

## Pengaruh Kualitas Layanan Pada Sahara Tour And Travel Guide Pahawang Indonesia Terhadap Kepuasan Pengunjung dan Selanjutnya Keinginan Kembali Wisatawan Ke Pulau Pahawang Pesawaran

Muhammad Valerio Respati<sup>1\*</sup>, Tina Miniawati Barusman Virgawenda<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonmi Dan Bisnis, Universitas Bandar Lampung, Jl. Zaenal Abidin Pagar Alam No.26, Labuhan Ratu, Kedaton,35142, Bandar Lampung, Lampung, Indonesia

E-mail: [valeriorespati@gmail.com](mailto:valeriorespati@gmail.com)

\* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.1424>

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received: 9 Juny 2025

Revised: 13 Juny 2025

Accepted: 25 Juny 2025

#### Kata kunci

Kualitas Layanan, Kepuasan Pengunjung, Keinginan Kembali

#### Keywords

Service Quality, Visitor Satisfaction, Revisit Intention .



### ABSTRACT

Sahara Tour And Travel adalah penyalur wisatawan yang sudah beberapa tahun di percaya menyediakan jasa perjalanan berbagai wisata yang ada di Lampung. Sahara Tour And Travel merupakan pelopor hadirnya agen perjalanan wisata untuk destinasi Pulau Pahawang dan sekitarnya. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keinginan kembali wisatawan ke Pulau Pahawang melalui kepuasan pengunjung. Penelitian di lakukan dengan metode penelitian kuantitatif. Populasi untuk penelitian ini berjumlah 214 pengunjung pada Sahara Tour And Travel Guide Pahawang Indonesia. Analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana di lanjutkan dengan uji sobel. Berdasarkan hasil dalam penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan mempengaruhi Keinginan Kembali secara signifikan sebesar Kualitas Layanan berpengaruh pada Keinginan Kembali pada Sahara Tour And Travel Guide Pahawang Indonesia, Kepuasan Pengunjung mempengaruhi Keinginan Kembali secara signifikan yang artinya Kepuasan Pengunjung memegang peranan penting dalam meningkatkan Keinginan Kembali pada Sahara Tour And Travel Guide Pahawang Indonesia, Kualitas Layanan mempengaruhi Keinginan Kembali dengan Kepuasan Pengunjung sebagai mediator dalam meningkatkan Keinginan Kembali pada Sahara Tour And Guide Pahawang Indonesia.

Sahara Tour And Travel is a tourist distributor who has been trusted for several years to provide travel services for various tours in Lampung. Sahara Tour And Travel is a pioneer in the presence of travel agents for Pahawang Island destinations and its surroundings. Knowing the effect of service quality on tourists' desire to return to Pahawang Island through visitor satisfaction. The research was carried out using quantitative research methods. The population for this study was 214 visitors to the Sahara Tour And Travel Guide Pahawang Indonesia. Data analysis used simple linear regression analysis followed by the Sobel test. Based on the results of the research and discussion, it can be interpreted that Service Quality affects the Desire to Return significantly as much as Service Quality affects the Desire to Return at Sahara Tour And Travel Guide Pahawang Indonesia, Visitor Satisfaction Affects Desire to Return significantly, which means visitor satisfaction plays an important role in increasing Desire to Return on Sahara Tour And Travel Guide Pahawang Indonesia, Service Quality affects Desire to Return with Visitor Satisfaction as a mediator in increasing Desire to Return to Sahara Tour And Guide Pahawang Indonesia.



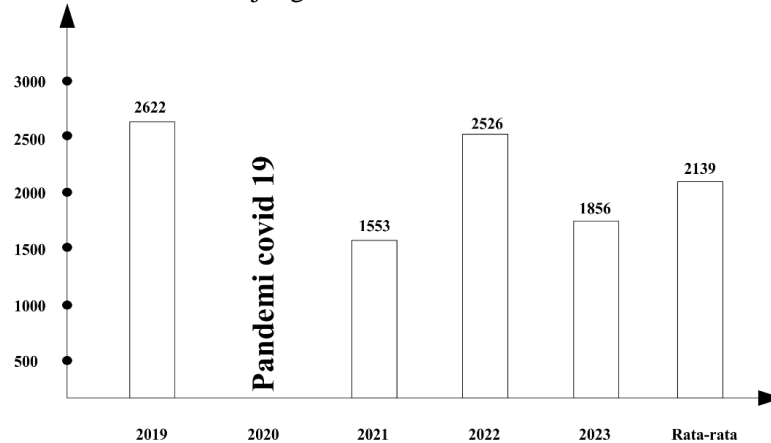
This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

**How to Cite:** Muhammad Valerio Respati, et al (2025), Pengaruh Kualitas Layanan Pada Sahara Tour And Travel Guide Pahawang Indonesia Terhadap Kepuasan Pengunjung dan Selanjutnya Keinginan Kembali Wisatawan Ke Pulau Pahawang Pesawaran , 3(4). 5361-5365 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.1424>

## PENDAHULUAN

Masalahan lainnya yang dilihat pariwisata Pahawang Pesawaran adalah belum optimal tumbuhnya usaha pariwisata, seperti bisnis rekreasi dan hiburan yang menarik. Maka dari pada itu peranan dari pengurus sangatlah penting untuk promosikan, meningkatkan fasilitas yang mempunyai kualitas yang lebih bagus untuk dapat menarik wisatawan daerah maupun luar daerah, lebih banyak lagi dalam memberi peningkatan jumlah pengunjung.

