

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan di Wisata Bukit Sekipan Tawangmangu

¹Agung Suardi Sakaletuk, ²Dokman Marulitua Situmorang

^{1,2}Institut Teknologi dan Bisnis Kristen Bukit Pengharapan, Jawa Tengah, Indonesia

*Korespondensi: swardisakel060803@gmail.com

Submit : 28 Mar 2026 | Diterima : 15 April 2026 | Terbit : 19 April 2026

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of service quality, price, and facilities on tourist satisfaction at Bukit Sekipan Tawangmangu Tourism. The sample size was 80 respondents. Data were collected through a five-point Likert-scale closed questionnaire that had undergone validity and reliability testing. Multiple linear regression analysis with the help of SPSS version 29 was used to test the partial and simultaneous effects at a significance level of 5%. The results showed that service quality had a positive and significant effect on tourist satisfaction. Price also had a positive and significant effect on tourist satisfaction and was proven to be the most dominant variable based on the Standardized Beta value of 0.467. Facilities had a positive and significant effect on tourist satisfaction. Simultaneously, service quality, price, and facilities had a positive and significant effect on tourist satisfaction, contributing 40.2% to the variation in tourist satisfaction. These findings imply that tourism managers need to improve service quality, ensure value for money, and develop facilities sustainably to increase tourist satisfaction. Further research is recommended to add other variables such as tourist attractions, destination image, and accessibility to a wider and more diverse population.

Keywords: Tourist Satisfaction, Service Quality, Price, Facilities, Sekipan Hill

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan di Wisata Bukit Sekipan Tawangmangu. Jumlah sampel sebanyak 80 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup berskala Likert lima poin yang telah melalui pengujian validitas dan reliabilitas. Analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 29 digunakan untuk menguji pengaruh parsial dan simultan pada tingkat signifikansi 5%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan dan terbukti menjadi variabel paling dominan berdasarkan nilai Standardized Beta sebesar 0,467. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Secara simultan, kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan dengan kontribusi sebesar 40,2% terhadap variasi kepuasan wisatawan. Temuan ini mengimplikasikan bahwa pengelola wisata perlu meningkatkan kualitas pelayanan, memastikan harga yang sepadan, dan mengembangkan fasilitas secara berkelanjutan guna meningkatkan kepuasan wisatawan. Penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk menambahkan variabel lain seperti daya tarik wisata, citra destinasi, dan aksesibilitas dengan populasi yang lebih luas dan beragam.

Kata Kunci: Kepuasan Wisatawan, Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas, Bukit Sekipan

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan salah satu industri dengan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, baik di tingkat global maupun nasional. Pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai sumber devisa negara, tetapi juga berperan dalam meningkatkan pendapatan daerah, menciptakan lapangan kerja, serta menggerakkan sektor-sektor ekonomi lainnya seperti transportasi, perhotelan, kuliner, dan industri kreatif. Pada periode Januari hingga April 2025, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia tercatat mencapai 4,33 juta kunjungan, meningkat sebesar 5,6% dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya. Sementara

itu, wisatawan nusantara menunjukkan peran yang lebih dominan dengan total 410,99 juta perjalanan dan pertumbuhan sebesar 10,65% (BPS, 2025). Kondisi ini mempertegas bahwa pemulihan sektor pariwisata Indonesia lebih banyak didorong oleh pergerakan wisatawan domestik.

Perubahan perilaku wisatawan menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi dinamika industri pariwisata. Wisatawan modern tidak lagi hanya berorientasi pada kunjungan semata, tetapi lebih menekankan pada pengalaman (*experience*) yang diperoleh selama berwisata. Mereka cenderung mencari destinasi yang tidak hanya menawarkan keindahan, tetapi juga memberikan kenyamanan, pelayanan yang baik, fasilitas yang memadai, serta nilai yang sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan suatu destinasi wisata tidak lagi hanya ditentukan oleh daya tarik fisik, tetapi juga oleh kualitas keseluruhan pengalaman yang dirasakan wisatawan. Pariwisata alam di Indonesia merupakan destinasi populer namun menghadapi sejumlah tantangan, seperti manajemen yang tidak memadai, layanan yang kurang memuaskan, kerusakan lingkungan, dan kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga alam (Panigoro et al., 2025).

