PENGARUH PENGALAMAN PENGUNJUNG DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG WISATA ALAM BUKIT MAMAKE DI KABUPATEN KOTABARU

The Influence of Visitor Experience and Service Quality on Visitor Satisfaction at the Mamake Hill Nature Tourism in Kotabaru Regency

Siti Maisyaroh, Muhammad Naparin*, dan Rina Muhayah Noor Pitri
Program Studi Kehutanan
Fakultas Kehutanan Universitas Lambung Mangkurat

ABSTRACT. *Mamake Hill Nature Tourism is a popular tourist destination with charming views. Every year, Mamake Hill continues to develop as an attractive tourist spot. Known as a paragliding sports location and natural destination. Even though it has many advantages, the Mamake Hill Nature Tourism still has disadvantages, especially related to visitor experience and service quality, which have an impact on visitor satisfaction. This research aims to evaluate visitor satisfaction and provide useful information for tourism managers and researchers. The aim of this research is to analyze the influence of visitor experience on visitor satisfaction at the Bukit Mamake Nature Tourism and the influence of service quality on visitor satisfaction at the Mamake Hill Nature Tourism. This research was carried out at the Mamake Hill Nature Tourism, Sarang Tiung Village, Pulau Laut Sigam District, Kotabaru Regency, South Kalimantan Province. This research method uses a quantitative method by distributing questionnaires to respondents as research samples using a respondent determination technique, namely accidential sampling, and an analysis method, namely using the Smart-PLS 3 application. The results of this research show that there is a significant influence between visitor experience and visitor satisfaction. , and there is a significant influence between service quality and visitor satisfaction.*

Keywords. *Visitor experience; Service quality; Visitor satisfaction.*

ABSTRAK. Wisata Alam Bukit Mamake adalah salah satu destinasi wisata yang populer dengan pemandangan yang menawan. Setiap tahun, Bukit Mamake terus berkembang sebagai tempat wisata yang menarik. Dikenal sebagai lokasi olahraga paralayang dan destinasi alam. Meskipun memiliki banyak kelebihan, wisata Alam Bukit Mamake masih memiliki kekurangan, terutama terkait dengan pengalaman pengunjung dan kualitas layanan, yang berdampak pada kepuasan pengunjung. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kepuasan pengunjung dan memberikan informasi yang bermanfaat bagi pengelola wisata dan peneliti. Tujuan penelitian ini adalah menganalisi pengaruh pengalaman pengunjung terhadap kepuasan pengunjung di Wisata Alam Bukit Mamake dan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengunjung di Wisata Alam Bukit Mamake. penelitian ini dilaksanakan di Wisata Alam Bukit Mamake, Desa Sarang Tiung, Kecamatan Pulau Laut Sigam, Kabupaten Kotabaru, Provinsi Kalimantan Selatan. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan cara menyebarkan kuisioner kepada responden sebagai sampel penelitian dengan menggunakan teknik penentuan responden yaitu *accidential sampling*, dan metode analisis yaitu menggunakan aplikasi Smart-PLS 3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengalaman pengunjung terhadap kepuasan pengunjung, dan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan tehadap kepuasan pengunjung.

Kata Kunci. Pengalaman pengunjung; Kualitas layanan; Kepuasan pengunjung.

Penulis untuk korespondensi, surel: Muhammad.naparin@ulm.ac.id

PENDAHULUAN

Hutan memiliki keterkaitan dengan pariwisata dengan dijadikannya ekowisata yang membuat daya tarik wisatawan untuk berkunjung (Septyanti *et al.,* 2018). Wisata alam memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengalaman berkunjung, kualitas layanan, dan kepuasan pengunjung. Ketika seseorang mengunjungi destinasi wisata alam, mereka memiliki harapan untuk menikmati keindahan alam, dan merasakan kedamaian yang ditawarkan oleh lingkungan alam. Inti keberhasilan industri pariwisata adalah ketika destinasi wisata mampu memberikan

kepuasan kepada pengunjungnya dengan kualitas layanannya. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan wisatawan, yang diperoleh dari perbandingan pelayanan yang diterima dengan nilai kualitas yang sebelumnya diharapkan.

