

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung: Studi pada Wisata Kuliner TPI Ikan Bakar Kelapa Lima (*The Effect of Service Quality on Visitor Satisfaction: A Study on Culinary Tourism at TPI Ikan Bakar Kelapa Lima*)

Moehammad As'adhur Rizal^{1*}, Rolland E. Fanggidae², Marianus S. Neno³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Cendana, Nusa Tenggara Timur^{1,2,3}

moehammada.rizal@gmail.com^{1*}, rolland_fanggidae@staf.undana.ac.id²,

marianus.neno@staf.undana.ac.id³



Riwayat Artikel

Diterima pada 25 Mei 2023

Direvisi pada 30 Mei 2023

Disetujui pada 7 Juni 2023

Abstract

Purpose: This research was conducted at TPI Ikan Bakar Kelapa Lima in the Kelapa Lima District, Kupang City. The main problem addressed in this study is to determine whether there is a positive and significant effect of service quality on visitor satisfaction.

Methodology: The study treats service quality as an independent variable and visitor satisfaction as the dependent variable. The population for this study consisted of at least 5 visitors who decided to make a purchase, and since there are 84 stalls at TPI Ikan Bakar Kelapa Lima, the total number of visitors who decided to make a purchase every day is 420. The sample for this study was selected using the accidental sampling technique, resulting in 81 respondents. The data collected was analyzed using simple linear regression analysis, which included a simple linear test, hypothesis testing through a t-test, descriptive statistical analysis, and analysis of the coefficient of determination (R²)

Results: Based on the research results, the following simple linear regression equation was obtained: $Y = 0.552 + 0.800X$. The hypothesis testing using the t-test revealed that the service quality variable has a significant effect on visitor satisfaction. The service quality variable obtained a t-value of 4.865 with a significance level of 0.000. The t-table value was 1.668 (df = 79, calculated by subtracting 2 from 81). Since the significance value of 0.000 is smaller than the alpha value of 0.05 ($p < \alpha$) and the t-value is greater than the t-table value ($4.865 > 1.664$), we can conclude that the service quality variable has a significant effect on visitor satisfaction. The Adjusted R-squared value, which represents the coefficient of determination (R²), is 0.688 or 68.00%. This indicates that the Service Quality variable (X) influences the Visitor Satisfaction variable (Y) by 68.00%, while the remaining 32.00% is influenced by other variables not discussed in this study.

Limitations: The limitations of this study include the respondents experiencing relocation and the trading place undergoing relocation as well, resulting in them only recently returning to the new trading place and not yet experiencing the benefits of the renovated trading place. Therefore, further research is needed to study the conditions of the new trading place.

Contribution: (1). Based on the descriptive analysis of the Service Quality and Visitor Satisfaction variables, they fall into the category of excellent. This means that there is a positive assessment and a favorable impression in the customers' minds. (2). The hypothesis testing results were obtained using regression analysis. The null

hypothesis (Ho), which states that there is no relationship between service quality and visitor satisfaction, can be rejected. The testing results indicate that there is a significant influence between service quality and visitor satisfaction at TPI Ikan Bakar Kelapa Lima. It can be concluded that the Visitor Satisfaction variable has a strong influence on the Service Quality variable at TPI Ikan Bakar Kelapa Lima.

Keywords: *Tourism, Service Quality, Visitor Satisfaction, Culinary, Culinary Tourism*

How to cite: Rizal, M, A., Fanggal, R, E., Neno, M, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung: Studi pada Wisata Kuliner TPI Ikan Bakar Kelapa Lima. *Jurnal Studi Perhotelan dan Pariwisata*, 1(1), 41-51.

1. Pendahuluan

Sektor pariwisata memegang peranan penting dalam menunjang perekonomian suatu daerah karena memiliki keterkaitan sebagai sumber percepatan pertumbuhan ekonomi daerah. Sektor Pariwisata dapat dijadikan sebagai salah satu upaya dalam meningkatkan pendapatan masyarakat. Menurut Sinaga (2010) pariwisata merupakan suatu perjalanan yang terencana, yang dilakukan secara individu maupun kelompok dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk mendapatkan suatu bentuk kepuasan dan kesenangan semata. Kotler (2002) mendefinisikan jasa sebagai segala tindakan atau kinerja yang seseorang berikan kepada orang lain biasanya berupa sesuatu yang tidak terlihat dan tidak menimbulkan kepemilikan. Dalam sektor pariwisata, sebuah pelayanan sangat berperan penting bagi pengunjung yang akan datang ke lokasi wisata tersebut. Pelayanan yang akan diberikan kepada pengunjung akan menjadi sebuah nilai yang sangat besar untuk kepuasan dan merekomendasikan kepada orang lain.