Salah satu destinasi wisata yang berkembang pesat di Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah, adalah Wisata Bukit Sekipan yang terletak di Kecamatan Tawangmangu. Destinasi ini dikenal sebagai wisata keluarga yang menggabungkan unsur rekreasi, edukasi, dan hiburan dalam satu kawasan terpadu, dengan berbagai wahana menarik seperti miniatur landmark dunia, taman bermain, area outbound, serta fasilitas penginapan. Konsep wisata terpadu yang diusung, dipadukan dengan nuansa pegunungan yang sejuk dan panorama alam yang indah, menjadikan Bukit Sekipan memiliki daya tarik tersendiri di tengah persaingan antar destinasi di kawasan Tawangmangu. Namun, seiring meningkatnya minat dan jumlah kunjungan wisatawan, pengelola dihadapkan pada berbagai tantangan dalam menjaga kualitas pelayanan, menetapkan harga yang sesuai dengan persepsi nilai wisatawan, serta menyediakan fasilitas yang memadai dan terawat. Tantangan-tantangan tersebut secara langsung dapat memengaruhi tingkat kepuasan wisatawan yang berkunjung.

Kepuasan wisatawan merupakan salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu destinasi wisata. Kepuasan terbentuk dari perbandingan antara harapan wisatawan sebelum berkunjung dengan pengalaman yang mereka rasakan setelah menikmati layanan dan fasilitas yang tersedia. Kepuasan pengunjung merupakan kondisi emosional berupa perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara harapan dengan kinerja layanan yang diterima (Nurhalisa, 2025). Wisatawan yang merasa puas cenderung melakukan kunjungan ulang serta merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan secara berkelanjutan. Sebaliknya, ketidakpuasan wisatawan dapat menimbulkan dampak negatif berupa penurunan minat kunjungan dan penyebaran ulasan yang kurang baik.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan wisatawan. Kualitas pelayanan mencerminkan kemampuan pengelola dalam memberikan layanan yang sesuai dengan harapan wisatawan, baik dari segi keramahan petugas, kecepatan pelayanan, kejelasan informasi, maupun kemampuan dalam menangani keluhan. Kualitas pelayanan merupakan upaya memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan melalui layanan yang optimal (Nurhalisa, 2025). Pelayanan yang berkualitas akan memberikan kesan positif dan meningkatkan kenyamanan wisatawan selama berkunjung, sehingga berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan. Sebaliknya, pelayanan yang kurang baik dapat menimbulkan ketidaknyamanan dan menurunkan persepsi wisatawan terhadap destinasi.

Selain kualitas pelayanan, faktor harga juga memiliki peran penting dalam memengaruhi kepuasan wisatawan. Dalam konteks pariwisata, harga tidak hanya mencakup tiket masuk, tetapi juga biaya penggunaan wahana, makanan, serta fasilitas pendukung lainnya. Harga merupakan sejumlah uang yang dibayarkan konsumen sebagai imbalan atas produk atau jasa (Nurhalisa, 2025). Persepsi wisatawan terhadap harga sangat bergantung pada kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan dengan manfaat yang diperoleh. Apabila wisatawan merasa harga yang dibayarkan sebanding dengan pengalaman yang didapatkan, tingkat kepuasan akan meningkat. Sebaliknya, harga yang dianggap terlalu tinggi tanpa diimbangi kualitas yang memadai dapat menimbulkan ketidakpuasan. Penelitian (Sabatini, 2023) membuktikan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan, sedangkan (Nurhalisa, 2025) menemukan hasil sebaliknya bahwa harga tidak berpengaruh signifikan, sehingga perlu dikaji lebih lanjut.