Pengalaman pengunjung dikonseptualkan dalam empat kategori pengalaman yaitu kerangka 4E: *aesthetic*, *education*, *entertainment* dan *escape* (Liu *et al*., 2023). Pengalaman pengunjung dapat didefinisikan yaitu hasil interaksi antara individu dengan suatu objek wisata yang dapat berupa perasaan, pengetahuan atau emosi yang diperoleh saat mengunjungi suatu wisata, dan hal tersebut akan meninggalkan kenangan bagi pengunjung. Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang berkaitan dengan pemenuhan harapan atau kebutuhan wisatawan, dimana dikatakan pelayanan berkualitas apabila dapat memberikan produk dan jasa sesuai dengan kebutuhan dan harapan wisatawan (Wicaksana & Suryono, 2019). Menurut Tjiptono (2016) ada lima dimensi kualitas pelayanan yang digunakan konsumen untuk menilai kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*). Kepuasan wisatawan juga dapat didefinisikan sebagai kesamaan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan oleh wisatawan setelah mengunjungi obyek wisata (Riadi *et al.,* 2023).

Wisata Alam Bukit Mamake adalah salah satu destinasi wisata yang populer dengan pemandangan yang menawan. Setiap tahun, Bukit Mamake terus berkembang sebagai tempat wisata yang menarik. Dikenal sebagai lokasi olahraga paralayang dan destinasi alam, Bukit Mamake juga menawarkan pengalaman menikmati matahari terbenam (sunset) dan matahari terbit (sunrise), serta fasilitas berkemah untuk bermalam. Fasilitas yang tersedia di lokasi ini mencakup gazebo, mushola, jembatan pandang, kantin, area parkir, tempat sampah, dan toilet. Meskipun memiliki banyak kelebihan, wisata Alam Bukit Mamake masih memiliki kekurangan, terutama terkait dengan pengalaman pengunjung dan kualitas layanan, yang berdampak pada kepuasan pengunjung. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kepuasan pengunjung dan memberikan informasi yang bermanfaat bagi pengelola wisata dan peneliti.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Wisata Alam Bukit Mamake, yang terletak di Desa Sarang Tiung, Kecamatan Pulau Laut Sigam, Kabupaten Kotabaru, Provinsi Kalimantan Selatan. Penelitian ini berlangsung selama ± 3 bulan, mencakup tahapan persiapan, pengumpulan data, pengolahan data, dan penyusunan laporan. Objek dari penelitian ini adalah pengunjung Wisata Alam Bukit Mamake. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif. Teknik pemilihan responden yang diterapkan adalah accidental sampling, yaitu memilih responden yang kebetulan ditemui peneliti. Kriteria untuk responden dalam penelitian ini mencakup berakal sehat, mampu berkomunikasi dengan baik, dalam kondisi kesehatan jasmani dan rohani yang baik, telah mengunjungi minimal 75% dari lokasi wisata, serta memiliki kemampuan membaca dan menulis (Wiguna *et al.,* 2022).

Menentukan jumlah respoden, Malhotra (1993) memberikan panduan ukuran sampel yang diambil dapat ditentukan dengan cara sebagai berikut:

Jumlah Responden
= (Jumlah Indikator + jumlah variabel) x 5
= 20 + 3 x 5
= 115 responden

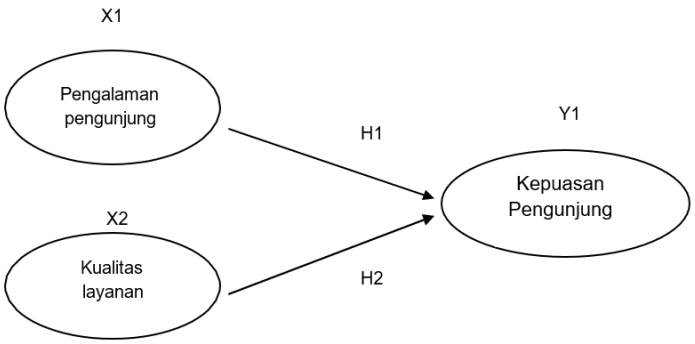
Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi dan distribusi kuisioner. Kuisioner yang digunakan mengadopsi skala Likert, sebuah skala yang dirancang untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi individu atau kelompok terhadap situasi sosial tertentu. Para responden memberikan tanggapan mereka dengan memilih salah satu opsi yang disediakan, sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Skor Skala Likert

