

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Alam Lumbini Berastagi

Yestiara Litna Br Barus¹⁾, Natalia E.T.Sihombing²⁾, Kepler Sinaga³⁾

^{1,2,3)} Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas HKBP Nommensen Medan,
Jl. Sutomo No.4-A, Gaharu, Kec. Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara, Indonesia 20235

Email Korespondensi: yestiara.litna@student.uhn.ac.id

Email: natalia.sihombing@uhn.ac.id

Email: sinaga.kepler63@gmail.com

Abstract: *This quantitative study aims to analyze the influence of service quality (X_1) and facilities (X_2) on tourist satisfaction (Y) at Lumbini Nature Park, Berastagi. Using a sample of 96 respondents (Lemeshow formula), the data were analyzed through multiple linear regression with SPSS 27 software. The results of the partial test showed that service quality ($t_{count} = 2.992$) and facilities ($t_{count} = 5.966$) had a positive and significant effect on tourist satisfaction. Simultaneously (F test), both variables had a significant effect ($F_{count} = 21.466$; sig. 0.000). The coefficient of determination (R^2) value of 30.1% indicates the contribution of the independent variable, while the rest is influenced by other factors. This study concludes that facility maintenance is the most dominant factor; so managers are advised to prioritize this aspect to maintain the sustainability of religious and natural destinations in Karo Regency.*

Keywords: *Service Quality, Facilities, Tourist Satisfaction, Tourist Destinations*

Abstrak: Penelitian kuantitatif ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan fasilitas (X_2) terhadap kepuasan wisatawan (Y) di Taman Alam Lumbini, Berastagi. Menggunakan sampel 96 responden (rumus Lemeshow), data dianalisis melalui regresi linear berganda dengan perangkat lunak SPSS 27. Hasil uji parsial menunjukkan kualitas pelayanan ($t_{hitung}=2,992$) dan fasilitas ($t_{hitung}=5,966$) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Secara simultan (uji F), kedua variabel berpengaruh signifikan ($F_{hitung}=21,466$; sig. 0,000). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 30,1% menunjukkan kontribusi variabel independen, sementara sisanya dipengaruhi faktor lain. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemeliharaan fasilitas merupakan faktor paling dominan, sehingga pengelola disarankan memprioritaskan aspek tersebut untuk menjaga keberlanjutan destinasi religi dan alam di Kabupaten Karo.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Wisatawan, Destinasi Wisata

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan sektor strategis yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional dan daerah melalui peningkatan pendapatan masyarakat serta pembukaan lapangan kerja. Indonesia memiliki keunggulan komparatif berupa keindahan alam dan kekayaan budaya, sehingga destinasi wisata lokal dituntut untuk terus meningkatkan kualitas guna mempertahankan daya saing di tengah persaingan global. Kepuasan wisatawan menjadi indikator utama keberhasilan suatu destinasi, yang secara empiris sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang

responsif serta kelengkapan fasilitas yang memadai.

Provinsi Sumatera Utara memiliki potensi besar di Kabupaten Karo, khususnya kawasan Berastagi yang mencatat lonjakan kunjungan wisatawan secara konsisten setiap tahunnya. Berdasarkan data Dinas Pariwisata Kabupaten Karo, jumlah wisatawan meningkat pesat dari 262.250 orang pada 2021 menjadi 1.607.528 orang hingga Agustus 2025. Peningkatan ini didukung oleh keberadaan berbagai destinasi unggulan, mulai dari wisata alam, buatan, hingga budaya yang memenuhi beragam preferensi pengunjung.

Taman Alam Lumbini hadir sebagai alternatif wisata alam dan religi di Berastagi yang menawarkan keunikan arsitektur pagoda raksasa setinggi 46 meter. Ketertarikan wisatawan didorong oleh udara sejuk pegunungan, nilai spiritualitas, aksesibilitas yang mudah dari Kota Medan, serta fasilitas yang beragam seperti area meditasi, taman bunga, dan spot foto. Kombinasi aspek-aspek ini menjadikan Taman Alam Lumbini mampu mengakomodasi kebutuhan rekreasi sekaligus kebutuhan spiritual pengunjung.