Fasilitas merupakan faktor lain yang tidak kalah penting dalam memengaruhi kepuasan wisatawan. Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus tersedia sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen (Nizam & Heriyanto, 2025). Fasilitas yang lengkap, bersih, dan terawat seperti tempat parkir, toilet, tempat ibadah, area istirahat, wahana permainan, serta spot foto yang menarik dapat memberikan pengalaman yang lebih menyenangkan bagi wisatawan. Sebaliknya, fasilitas yang tidak memadai atau kurang terawat dapat menjadi sumber ketidakpuasan dan menurunkan minat wisatawan untuk berkunjung kembali. Penelitian (Rohima, 2025) mengonfirmasi bahwa fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan, dengan kontribusi kedua variabel mencapai 70,5%.

Meskipun telah banyak penelitian yang membahas pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan, masih terdapat beberapa celah penelitian yang perlu dikaji. Penelitian (Rohima, 2025) hanya menggunakan variabel kualitas pelayanan dan fasilitas tanpa mengikutsertakan harga, sementara (Sabatini, 2023) dan (Nurhalisa, 2025) menunjukkan hasil yang tidak konsisten terhadap pengaruh harga. Selain itu, belum banyak penelitian yang secara khusus mengkaji objek wisata Bukit Sekipan Tawangmangu sebagai lokasi penelitian, sehingga diperlukan kajian yang lebih mendalam untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan wisatawan di destinasi tersebut. Perbedaan hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengaruh masing-masing variabel tidak selalu konsisten, tergantung pada karakteristik objek wisata dan kondisi wisatawan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan di Wisata Bukit Sekipan Tawangmangu. Seluruh wisatawan yang pernah atau sedang berkunjung ke destinasi tersebut merupakan populasi penelitian, yang diklasifikasikan sebagai populasi tidak terbatas (*infinite population*) karena jumlah kunjungan bersifat fluktuatif dan tidak dapat diketahui secara pasti. Teknik accidental sampling digunakan dalam pengambilan sampel, di mana wisatawan yang secara kebetulan ditemui di lokasi dan memenuhi kriteria penelitian dipilih sebagai responden. Mengacu pada pedoman (Hair et al., 2021) dengan perhitungan 16 indikator $\times 5$, ditetapkan jumlah sampel sebanyak 80 responden. Kuesioner tertutup berskala Likert lima poin yang telah melalui pengujian validitas dan reliabilitas digunakan untuk mengumpulkan data primer. Regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 29 digunakan untuk memeriksa pengaruh parsial dan simultan variabel kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan pada tingkat signifikansi 5%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

100 mahasiswa Institut Kristen Bukit Pengharapan berpartisipasi dalam penelitian ini. Dari segi gender, 51,2% responden adalah perempuan dan 48,8% adalah laki-laki. Kelompok usia terbesar adalah 26–35 tahun (46,3%), diikuti oleh 17–25 tahun (20%), di atas 35 tahun (15%), dan di bawah 17 tahun (18,8%). Berdasarkan jenis pekerjaan, responden dengan jenis pekerjaan lainnya (40%), karyawan (28,7%), siswa/mahasiswa (16,3%), dan wirausaha (15%). Komposisi ini menunjukkan bahwa seluruh responden memiliki pengalaman langsung berkunjung ke Wisata Bukit Sekipan dan dinilai representatif untuk dianalisis lebih lanjut.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan setiap butir pernyataan mampu mengukur konstruk yang dituju secara tepat. Pada tingkat signifikansi 0,05 dengan $df = N - 2 = 78$, nilai r tabel yang diperoleh adalah 0,220. Merujuk pada Tabel 1 berikut ini, seluruh nilai r hitung dari setiap indikator pada keempat variabel lebih besar dari r tabel (0,220) dengan nilai signifikansi $< 0,001$. Nilai r hitung variabel Kualitas Pelayanan (X_1) berkisar antara 0,756 hingga 0,855, variabel Harga (X_2) berkisar antara 0,770 hingga 0,871, variabel Fasilitas (X_3) berkisar antara 0,708 hingga 0,831, dan variabel Kepuasan Wisatawan (Y) berkisar antara 0,800 hingga 0,841. Oleh karena itu, seluruh 16 butir pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Ket.
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,756	0,220	Valid
	X1.2	0,802	0,220	Valid
	X1.3	0,801	0,220	Valid
	X1.4	0,812	0,220	Valid
	X1.5	0,855	0,220	Valid
Harga (X2)	X2.1	0,871	0,220	Valid
	X2.2	0,770	0,220	Valid
	X2.3	0,834	0,220	Valid
	X2.4	0,798	0,220	Valid
Fasilitas (X3)	X3.1	0,708	0,220	Valid
	X3.2	0,831	0,220	Valid
	X3.3	0,722	0,220	Valid
	X3.4	0,709	0,220	Valid
Kepuasan Wisatawan (Y)	Y.1	0,841	0,220	Valid
	Y.2	0,802	0,220	Valid
	Y.3	0,800	0,220	Valid

