

PENGARUH DAYA TARIK WISATA, FASILITAS LAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN MALIOBORO YOGYAKARTA

Abraham Brilliant Nugroho¹, *Ety Istriani²

Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana

Corresponding author: *ettyis@staff.ukdw.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan dan lokasi terhadap kepuasan wisatawan Malioboro Yogyakarta. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang disebar ke sebanyak 100 wisatawan yang pernah berkunjung ke Malioboro Yogyakarta menggunakan Teknik purposive sampling. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan regresi linear berganda, uji signifikansi parsial, uji signifikansi simultan, dan uji koefisien determinasi. Variabel dependen yaitu kepuasan wisatawan sedangkan variabel independen yaitu daya tarik wisata, fasilitas layanan dan lokasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan, Fasilitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Begitu juga dengan lokasi, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Secara simultan, daya tarik wisata, fasilitas layanan dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Adapun kepuasan wisatawan dipengaruhi oleh daya tarik wisata, fasilitas layanan dan lokasi sebesar 68%.

Kata Kunci: daya tarik wisata, fasilitas layanan, lokasi, kepuasan wisatawan

Abstract

This study aims to determine the effect of Tourist Attractions and Service Facilities and Locations on tourist satisfaction in Malioboro Yogyakarta. Data were collected using a questionnaire distributed to as many as 100 tourists who had visited Malioboro Yogyakarta using purposive sampling technique. The data analysis method in this study used multiple linear regression, partial significance test, simultaneous significance test, and coefficient of determination test. The dependent variable is tourist satisfaction while the independent variable is tourist attraction, service facilities and location. The results of this study indicate that tourist attraction has a significant influence on tourist satisfaction, service facilities have a significant influence on tourist satisfaction. Likewise, location has a significant influence on tourist satisfaction. Simultaneously, tourist attraction, service facilities and location have a significant influence on tourist satisfaction. The tourist satisfaction is influenced by tourist attraction, service facilities and location by 68%.

Keywords: tourist attraction, service facilities, location, tourist satisfaction

Pendahuluan

Malioboro merupakan kawasan perbelanjaan yang legendaris yang menjadi salah satu kebanggaan kota Yogyakarta. Penamaan Malioboro berasal dari nama seorang anggota kolonial Inggris yang dahulu pernah menduduki Jogja pada tahun 1811 – 1816 M yang bernama Marlborough. Malioboro menyajikan berbagai aktivitas belanja, mulai dari bentuk aktivitas tradisional sampai dengan aktivitas belanja modern. Perkembangan tempat wisata di Indonesia semakin meningkat. Dengan adanya tempat wisata yang menarik dan tempat wisata baru, seiring dengan adanya tempat wisata yang baru wisatawan berbondong-bondong liburan, salah satunya wisata Jln Malioboro, yang dimana ada beranekaragam sport foto, kerajinan dan souvenir khas Jogja. Para wisatawan pun menikmati indahnya kota Yogyakarta yang khususnya di Malioboro, lokasi Malioboro yang sangat strategis sehingga para wisatawan tidak sulit untuk pergi ke tempat Malioboro tersebut. Sehingga wisata Malioboro memiliki suatu nilai tersendiri bagi para wisatawan yang berkunjung. Oleh sebab itu Malioboro dikenal luas oleh masyarakat luar Jawa baik dari lokal maupun mancanegara.

Kepuasan wisatawan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dan Makens, 1999). Ada beberapa variabel/faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan di Malioboro, beberapa diantaranya adalah daya tarik wisata, fasilitas pelayanan dan lokasi wisata terhadap kepuasan wisatawan di Malioboro. Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan dan keindahan suatu wisata yang dimana para wisatawan ingin berkunjung di suatu tempat wisata khususnya wisata Malioboro dan menghabiskan waktu untuk berlibur bersama keluarga maupun pasangan. Fasilitas layanan adalah suatu aspek yang dimana para wisatawan bisa menikmati keindahan wisata dan layanan yang memadai dan menikmati setiap sudut objek wisata. Sehingga apa yang diperlukan oleh para wisatawan terlaksanakan dan memudahkan wisatawan untuk menikmati layanan wisata khususnya di Malioboro