Pelayanan peneliti menggunakan teori Zeithaml, Berry, and Parasuraman (1996) yaitu lima dimensi ServQual (Service Quality) yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, lima dimensi tersebut adalah Tangibles, merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Reliability atau keandalan, merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Responsiveness atau daya tanggap, merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh langsung karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Assurance atau jaminan, merupakan pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Emphaty, merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen.

Dalam agenda pengembangan pariwisata Nasional, Provinsi NTT masuk sebagai salah satu dari sepuluh provinsi yang ditetapkan oleh pemerintah pusat sebagai destinasi unggulan wisata. Nusa Tenggara Timur merupakan Provinsi kepulauan yang terdapat 22 Kabupaten dan Kota dari semua Kabupaten tersimpan potensi yang sangat besar pada sektor pariwisata. Beberapa sektor yang menjadi destinasi yang sangat terkenal hingga manca negara. Objek wisata yang menjadi andalan yaitu Taman Nasional Komodo (TMK) yang terletak di Labuan Bajo Kabupaten Manggarai Barat, Danau Tiga Warna (Danau Kelimutu) di Kabupaten Ende, Rumah Bung Karno di Kabupaten Ende dimana pertama kali lahirnya Pancasila, Pantai Nembrala di Kabupaten Rote Ndao, Pantai Nihiwatu di Pulau Sumba dan sebagainya (Toda & Sos, 2016). Kota Kupang merupakan salah satu kota yang sedang berkembang dalam bidang pariwisata. Daya Tarik wisata kota kupang terdiri dari beragam objek wisata diantaranya wisata buatan, alam, kuliner, Sejarah dan kebudayaan. Objek wisata alam di Kota Kupang terdiri dari wisata Pantai Lasiana, Pantai Nunsui, Pantai Batu Nona, Pantai Tedis, Pantai Ketapang Satu, Gua Kristal, Gua Monyet Tenau, dan lain-lain. Objek wisata Sejarah terdiri dari Tugu Jepang Penfui, Makam Raja-raja Taubenu, Gua Meriam Jepang, dan lain-lain. Adapun Objek wisata kuliner di Kota Kupang yakni wisata kuliner Pasar Malam di Kampung Solor, TPI Ikan Bakar Kelapa Lima, dan lain-lain.

Disamping potensi daerah objek wisata yang dimiliki oleh Kota Kupang, wisata kuliner bisa menjadi alternatif dalam mengembangkan industri pariwisata. Kuliner merupakan salah satu jenis wisata yang menarik untuk dikembangkan dan menjadi agenda pemerintah setempat. Kota Kupang memiliki masakan lokal yang sudah cukup terkenal, unik dan bervariasi, sebagaimana yang disampaikan oleh Setiawan and Giri (2016) terdiri dari : jagung bese, jagung katemak, nasi jagung, daging se'i goreng, daging se'i bakar, rumpu-rampe, tumis bunga pepaya buncis wortel, tumis bunga pepaya kangkung, sambal ikan teri, sambal lu'at, lawar teri mentah, sambal belimbing, ikan bakar, babi guling, kue boras, kue curur. Beberapa contoh kuliner lokal di atas dari pengamatan selama ini telah menjadi ikon daerah Kota Kupang.

Kuliner Seafood merupakan salah satu kuliner yang populer di Kota Kupang dilihat dari banyaknya wisata kuliner yang menjual olahan Seafood salah satunya adalah Wisata Kuliner Pasar Malam di Kampung Solor dan Tempat Penjualan Ikan (TPI) di pinggir jalan Nun Baun Sabu dan TPI Kelapa Lima yang menyajikan beragam ikan segar dan ikan bakar yang berlokasi di jalan Timor Raya no.142 Kelapa Lima, Kota Kupang NTT. Berdasarkan observasi peneliti, Ahmad Fatihah Kollo (15/09/2021) salah satu penjual di TPI Ikan Bakar Kelapa Lima mulai membuka lapak sejak 2009 dengan jumlah 7 lapak dan di 2021 berjumlah 84 lapak penjual. Diketahui bahwa sebelum terjadinya wabah pandemi covid-19 dalam jumlah kunjungan pengunjung yang datang relatif lebih banyak dari pada pandemi covid-19 saat ini. Dalam sehari satu lapak sebelum pandemi dihari senin sampai selasa kurang lebih ada 30 pengunjung yang berkunjung untuk membeli ikan bakar di TPI Ikan Bakar Kelapa Lima. Sedangkan di hari rabu sampai minggu, dalam seharusnya itu terdapat 20-25 pengunjung yang membeli ikan bakar, pengunjung yang datang pun beragam dari pengunjung local hingga pengunjung dari luar daerah kurang lebih dari 100% pengunjung yang datang, 75% dari warga lokal dan 25% pengunjung yang datang berasal dari luar Kota Kupang. Dalam situasi pandemi saat ini sangat berkurang pengunjung yang datang, dalam sehari minimal 5 pengunjung dan maksimalnya 10 pengunjung dalam satu lapak.