Table 1. Data Kunjungan Sahara Tour And Travel 2019-2023



Sumber : Data Survey Lapangan tahun 2023

Berdasarkan data tabel diatas kunjungan wisatawan pulau pahawang terjadi *fluktuasi* jumlah kunjungan pada bulan-bulan tertentu hal ini di sebabkan efek musim liburan, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa jumlah kunjungan obyek wisata Pulau Pahawang pada rentang waktu 4 tahun kebelakang selalu berbeda-beda setiap bulannya. Sedangkan pada tahun 2020 tidak dapat di masukan pada tabel kunjungan hal ini disebabkan terjadinya pandemi covid19 yang mengakibatkan penutupan secara total objek wisata pulau pahawang.

Pemasaran adalah kegiatan terstruktur dan terencana yang dilakukan oleh suatu organisasi atau perorangan dalam melakukan berbagai upaya agar mampu memenuhi permintaan *market*. Tujuan utama yaitu untuk memaksimalkan keuntungan dengan membuat strategi dan *trick* penjualan. Menurut (Beckman & Maynard, 1957) “Pemasaran merangkul dan kegiatan bisnis yang terlibat dalam arus barang atau jasa dari produksi serta konsumsi fisik”.

### **Pengertian Kuliatas Layanan ( Service Quality)**

Kualitas Pelayanan adalah kepuasan pengunjung yang tercipta dari pihak produsen, distributor atau pebisnis untuk memberikan kelebihan dan memberikan harapan yang memuaskan bagi pengunjung. Menurut Tjiptono (2005) “Kualitas pelayanan adalah sebagai kondisi yang sebenarnya bersifat elastis yang memiliki keterhubungan antara jasa, SDM dan produk.

### **Pengertian Kepuasan Wisatawan (satisfaction)**

Kepuasan adalah suatu kondisi di mana keinginan , harapan tercapai. Setiap layanan yang memberi penilaian memuaskan apabila layanan tersebut dapat memenuhi keinginan pengunjung. Menurut (Kotler P. , 2002) mengemukakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/ kesaannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

### **Pengertian Keinginan Kembali**

Revisit intention atau niat kunjungan ulang di artikan sebagai kemauan seseorang untuk melakukan kunjungan ulang ke tujuan yang sama dalam waktu tertentu. Menurut Lee et. al. (2012) “Niat berkunjung kembali (*revisit intention*) merupakan bentuk dari loyaliitas wisatawan terhadap suatu destinasi.

## METODE

Penelitian ini masuk dalam penelitian kuantitatif. Penelitian memiliki tujuan untuk mengetahui kualitas layanan berpengaruh kepuasan pengunjung terhadap keinginan kembali wisatawan pada *sahara tour and travel* guide pahawang Indonesia. Populasi pada penelitian ini merupakan wisatawan yang berkunjung ke pulau pahawang menggunakan sahara tour and travel dengan sampel penelitian sebesar 140 responden. Pada penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Pada penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada pengunjung sahara tour and travel. Metode analisis pengolahan data dalam penelitian ini terdiri atas analisis deskriptif, uji validitas, uji reabilitas, uji regresi linier berganda dan uji sobel.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

*Path analisis* berguna untuk melihat stuktur hubungan antar variabel dengan maksud agar melihat pengaruh secara langsung ataupun tidak langsung seluruh variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen).

Tabel 15. Tabel koefisien Regresi

KOEFSIEN						
Model		Unstandardized koefisien		Standardized koefisien	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18,540	1,602		11,570	<,001
	X	,402	,045	,605	8,937	<,001

a. Dependen Variable: Y

Sumber: data diolah SPSS 26 (2023)

Berdasarkan tabel berikut, nilai signifikan variabel Kualitas Layanan sebesar 0,001(<0,05),maka berkesimpulan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung, dengan ini hipotesis pertama (**H1 Diterima**).

Tabel 16. Tabel Koefisien Regresi

KOEFSIEN						
Model		Unstandardized koefisien		Standardized koefisien	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18,012	2,525		7,134	<,001
	Y	,462	,077	,456	6,013	<,001

a. Dependen Variable: Z

Sumber: data dibuat pada SPSS 26 (2023)

Berdasarkan tabel berikut, nilai signifikan variabel Kepuasan Pengunjung sebesar 0,001(<0,05),maka berkesimpulan bahwa Kepuasan Pengunjung memiliki pengaruh signifikan terhadap Keinginan Kembali, dengan ini hipotesis kedua (**H2 Diterima**).