Meskipun data pasti jumlah pengunjung tidak tersedia karena sistem tanpa tiket masuk, observasi lapangan menunjukkan peningkatan intensitas kunjungan terutama pada akhir pekan dan hari libur. Dalam menghadapi persaingan dengan objek wisata lain di Berastagi, pemahaman terhadap kepuasan wisatawan menjadi krusial bagi keberlanjutan destinasi. Kualitas pelayanan dan fasilitas yang dirasakan mulai dari pintu masuk hingga keluar akan sangat menentukan loyalitas serta intensi kunjungan ulang wisatawan.

Penelitian terdahulu, seperti oleh Hidayat et al., (2024), menegaskan bahwa fasilitas fisik dan pelayanan karyawan yang responsif merupakan determinan penting dalam membentuk kepuasan pengunjung. Namun, masih terdapat keterbatasan kajian spesifik mengenai wisata alam-religi di Sumatera Utara, terutama pada destinasi yang sedang berkembang seperti Taman Alam Lumbini. Perbedaan karakteristik operasional ini memerlukan kajian mendalam untuk memahami dinamika kepuasan wisatawan secara lebih komprehensif.

Penelitian ini penting untuk menghasilkan model empiris mengenai hubungan kualitas pelayanan, fasilitas, dan kepuasan dalam konteks wisata religi di Indonesia. Secara praktis, hasilnya diharapkan menjadi masukan bagi pengelola untuk mengatasi inkonsistensi layanan dan keterbatasan fasilitas yang ditemukan di lapangan. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas

Terhadap Kepuasan Wisatawan di Taman Alam Lumbini Berastagi".

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di Taman Alam Lumbini Berastagi, serta mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan wisatawan di destinasi wisata tersebut. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan wisatawan di Taman Alam Lumbini Berastagi, sehingga dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan wisatawan serta menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas yang tersedia.

II. METODE PENELITIAN

A. Kualitas Pelayanan

Menurut Ananda & Jatra, (2019) bahwa kualitas layanan pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kotler & Keller, (2016) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan meliputi dimensi seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, yang secara keseluruhan berkontribusi terhadap pengalaman pelanggan yang positif. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai salah satu faktor kunci dalam mencapai kepuasan pelanggan, terutama di industri pariwisata yang sangat bergantung pada interaksi langsung antara penyedia layanan dan wisatawan dalam rangka memenuhi segala kebutuhan serta harapan konsumen.

Secara mendasar, kualitas pelayanan yang konsisten dapat menyelaraskan atau bahkan melampaui harapan yang telah ditetapkan oleh konsumen. Menurut Wulandari & Wahyuati, (2017) pelayanan yang berkualitas dapat meningkatkan loyalitas dan kepuasan wisatawan, sehingga menjadi elemen penting dalam strategi pemasaran destinasi wisata seperti taman hiburan. Ardistia, (2021)

mengemukakan bahwa elemen seperti empati dan keandalan pelayanan memainkan peran krusial dalam membentuk persepsi wisatawan.

karakteristik pelayanan jasa adalah ciri-ciri khusus yang membedakan jasa dari produk fisik dan memengaruhi cara jasa dipasarkan serta dikonsumsi. Terdapat beberapa karakteristik jasa yang dikemukakan oleh Kotler & Keller, (2016), antara lain: Tidak berwujud (intangibility), Tidak dapat di pisahkan (inseparability), Keberagaman (variability), Tidak tahan lama (perishability).