Penjual memberikan perhatian penuh dalam melayani pengunjung yang datang, menawarkan ikan-ikan yang segar kepada pengunjung. Kurangnya fasilitas penunjang seperti toilet umum dan tempat makan untuk pengunjung. Dan fasilitas tempat sampah yang belum tersedia membuat aroma kurang sedap dari kotoran ikan pun tercium yang membuat pengunjung merasa tidak nyaman. Penjual memberikan waktu yang kurang tepat terhadap pengunjung, terkadang ikan bakar yang di beli masih mentah atau belum di bakar oleh penjual, dikarenakan pengunjung yang datang sangat banyak. Dalam pelayanan yang cepat dan tanggap jika ada pengunjung yang menghampiri lapak ikan bakar. Namun jika pengunjung yang datang banyak terkadang penjual kurang memberikan respon yang cepat dan pengunjung pun pindah ke lapak berikutnya. Penjual sangat membangun kepercayaan terhadap pengunjung yang datang baik dalam memberikan kenyamanan dalam berkunjung ke lokasi ikan bakar dan memberikan kepercayaan bahwa ikan yang di jual adalah ikan segar. Terkadang ada oknum dari penjual yang menjual ikan yang sudah tidak segar lagi.

Penjual sangat peka terhadap pengunjung yang datang mulai memberikan fasilitas terhadap pengunjung yang ingin makan di lokasi tersebut atau membarikan fasilitas untuk pengunjung yang ingin membawa pulang ikan bakar tersebut. Dari faktor pelayanan tersebut sangat menimbulkan tingkat kepuasan terhadap para pengunjung yang menikmati hidangan ikan bakar di TPI Kelapa lima. Ternyata ada beberapa kekurangan yang di nyatakan oleh pengunjung bahwa kurang dalam merespon pengunjung yang datang di karenakan banyak pengunjung yang datang oleh karena itu kurangnya fasilitas yang di berikan terhadap pengunjung. Dari segi ketepatan waktu terkadang pengunjung yang memesan ikan bakar mengeluhkan waktu yang dijanjikan kurang tepat dengan penyajian makanan tersebut. Fasilitas yang disediakan penjual pun masih kurang dari segi kenyamanan pengunjung yang datang, dari segi toilet umum bagi pengunjung dan belum adanya fasilitas yang layak bagi pengunjung untuk menikmati makanan yang disediakan. Dari uraian diatas, dapat diketahui bahwa potensi wisata kuliner sebagai daya tarik wisata baru. Jadi, wisata kuliner masih sangat perlu perhatian dan pengembangan dari pemerintah maupun pihak-pihak pengelola yang berada dibidang tersebut. Baik dari segi sarana, pelayanan, pengembangan, dan promosinya terhadap pengunjung.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas dan untuk lebih mengenal potensi wisata kuliner di Kota Kupang sebagai salah satu daya tarik wisata dalam pengembangan pariwisata di Kota Kupang, Maka penulis mengangkat hal ini sebagai bahan tugas akhir dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Wisata Kuliner TPI Ikan Bakar Kelapa Lima.

2. Tinjauan pustaka dan pengembangan hipotesis

2.1 Konsep Pariwisata

Pariwisata adalah salah satu jenis industri yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang sangat cepat dalam penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta adanya keterkaitan dengan sektor-sektor produktivitas lainnya. Kegiatan pariwisata merupakan salah satu bentuk aktivitas manusia seperti yang dijelaskan oleh Toda and Sos (2016) yang mengklasifikasikan aktivitas manusia menjadi lima hal yaitu rekreasi, kebutuhan fisik, spritual, pekerjaan dan pendidikan, serta tugas-tugas keluarga dan kemasyarakatan. Aktivitas manusia tersebut sebagai suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (business) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamastaaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam (Oka, 1991). Jenis wisata dibagi menjadi tujuh jenis yaitu wisata olahraga, wisata religius, wisata agro, wisata gua, wisata belanja, wisata ekologi dan wisata kuliner (Ismayanti, 2010).