Sumber: Data SPSS yang diolah, 2026

Uji Reliabilitas

Berdasarkan Tabel 2, seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,60. Variabel Kualitas Pelayanan (X1) memperoleh nilai tertinggi sebesar 0,863, diikuti Harga (X2) sebesar 0,837, Kepuasan Wisatawan (Y) sebesar 0,746, dan Fasilitas (X3) sebesar 0,729. Dengan demikian, seluruh instrumen dinyatakan reliabel dan konsisten untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

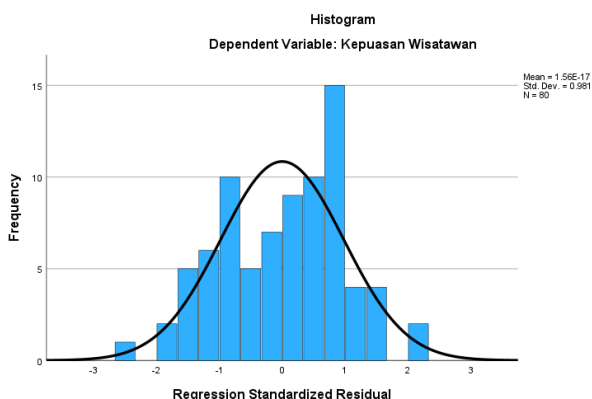
Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Ket.
Kualitas Pelayanan (X1)	0,863	Reliabel
Harga (X2)	0,837	Reliabel
Fasilitas (X3)	0,729	Reliabel
Kepuasan Wisatawan (Y)	0,746	Reliabel

Sumber: Data SPSS yang diolah, 2026

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Sumber: Data SPSS yang diolah, 2026

Gambar 1. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan histogram, terlihat bahwa distribusi residual membentuk pola menyerupai kurva normal (*bell-shaped*) dan menyebar secara simetris di sekitar nilai nol. Hal ini juga didukung oleh nilai mean yang mendekati nol dan standar deviasi yang mendekati satu. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal sehingga asumsi normalitas dalam model regresi terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

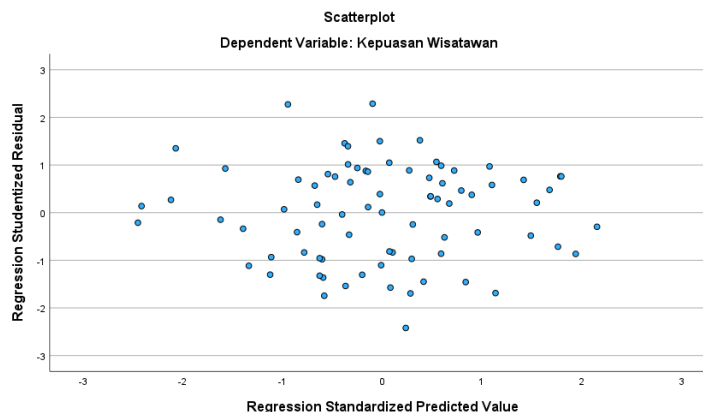
Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Model		Sig.	Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.309		
	Kualitas Pelayanan	<,001	.981	1.019
	Harga	<,001	.980	1.021
	Fasilitas	<,001	.995	1.005