Selain daya tarik wisata, fasilitas layanan terdapat faktor lain yang mempengaruhi kepuasan wisatawan di Malioboro yaitu lokasi. Lokasi adalah jarak yang mudah di khususnya Malioboro mendapatkan kenyamanan, keamanan serta menikmati objek wisata dari segi makanan, kebersihan, tempat foto dan layanan yang ada di tempat wisata Malioboro tersebut.

Landasan Teori

Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang mempunyai daya tarik, keunikan dan nilai yang tinggi, yang menjadi tujuan wisatawan datang ke suatu daerah tertentu. Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009, daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Menurut Zaenuri (2012), daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki daya tarik untuk dilihat dan dinikmati yang layak dijual ke pasar wisata.

Yoeti dalam bukunya Pengantar Ilmu Pariwisata tahun 1985 menyatakan bahwa daya tarik wisata atau "*tourist attraction*", istilah yang lebih sering digunakan, yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. Nyoman S. Pendit dalam bukunya "Ilmu Pariwisata" tahun 1994 mendefinisikan daya tarik wisata sebagai segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat.

Fasilitas Layanan

Fasilitas wisata merupakan sarana penunjang yang dapat menciptakan rasa menyenangkan yang disertai dengan kemudahan dan pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam menikmati produk wisata yang ditawarkan. Fasilitas wisata dapat diartikan suatu sarana dan prasarana yang harus disediakan oleh pengelola untuk kebutuhan wisatawan. Kebutuhan wisatawan tidak hanya menikmati keindahan alam atau keunika objek wisata melainkan memerlukan sarana dan prasarana wisata seperti akomodasi (sarana kebersihan, kesehatan, keamanan, komunikasi, tempat hiburan, hotel/penginapan, restoran, dan toko cinderamata), transportasi (jalan alternatif, aspal, hotmik dan jalan setapak), kendaraan (angkutan umum, becak, ojeg dan sepeda) dan lain-lain (mushola, tempat parkir, MCK dan *shetler*).

Medlik dalam Zaenuri (2012) menjelaskan bahwa Fasilitas merupakan salah satu faktor wisatawan dalam mengunjungi suatu daya tarik wisata. Medlik dan Zaenuri (2012) mengatakan bahwa wisatawan akan datang dan berkunjung kembali apabila tersedianya fasilitas - fasilitas yang dapat memenuhi segala kebutuhannya selama menikmati daya tarik wisata tersebut. Dengan adanya fasilitas-fasilitas tersebut juga diharapkan dapat membuat wisatawan merasa lebih nyaman dan tinggal lebih lama serta memberikan kesan yang baik terhadap daya tarik wisata yang dikunjunginya. Yoeti (2008). Untuk mendukung hal tersebut maka dalam menyediakan fasilitas juga perlu adanya pelayanan yang dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada wisatawan serta bentuk fasilitas layanan di dalam suatu destinasi antara lain akomodasi, transportasi di destinasi, restoran, fasilitas olahraga dan aktivitas, fasilitas lainnya, dan *retail outlets*.

Lokasi

Lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang (spatial order) kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang potensial, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap keberadaan berbagai macam usaha/kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial. Salah satu hal yang paling banyak dibahas dalam teori lokasi adalah pengaruh jarak terhadap intensitas orang bepergian dari satu lokasi ke lokasi lainnya. Analisis ini dapat dikembangkan untuk melihat suatu lokasi yang memiliki daya tarik terhadap batas wilayah pengaruhnya, dimana orang masih ingin mendatangi pusat yang memiliki daya tarik tersebut. Hal ini terkait dengan besarnya daya tarik pada pusat tersebut dan jarak antara lokasi dengan pusat tersebut.