Tujuan kualitas pelayanan adalah menciptakan nilai superior dan keunggulan kompetitif melalui pencapaian kepuasan pelanggan, pembentukan loyalitas, peningkatan citra organisasi, serta penciptaan pengalaman berkesan yang meminimalkan kesenjangan antara harapan dan realitas layanan (Tjiptono & Chandra, 2016)

Manfaat kualitas pelayanan sangat beragam bagi konsumen maupun organisasi, mencakup peningkatan kepercayaan, mendorong pembelian kembali, menciptakan word-of-mouth positif, mengurangi sensitivitas harga, memperkuat posisi kompetitif, serta meningkatkan profitabilitas jangka panjang. Eviana, (2025) menegaskan bahwa manfaat kualitas pelayanan dalam sektor pariwisata Indonesia meliputi peningkatan kepuasan pengunjung, pembentukan citra destinasi positif, peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, dan terciptanya rekomendasi positif yang meningkatkan popularitas destinasi.

Karakteristik kualitas pelayanan jasa berfokus pada pelanggan dengan mengakui sifat layanan yang tidak berwujud, tidak terpisahkan, bervariasi, dan temporer, sehingga menghasilkan kepuasan transaksional dan loyalitas relasional jangka panjang (Tjiptono & Chandra, 2016). Pencapaian tujuan kualitas pelayanan menghasilkan manfaat strategis berupa loyalitas destinasi, keunggulan kompetitif berkelanjutan, kontribusi ekonomi lokal melalui efek pengganda

pariwisata, serta keberlanjutan destinasi di tengah persaingan global.

Kualitas Pelayanan merupakan keseluruhan kinerja faktor pelayanan yang dirasakan responden/nasabah. Menurut Kotler & Keller, (2016) terdapat 5 indikator dari Kualitas Pelayanan yaitu : Bukti Fisik (Tangibles), Keandalan (Reliability), Daya tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), Empati (Empathy).

B. Fasilitas

Menurut Widodo et al., (2022), Fasilitas merupakan segala sesuatu yang disediakan penyedia jasa untuk dipakai dan dinikmati konsumen guna memberikan kepuasan maksimal. Selain itu, bisa juga dijadikan pendorong untuk mengembangkan objek wisata.

Menurut Sudiarta & Suwintari, (2020), fasilitas berupa peralatan fisik yang disediakan penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Fasilitas merupakan bentuk fisik eksterior dan interior yang disediakan perusahaan bagi pengunjung untuk memberikan rasa aman dan nyaman.

Menurut Widodo et al., (2022), fasilitas atau sarana prasarana merupakan faktor pendukung tercapainya tujuan perusahaan sebagai pelayanan jasa kepada pengunjung. Fasilitas pariwisata berupa sarana maupun prasarana yang dibutuhkan wisatawan, meliputi fasilitas penginapan, keamanan, kebersihan, komunikasi, rekreasi yang memberikan kepuasan wisatawan. Keberadaan prasarana yang representatif dan memadai menunjang kelancaran pengalaman perjalanan wisatawan serta menciptakan kenyamanan dan kemampuan pengunjung mengapresiasi objek wisata secara optimal.

Fasilitas wisata merupakan komponen penting dalam sistem pariwisata, berfungsi untuk memfasilitasi kegiatan pengunjung di dalam tujuan. Tining et al., (2022), fasilitas wisata dapat secara sistematis dikategorikan menjadi tiga jenis utama berdasarkan atribut fungsionalnya, khususnya: Fasilitas Utama mencakup pilihan akomodasi seperti hotel dan penginapan, perusahaan makanan dan minuman dalam bentuk restoran dan tempat

makan, dan tempat hiburan yang terkait langsung dengan tempat wisata, Fasilitas Pendukung terdiri dari area parkir, layanan transportasi umum, toilet umum, tempat ibadah seperti mushola atau masjid, gerai ritel souvenir, tempat pembuangan sampah, stasiun petugas keamanan, pusat informasi wisata, pintu masuk, gazebo, dan pengaturan tempat duduk dan Fasilitas Pelengkap mencakup papan nama, tampilan informasi, dan berbagai fasilitas tambahan yang meningkatkan orientasi wisatawan.