Skala	Kategori
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral (biasa-biasa saja)
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Sumber: Palupi *et al*, 2021

Metode yang diterapkan untuk mengukur tingkat kepuasan wisatawan dalam penelitian ini adalah analisis dasar dengan menggunakan aplikasi Smart-PLS3. Menurut Naparin (2022), proses pengujian dilakukan dengan metode Partial Least Squares (PLS) melalui perangkat lunak smart-PLS3, yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji inner model dan uji hipotesis.



Gambar 1. Model konsep hipotesis

Sumber: Kerangka pemikiran penelitian dari jurnal Sangkaeng *et al.,* (2015) yang dikembangkan sesuai penelitian ini.

Keterangan:
H1: Hipotesis 1 menyatakan bahwa Pengalaman pengunjung berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.
H2: Hipotesis 2 meyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Wisata Alam Bukit Mamake merupakan tempat wisata yang memiliki pemandangan alam yang indah. Pengunjung dapat menikmati keindahan deretan perbukitan yang menjulang tinggi dan keindahan hamparan laut yang luas dari puncak Bukit Mamake. Bukit Mamake terkenal sebagai destinasi wisata olahraga paralayang dan gantole. Bagi pengunjung yang tertarik untuk mencoba olahraga ini, akan di pandu oleh pilot profesional dan bersertifikasi. Bukit Mamake memiliki ikon berupa jembatan pandang yang memiliki daya Tarik tersendiri. Jembatan tersebut tidak hanya memberikan pemandangan yang indah tetapi juga cukup menantang bagi para pengunjung. Fasilitas-fasilitas yang disediakan di Bukit Mamake yaitu jalan akses sudah beraspal yang dapat dilalui oleh kendaraan bermotor, gazebo, kantin, toilet, mushola, pos pengamanan, area parkir dan area camping.

Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung Wisata Alam Bukit Mamake berjumlah 115 orang. Karakteristik responden penelitian merupakan profil yang ada pada pengunjung yaitu jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan asal daerah.

Jenis kelamin

Tabel 2. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	60	52
Perempuan	55	48
Total	**115**	**100**

Berdasarkan Tabel 2, pengunjung di wisata Alam Bukit Mamake lebih banyak dikunjungi oleh responden berjenis kelamin laki-laki dengan persentase 52% dibandingkan dengan responden berjenis kelamin perempuan hanya 48%. Hal ini dikarenakan laki-laki lebih tertarik untuk melakukan perjalanan jarak jauh, selain itu aksesibilitas menjadi salah satu faktor penyebab jumlah wisatawan laki-laki lebih banyak dibandingkan wisatawan perempuan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa wisata alam khususnya pegunungan, menjadi pilihan laki-laki yang menyukai tantangan dan berwisata, sedangkan perempuan sering melakukan aktivitas perempuan seperti mengunjungi tempat-tempat umum dan tempat perbelanjaan.

Usia

Tabel 3. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase (%)
12-17	16	14
18-23	34	30
24-29	29	25
30-35	17	15
36-40	7	6
41-45	7	6
>46	5	4
Total	**115**	**100**

Wisata Alam Bukit Mamake menarik pengunjung dari berbagai kelompok usia, termasuk anak-anak, remaja, dan orang dewasa. Namun, dalam penelitian ini, hanya pengunjung yang berusia antara 12 hingga lebih dari 46 tahun yang dapat dijadikan responden. Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa dilihat dari segi usia responden dalam penelitian ini, yang melakukan kunjungan di Wisata Alam Bukit Mamake didominasi oleh remaja dalam rentang usia 18-23 tahun yaitu sebanyak 30%, sedangkan responden yang berusia 46 tahun keatas hanya sebagian kecil yang melakukan kunjungan di wisata tersebut yaitu hanya 4%. Hasil tersebut memberikan gambaran bahwa responden dengan usia remaja lebih menyukai dan ingin melakukan aktivitas luar ruangan seperti kesenangan dan petualangan.