Menurut Heizer & Render (2015) lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi bagi perusahaan. Buchari Alma (2003:103) mengemukakan bahwa "Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya". Menurut Ujang Suwarman (2004:280), "lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja".

Sedangkan pengertian lokasi menurut Kasmir (2009:129) yaitu tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajukan barang dagangannya. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2011:92) "lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan atau instansi pendidikan berkaitan dengan di mana operasi dan stafnya akan ditempatkan".

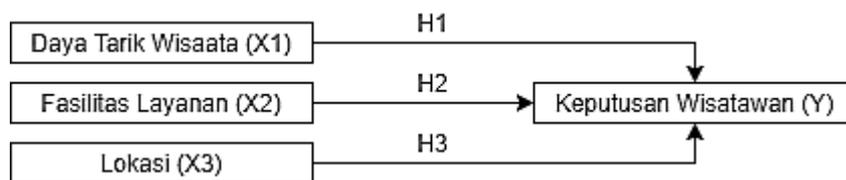
Kepuasan Wisatawan

Kepuasan wisatawan terhadap destinasi wisata adalah berkaitan dengan pengalaman perjalanan terdiri akomodasi, cuaca, lingkungan alam, lingkungan sosial dan lain-lain. Kepuasan wisatawan sangat erat kaitannya dengan kualitas produk pariwisata yang diterimanya. Zikmund, McLeod dan Gilbert dalam

Suryadana dan Octavia (2015) mendefinisikan kepuasan adalah “evaluasi setelah pembelian dari hasil perbandingan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja sesungguhnya”. Engel dalam Payangan (2014) mengartikan kepuasan adalah “perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap hasil suatu produk dan harapannya. Selanjutnya Suryadana dan Octavia (2015) menjelaskan bahwa apabila hasil produk lebih rendah dari harapan maka wisatawan merasa tidak puas, apabila hasil produk sesuai harapan maka wisatawan merasakan puas, dan apabila hasil produk melebihi harapan maka wisatawan akan merasa sangat puas.

Kerangka Penelitian

Gambar 1. Kerangka Penelitian



Metode Penelitian

Populasi

Menurut Sugiyono (2010:117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi merupakan keseluruhan obyek atau subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian atau keseluruhan unit-unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Indonesia.

Sampel

Menurut Sugiyono (2017: 81), sampel memiliki arti suatu bagian dari keseluruhan serta karakteristik yang dimiliki oleh sebuah Populasi. Jika Populasi tersebut besar, sehingga para peneliti tentunya tidak memungkinkan untuk mempelajari keseluruhan yang terdapat pada populasi tersebut beberapa kendala yang akan di hadapkan di antaranya seperti keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka dalam hal ini perlunya menggunakan sampel yang di ambil dari populasi itu. Kemudian, apa yang dipelajari dari sampel tersebut maka akan mendapatkan kesimpulan yang nantinya di berlakukan untuk Populasi. Sugiyono (2017:85) menjelaskan bahwa: purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* yaitu 100 orang yang pernah berkunjung di wisata Malioboro. Sebelum data diolah dilakukan uji Validitas dan Reliabilitas.