Pariwisata menurut Fletcher, Fyall, Gilbert, and Wanhill (2017) adalah *the temporary movement to destination outside the normal home and workplace, the activities undertaken during he stay and the facilities created to cater for the needs of tourist* yang berarti perpindahan sementara di luar tempat kerja normal di rumah, kegiatan yang dilakukan selama ia tinggal dan fasilitas yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan pengunjung. Dari defenisi ini terlihat adanya beberapa hal penting dari pariwisata yaitu:

1. Pariwisata timbul dari adanya pergerakan manusia dari tempat mereka tinggal menuju berbagai destinasi (tujuan).
2. Adanya dua elemen dari pariwisata yaitu perjalanan menuju destinasi dan bertempat tinggal untuk sementara di destinasi yang dituju tersebut.
3. Dengan adanya perjalanan dan bertempat tinggal sementara di luar tempat tinggal biasanya maka pariwisata telah menimbulkan aktivitas-aktivitas yang berbeda dari kehidupan sehari-hari.
4. Pergerakan menuju destinasi adalah sementara waktu dan berjangka pendek

Sedangkan wisata dapat diartikan sebagai perjalanan atau bepergian yang dalam hal ini sinonim dengan kata "travel" dalam bahasa Inggris. Atas dasar itu, maka kata "Pariwisata" dapat diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat yang lain, yang dalam bahasa Inggris disebut dengan "Tour" (Oka, 1991). Sedangkan menurut Prof. Salah Wahab (1975), pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya. Selanjutnya, sebagai sektor yang kompleks, pariwisata juga merealisasikan industri-industri klasik seperti industri kerajinan tangan dan cinderamata, penginapan dan transportasi.

2.2 Konsep Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2000) mengatakan bahwa: Kualitas memiliki makna banyak, seperti kesesuaian dengan tuntutan atau persyaratan, kecocokan untuk pemakaian, penyempurnaan berkelanjutan, pemenuhan kebutuhan, melakukan sesuatu secara benar semenjak awal dan aktivitas yang membahagiakan di dalam melakukan pelayanan. Menurut Lethinen (dalam Sampara, 1999), pelayanan mempunyai makna: "Sebagai suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung dengan orang-orang atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan konsumen atau pelanggan." Pengertian pelayanan di sini lebih kepada upaya aktif kelompok pemberi pelayanan di dalam rangka memberikan pelayanan maksimal terhadap konsumen. Menurut Zeithaml et al. (1996) mengungkapkan ada 22 faktor penentu service quality yang dirangkum ke dalam lima faktor dominan atau lebih dikenal dengan istilah SERVQUAL, yaitu reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible (Darwin, 2014).

1. **Reliability.** Kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Dalam arti luas, keandalan berarti bahwa perusahaan memberikan janji-janjinya tentang penyediaan, penyelesaian masalah, dan harga. Jika dilihat dalam bidang usaha jasa asuransi, maka sebuah layanan yang handal adalah ketika seorang agent asuransi mampu memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dan membantu penyelesaian masalah yang dihadapi oleh nasabah dengan cepat.
2. **Responsiveness.** Kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Dimensi ini menekankan pada perhatian 19 dan ketepatan ketika berurusan dengan permintaan, pertanyaan, dan keluhan pelanggan. Kemudian jika dilihat lebih mendalam pada layanan yang cepat tanggap di sebuah asuransi, bisa dilihat dari kemampuan agent asuransi yang cepat memberikan pelayanan kepada nasabah dan cepat menangani keluhan mereka.
3. **Assurance.** Pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Dimensi ini mungkin akan sangat penting pada jasa layanan yang memerlukan tingkat kepercayaan cukup tinggi. Contohnya seperti di bank, asuransi, dan dokter. Oleh karena itu dalam sebuah jasa asuransi, kepastian menjadi hal yang sangat penting untuk dapat diberikan kepada nasabahnya seperti jaminan keamanan dan kemudahan di dalam mengikuti program asuransi.
4. **Emphaty.** Kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Inti dari dimensi empati adalah menunjukkan kepada pelanggan melalui layanan yang diberikan bahwa pelanggan itu spesial, dan kebutuhan mereka dapat dimengerti dan dipenuhi. Dalam menjaga hubungan baik, tentu saja layanan yang diberikan oleh para agent harus dapat menunjukkan kepedulian mereka kepada nasabah.
5. **Tangible.** Berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, staff dan bangunannya. Dimensi ini menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen. Contohnya seperti fasilitas kantor, kebersihan dan kenyamanan ruang yang digunakan untuk transaksi serta kerapian penampilan agent.

2.3 Konsep Pelayanan Publik

Menurut Agustina and Muliadisa (2023) pelayanan pada dasarnya didefinisikan sebagai aktifitas seseorang, sekelompok dan/atau organisasi baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Jadi dapat dikatakan bahwa dalam pelayanan terdapat dua aspek yaitu seseorang/organisasi dan pemenuhan kebutuhan. Sedangkan menurut Mahmudi (2010), pelayanan publik adalah: Segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan publik dan pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Menurut Sihombing, Juliana, Hubner, Pramono, and Hidayat (2023) , dalam pelaksanaan suatu pelayanan publik, terdapat beberapa faktor yang mendukung yaitu:

