisata Air kabupaten PALI.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan aksesibilitas terhadap loyalitas pada Objek Wisata Air kabupaten PALI.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan pada Objek Wisata Air kabupaten PALI.
5. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan wisatawan pada Objek Wisata Air kabupaten PALI.
6. Untuk mengetahui pengaruh aksesibilitas terhadap kepuasan wisatawan pada Objek Wisata Air kabupaten PALI.
7. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pada Objek Wisata Air kabupaten PALI.

8. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pada Objek Wisata Air kabupaten PALI.
9. Untuk mengetahui pengaruh aksesibilitas terhadap loyalitas pada Objek Wisata Air kabupaten PALI.

D. Kegunaan dan Manfaat Penelitian

1. Aspek Akademis
 - a. Menjadi referensi penelitian pada sektor pariwisata dan hasilnya dapat digunakan untuk pengembangan ilmu manajemen, khususnya berkaitan dengan kualitas layanan, harga, aksesibilitas, loyalitas dan kepuasan wisatawan serta loyalitas wisatawan
 - b. Untuk memberikan dukungan teori dalam bidang kepariwisataan di Kabupaten PALI mengenai pengaruh kualitas layanan, harga dan aksesibilitas terhadap kepuasan serta loyalitas wisatawan.
 - c. Menggabungkan teori pemasaran jasa pariwisata yang terkait dengan kualitas layanan, harga dan aksesibilitas dan kepuasan serta loyalitas wisatawan, dengan hasil-hasil penelitian sebelumnya, sehingga diperoleh teori (baru) yang lebih komprehensif dan aplikatif.
 - d. Sebagai referensi peneliti lain, yang ingin mendalami kualitas layanan, harga dan aksesibilitas terhadap kepuasan serta loyalitas wisatawan.
2. Aspek Praktis
 - a. Sebagai bahan masukan bagi para pemangku kepentingan (stackholder) jasa pariwisata mengenai bagaimana cara meningkatkan kualitas pelayanan, harga dan aksesibilitas sehingga dapat meningkatkan kepuasan serta loyalitas wisatawan.

- b. Dapat meningkatkan kunjungan wisata di kabupaten PALI, sehingga bisa membantu menaikkan Pendapatan Asli Daerah melalui kegiatan wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvianna, Stella, Fitria Earlike, Anwar Sani, Alwin Lasarudin, and Syarif Hidayatullah. (2020). *“The Impact of Visitor Satisfaction Mediation from the Relationship between Marketing Information Systems , Tourist Destinations and Service Quality towards Returning Interest in Malang Topeng Village Tourism Destinations”*. East African Scholars Multidisciplinary Bulletin Abbreviated Key Title:East African Scholars Multidiscip Bull. ISSN 2617-4413 (Print) | ISSN 2617-717X .
- Amilia, Suri dan M. Oloan Asmara Nst. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*. Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol 6, No.1, Mei 2017, ISSN 2252-844X.
- Andi Irfan, Mahfudnurnajamuddin Mahfudnurnajamuddin, Sabri Hasan, Mapparenta Mapparenta (2020). *The Effect of Destination Image, Service Quality, and Marketing Mix on Tourist Satisfaction and Revisiting Decisions at Tourism Objects*. International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding (IJMMU) ISSN 2364-5369. Vol 7, No 8 (2020) .
- Ari Ardi Susanto (2017) *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Promosi Terhadap Kepuasan Wisatawan dan Minat Kunjungan Kembali (Studi pada Pengunjung Objek Wisata Air Owabong Kabupaten Purbalingga)* Vol 17 No 2.
- Diah, Fauzi, Fitria. Basyith Dencik, Abdul. Isnaini Asiati. (2019). *Metodelogi Penelitian Untuk Manajemen dan Akuntansi: Aplikasi SOSS dan EViews untuk Analisis Data*. Jakarta: Salemba Empat.
- Eny Sulistyowati dkk (2015), berjudul *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Wisatawan Nusantara Dengan Kepuasan Wisatawan Nusantara Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal MAKSIPRENEUR, Vol. IV, No. 2.
- Etik Prihatin, Rahman Mus, Sabri Hasan, Ilham Labbase (2021), *meneliti tentang The Role of Customer Satisfaction in Mediating Marketing Mix and Service Quality on Customers Loyalty of Tourists in Makassar, Sulawesi Selatan*. IOSR Journal of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS) Volume 26, Issue 1, Series 1 (January. 2021) 01-09 e-ISSN: 2279-0837, p-ISSN: 2279-0845.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius chandra. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.