Klasifikasi ini sejalan dengan Nuryadin & Sugiri, (2023) yang menekankan bahwa kecukupan ketiga kategori fasilitas sangat penting untuk menciptakan pengalaman wisata optimal. Fasilitas utama memenuhi kebutuhan mendasar wisatawan meliputi akomodasi, makan, dan hiburan; fasilitas pendukung menyediakan kenyamanan dan aksesibilitas; sedangkan fasilitas pelengkap berfungsi sebagai sumber informasi dan orientasi wisatawan.

Kehadiran fasilitas wisata yang memadai memiliki signifikansi strategis dalam meningkatkan kenyamanan dan kepuasan wisatawan. Nurmala et al., (2022) menyatakan bahwa fasilitas wisata berpengaruh besar pada kepuasan pengunjung, di mana kelengkapan dan kualitasnya merupakan penentu penting untuk kunjungan ulang.

Fasilitas mencakup sebuah layanan esensial yang disediakan oleh entitas destinasi pariwisata guna memfasilitasi atau menopang berbagai aktivitas wisatawan yang beroperasi dalam suatu kawasan objek wisata (Rahmadani et al., 2025). Apabila suatu destinasi pariwisata berhasil mengimplementasikan fasilitas yang memiliki kapasitas memadai, selaras dengan parameter standar pelayanan, dan efektif dalam meningkatkan kepuasan pengunjung, maka kondisi ini secara alami akan membangkitkan daya tarik bagi wisatawan untuk melakukan kunjungan berulang ke lokasi pariwisata yang bersangkutan. Pada penelitian ini, indikator yang digunakan menurut Marpaung, (2019) sebagai berikut: Kebersihan dan Kerapian Fasilitas yang Ditawarkan, Kelengkapan

Alat yang Digunakan, Fungsi dan Kondisi, Fisik Fasilitas yang Diberikan.

C. Kepuasan Wisatawan

Menurut Kotler & Keller, (2016), kepuasan merujuk pada respons emosional berupa perasaan senang atau kekecewaan yang dialami seseorang setelah mengevaluasi kinerja yang dipersepsikan dari suatu produk atau jasa, lalu membandingkan dengan harapan atau ekspektasi awal mereka.

Menurut Suhartini et al., (2023) Kepuasan pelanggan mewakili tingkat kegembiraan atau kepuasan yang diperoleh pelanggan dari pembelian atau interaksi mereka dengan layanan bisnis. Ini berfungsi sebagai ukuran penting bagi bisnis, karena pelanggan yang senang lebih cenderung mengunjungi kembali produk atau layanan dan menyebarkan berita tentang merek kepada orang lain. Perasaan yang diungkapkan oleh pelanggan setelah mengalami produk dapat berfungsi sebagai alat yang berharga untuk menilai kepuasan mereka. Aksesibilitas dan kualitas produk akan mengungkap kedalaman kegembiraan pelanggan. Menurut Sinega, (2022) Kunjungan wisatawan pastinya tidak terlepas dari adanya fasilitas dan kenyamanan wisata yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu tempat wisata.

Dalam konteks ini, kepuasan wisatawan tercapai apabila kinerja pelayanan dan fasilitas yang disediakan dapat memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi mereka. Sebaliknya, ketidakpuasan atau kekecewaan akan timbul jika kinerja yang dipersiapkan berada di bawah tingkat ekspektasi. Kepuasan yang tinggi tidak hanya mempertahankan tetapi juga menumbuhkan loyalitas jangka panjang.

Menurut Kotler & Keller, (2016) kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan dan ekspektasi sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian. Terdapat lima (5) faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan seorang konsumen yaitu: Kualitas jasa, Kualitas Produk, Harga, Biaya dan Emosional.

Ananda & Jatra, (2019) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Ananda & Jatra, (2019) kepuasan terdiri dari beberapa indikator yaitu: Kesesuaian Harapan Wisatawan, Minat Berkunjung Kembali, Kesiediaan Merekomendasikan.

D. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono, (2019) Penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang menekankan pada pengumpulan dan analisis data numerik dengan tujuan untuk menguji hipotesis atau hubungan antara variabel-variabel tertentu. Pendekatan ini sering digunakan untuk mengukur fenomena yang dapat dijelaskan dengan angka dan statistik. Penelitian kuantitatif lebih berfokus pada pengujian teori yang sudah ada, untuk mengidentifikasi hubungan sebab-akibat, serta menguji generalisasi temuan ke populasi yang lebih luas.

E. Lokasi dan Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini dilaksanakan di objek wisata Taman Alam Lumbini Berastagi, Kabupaten Karo, Sumatera Utara. Sedangkan waktu penelitian adalah periode atau waktu yang akan digunakan oleh peneliti untuk meneliti. Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Desember 2025 sampai Januari 2026

F. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono, (2019) Populasi dalam konteks penelitian didefinisikan sebagai wilayah generalisasi yang mencakup keseluruhan subjek atau objek. Objek ini memiliki kualitas dan karakteristik spesifik yang telah ditentukan secara cermat oleh peneliti. Penetapan ini bertujuan agar peneliti dapat mempelajari dan menganalisisnya secara mendalam, yang pada akhirnya akan menjadi dasar untuk menarik kesimpulan penelitian yang valid.

Pemahaman akan populasi yang tepat sangatlah penting karena menjadi dasar utama dalam penentuan sampel serta proses

generalisasi hasil penelitian yang akan dilakukan. Dalam penelitian ini yang akan menjadi populasi yaitu wisatawan yang sedang dan sudah pernah mengunjungi objek wisata Taman Alam Lumbini Berastagi. Berdasarkan observasi awal, jumlah pengunjung Taman Alam Lumbini Berastagi tidak dapat diketahui secara pasti karena pengelola tidak memiliki sistem pencatatan pengunjung yang terstruktur. Oleh karena itu, populasi dalam penelitian ini bersifat tidak terbatas (infinite population). Mengingat keterbatasan tersebut, peneliti akan menggunakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan jumlah responden yang mewakili bagi penelitian ini.

2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono, (2019) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Ketika berhadapan dengan populasi yang memiliki skala besar, atau tidak diketahui jumlahnya secara pasti, serta adanya keterbatasan signifikan seperti alokasi dana, sumber daya manusia, serta durasi waktu membatasi kemampuan peneliti untuk mengkaji keseluruhan elemen populasi, maka penggunaan teknik sampling menjadi sangat penting. Kriteria yang ditetapkan penulis untuk pemilihan sampel penelitian ini adalah mereka wisatawan yang pernah berkunjung dan yang sedang berada di lokasi Wisata Taman Alam Lumbini Berastagi

Mengingat jumlah populasi wisatawan Taman Alam Lumbini Berastagi tidak dapat diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow dengan total hasil perhitungan sebanyak 96 responden.

G. Jenis dan Teknik pengumpulan Data

Berdasarkan prosedur atau cara menghimpunnya, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh oleh peneliti secara langsung dari objek penelitian sebagai sumber data dalam penelitian. Data primer ini dapat diperoleh

melalui Kuesioner (angket) adalah ”teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab”.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah tersedia atau data yang telah diolah dari lembaga atau organisasi penyelidik sebelumnya. Data sekunder dapat diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung berupa buku, dokumen yang tersedia, catatan yang telah ada atau arsip baik yang dipublikasikan secara umum.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 1. Hasil Uji Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.714	2.341		4.577	.000
1 Kualitas Pelayanan	.187	.079	.206	2.367	.020
1 Fasilitas	.669	.120	.487	5.578	.000

Sumber: Olahan Peneliti SPSS ver 25, 2026

Berdasarkan tabel 1. di atas menunjukkan koefisien β merupakan bentuk sebuah persamaan regresi yang dapat dihasilkan sebagai berikut:

$$Y = 10,714 + 0,187X_1 + 0,669X_2 + e$$

Pada persamaan regresi tersebut dapat disimpulkan:

1. Nilai koefisien konstanta menunjukkan nilai sebesar 10.714 yang memiliki arti apabila variabel kualitas pelayanan dan fasilitas dianggap konstan, maka rata rata kepuasan wisatawan adalah sebesar 10.714
2. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_1) menunjukkan nilai sebesar 0,187 yang memiliki arti apabila terjadi peningkatan satu satuan pada variabel kualitas pelayanan dengan asumsi variabel lain konstan, maka kepuasan wisatawan akan naik sebesar 0,187 satuan atau 18,7%. Sebaliknya apabila terjadi penurunan satu satuan pada variabel kualitas pelayanan maka kepuasan wisatawan akan turun sebesar 0,187 satuan atau 18,7%.