1. **Kesadaran Pegawai**
Adanya kesadaran dari pegawai mengenai tindakan terhadap tugas/pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya, sehingga membawa pengaruh yang positif dan menimbulkan pelayanan yang baik.
2. **Adanya Aturan**
Adanya aturan dalam organisasi mutlak diperlukan agar organisasi dan pekerjaan dapat teratur dan terarah.
3. **Faktor Organisasi**
Yaitu merupakan pengaturan dan mekanismekerjaan (sistem, prosedur, dan metode) yang harus mampu mengasikkan pelayanan yang memadai.
4. **Faktor Kemampuan dan Keterampilan**
Dengan kemampuan dan keterampilan yang memadai maka pelaksanaan tugas/pekerjaan dapat dilakukan dengan baik, cepat dan memenuhi keinginan semua pihak sehingga menimbulkan pelayanan yang memuaskan.
5. **Faktor Sarana Pelayanan**
Adanya sarana pelayanan yang memadai dan mencukupi sehingga tercipta efektifitas dan efesiensi suatu pelayanan.

2.4 Konsep Kepuasan Pengunjung

Telah menjadi suatu kepercayaan umum, khususnya di dunia bisnis, bahwa kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha. Hal ini dikarenakan dengan memuaskan konsumen, organisasi dapat meningkatkan tingkat keuntungannya dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas (Hastjarjo, 2023). Menurut Tse dan Wilton dalam Tjiptono (2000) Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Kotler (2002) mengatakan bahwa ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran

Perusahaan menyediakan kotak saran dan keluhan, kartu komentar, customer hot lines, mempekerjakan petugas pengumpulan pendapat atau keluhan untuk pelanggan, sehingga pelanggan/leluasa menyampaikan keluhan maupun saran. Sarana informasi ini memungkinkan perusahaan bertindak lebih cepat untuk menyelesaikan masalah.

2. Survey kepuasan pengunjung

Metode survey dilakukan perusahaan melalui kuesioner, telepon, e-mail, fax atau dengan wawancara langsung, melalui metode ini maka perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen. Konsumen akan memberikan pandangan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para konsumennya.

3. *Ghost Shopping*

Perusahaan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai konsumen perusahaan dan pesaing, kemudian mereka melaporkan hasil yang mereka dapat. Metode ini dapat mengamati kekuatan dan kelemahan produk serta pelayanan baik perusahaan sendiri maupun perusahaan pesaing.

4. *Lost Customer Analysis*

Metode yang terakhir adalah metode lost customer analysis, cara kerja metode ini adalah dengan menghubungi mantan konsumen untuk menanyakan alasan mereka berhenti membeli dan pindah ke produk pesaing sehingga perusahaan dapat mengambil kebijakan perbaikan. Menurut Hasan (2015), kepuasan wisatawan merupakan ringkasan respons efektif dan kognitif dari berbagai intensitas yang diperkirakan akan dialami secara eksplisit tergantung pada konteks kepentingan, waktu yang spesifik, dan durasi yang terbatas.

2.5 Konsep Wisata Kuliner

Wisata kuliner adalah istilah yang paling populer digunakan untuk menggambarkan bentuk pariwisata yang secara signifikan menekankan hubungan antara host and guest melalui makanan sebagai budaya. Secara definitif Horng and Tsai (2010) mengklaim bahwa pariwisata kuliner adalah pengalaman berwisata dengan aktivitas yang terkait makanan, di mana pembelajaran budaya dan transfer pengetahuan dari destinasi dan masyarakatnya difasilitasi. Menurut Minta Harsana (2008), wisata kuliner adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati makanan atau minuman. Wisata kuliner adalah perjalanan wisata yang berkaitan dengan hal masak memasak. Menurut Suryadana (2009), wisata kuliner adalah wisata yang menyediakan berbagai fasilitas pelayanan dan aktivitas kuliner yang 25 terpadu untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang dibangun untuk rekreasi, relaksasi, pendidikan dan kesehatan.

Menurut Bondan Winarno (2008) industri kuliner di Indonesia memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata bagi para pengunjung mancanegara maupun lokal karena keragaman makanan dan minuman khas yang ada di setiap daerah. Kuliner khas Indonesia sangat beragam. Masakan khas lokal atau makanan tradisional merupakan jenis-jenis makanan yang paling cocok dengan kondisi daerah serta menjadi makanan sehari-hari bagi masyarakat daerah setempat. Indonesia merupakan Negara yang terdiri dari kesatuan ribuan pulau yang menyebabkan Indonesia memiliki keanekaragaman makanan tradisional karena setiap daerah memiliki potensi alam dan kebudayaan masing-masing. Menurut Marwanti (2000), makanan tradisional adalah suatu makanan rakyat sehari-hari yang dikonsumsi oleh golongan etnik dalam wilayah yang spesifik yang diolah menurut resep-resep makanan atau masakan yang telah dikenal dan diterapkan secara turun-temurun dari nenek moyang.

3. Metodologi penelitian

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif. Menurut Sugiyono (2010) penelitian yang bersifat asosiatif merupakan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih yang akan berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol fenomena.