Tabel 17. Tabel Koefisien Regresi

KOEFSIEN						
Model		Unstandardized koefisien		Standardized koefisien	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16,883	2,455		6,876	<,001
	X	,210	,062	,313	3,407	<,001
	Y	,270	,093	,266	2,903	,004

a. Dependen Variable: Z

Sumber: data dibuat pada SPSS 26 (2023)

Dari tabel Berikuut diperoleh persamaan regresi linier berganda berikut:

$$Y = 50.360 + 0,210X + 0,270Y$$

Pembahasan hasil dari perhitungan Regresi Linear Berganda:

Maksud dari masing – masing variabel adalah:

- Nilai konstanta sebesar 16,883 memiliki arti bahwa jika tidak mempertimbangkan Kualitas Layanan dan Kepuasan maka nilai Keinginan Kembali sebesar 16,883.
- Koefisien regresi X sebesar 0,210 menandakan bahwa kontribusi harga terhadap penjualan adalah sebesar 0,210. Apabila Kualitas Layanan mengalami peningkatan dengan anggapan variabel lain tetap, maka Keinginan Kembali akan mengalami peningkatan.
- Koefisien regresi Y sebesar 0,270 menandakan bahwa kontribusi Kepuasan Pengunjung terhadap Keinginan Kembali adalah sebesar 0,270. Apabila Kepuasan Pengunjung mengalami peningkatan dengan tanggapan variabel lain tetap, maka Keinginan Kembali akan mengalami peningkatan.

Tabel 17. Tabel Acuan Uji Sobel

Variabel	Unstandarized	Std. Error
Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung	0,402	0,045
Kepuasan Pengunjung Terhadap Keinginan Kembali	0,270	0,093

Berdasarkan tabel diatas, nilai hasil perhitungan sobel dari variabel *intervening* Kepuasan Pengunjung menunjukkan nilai, *test statistict* 2,76 dengan P value (<0,00573), maka berkesimpulan bahwa variabel Kualitas Layanan melalui Kepuasan Pengunjung berpengaruh signifikan terhadap Keinginan Kembali, dengan ini hipotesis ketiga (**H3 Diterima**).

### SIMPULAN

Berdasarkan pada pembahasan yang telah di sampaikan, maka didapatkan kesimpulan bahwa:

- sebesar Kualitas Layanan berpengaruh pada Keinginan Kembali pada Sahara *Tour And Travel* Kualitas Layanan mempengaruhi Keinginan Kembali secara signifikan *Guide* Pahawang Indonesia.
- Kepuasan Pengunjung mempengaruhi Keinginan Kembali secara signifikan yang artinya Kepuasan Pengunjung memegang peranan penting dalam meningkatkan Keinginan Kembali pada Sahara *Tour And Travel Guide* Pahawang Indonesia.
- Kualitas Layanan mempengaruhi Keinginan Kembali dengan Kepuasan Pengunjung sebagai mediator dalam meningkatkan Keinginan Kembali pada Sahara *Tour And Guide* Pahawang Indonesia.

### REFERENSI

- Alisa, N. (2011). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Sepeda Motor Honda Pada Dealer PT. GLOBAL JAYA PERKASA di Desa Kota Garo Kecamatan Tapung Hilir Kabupaten Kampar (Cabang Pekanbaru). In Maynard, & Beckman, *Marketing Management and Service Marketing* (p. 1). Jakarta: Alma.
- Arianto. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Harga, Kebutuhan Mencari Variasi dan Ketidakpuasan Konsumen terhadap Keputusan Perpindahan Merek dari Samsung Galaxy diMalang. *JURNAL APLIKASI MANAJEMEN*, Hal 296.
- Barusman, T. M., Putra Barusman, A. R., Barusman, M. Y., & Redaputri, A. P. (2021). Antecedent of Tourists' Behavioral Intentions and the Effect of Travel Companions as Moderating Variable on Based Tourism. *Linguistica Antverpiensia*.
- Beckman, N. T., & Maynard, N. H. (1957). *Principles Of Marketing*. New York: The Ronald Press.
- Daryanto, A. (2011). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: Satu Nusa.
- Huang, S. (., & Hsu, C. H. (2016). Effect Of Travel Motivation.
- Indrasari, & Meithina. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran,Edisi Milenium*. Jakarta: PT.Prehalindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran. In Kotler, & Keller, *Manajemen Pemasaran jilid 1 Edisi 13* (p. 19). Jakarta: Erlangga.
- Kusnadi, D., & Sandra, M. (2020). Pengaruh Perilaku Pengunjung Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Desa Pulau Pahawang Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Enterpreneur dan Bisnis (JEBI)*.

Zhang, H., Wu, Y., & Buhalis, D. (2017). A Model Of Preceived Image,Memorable Tourism Experience And Revisit Intention. *Jurnal Of Destination Marketing And Management*.