

IMPLEMENTASI STRATEGI PELESTARIAN CAGAR BUDAYA DALAM UPAYA PEMASARAN GUNA MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN MELALUI DINAS PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN KOTAWARINGIN BARAT

Kezia Abdi¹, Widodo²
keziantonnyo@gmail.com¹
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi strategi pelestarian cagar budaya dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Kotawaringin Barat melalui Dinas Pendidikan dan Kebudayaan. Fokus utama penelitian adalah mengidentifikasi bagaimana kualitas produk wisata dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan emosional pengunjung sebagai salah satu determinan peningkatan kunjungan wisatawan. Penelitian menggunakan model empiris dengan pendekatan kuantitatif yang melibatkan analisis data primer dari survei kepada pengunjung situs cagar budaya. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk wisata dan kualitas pelayanan, sedangkan variabel dependen adalah kepuasan emosional pengunjung. Pengolahan data menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) untuk menguji hubungan antar variabel yang diuji. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk wisata dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan emosional pengunjung. Selain itu, kepuasan emosional terbukti memediasi hubungan antara kualitas produk dan pelayanan dengan niat untuk kembali berkunjung, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Strategi pelestarian cagar budaya yang diimplementasikan oleh Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Kotawaringin Barat terbukti efektif dalam meningkatkan kualitas destinasi wisata dan mempromosikan peningkatan kunjungan wisatawan. Rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian ini adalah perlunya peningkatan kualitas produk wisata dan pelayanan yang lebih baik melalui berbagai program pelestarian dan pemasaran cagar budaya secara terintegrasi. Hal ini diharapkan mampu menciptakan pengalaman wisata yang lebih bermakna bagi pengunjung dan meningkatkan daya tarik cagar budaya sebagai destinasi wisata unggulan.

Kata Kunci: Cagar Budaya, Kualitas Produk Wisata, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Emosional, Pemasaran Wisata, Kabupaten Kotawaringin Barat.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia yang memiliki 17.508 pulau dan dihuni 360 suku bangsa. Kaya dengan keberagaman budaya serta tradisi serta kepulauan yang indah serta citarasa kuliner turut melengkapi minat para wisatawan dalam negeri bahkan wisatawan mancanegara untuk melirik Indonesia sebagai salah satu tujuan destinasi wisata. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Tahun 2022 sektor pariwisata menyumbang devisa negara sebesar US\$4,26 miliar dari tahun sebelumnya hanya mencapai angka sebesar US\$0,4 miliar. Untuk lebih lengkapnya lagi kita bisa melihat tabel dibawah ini.

Tabel 1. Kontribusi Pariwisata Dalam Perolehan Devisa Tahun 2020 – 2022 (Dalam Miliar USD).

NO	Tahun	Jumlah
1	2020	3,38
2	2021	0,49
3	2022	4,26

Sumber data : Data Badan Pusat Statistik 2021

Bahwa kontribusi Pariwisata dalam perolehan devisa negara meningkat cukup signifikan dari tiga tahun terakhir, pasca pemulihan perekonomian pandemi covid 19. Bahkan target dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di tahun 2023 ini bisa mencapai di kisaran angka US\$5,95. Untuk mencapai angka tersebut pemerintah berupaya dengan optimal melalui proses pengembangan pelestarian cagar budaya, salah satunya dengan pemeliharaan situs situs budaya serta tradisi adat budaya yang tersebar di wilayah Indonesia.

Seperti halnya dengan Kotawaringin Barat adalah salah satu daerah yang kaya akan warisan sejarah dan budaya di Indonesia. Terletak di Provinsi Kalimantan Tengah, wilayah ini memiliki potensi besar untuk mengembangkan Destinasi Wisata yang mengungkap sejarah dan kekayaan budaya yang ada disana. Kabupaten Kotawaringin Barat sendiri memiliki warisan sejarah yang merupakan sejarah panjang yang melibatkan kerajaan kuno dan pengaruh kolonial Belanda.