3.2 Sampel

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif. Menurut Sugiyono (2010) penelitian yang bersifat asosiatif merupakan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih yang akan berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol fenomena. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Sugiyono (2010) mengatakan penelitian deskriptif yaitu, penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Metode penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2013) yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sampel menurut Sugiyono (2013) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan besaran sampel berdasarkan pendapat Slovin Amirullah (2002) dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

N = Ukuran / besarnya populasi

n = Ukuran / besarnya sampel

e = Batas kesalahan

1 = Angka konstanta

Dengan menggunakan presisi 10% maka jumlah yang diperoleh dari populasi 420 pengunjung sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+(N.e)} = \frac{420}{1+420 \times (10\%^2)} = \frac{420}{1+5,2} = \frac{420}{6,2} = 80,76 = 81$$

Berdasarkan rumus Slovin diatas maka peneliti mendapatkan hasil sampel sebanyak 81 responden.

4. Hasil dan pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

Sebuah alat ukur yang baik harus valid dan sah. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur secara tepat. Validitas suatu instrumen akan menggambarkan tingkat kemampuan alat ukur yang digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang terjadi menjadi sasaran pokok pengukuran. Dengan demikian permasalahan validitas instrument (angket) akan menunjukkan mampu tidaknya instrumen tersebut untuk mengukur objek yang diukur. Apabila instrumen tersebut mampu untuk mengukur apa yang diukur, maka disebut valid. Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan cara membandingkan indeks korelasi person product moment dengan level signifikan 95% dengan nilai kritisnya. (Sugiyono, 2008).

4.2 Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Pengunjung

Dari hasil analisis deskriptif pada indikator bukti fisik diketahui memiliki nilai sebesar 79,33% yang terklasifikasi baik. hal ini menunjukkan bahwa bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, sehingga hipotesis (Ha) yang diajukan diterima. Yang artinya jika bukti fisik pada wisata

kuliner TPI Ikan Bakar Kelapa Lima semakin meningkat maka semakin besar pula kepuasan konsumen di lokasi tersebut.

Bukti fisik yang ditawarkan merupakan dasar untuk menciptakan kepuasan konsumen. Bukti fisik yang ditawarkan akan memengaruhi kepuasan konsumen, dimana terdapat area parkir yang luas, ruang makan yang bersih, nyaman dekorasi yang menarik. Semakin mendukung bukti fisik suatu jenis usaha maka tingkat kepuasan konsumen meningkat (Sulistiyawati 2015). Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian Novrianto (2016), Yansah, Hartono, Hariyono (2013), yang menyatakan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4.3 Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Pengunjung

Dari hasil analisis deskriptif pada indikator keandalan diketahui memiliki nilai sebesar 81,23% yang terklasifikasi sangat baik, sehingga hipotesis (Ha) yang diajukan diterima. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa keandalan penjual yang ada di TPI Ikan Bakar Kelapa Lima dalam keandalan menanggapi pengunjung sudah sangat baik. Semakin baiknya pelayanan yang diberikan kepada pengunjung akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengunjung. Hal ini dikarenakan bila pelayanan yang diberikan oleh TPI Ikan Bakar Kelapa Lima sesuai yang di janjikan dan akurat maka dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi pengunjung di TPI Ikan Bakar Kelapa Lima. Pada konteks inilah sangat dibutuhkan kemampuan penjual untuk memberikan pelayanan secara tepat waktu dan akurat sehingga membentuk keandalan. Semakin handal hasil yang diperlihatkan oleh penjual maka permasalahan yang dihadapi oleh para pengunjung akan cepat terselesaikan. Semakin tinggi tingkat keandalan penjual di TPI Ikan Bakar Kelapa Lima, maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

4.4 Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Pengunjung

Dari hasil analisis deskriptif pada indikator daya tanggap diketahui memiliki nilai sebesar 84,27% yang terklasifikasi sangat baik, hal ini menunjukkan bahwa hipotesis (Ha) yang diajukan diterima. Daya tanggap di sini berarti respon atau kesigapan penjual dalam membantu pengunjung dan memberikan pelayanan yang cepat. Semakin tinggi daya tanggap yang diperlihatkan oleh para penjual maka permasalahan yang dihadapi oleh para pengunjung akan cepat terselesaikan tetapi apabila membiarkan pengunjung menunggu tanpa adanya alasan yang jelas dapat menyebabkan pengunjung merasa kecewa. Semakin tinggi tingkat daya tanggap di TPI Ikan Bakar Kelapa Lima, maka akan mempengaruhi kepuasan pengunjung.