Definisi Operasional Variabel

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
Daya tarik Wisata	Segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan	Suasana wisata di Malioboro memiliki kesan nyaman bagi wisatawan. Terdapat pemandu wisata yang memiliki wawasan tentang wisata di Malioboro. Terdapat objek foto tulisan jalan Malioboro serta objek foto di titik 0. Terdapat tempat duduk di sepanjang jalan Malioboro hingga titik 0	Undang-Undang No. 10 Tahun 2009
Fasilitas pelayanan	Merupakan sarana penunjang yang dapat menciptakan rasa menyenangkan yang disertai dengan kemudahan dan pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam menikmati produk wisata yang ditawarkan	Adanya penginapan di sekitar Malioboro, seperti hotel dan losmen. Adanya, penyewaan sepeda ontel, delman, serta becak motor ketika sedang ingin mengelilingi wisata Malioboro. Terdapat tempat makan seperti lesehan di pinggir jalan raya Malioboro serta restaurant. Terdapat penjualan souvenir khas yogyakarta sepanjang jalan Malioboro.	Medlik, Zaenuri (2012) (Yoeti, 2008)
Lokasi	Tempat yang tersedia untuk melayani sebagai produk yang dapat di jual dan dihasilkan oleh perusahaan, sehingga perusahaan perlu memilih tempat yang mudah dijangkau oleh konsumen	Lokasi wisata Malioboro Yogyakarta sangat strategis. Lokasi wisata Malioboro mudah ditemukan di google maps. Adanya sarana transportasi trans yogyakarta menuju Malioboro. Arus lalu lintas di Malioboro lancar.	Menurut Kotler, (2009). Suwanto, 1997
Kepuasan wisatawan	“perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap hasil suatu produk dan harapannya	Saya merasa puas dengan daya tari wisata di Malioboro. Saya merasa puas dengan adanya fasilitas layanan di Malioboro. Saya merasa puas dengan lokasi yang terjangkau serta akses mudah dicari di <i>google maps</i> . Saya akan merekomenda-sikan kepada teman/kerabat atau wisatawan lainnya, untuk berkunjung ke wisata di Malioboro.	Engel dalam Payangan (2014)

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan perluasan dari regresi linear dua variabel. Regresi berganda digunakan sebagai alat deskriptif dalam tiga situasi. Metode ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen (bebas) Daya Tarik Wisata, Fasilitas Layanan dan Lokasi produk terhadap variabel dependen (terikat) yaitu Kepuasan Wisatawan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti variasi variabel dependen atau terikat (Y) yang sangat terbatas dan nilai yang mendekati

1 berarti variabel-variabel independen atau bebas ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) sudah dapat memberi semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Dinyatakan dalam persentase yang nilainya berkisar antara $0 < R^2 < 1$.

Uji F

Uji F yaitu uji yang digunakan untuk melihat atau menguji bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan.

Uji t

Uji t merupakan uji yang digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya (independen) secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya (dependen). Pengujian ini dilakukan dengan uji t pada tingkat keyakinan 95%.

Hasil Analisis dan Pembahasan

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah jawaban responden terhadap kuesioner yang disebarkan sah atau tidak sah. Sesuatu dikatakan valid jika pernyataan pada kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka kuisisioner valid

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka kuisisioner tidak valid

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Daya Tarik Wisata	Suasana wisata di Malioboro	.618	.239	Valid
	pemandu wisata yang memiliki wawasan tentang wisata di Malioboro.	.448	.239	Valid
	Terdapat objek foto tulisan jalan Malioboro serta objek foto di titik 0	.651	.239	Valid
	Terdapat tempat duduk di sepanjang jalan Malioboro hingga titik 0	.791	.239	Valid
Fasilitas Layanan	Adanya penginapan di sekitar Malioboro, seperti hotel dan losmen	.783	.239	Valid
	Adanya, penyewaan sepeda ontel, delman, serta becak motor ketika sedang ingin mengelilingi wisata Malioboro.	.439	.239	Valid
	Terdapat tempat makan seperti lesehan di pinggir jalan raya Malioboro serta restaurant.	.526	.239	Valid

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
	Terdapat penjualan souvenir khas yogyakarta sepanjang jalan Malioboro	.879	.239	Valid
Lokasi	Lokasi wisata Malioboro Yogyakarta sangat strategis.	.763	.239	Valid
	Lokasi wisata Malioboro mudah ditemukan di <i>google maps</i> .	.580	.239	Valid
	Adanya sarana transportasi Trans Yogyakarta menuju Malioboro.	.732	.239	Valid
	Arus lalu lintas di Malioboro lancar.	.521	.239	Valid