Pekerjaan

Tabel 4. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Pelajar	18	16
Mahasiswa/i	26	23
Pegawai swasta	31	27
Wiraswasta	2	2
PNS	11	9
Lain-lain	27	23
Total	**115**	**100**

Pengunjung yang datang ke Wisata Alam Bukit Mamake berasal dari latar pekerjaan yang beragam, mulai dari pelajar, mahasiswa, pegawai swasta, wiraswasta, PNS dan lain-lain (nelayan, petani, polri dan TNI). Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan dalam penelitian ini, responden yang banyak melakukan kunjungan di Wisata Alam Bukit Mamake di dominasi oleh pegawai swasta yaitu dengan persentase sebanyak 27%, sedangkan responden yang sedikit melakukan kunjungan yaitu wiraswasta dengan persentase 2%.

Asal Daerah

Tabel 5. Karakteristik Responden berdasarkan Asal Daerah

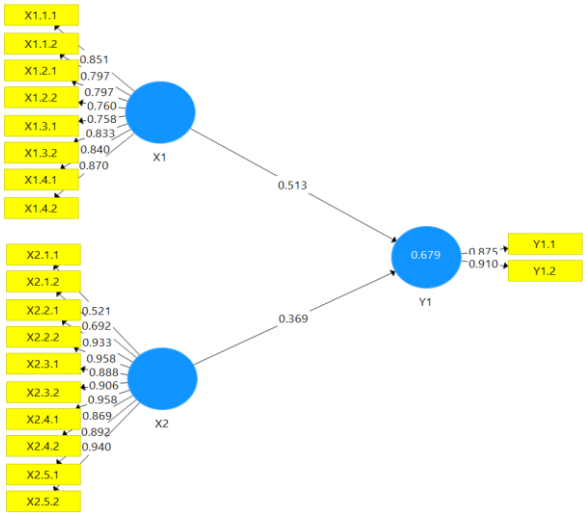
Asal	jumlah	Presentase (%)
Kotabaru	71	62
Luar Kotabaru	44	38
Total	**115**	**100**

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan bahwa dalam penelitian ini, responden yang berkunjung di Wisata Alam Bukit Mamake paling banyak berasal dari Kotabaru yaitu sebanyak 62%, dan pengunjung yang berasal dari luar kota hanya 38%. Hal ini menunjukkan Wsata Alam Bukit Mamake banyak dikunjungi dan digemari oleh masyarakat Kotabaru yang mempunyai aksesbilitas yang mudah menuju wisata tersebut, sedangkan bagi pengunjung yang berasal dari luar Kotabaru sedikit melakukan kunjungan karena faktor yang mempengaruhi kunjungan di daerah Kotabaru yaitu jarak yang ditempuh terbilang jauh dan biaya perjalanan yang cukup mahal untuk menyebrang laut.

Hasil penelitian yang diolah menggunakan software Smart-PLS3 dengan tahapan yaitu outer model (uji validitas dan uji realibilitas), inner model (R *square* dan *uji goodness of fit*), serta uji hipotesis yang dijelaskan sebagai berikut:

Outer Model

Uji Validitas



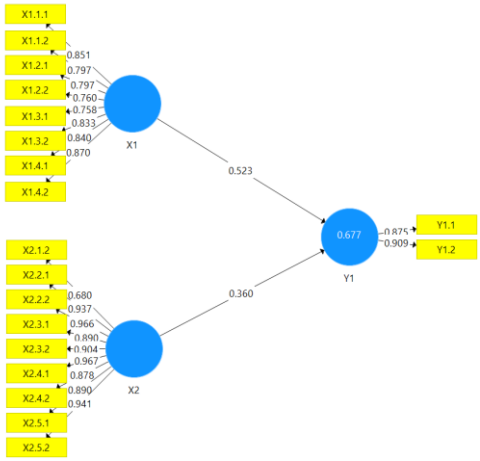
Gambar 2. Outer Model Sebelum Validasi

Tabel 6. Uji Validitas Sebelum Valid

Variabel	Indikator	Outer Loading	AVE	Keterangan
Pengalaman pengunjung	X1.1.1.	0.8510	0.6628	Valid
	X1.1.2.	0.7967		
	X1.2.1.	0.7969		
	X1.2.2.	0.7604		
	X1.3.1.	0.7580		
	X1.3.2.	0.8326		
	X1.4.1.	0.8400		
	X1.4.2.	0.8700		
Kualitas layanan	X2.1.1.	0.5209	0.8075	Tidak Valid
	X2.1.2.	0.6917		
	X2.2.1.	0.9334		
	X2.2.2.	0.9575		
	X2.3.1.	0.8885		
	X2.3.2.	0.9056		
	X2.4.1.	0.9576		
	X2.4.2.	0.8690		
	X2.5.1.	0.8922		
	X2.5.2.	0.9395		
Kepuasan pengunjung	Y1.1.	0.8747	0.7555	Valid
	Y1.2.	0.9095		

Sebuah indikator dianggap valid jika nilai *outer loading*-nya > 0,60. Jika nilai *outer loading* suatu indikator di bawah 0,60, maka indikator tersebut harus dikeluarkan dari model. Berdasarkan Tabel 6, terdapat indikator yang tidak memenuhi kriteria validitas dan harus dihapus dari konstruk atau model. Indikator yang tidak valid tersebut adalah X2.1.1 dari variabel kualitas layanan, yang memiliki nilai *outer loading* sebesar 0,5209, yang artinya dibawah 0,60. Oleh karena itu, indikator ini dihapus dari model, dan kemudian dilakukan pengujian ulang terhadap variabel dengan indikator yang valid dan reliabel.

Hasil dari pengujian validitas setelah mengeluarkan indikator yang tidak valid dapat dilihat pada Gambar 3 dan Tabel 7.



Gambar 3. Outer model setelah validasi

Tabel 7. Uji Validitas setelah Valid

Variabel	Indikator	Outher Loading	AVE	Keterangan
pengalaman pengunjung	X1.1.1.	0.8510	0.6628	Valid
	X1.1.2.	0.7967		
	X1.2.1.	0.7969		
	X1.2.2.	0.7604		
	X1.3.1.	0.7580		
	X1.3.2.	0.8326		
	X1.4.1.	0.8400		
	X1.4.2.	0.8700		
Kualitas layanan	X2.1.2.	0.6917	0.8075	Valid
	X2.2.1.	0.9334		
	X2.2.2.	0.9575		
	X2.3.1.	0.8885		
	X2.3.2.	0.9056		
	X2.4.1.	0.9576		
	X2.4.2.	0.8690		
	X2.5.1.	0.8922		
	X2.5.2.	0.9395		
Kepuasan pengunjung	Y1.1.	0.8747	0.7962	Valid
	Y1.2.	0.9095		

a. *Convergent validity*

Nilai *Convergent validity* dapat dinilai melalui korelasi antara item atau indikator dengan konstruk. Indikator dianggap reliabel jika memiliki korelasi lebih dari 0,7, meskipun dalam beberapa kajian, nilai faktor loading antara 0,5 - 0,6 juga masih dianggap dapat diterima (Ghozali, 2015). Dalam penelitian ini, digunakan ambang batas outer loading > 0,6. Berdasarkan Tabel 7, semua item pada variabel menunjukkan nilai outer loading yang melebihi 0,6, yang menandakan bahwa validitas konvergen berdasarkan nilai outer loading telah terpenuhi. Selain itu, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dianggap terpenuhi jika nilainya > 0,50. Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai AVE untuk variabel pengalaman pengunjung adalah 0,6628, kualitas layanan adalah 0,8075, dan kepuasan pengunjung adalah 0,7962 > 0,50. Ini berarti bahwa kriteria validitas berdasarkan nilai AVE juga telah terpenuhi.