3. Nilai koefisien regresi variabel fasilitas (X_2) menunjukkan nilai sebesar 0,669 yang memiliki arti apabila terjadi peningkatan satu satuan pada variabel fasilitas dengan asumsi variabel lain konstan, maka kepuasan wisatawan akan naik sebesar 0,669 satuan atau 66,9%. Sebaliknya apabila terjadi penurunan pada variabel fasilitas maka kepuasan wisatawan akan turun sebesar 0,669 satuan atau 66,9%.

B. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial

Tabel 2. Hasil Uji Parsial (Uji t) Variabel Kualitas Pelayanan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	20.316	1.823		11.146	.000
1 Kualitas Pelayanan	.267	.089	.295	2.992	.004

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Sumber: Olahan Peneliti SPSS ver 25, 2026

Hasil uji parsial (uji t) di atas maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan memiliki thitung 2,992 > t tabel 1,985 dengan sig 0,004 < 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Taman Alam Lumbini.

Tabel 3. Hasil Uji Parsial (Uji t) Variabel Fasilitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.637	2.036		6.697	.000
1 Fasilitas	.721	.121	.524	5.966	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Sumber: Olahan Peneliti SPSS ver 25, 2026

Berdasarkan tabel 3 hasil uji parsial (uji t) di atas maka dapat disimpulkan bahwa Fasilitas memiliki thitung 5,966 > t tabel 1,985 dengan sig 0,000 < 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Taman Alam Lumbini.

2. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4. Hasil Uji Simultan (Uji F)

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	151.903	2	75.951	21.466	.000 ^b
	Residual	329.056	93	3.538		
	Total	480.958	95			

Sumber: Olahan Peneliti SPSS ver 25, 2026

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) pada Tabel 4 di atas diperoleh nilai Fhitung sebesar 21.466 > Ftabel 3.09 dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas (Kualitas Pelayanan dan Fasilitas) secara simultan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Wisatawan.

F. Uji Koefisiensi Determinan (R²)

Koefisien determinasi adalah memperhitungkan pengaruh variasi variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R²) terdapat pada rentang nilai nol (0) sampai 1. Jika (R²) yang diperoleh mendekati 1 maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika R² semakin mendekati 0 maka semakin lemah model tersebut menerangkan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinan (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.562 ^a	.316	.301	1.881

Sumber: Olahan Peneliti SPSS ver 25, 2026

Berdasarkan hasil uji determinasi (R²) pada table di atas menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,301 yang mempunyai arti bahwa variabel dependen yaitu Kepuasan Wisatawan dapat dipengaruhi oleh variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan dan Fasilitas sebesar 30,1%. Sisanya sebesar 69,9% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian atau diluar dari variabel penelitian ini seperti citra destinasi, daya tarik wisata, harga,

aksesibilitas, keamanan, atau faktor eksternal lainnya.

G. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Wisatawan (Y)

Penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji regresi linier berganda variabel kualitas pelayanan (X1) menunjukkan nilai sebesar 0,187 yang memiliki arti apabila terjadi peningkatan satu satuan pada variabel kualitas pelayanan dengan asumsi variabel lain konstan, maka kepuasan wisatawan akan naik sebesar 0,187 satuan atau 18,7%. Sebaliknya apabila terjadi penurunan pada variabel kualitas pelayanan maka kepuasan wisatawan akan turun sebesar 0,187 satuan atau 18,7%.