Sumber: Data SPSS yang diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, diperoleh nilai Tolerance untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,981, Harga sebesar 0,980, dan Fasilitas sebesar 0,995, yang semuanya lebih besar dari 0,10. Nilai VIF masing-masing variabel juga menunjukkan angka di bawah 10, yaitu 1,019; 1,021; dan 1,005. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi, sehingga model layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data SPSS yang diolah, 2026

Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan scatterplot, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah garis nol serta tidak membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi, sehingga dapat disimpulkan bahwa model memenuhi asumsi homoskedastisitas.

Uji t (Parsial)

Tabel 4. Hasil Uji t

Model	B	t hitung	Sig.	Ket.
(Konstanta)	-1,565	-1,024	0,309	—
Kualitas Pelayanan (X1)	0,210	3,810	< 0,001	Signifikan
Harga (X2)	0,342	5,206	< 0,001	Signifikan
Fasilitas (X3)	0,289	3,869	< 0,001	Signifikan

Sumber: Data SPSS yang diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4, variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 3,810 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H1 diterima. Variabel Harga (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 5,206 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H2 diterima. Variabel Fasilitas (X3) memiliki nilai t hitung sebesar 3,869 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H3 diterima. Ketiga variabel independen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Wisata Bukit Sekipan Tawangmangu.

Uji F (Simultan)

Tabel 5. Hasil Uji F

Model	F hitung	Sig.	Ket.
Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas → Kepuasan Wisatawan	17,033	< 0,001	Signifikan

Sumber: Data SPSS yang diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 5, nilai F hitung sebesar 17,033 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Wisata Bukit Sekipan Tawangmangu, sehingga H4 diterima.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 6. Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.565	1.529		-1.024	.309
	Kualitas Pelayanan	.210	.055	.341	3.810	<,001
	Harga	.342	.066	.467	5.206	<,001
	Fasilitas	.289	.075	.344	3.869	<,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Sumber: Data SPSS yang diolah, 2026

Persamaan regresi linier berganda yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = -1,565 + 0,210 X_1 + 0,342 X_2 + 0,289 X_3$$

Nilai konstanta pada persamaan regresi adalah -1,565, yang berarti nilai tetap Kepuasan Wisatawan ketika variabel independen dianggap konstan. Koefisien regresi Kualitas Pelayanan

sebesar 0,210 menunjukkan hubungan positif terhadap Kepuasan Wisatawan. Koefisien regresi Harga sebesar 0,342 menunjukkan hubungan positif terhadap Kepuasan Wisatawan. Koefisien regresi Fasilitas sebesar 0,289 juga menunjukkan hubungan positif terhadap Kepuasan Wisatawan. Seluruh variabel memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05, sehingga berpengaruh signifikan. Variabel yang paling dominan adalah Harga dengan nilai beta terbesar yaitu 0,467..

Koefisien Determinasi (R^2)

**Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.634 ^a	.402	.378	2.76257

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber: Data SPSS yang diolah, 2026

Nilai R Square sebesar 0,402 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas secara bersama-sama menyumbang 40,2% dari variasi kepuasan wisatawan, sedangkan 59,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,378 yang relatif mendekati R Square mengindikasikan bahwa model telah efisien dan tidak mengalami overfitting.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan

Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Wisata Bukit Sekipan Tawangmangu, dengan nilai t hitung sebesar 3,810 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan. Dalam konteks wisata terbuka seperti Bukit Sekipan, kualitas pelayanan tercermin melalui keramahan dan kesigapan petugas, kejelasan informasi, serta kemampuan dalam menangani keluhan pengunjung. Ketika wisatawan mendapatkan pelayanan yang responsif dan dapat diandalkan, kesan positif terbentuk dan berdampak langsung pada kepuasan. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Rohima, 2025) yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan, serta (Panigoro et al., 2025) yang menegaskan bahwa kualitas pelayanan petugas merupakan variabel penting dalam menentukan kepuasan wisatawan pada destinasi wisata.