b. *Discriminant Validity*

Tabel 8. *Discriminant Validity: Cross-Loading*

Indikator	Variabel		
	Pengalaman pengunjung X1	**Kualitas layanan X2**	**Kepuasan pengunjung Y1**
X1.1.1.	0,8510	0,5746	0,6574
X1.1.2.	0,7967	0,5922	0,5874
X1.2.1.	0,7969	0,5834	0,6253
X1.2.2.	0,7604	0,5507	0,5690
X1.3.1.	0,7580	0,4811	0,6456
X1.3.2.	0,8326	0,5944	0,6519
X1.4.1.	0,8400	0,6888	0,6929
X1.4.2.	0,8700	0,6841	0,6726
X2.1.2.	0,6470	0,6801	0,6366
X2.2.1.	0,6959	0,9369	0,6581
X2.2.2.	0,7092	0,9663	0,7060
X2.3.1.	0,5953	0,8901	0,5919
X2.3.2.	0,5876	0,9035	0,6135
X2.4.1.	0,6801	0,9671	0,7055
X2.4.2.	0,6331	0,8784	0,6832
X2.5.1.	0,6116	0,8900	0,6565
X2.5.2.	0,7208	0,9411	0,7146
Y1.1.	0,5854	0,6973	0,8751
Y1.2.	0,8020	0,6328	0,9091

Tabel 8 menunjukkan bahwa masing-masing indikator dalam variabel penelitian memiliki nilai cross loading tertinggi pada variabel yang relevan, jika dibandingkan dengan nilai cross loading pada variabel lain. Misalnya, indikator-indikator dalam variabel pengalaman pengunjung seperti X1.1.1, X1.1.2, X1.2.1, X1.2.2, X1.3.1, X1.3.2, X1.4.1, dan X1.4.2 memiliki nilai cross loading yang lebih tinggi pada variabelnya sendiri daripada pada variabel lainnya. Hal yang sama berlaku untuk indikator-indikator dalam variabel kualitas layanan dan kepuasan pengunjung, yang juga menunjukkan nilai cross loading lebih besar pada variabel masing-masing dibandingkan dengan variabel lainnya, dengan demikian, hasil ini menunjukkan bahwa indikator-indikator untuk variabel pengalaman pengunjung, kualitas layanan, dan kepuasan pengunjung memiliki discriminant validity yang baik dalam pembentukan variabel-variabel tersebut.

Uji *Reliability*

Uji *Compasite Reliability* dan Uji *Cronbach's alpha*

Tabel 9. Nilai *Composite Reliability*

Variabel	***Composite Reliability***	Keterangan
Pengalaman Pengunjung (X1)	0,9401	*Reliable*
Kualitas Layanan (X2)	0,9740	*Reliable*
Kepuasan Pengunjung (Y1)	0,8865	*Reliable*

Tabel 10. Nilai *Cronbach's Alpha*

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Pengalaman Pengunjung (X1)	0,9269	*Reliable*
Kualitas Layanan (X2)	0,9689	*Reliable*
Kepuasan Pengunjung (Y1)	0,7453	*Reliable*

Berdasarkan Tabel 9 dan 10 menunjukkan bahwa hasil pengujian *composite reliability* dan *Cronbach's* Alpha dari variabel pengalaman pengunjung, kualitas layanan dan kepuasan pengunjung memiliki *reliability* yang baik yaitu semua variabel laten memiliki nilai *composite reliability* dan *Cronbach's Alpha* >0,6, hal itu berarti bahwa kuisioner yang digunakan sebagai alat penelitian ini telah andal atau konsisten.