Uji Reliabilitas

Ghozali (2006) mengatakan uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode *Cronbach-Alpha*; jika suatu kuesioner memiliki nilai *Cronbach-Alpha* > 0,6 maka kuesioner tersebut reliabel (Noor,2011). Berdasarkan hasil reliabilitas diatas menunjukkan bahwa *Cronbach alpha* sebesar 0,918 lebih besar dari standar *Cronbach alpha* 0,60. Dengan demikian jawaban responden terhadap keempat variabel penelitian tersebut dinyatakan reliabel.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah kepuasanWisatawan merupakan variabel terikat (dependen), sedangkan daya tarik wisata, fasilitas layanan dan lokasi merupakan variabel bebas (independen). Berdasarkanhasil analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS 21, hasilnya sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.070	1.099		.066	.948		
Daya Tarik Wisata	.316	.079	.300	3.986	.000	.569	1.756
Fasilitas Layanan	.303	.076	.308	3.965	.000	.536	1.867
Lokasi	.379	.084	.357	4.489	.000	.509	1.964

Hasil yang diperoleh dari persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,070 + 0,316 X_1 + 0,303 X_2 + 0,379 X_3$$

Keterangan :

a = Konstanta

$b_1 b_2 b_3$ = Koefisien Regresi
 Y = Kepuasan Wisatawan
 X_1 = Daya Tarik Wisata
 X_2 = Fasilitas Layanan
 X_3 = Lokasi

Penjelasan tentang persamaan regresi di atas adalah sebagai berikut :

- Koefisien variabel Daya Tarik Wisata (X_1) menunjukkan bahwa nilai regresi atau angka tersebut bernilai positif. Artinya jika variabel Daya Tarik Wisata semakin menarik dan memikat maka Kepuasan Wisatawan Malioboro Yogyakarta akan meningkat, sedangkan jika variabel Daya Tarik Wisata semakin tidak menarik dan memikat maka kepuasan Wisatawan akan menurun.
- Koefisien variabel Fasilitas Layanan (X_2) menunjukkan bahwa nilai regresi atau angka tersebut bernilai positif. Artinya jika variabel Fasilitas Layanan memiliki keragaman Fasilitas yang memadai maka kepuasan Wisatawan Malioboro Yogyakarta akan meningkat. Sedangkan Jika variabel Fasilitas Layanan memiliki keragaman Fasilitas yang kurang memadai maka Wisatawan Malioboro Yogyakarta akan menurun.
- Koefisien variabel Lokasi (X_3) menunjukkan bahwa nilai regresi atau angka tersebut positif. Artinya jika variabel Lokasi memiliki arah yang strategis maka kepuasan Wisatawan Malioboro Yogyakarta akan meningkat, sedangkan jika variabel Lokasi tidak memiliki arah yang strategis maka Kepuasan Wisatawan Malioboro Yogyakarta akan menurun.

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan suatu alat pengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel tetap. Dengan program SPSS diperoleh angka *Adjusted R Square* sebesar 0,680. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (Daya Tarik Wisata, Fasilitas Layanan, Lokasi) terhadap variabel dependen (Kepuasan Wisatawan) sebesar 68,0%. Dan sisanya sebesar 32,0% yang didapat dari (100%-68,0%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini misalnya promosi, citra merek, kualitas pelayanan dan lain sebagainya.

Uji Signifikan secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji ANOVA (Analysis Of Variance), dimana uji F tersebut bertujuan untuk menguji pengaruh semua variabel yang meliputi : Daya Tarik Wisata, Fasilitas Layanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Wisatawan Malioboro Yogyakarta.

Jika tingkat signifikansi \geq dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 di terima, sebaliknya H_a ditolak. Jika tingkat signifikansi $<$ dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_a di terima.

Tabel 4. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	99.725	3	33.242	71.255	.000 ^b .
Residual	44.785	96	.467		
Total	144.510	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

b. Predictors: (Constant), Daya Tarik Wisata, Fasilitas Layanan Dan Lokasi

Dari Tabel 4 menunjukkan hasil yang diperoleh dari uji F adalah nilai dengan signifikansi sebesar 0,000, oleh karena nilai signifikansi $< 0,05$ karena nilai probabilitasnya lebih kecil daripada nilai signifikansi, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya Daya Tarik Wisata, Fasilitas Layanan dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan Malioboro Yogyakarta.