4.5 Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Pengunjung

Dari hasil analisis deskriptif pada indikator daya tanggap diketahui memiliki nilai sebesar 77,19% yang terklasifikasi baik dan jaminan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung, hal ini menunjukkan bahwa hipotesis (Ha) yang diajukan diterima. Jaminan di sini berupa, pengetahuan yang memadai, serta sopan santun dan keramahan yang diberikan penjual di TPI Ikan Bakar Kelapa Lima kepada pengunjung. Jaminan menjadi salah satu faktor penentu kepuasan maka semakin tinggi jaminan yang diperlihatkan oleh para penjual di TPI Ikan Bakar Kelapa Lima, maka akan mempengaruhi kepuasan pengunjung.

4.6 Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Pengunjung

Dari hasil analisis deskriptif pada indikator empati diketahui memiliki nilai sebesar 81,80% yang terklasifikasi sangat baik. hal ini menunjukkan bahwa empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, sehingga hipotesis (Ha) yang diajukan diterima. Empati disini berupa kemudahan dalam melakukan hubungan kepada para pengunjung, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pengunjung di TPI Ikan Bakar Kelapa Lima seperti perhatian kepada pengunjung, tanggung jawab keamanan dan kenyamanan serta mengutamakan kepentingan pengunjung. Semakin tinggi empati yang diperlihatkan oleh para penjual di TPI Ikan Bakar Kelapa Lima, maka akan mempengaruhi kepuasan pengunjung.

4.7 Analisis Deskriptif

Berdasarkan analisis deskriptif diperoleh hasil bahwa responden menyatakan penjual di TPI Ikan Bakar Kelapa Lima sudah sangat baik dalam kualitas pelayanan (X) terhadap pengunjung, terbukti dari skor yang didapat yaitu 80,76% terklasifikasi sangat baik. Hasil analisis deskriptif diperoleh hasil bahwa

kepuasan pengunjung (Y) di TPI Ikan Bakar Kelapa Lima sangat tinggi, terbukti dari skor yang didapat yaitu 80,37% terklasifikasi sangat tinggi. Uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di TPI Ikan Bakar Kelapa Lima. Dari hasil analisis deskriptif di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan TPI Ikan Bakar Kelapa Lima dapat memberikan kepuasan bagi para pengunjung. Yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung pada TPI Ikan Bakar Kelapa Lima. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Panjaitan and Yuliati (2016) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Bandung dan Heni Rohaeni (2010) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Prima Jasa Perdanarayautama Bandung yang mendapatkan hasil kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Sedangkan menurut Fahtira (2020) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

4.8 Analisis Regresi dan Uji Hipotesis

4.8.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung TPI Ikan Bakar Kelapa Lima, dapat diketahui dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana, dengan menggunakan SPSS 26 dan perhitungan hasil regresi linear sederhana ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.6

Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.552	7.278		.076	.940
	KUALITAS PELAYANAN	.800	.164	.517	4.865	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

Persamaan regresi linear sederhana dapat dilihat dari tabel 4.6 berdasarkan analisis dengan program SPSS diperoleh hasil persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut :

$$Y = 0,552 + 0,800X$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (a) sebesar 0,552. Artinya, apabila variabel kualitas pelayanan tidak berubah (konstan) atau sama dengan 0 maka variabel kepuasan pengunjung sebesar 0,552.
2. Nilai koefisien regresi (b) dari variabel kualitas pelayanan (X) sebesar 0,800. Artinya bahwa, jika variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar satu poin (satuan), maka nilai kepuasan pengunjung naik sebesar 0,800. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pengunjung (Y) adalah linear.

4.8.2 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis yang digunakan adalah uji t. Kriteria pengujian menyatakan, jika nilai t hitung > t tabel atau probabilitas signifikansi (p) < alpha (α) sebesar 0,05 (p < α) maka variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung. Sebaliknya jika t hitung < t tabel atau probabilitas signifikansi (p) > alpha (α) sebesar 0,05 (p > α) maka kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Dari hasil pengujian statistik dengan Program Statistic Product and Service Solution (SPSS) versi 26 pada variabel X, kualitas pelayanan memperoleh t_{hitung} sebesar 4,865 dengan tingkat signifikansi 0,000. Sedangkan t_{tabel} nilainya sebesar 1,668 (df=81-2=79).

Karena nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari alpha 0,05 ($\rho < \alpha$) dan t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} ($4,865 > 1,664$) maka hal ini bermakna bahwa variabel kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung di TPI Ikan Bakar Kelapa lima.