2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Wisatawan

Hasil uji t menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Wisata Bukit Sekipan Tawangmangu, dengan nilai t hitung sebesar 5,206 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Harga bahkan terbukti menjadi variabel dengan pengaruh paling dominan berdasarkan nilai Standardized Beta sebesar 0,467. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi wisatawan terhadap kewajaran harga mencakup keterjangkauan tiket masuk, biaya wahana, dan fasilitas pendukung menjadi pertimbangan utama dalam membentuk kepuasan. Apabila wisatawan merasa harga yang mereka bayarkan sebanding atau bahkan lebih rendah dari manfaat dan pengalaman yang diperoleh, maka tingkat kepuasan akan meningkat secara signifikan. Temuan ini konsisten dengan penelitian (Sabatini, 2023) yang juga membuktikan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan, serta (Bangkulu et al., 2024) yang menyatakan bahwa harga berkontribusi paling besar dibandingkan variabel lainnya. Hasil ini berbeda dengan temuan (Nurhalisa, 2025) dan (Setiawan et al., 2025) yang menemukan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan, perbedaan tersebut kemungkinan disebabkan oleh perbedaan karakteristik responden, jenis objek wisata, maupun kondisi geografis yang berbeda.

3. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan

Hasil uji t menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Wisata Bukit Sekipan Tawangmangu, dengan nilai t hitung sebesar 3,869 dan

signifikansi $0,000 < 0,05$. Temuan ini mengindikasikan bahwa ketersediaan dan kualitas sarana prasarana seperti area parkir, toilet, wahana permainan, tempat istirahat, dan spot foto berkontribusi secara nyata terhadap kenyamanan dan kepuasan wisatawan selama berkunjung. Fasilitas yang lengkap, bersih, dan terawat memberikan pengalaman yang lebih menyenangkan sehingga harapan wisatawan dapat terpenuhi bahkan terlampaui. Hasil ini mendukung penelitian (Rohima, 2025) yang membuktikan bahwa fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan dengan kontribusi koefisien determinasi sebesar 70,5%, serta (Panigoro et al., 2025) yang mengonfirmasi bahwa fasilitas memiliki pengaruh besar dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata.

4. Pengaruh Simultan Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan

Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 17,033 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Wisata Bukit Sekipan Tawangmangu. Ketiga variabel ini saling melengkapi dalam membentuk pengalaman wisata yang menyeluruh: kualitas pelayanan menyediakan interaksi yang menyenangkan, harga menciptakan persepsi nilai yang positif, dan fasilitas memastikan kenyamanan fisik selama kunjungan. Nilai R Square sebesar 0,402 menunjukkan kontribusi ketiganya sebesar 40,2% terhadap variasi kepuasan wisatawan. Nilai ini mengindikasikan masih terdapat faktor-faktor lain sebesar 59,8% yang juga memengaruhi kepuasan wisatawan namun belum dimasukkan dalam model, seperti daya tarik wisata, citra destinasi, dan aksesibilitas. Temuan ini sejalan dengan (Sabatini, 2023) dan (Rohima, 2025) yang mengonfirmasi signifikansi pengaruh simultan faktor-faktor tersebut terhadap kepuasan wisatawan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Wisata Bukit Sekipan Tawangmangu, yang ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 3,810 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan dengan nilai t hitung sebesar 5,206 dan signifikansi $0,000 < 0,05$, bahkan terbukti menjadi variabel dengan pengaruh paling dominan berdasarkan nilai Standardized Beta sebesar 0,467. Selain itu, fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan dengan nilai t hitung sebesar 3,869 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan, kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Wisata Bukit Sekipan Tawangmangu, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai F hitung sebesar 17,033 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Ketiga variabel tersebut secara bersama-sama menjelaskan 40,2% variasi kepuasan wisatawan, sedangkan 59,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Berdasarkan temuan tersebut, pengelola Wisata Bukit Sekipan disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan melalui pelatihan bagi petugas agar lebih ramah, responsif, dan sigap dalam melayani serta menangani keluhan wisatawan. Terkait harga, pengelola perlu memastikan bahwa harga yang ditetapkan senantiasa sepadan dengan kualitas dan manfaat yang diterima wisatawan, mengingat harga terbukti menjadi faktor paling dominan dalam membentuk kepuasan. Pengelola juga disarankan untuk secara berkelanjutan merawat, memperbaiki, dan melengkapi fasilitas yang tersedia seperti area parkir, toilet, wahana, dan spot foto sehingga pengalaman wisatawan selama berkunjung semakin nyaman dan memuaskan. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas jangkauan responden tidak hanya dari satu destinasi wisata, serta mempertimbangkan penambahan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan wisatawan, seperti daya tarik wisata, citra destinasi, aksesibilitas, dan pengalaman wisata (tourist experience), agar hasil yang diperoleh lebih komprehensif dan dapat digeneralisasikan secara lebih luas..