Inner model

a. Analisis Ukuran R *Square* (R^2)

Tabel 11. Nilai R *square*

Varabel	R Square	AVE
Pengalaman pengunjung (X1)	0,6773	0, 6628
kualitas layanan (X2)		0, 8075
kepuasan pengunjung (Y1)		0, 7962
Rata-rata	**0,6773**	**0, 7555**

Tabel 11 menjelaskan bahwa model pengaruh variabel laten dependen (pengalaman pengunjung dan kualitas layanan) terhadap variabel independen (kepuasan pengunjung) memberikan nilai R square sebesar 0,6773 yaitu masuk dalam kategori cukup baik yang artinya model yang digunakan sudah cukup baik. Hasil nilai R square dapat diinterpretasikan bahwa variabel konstruk pengalaman pengunjung dan kualitas layanan sebesar 67% sedangkan sisanya 33% dipengaruhi oleh variabel lain diluar yang ada pada penelitian ini.

b. Uji *Godness of Fit*

Uji *Goodness of Fit* atau uji kesesuaian adalah metode untuk mengevaluasi sejauh mana model dalam uji hipotesis dapat menjelaskan fenomena yang diteliti. Uji ini memvalidasi kombinasi antara model pengukuran dan model struktural, dengan nilai GoF berkisar antara 0 hingga 1. Interpretasi nilai GoF adalah sebagai berikut: 0 hingga 0,25 menunjukkan kesesuaian yang rendah, 0,25 hingga 0,36 menunjukkan kesesuaian sedang, dan di atas 0,36 menunjukkan kesesuaian yang tinggi. Perhitungan GoF dilakukan dengan mengalikan rata-rata nilai AVE *(Average Variance Extracted)* dengan R^2.

Gof $= \sqrt{AVE\ X\ R^2}$

$= \sqrt{O}, 7555\ X\ 0{,}6773$

$= 0, 7153$

Hasil perhitungan *Goodness of Fit* (GoF) menunjukkan nilai sebesar 0,7153. Nilai ini berada dalam kategori besar, yaitu lebih dari 0,36, yang menandakan bahwa model sangat sesuai dalam menggambarkan sampel penelitian. Semakin tinggi nilai GoF, semakin baik kesesuaian model dengan data yang digunakan.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk menjelaskan arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependennya. Pengujian ini dilakukan dengan memeriksa nilai probabilitas dan t-statistik (Ghozali, 2015). Dalam proses ini, model yang telah dibuat diuji menggunakan PLS (Partial Least Squares). Sebuah hipotesis dianggap signifikan jika t-statistik menunjukkan angka lebih dari 1,96. Selain itu, hipotesis juga dianggap signifikan jika nilai p-value kurang dari 0,05, dengan membandingkan nilai p-value terhadap t-tabel pada α = 0,05.

a. Apabila p value < 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima.

b. Apabila p value > 0,05, maka H0 diterima dan H1 ditolak.

Tabel 12. Rekapitulasi Uji Model Struktural

	Variabel	Sampel asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/ STDEV)	P *Values*	Ket
H1	X1 -> Y1	0, 523	0, 523	0, 074	7,022	0,0000	Signifikan
H2	X2 -> Y1	0, 360	0, 364	0, 086	4,158	0,0000	Signifikan

Pengaruh pengalaman pengunjung (X1) terhadap kepuasan pengunjung (Y1) dengan nilai O sampel menunjukkan nilai positif sebesar 0,523, yang mengindikasikan adanya pengaruh positif antara X1 dan Y1. Ini berarti semakin tinggi nilai X1, semakin tinggi pula nilai Y1. Berdasarkan perhitungan menggunakan metode bootstrap, koefisien estimasi X1 terhadap Y1 adalah 0,523 dengan standar deviasi 0,074, dan nilai t-statistiknya adalah 7,022, yang lebih besar dari 1,96. Nilai p-value yang diperoleh adalah 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H1 diterima, menunjukkan bahwa pengaruh langsung X1 terhadap Y1 signifikan secara statistik.