4.9 Analisis Determinasi

Analisis determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan melihat nilai koefisien determinasi atau R Square. Nilai besaran R Square (R^2) berada di antara nol dan satu ($0 < R^2 < 1$). Artinya, jika R^2 semakin mendekati nol maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin lemah. Sebaliknya, jika R^2 semakin mendekati 1 maka semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil analisis koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.7
Hasil Analisis Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.737 ^a	.688	.679	5.480

a. Predictors: (Constant) KUALITAS PELAYANAN

Dari tabel 4.7 hasil output diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,688 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah 68,00% atau dengan kata lain Variabel Kualitas Pelayanan (X) memengaruhi Variabel Kepuasan Pengunjung (Y) sebesar 68,00% dan sisanya 32,00% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model. Hasil tersebut menunjukkan tidak secara mutlak variabel kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan pengunjung, masih ada faktor lain yang memengaruhi tetapi tidak diperhitungkan dalam penelitian ini.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bagian terdahulu tentang pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di TPI Ikan Bakar Kelapa Lima, maka peneliti memberikan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis deskriptif variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengunjung termasuk dalam kategori sangat baik, ini artinya penilaian positif dan kesan yang baik di hati pelanggan.
2. Hasil uji hipotesis didapat dengan menggunakan hasil analisa regresi dengan hipotesis H_0 yakni tidak ada pengaruh antara kualitas dengan kepuasan pengunjung dapat dinyatakan di tolak, sedangkan hasil pengujian yakni adanya pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pengunjung di TPI Ikan Bakar Kelapa Lima. Dapat disimpulkan bahwa variabel Kepuasan Pengunjung sangat berpengaruh terhadap variabel Kualitas Pelayanan di TPI Ikan Bakar Kelapa Lima.

Limitasi dan studi lanjutan

Keterbatasan dalam penelitian ini, di mana responden mengalami relokasi dan tempat berdagang di lakukan relokasi sehingga baru kembali ke tempat berdagang yang baru sehingga belum merasakan manfaat dari renovasi tempat perdagangan yang baru. Sehingga perlu ada penelitian pada kondisi tempat berdagang yang baru.

Referensi

- Agustina, A., & Muliadiasa, I. K. (2023). Dampak Pariwisata terhadap Kualitas Air Danau Beratan Berdasarkan Parameter BOD dan COD. *Jurnal Studi Perhotelan dan Pariwisata*, 1(1), 21-30. doi:10.35912/jspp.v1i1.1840
- Amirullah, W. (2002). Riset Bisnis. *Graha Ilmu, Yogyakarta*.
- Darwin, S. (2014). Analisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan dan kepercayaan pelanggan sebagai variabel intervening pada asuransi jiwa Manulife Indonesia-Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-12.
- Fahtira, V. N. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (Studi Pada Alfatih Business Center II HPAI Kota Bengkulu)*. IAIN BENGKULU.
- Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2017). *Tourism: Principles and practice*: Pearson UK.
- Hasan, A. (2015). Green Tourism Marketing Model1. *Media Wisata*, 13(2).
- Hastjarjo, K. (2023). Model Pemasaran Strategik Perhotelan: Sebuah Makalah Konseptual. *Jurnal Studi Perhotelan dan Pariwisata*, 1(1), 11-20. doi:10.35912/jspp.v1i1.1844
- Heni Rohaeni, d. (2010). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Prima Jasa Perdanarayautama Bandung.
- Hornig, J.-S., & Tsai, C.-T. S. (2010). Government websites for promoting East Asian culinary tourism: A cross-national analysis. *Tourism management*, 31(1), 74-85.
- Ismayanti. (2010). Pengantar Pariwisata, PT Gramedia Widisarana Indonesia: Jakarta.
- Kotler, P. (2002). Manajemen Pemasaran edisi milenium. *Jakarta: Prenhallindo*.
- Oka, Y. (1991). Penuntun praktis pramuwisata profesional. *Angkasa, Bandung*.
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung [The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at JNE Branch in Bandung]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 11(2), 265-289.
- Setiawan, B., & Giri, S. M. (2016). Strategi Variasi Masakan Masyarakat Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Di Kota Kupang Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 1(1), 91-97.
- Sihombing, S. O., Juliana, J., Hubner, I. B., Pramono, R., & Hidayat, J. (2023). Bamboo Design Training for hotel and culinary amenities at the Bamboo Community of Sukabumi Regency. *Jurnal Nusantara Mengabdi*, 2(2), 99-107.
- Sinaga, S. (2010). Potensi dan Pengembangan objek wisata di kabupaten Tapanuli Tengah. *Kertas Karya. Program DIII Pariwisata. Universitas Sumatera Utara*.
- Sugiyono, D. (2010). Metode penelitian kuantitatif dan R&D. *Bandung: Alfabeta*, 26-33.
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.
- Tjiptono, F. (2000). Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Toda, H., & Sos, S. (2016). *Arah Pembangunan Nusa Tenggara Timur Sebagai Provinsi Pariwisata Berkelas Dunia*. Paper presented at the Prosiding Seminar Nasional.
- Winarno, B. (2008). *Rumah iklan: upaya Matari menjadikan periklanan Indonesia tuan rumah di negeri sendiri*: Penerbit Buku Kompas.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of marketing*, 60(2), 31-46.