Berdasarkan hasil uji t nilai kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan adalah thitung 2,992 > t tabel 1,985 serta taraf signifikansi 0,004 < 0,05. Hasil analisis serta pengujian hipotesis yang telah dilakukan membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan diterima. Temuan penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Satwika et al., (2023)), yang mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

2. Pengaruh Fasilitas (X2) Terhadap Kepuasan Wisatawan (Y)

Penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji regresi linier berganda variabel fasilitas (X2) menunjukkan nilai sebesar 0,669 yang memiliki arti apabila terjadi peningkatan satu satuan pada variabel fasilitas dengan asumsi variabel lain konstan, maka kepuasan wisatawan akan naik sebesar 0,669 satuan atau 66,9%. Sebaliknya apabila terjadi penurunan pada variabel fasilitas maka kepuasan wisatawan akan turun sebesar 0,669 satuan atau 66,9%.

Berdasarkan hasil uji t nilai Fasilitas terhadap kepuasan wisatawan adalah thitung 5,966 > t tabel 1,985 dengan taraf

signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil analisis serta pengujian hipotesis yang telah dibuktikan dalam hasil penelitian membuktikan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Temuan penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Setiyowati et al., (2024) menemukan bahwa fasilitas berperan penting dalam menciptakan kepuasan wisatawan serta menyatakan bahwa kelengkapan dan kualitas fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pengunjung destinasi wisata. Kelengkapan, pemeliharaan, dan aksesibilitas fasilitas menjadi penentu penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang memuaskan, sehingga investasi dalam peningkatan kualitas fasilitas merupakan strategi esensial untuk meningkatkan daya saing destinasi.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Fasilitas (X2) Secara Simultan Terhadap Kepuasan Wisatawan (Y)

Koefisien regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terbesar (0,187), dan fasilitas (0,669). Nilai koefisien regresi variabel fasilitas (0,669) yang lebih besar dibandingkan dengan variabel kualitas pelayanan (0,187) menunjukkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini mengindikasikan bahwa wisatawan sangat memperhatikan ketersediaan dan kualitas fasilitas yang disediakan oleh pengelola wisata.

Berdasarkan hasil uji simultan (Uji F), diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $21,466 > F_{tabel} 3,09$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas (Kualitas Pelayanan dan Fasilitas) secara simultan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan di Taman Alam Lumbini Berastagi.

Berdasarkan nilai R^2 diperoleh sebesar 0,301, Ini berarti bahwa variabel independen (Kualitas Pelayanan dan Fasilitas) mampu menjelaskan 30,1% variasi dari variabel dependen (Kepuasan Wisatawan). Sementara itu, 69,9% sisanya

dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian diluar dari variabel dalam penelitian ini, seperti citra destinasi, daya tarik wisata, harga, aksesibilitas, keamanan, atau faktor eksternal lainnya.

Hasil ini konsisten dengan penelitian oleh Hidayat et al., (2024) yang menyatakan bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh kuat terhadap kepuasan pengunjung. Pelayanan yang ramah dan fasilitas yang lengkap membuat pengunjung merasa nyaman, puas, dan ingin berkunjung kembali.

IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, diperoleh beberapa kesimpulan penting mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan di Taman Alam Lumbini. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 10,714, yang berarti apabila variabel kualitas pelayanan dan fasilitas dianggap konstan, maka tingkat dasar kepuasan wisatawan berada pada angka 10,714. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,187 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan wisatawan sebesar 0,187 satuan atau 18,7%, dengan asumsi variabel lain tetap. Sementara itu, koefisien regresi variabel fasilitas (X2) sebesar 0,669 menunjukkan bahwa peningkatan satu satuan fasilitas akan meningkatkan kepuasan wisatawan sebesar 0,669 satuan atau 66,9%, sehingga fasilitas menjadi variabel yang lebih dominan dalam memengaruhi kepuasan wisatawan. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki nilai $t_{hitung} 2,992 > t_{tabel} 1,985$ dengan signifikansi $0,004 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Variabel fasilitas juga terbukti berpengaruh signifikan dengan nilai $t_{hitung} 5,966 > t_{tabel} 1,985$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Selanjutnya, hasil uji simultan (uji F)