Pengaruh kualitas layanan (X2) terhadap kepuasan pengunjung (Y1) dengan nilai O sampel menunjukkan nilai positif sebesar 0,360, yang berarti ada pengaruh positif antara X2 dan Y1. Ini mengindikasikan bahwa peningkatan nilai X2 akan berkontribusi pada peningkatan nilai Y1. Melalui perhitungan dengan metode bootstrap, koefisien estimasi X2 terhadap Y1 diperoleh sebesar 0,364 dengan standar deviasi 0,084. Nilai t-statistiknya adalah 4,158, yang melebihi 1,96. Selain itu, nilai p-value yang diperoleh adalah 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, H2 diterima, yang berarti bahwa pengaruh langsung X2 terhadap Y1 signifikan secara statistik. Dengan demikian, hasil uji ini mendukung hipotesis yang diajukan dalam studi ini adalah:

H1: Pengalaman pengunjung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.
H2: Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pengaruh variabel pengalaman pengunjung, yang mencakup aspek aesthetic (keindahan), education (pendidikan), entertainment (hiburan), dan escape (pelarian), terhadap kepuasan pengunjung terbukti signifikan. Hal ini didasarkan pada nilai t-statistik sebesar 7,022 dan p-value 0,0000, yang menyebabkan H0 ditolak dan H1 diterima. Ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan secara statistik antara pengalaman pengunjung dan kepuasan pengunjung.

Pengaruh variabel kualitas layanan, yang mencakup tangibles (bukti fisik), reliability (kehandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (empati), terhadap kepuasan pengunjung juga terbukti signifikan. Dengan nilai t-statistik sebesar 4,158 dan p-value 0,0000, H0 ditolak dan H2 diterima, menandakan adanya hubungan yang signifikan secara statistik antara kualitas layanan dan kepuasan pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

Ghozali, Imam. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Liu, L., Zhoung, Y., Sun, X. 2023. *The Impact of the Wellness Tourism Experience on Tourist Well-Being: The Mediating Role of Tourist Satisfaction.* China. https://www.mdpi.com/journal/sustainability.

Malhotra, Naresh. 1993. *Riset Pemasaran.* Manajemen Riset. Jakarta: PT. Indeks.

Naparin, Muhammad. 2022. *Pengaruh Natural Landscape dan Environmental Knowledge terhadap Environmental Awareness dan Green Behavior sebagai Bagian Upaya Mitigasi Perubahan Iklim pada Industri Jasa Lingkungan.* Jurnal Hutan Tropis Volume 10 No. 3.

Riadi D., Permadi, A, L., Retnowati, W. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Desa Wisata Hijau Bilebante Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Wisatawan. Universitas

Mataram. Jurnal Riset Pemasaran. Vol 2. No 2.

Sangkaeng, S., Mananeke, L., Oroh, S, G. 2015. *Pengaruh Citra Promosi Dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara.* Universitas Sam Ratulangi Manado. Jurnal EMBA, Vol. 3 No. 3.

Septyanti, C., Itta D., & Pitri R. M. N. 2020. *Strategi Pengembangan Ekowisata Air Terjun Mandin Mangapan di Desa Paramasan Atas Kabupaten Banjar Provinsi Kalimantan Selatan.* Jurnal sylva scienteae, 2(5), 813-823.

Tjiptono, F., Chandra, G., 2016. *Service Quality and Satisfaction.* Andi Offset.

Wicaksana, G, A. Suryono, B, S. 2022. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Wisata, Inovasi Terhadap Minat Kunjung Ulang Dengan Daya Tarik Wisata Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Obyek Wisata Grand Puri Maerokoco).* Universitas Diponegoro. Jurnal Studi Manajemen Organisasi.

Wiguna, S, F., Siahaan, S., Kartikawati, S, M. (2022). *Penilaian Daya Tarik Wisata Alam Batu Posok Di Desa Penyeladi Kecamatan Kapuas Kabupaten Sanggau. Fakultas Kehutanan Universitas Tanjungpura Jalan Daya Nasional, Pontianak.* Jurnal Hutan Lestari vol. 10 (4):871-880.