- Goetsch, D. L., & Davis, S. B. (2014). *Quality Management for Organizational Excellence*. Pearson Upper Saddle River, NJ.
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan, Cetakan Kedua*. Yogyakarta: CAPS Center For Academic publishing service.
- Hasan, Ali. (2015). *Tourism Marketing. CAPS (Center For Academic Publishing Service)*: Yogyakarta.
- Harfika, J & Abdullah, N. 2017. *Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pasien pada rumah sakit umum Kabupaten Aceh barat daya*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- Hidayah, Nurdin (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Irawan, H. (2009). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kotler, Armstrong (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. England : Pearson Education, Inc.
- Leksono dkk (2012). *Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Lepojevic, V., & Dukic, S. (2018). *Factors Affecting Customer Loyalty In The Business Market - An Empirical Study In The Republic Of Serbia1* . Economics And Organization Vol. 15, No 3 , 245 – 256.
- Lovelock, Christopher. (2010). *Manajemen Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi*. Penerbit Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat, 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi Ketiga)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marjan, Lulu (2021), *Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Panrita Lopi Desa Tanjung Limau, Muara Badak, Kalimantan Timur*. Bachelor thesis, STP AMPTA Yogyakarta. E.prints Repository software. Vol 51 no 9.
- Moh. Rizal, N. Rachma dan A. Agus Priyono., (2016), *Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Destinasi Dimediasi Citra Destinasi dan Kepuasan Wisatawan*. Jurnal Riset Manajemen (JRM), UNISMA. Vol. 3, No. 1.
- Ni Nyoman Ayu; Setiawan, Nyoman Djinar; Yuliarmi, Ni Nyoman (2018) *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Pada Daya Tarik Wisata di*

Kabupaten Bandung. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. ISSN : 2337-3067.

Nikmah, Hairun (2022) *Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Masa Pandemi COVID-19 (Studi pada Dealer Honda Banyuwangi Motor Kabupaten Banyuwangi)*. Masters thesis, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER. Vol 8 No 3 (2020).

Purwaning Rahayu Diastuti (2018) *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kediri Eco Park* . Artikel Universitas Nusantara PGRI Kediri. Vol 6 No. 3.

Rahmat Prianto dkk (2018), *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan serta Dampaknya terhadap Loyalitas (Studi di Ciater Spa Resort)*. STP AMPTA Yogyakarta. Vol 14 No 02.

Rista Elmanindya (2021) *Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas Pelayanan, Aksesibilitas, Citra Destinasi dan Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan(Studi pada Wisata Taman Sari, Yogyakarta)*. thesis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Vol 8 No 2.

Setyo, P. E. (2017). *Pengaruh Kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen “Best Autoworks.”* Jurnal Manajemen, 1, 755–764.

Sonia Dwi Cahyanti, Sudarmiati, Ely Siswanto (2020), *The Effect of Service Quality and Destination Atributes on Revisit Intention Through Visitor Satisfaction at Hawaii Waterpark Malang*. South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law, Vol. 23, Issue 1 (Dec). ISSN 2289-1560.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta. CV

Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sulistiyana (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Kompas.

Sumarwan, (2017), *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran (Edisi 2)*. Bogor, Penerbit Ghalia Indonesia.

Suryadana, M. L., & Octavia, V. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Suwantoro, (2015). *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta:1 Andi.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa, prinsip: penerapan dan penelitian*. Yogyakarta: Andi.

- Tjiptono, Fandi. (2012). *Pemasaran Strategik, Edisi Kedua*. Yogyakarta:Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Vonny Wulandari (2017) *Pengaruh Fasilitas, Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Wisatawan* (Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 3, Maret 2017 ISSN : 2461-0593) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Totok Adi Hermanto dkk (2022), berjudul *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan Pada Objek Wisata Air Terjun Curup Tenang Bedegung Muara Enim*. IKONOMIKA:Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. Vol.I, No.1:2527-5143.
- Trihatmodjo (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Yoeti (2012). *Pemasaran*. Salemba Empat, Jakarta.
- Zeithaml, V., Bitner, M. & Gremler, D. (2013). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm: 6th Edition*. Singapore: Mcgraw Hill.
- Zeithmal (2012). *Teori-teori Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.