menunjukkan nilai Fhitung sebesar 21,466 > Ftabel 3,09 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,301 menunjukkan bahwa 30,1% variasi kepuasan wisatawan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan fasilitas, sedangkan 69,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Berdasarkan hasil tersebut, pengelola Taman Alam Lumbini disarankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan memprioritaskan perbaikan fasilitas guna meningkatkan kepuasan wisatawan. Wisatawan diharapkan turut menjaga fasilitas serta memberikan masukan yang konstruktif, sedangkan peneliti selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain agar penelitian lebih komprehensif.

DAFTAR RUJUKAN

- Ananda, I. P. S. N., & Jatra, I. M. (2019). *Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan*.
- Ardista, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Langit Membiru Wisata Bogor. *Jurnal Parameter*, 6(1), 38–49.
- Eviana, E. (2025). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Tiket Dan Fasilitas Umum Terhadap Tingkat Kepuasan Pengunjung Di Museum Benteng Vredeburg*.
- Hidayat, R. Al, Putra, M. B. E., & Pradipta, R. C. (2024). Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Taman Wisata Qween. *Jurnal Administrasi Bisnis Nusantara*, 3(1), 59–70.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga.
- Marpaung, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Keselamatan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan. *Mpu Procuratio*, 1(2), 144–155.
- Nurmala, N., Sullaida, S., & Damanhur, D. (2022). Pengaruh Fasilitas Wisata, Daya Tarik Wisata, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Pantai Ujong Blang Lhokseumawe. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 23(2), 73–78. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v23i2>
- Nuryadin, M. A., & Sugiri, A. (2023). Analisis ketersediaan fasilitas di objek wisata Pantai Nirwana Kota Baubau. *Jurnal Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Dan Kota)*, 12(4), 264–271.
- Rahmadani, S., Merdeka, H., Khaeriah, K., & Hayati, A. (2025). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Ekowisata Kranggan. *Wisatamuh (Journal Of Tourism)*, 4(1).
- Satwika, I. P., Anggreni, P., & Dewi, N. L. Y. T. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Sebagai Penentu Kepuasan Wisatawan Valka Bali Hotel. *Nusantara Hasana Journal*, 3(6), 1–9.
- Setiyowati, A., Purnomo, H., & Kurriwati, N. (2024). Pengaruh kualitas layanan dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan di destinasi wisata Gua Jeruk, Desa Kebonagung, Kabupaten Sumenep. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(2), 7853–7863.
- Sinega, F. M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Tamu Di Villa Camp David Wonolopo Semarang. *Nawasena: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 1(1), 69–76.
- Sudiarta, I. N., & Suwintari, I. G. A. E. (2020). Pengaruh Pelayanan Dan Fasilitas Homestay Cangu Terhadap Kepuasan Backpacker. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 11(1), 24–35.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Alfabeta.
- Suhartini, Haeril, Afiati, L., Awaluddin, Isradat, M., Mustafa, Latief, F., Mubyl, M., Kurnia, F., & Lazuardi, B. (2023). *Manajemen pemasaran perusahaan*. Lajagoe Pustaka.
- Taning, N. P., Masyhudi, L., Hulfa, I., Idrus, S., & Martayadi, U. (2022). Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Destinasi Wisata Alam Aik Nyet Desa Buwun Sejati. *Journal Of Responsible Tourism*, 2(2), 379–392.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality and Satisfaction*. Andi.
- Widodo, P. A. K. A., Sutanto, D. H., Yulianto, I., & Sani, F. E. A. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Coban Putri Kota Batu, Malang. *Jurnal Tesla: Perhotelan-Destinasi Wisata-Perjalanan Wisata*, 2(2), 44–52.
- Wulandari, V., & Wahyuati, A. (2017). Pengaruh fasilitas, pelayanan, dan harga terhadap kepuasan wisatawan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(3).