Uji Signifikan secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah pengaruh variabel bebas yaitu Daya Tarik Wisata, Fasilitas Layanan dan Lokasi terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Wisatawan. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak sedangkan jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ H_0 diterima, dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Penjelasan dari hasil uji t dari setiap variabel bebas yaitu sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji t

Model	B	T	Sig.
(Constant)	.070	.066	.948
Daya Tarik Wisata (X_1)	.316	3.986	.000
Fasilitas Layanan (X_2)	.303	3.965	.000
Lokasi (X_3)	.379	4.489	.000

Hasil pengujian pengaruh secara parsial adalah sebagai berikut:

- Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Malioboro Yogyakarta.**
Berdasarkan hasil uji statistik yang telah dilakukan menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan Daya Tarik Wisatawan terhadap kepuasan wisatawan Malioboro Yogyakarta. Bisa kita lihat dari statistik uji regresi dengan nilai sig sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,005, dalam penelitian ini Daya Tarik Wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan Malioboro Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa daya tarik wisata secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan Malioboro Yogyakarta. Artinya Daya Tarik Wisata memiliki sesuatu yang unik dan menjadi pilihan wisatawan sehingga dapat memberikan kepuasan dengan apa yang diinginkan wisatawan. Kepuasan itu sendiri pada dasarnya dapat dilihat dari Suasana wisata di Malioboro yang memiliki kesan nyaman bagi wisatawan, serta adanya pemandu wisata yang memiliki wawasan tentang wisata di Malioboro. Sehingga wisatawan tertarik untuk berkunjung di Malioboro Yogyakarta. Dalam penelitian ini para responden menyatakan bahwa Daya Tarik Wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, dimana terdapat suatu objek foto tulisan jalan Malioboro serta objek foto di titik 0 serta Terdapat juga tempat duduk di sepanjang jalan Malioboro hingga titik 0.
- Pengaruh Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Malioboro Yogyakarta**
Berdasarkan hasil uji statistik yang telah dilakukan menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan Fasilitas Layanan terhadap kepuasan wisatawan Malioboro Yogyakarta merasa puas dengan fasilitas yang ada. Bisa kita lihat dari statistik uji regresi dengan nilai sig sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,005 ($0,000 < 0,05$), Maka hipotesis pertama dalam penelitian ini terbukti yaitu “ Fasilitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan Malioboro Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa fasilitas layanan secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan Malioboro Yogyakarta. Artinya fasilitas layanan juga membuat wisatawan merasa puas dengan adanya penginapan di sekitar Malioboro, seperti hotel dan losmen, serta adanya penyewaan sepeda ontel, delman, serta becak motor ketika sedang ingin mengelilingi wisata Malioboro. Dalam penelitian ini para responden menyatakan bahwa fasilitas layanan berpengaruh

terhadap kepuasan wisatawan sehingga pengunjung bisa menikmati fasilitas layanan seperti adanya tempat makan seperti lesehan di pinggir jalan raya Malioboro serta restaurant dan terdapat juga penjualan souvenir khas Yogyakarta sepanjang jalan Malioboro.

- Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Malioboro Yogyakarta
Berdasarkan hasil uji statistik yang telah dilakukan menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan Lokasi terhadap kepuasan wisatawan Malioboro Yogyakarta. Bisa kita lihat dari statistik uji regresi dengan nilai sig sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,005, Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan Malioboro Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa Lokasi secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan Malioboro Yogyakarta. Artinya Lokasi juga membuat wisatawan merasa puas ketika akan berkunjung di wisata Malioboro Yogyakarta. Dengan adanya akses yang sangat strategis serta lokasi wisata Malioboro mudah ditemukan di *google maps* membuat wisatawan tidak kesulitan ketika ingin berkunjung di Malioboro Yogyakarta.