REFERENSI

Asep Slamet Riyadi, Effed Darta Hadi, M. R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Offline) dan Kualitas Digitalisasi Layanan (Online) Terhadap Kepuasan Peserta Pada PT Taspen (Persero). *Student Journal OfBusiness and Management*, 6(2), 87–97. <https://doi.org/10.33369/sjbm.v6i2.33193>

- BPS Provinsi Jawa Tengah. (2025). *Perkembangan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah Agustus 2025*. <https://jateng.bps.go.id/id/pressrelease/2025/09/01/1593/perjalanan-wisatawan-nusantara--wisnus--tujuan-jawa-tengah-mencapai-89-21-juta-perjalanan-pada-januari-juli-2025-dan-turun-0-39-persen-dibandingkan-kumulatif-periode-yang-sama-pada-tahun-2024.html>
- Gloriano, J. N. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Servqual: Studi Kasus di Perpustakaan Unesa. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 10(3), 233–245. <https://doi.org/10.26740/jpap.v10n3.p233-245>
- Heronimus Tri Panigoro ... Askiyanto, M. (2025). Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan Petugas Dan Daya Tarik Obyek Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Wisata Pendakian. *Journal of Indonesian Economic Research*, 3(1), 40–51. <https://doi.org/10.61105/jier.v3i1.178>
- Inda Bangkulu, Nasriah, H. (2024). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan (Studi Kasus Pada Objek Wisata Buntu Burake) Kabupaten Tana Toraja. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(2), 60–69. <https://jurnal.stim-lpi.ac.id/index.php/jkomers/article/view/311>
- Joseph F. Hair Jr, G. Tomas M. Hult, Christian M. Ringle, Marko Sarstedt, Nicholas P. Danks, S. R. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS_SEM) Using R. In *ResearchGate* (Issue July). <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Muhammad Syahrul Nizam, M. H. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Boombara Waterpark Pekanbaru. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(3), 115–124. <https://doi.org/10.56127/jukim.v2i01.455>
- Nurhalisa. (2025). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Objek Wisata Pantai Al Fath Stira Paradise Kabupaten Pinrang* [Institut Agama Islam Negeri Parepare]. <https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/12079/>
- Rohima, D. A. N. (2025). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Berwisata Di Kampoeng Wisata Tabek Indah* [Universitas Lampung]. <https://digilib.unila.ac.id/91800/>
- Sabatini, I. F. (2023). *Pengaruh Harga Dan Fasilitas Pantai Terhadap Kepuasan Wisatawan Pantai Gumuk Kantong Kabupaten Banyuwangi* [Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember]. <https://digilib.uinkhas.ac.id/31615/>
- Setiawan, H. ... Wahyuni, R. S. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Perintis Perkasa Cabang Flamboyan Medan. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 15(1), 84–98. <https://doi.org/10.55601/jwem.v15i1.1649>