Dalam penelitian ini para responden menyatakan bahwa Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan karena para responden melihat adanya sarana transportasi trans Yogyakarta untuk menuju wisata Malioboro serta arus lalu lintas yang cukup ramai lancar.

Kesimpulan

Dari hasil analisis dapat diambil kesimpulan:

1. Daya tarik wisata, fasilitas layanan, dan lokasi secara simultan atau secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan Malioboro Yogyakarta.
2. Daya tarik wisata, fasilitas layanan dan lokasi secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan Malioboro Yogyakarta.
3. Daya tarik wisata, fasilitas layanan, dan lokasi memiliki pengaruh sebesar 68% terhadap variabel kepuasan wisatawan Malioboro Yogyakarta. Sedangkan sisanya yang berjumlah 32% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Saran

Pemerintah Yogyakarta bisa memberikan tempat wisata yang terbaik bagi para wisatawan agar memiliki daya tarik wisata yang menarik, Fasilitas layanan yang lengkap, Kemudahan transportasi untuk menuju lokasi Malioboro sehingga wisatawan akan merasa puas berkunjung di wisata Malioboro Yogyakarta.

Referensi

- Basiya, R dan Rozak, H.R (2012) *.Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah*. Dinamika Kepariwisata Volume XI No. 2, diakses pada tanggal 21 Februari 2016 dari <http://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/pdk/1/article/view/1715/629>
- Damanik, Janianton dan Helmut F. Weber. (2006). *Perencanaan Ekowisata: dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.

- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hartono, Jogiyanto. (2014). *Metode Penelitian Bisnis Edisi Ke-6*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Heizer, Jay dan Render, Barry. (2015), *Operations Management (Manajemen Operasi)*, ed.11, Penerjemah: Dwi anoegrah wati S dan Indra Almahdy, Salemba empat, Jakarta.
- Huh, Jin. (2002). *Tourist Satisfaction with Cultural/Heritage Sites: The Virginia Historic Triangle*. Faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State University diakses pada tanggal 27 Februari 2016 dari <https://theses.lib.vt.edu/theses/available/etd05142002-171010/unrestricted/Thesis.pdf>
- Kementerian Pariwisata. *Keunikan Indonesia*, diakses pada tanggal 19 Februari 2016 dari <http://www.indonesia.travel/info/detail/14/keunikan-indonesia>
- Malang Pos. (2014). *Balekambang Tambah Fasilitas Penginapan*, diakses pada tanggal 24 Februari 2016 dari <http://malangpost.com/metro-rama/84333-balekambangtambah-fasilitas-penginapan?device=desktop> "Pantai Balekambang", diakses pada tanggal 24 Februari 2016 dari www.malang-post.com
- Muljadi, A. J. dan Warman, A. (2014). *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mustafa, Z.EQ. (2009). *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Naidoo, P et al. (2010). *Tourist Satisfaction with Mauritius as a Holiday Destination*. Global Journal of Business Research Volume 4 No. 2. University of Technology Mauritius. Diakses pada tanggal 29 Februari 2016 dari <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/ibf/gjbr/s/gjbr-v4n2-2010/GJBR-V4N2-2010-10.pdf>
- Noor, J.(2011). *Metodologi Penelitian*, Prenada Media Group, Jakarta
- Paludi, Salman, (2016). *Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Citra Destinasi, Kepuasan Wisatawan, Dan Loyalitas Destinasi Perkampungan Budaya Betawi (PBB) Setu Babakan Jakarta Selatan*. Tesis, MM IBN Jakarta
- Stanton, William J. Stanton, *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi ke tujuh, Jakarta : Erlangga jilid ke-1
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Undang – Undang Nomor 10 Tahun 2009. Undang-Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, diakses pada tanggal 20 Februari 2016 dari <http://www.peraturan.go.id/uu/nomor-10tahun-2009.html>
- Zaenuri, M. (2012). *Perencanaan Strategis Kepariwisata Daerah: Konsep dan Aplikasi*. Jogjakarta: e-Gov Publishing.