Kerajaan Kutaringin adalah salah satu kerajaan bercorak Islam di Kalimantan Tengah yang didirikan pada abad ke 17. Pendiri Kerajaan Kutaringin adalah Pangeran Adipati Antakusuma (1673-1696) dari Kesultanan Banjar. Hal ini menciptakan warisan sejarah yang berlimpah, termasuk situs situs bersejarah, bangunan bersejarah dan peninggalan sejarah lainnya. Selain itu masyarakat di Kotawaringin Barat memiliki beragam budaya, termasuk tradisi, kesenian, Tarian, dan festival yang khas. Kekayaan budaya ini menjadi daya tarik unik bagi para wisatawan yang ingin mengalami kebudayaan lokal. Dengan keragaman sejarah serta budaya yang dimiliki oleh Kabupaten Kotawaringin Barat, potensi untuk mengembangkan destinasi wisata yang berfokus pada aspek aspek ini sangat besar. Hal ini juga memiliki potensi untuk meningkatkan ekonomi lokal melalui Pariwisata Sejarah budaya

Tabel 2

DATA KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGARA & NUSANTARA Ke KABUPATEN KOTAWARINGIN BARAT Tahun 2017 s/d Agustus 2022			
TAHUN	WISATAWAN MANCANEGARA	WISATAWAN NUSANTARA	JUMLAH
2017	15.163 orang	96.309 orang	111.472 orang
2018	17.317 orang	115.675 orang	132.992 orang
2019	14.552 orang	296.563 orang	311.115 orang
2020	4.883 orang	210.515 orang	215.398 orang
2021	510 orang	221.881 orang	222.391 orang
s.d Agustus 2022	3.863 orang	268.610 orang	272.473 orang

Sumber : <https://dispar.kotawaringinbaratkab.go.id/data-kunjungan->

Melihat data di atas gambaran mengenai kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara ke kabupaten Kotawaringin Barat, hal ini menunjukkan bahwa Kotawaringin Barat tetap diminati oleh para wisatawan sebagai tujuan destinasi wisata. Meskipun memiliki potensi besar, pelestarian cagar budaya dan sejarah merupakan tantangan penting. Dibutuhkan langkah-langkah proaktif untuk memastikan pelestarian warisan ini, sambil tetap mengambil manfaat dari pariwisata. Melakukan pengembangan dan pelestarian cagar budaya tentu tidak semudah membuat teori dan peraturan yang ada, dalam kenyataannya mendukung pembangunan pariwisata memiliki permasalahan baik dari eksternal maupun internal. Seperti halnya di Kabupaten Kotawaringin Barat sendiri.

METODE PENELITIAN

Metode bagi suatu penelitian merupakan suatu alat didalam pencapaian suatu tujuan untuk memecahkan suatu masalah. Metode penelitian ini akan mengarahkan penelitian pada suatu tujuan tertentu. Penelitian yang dilakukan di Wisata Cagar Budaya Istana Kuning Kabupaten Kotawaringin Barat ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi suatu masalah. Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2016:2), metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian ini didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yang rasional, empiris dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian ini dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara yang digunakan. Sistematis artinya, proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah yang bersifat logis. Data yang diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi suatu masalah. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2016:11) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel baik satu variabel atau lebih (independent) tanpa membuat perbandingan atau hubungan dengan variabel lain. Sedangkan penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori dan akan mencoba menghasilkan metode ilmiah yakni status hipotesa yang berupa kesimpulan, apakah suatu hipotesa diterima atau ditolak. Penelitian verifikatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini disajikan deskripsi mengenai karakteristik responden penelitian dengan menggunakan analisis deskriptif. Pelaksanaan penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner penelitian pada tanggal 4 sampai dengan 28 Oktober 2024 kepada 100 pengunjung Objek Cagar Budaya Istana Kuning. Hasil penyebaran kuesioner penelitian diperoleh sebanyak 100 kuesioner yang terisi lengkap dan dapat diolah. Deskripsi responden dalam hal ini dapat disajikan sesuai karakteristik responden pada tabel 4.1.

Sajian data pada Tabel 4.1 memperlihatkan bahwa sebagian besar responden adalah pengunjung pria (51%), sedangkan responden wanita (49%). Apabila dilihat dari segi usia, jumlah responden terbanyak adalah usia 15 – 25 tahun sebanyak 46%.

Pendidikan terakhir yang dimiliki responden terbanyak adalah S1 yaitu sebanyak 54%.

Pada tabel tersebut terlihat pula bahwa mayoritas responden berprofesi sebagai karyawan swasta sebanyak 35%. Sebagian besar pengunjung adalah warga Kabupaten Kotawaringin Barat yaitu sebanyak 72%. Responden paling banyak mendapat informasi terkait Objek Cagar Budaya Istana Kuning dari keluarga (48%), dimana mayoritas mereka juga berkunjung di Objek Cagar Budaya Istana Kuning bersama keluarga (74%), dan datang atas dorongan keluarga (54%) dan memang sudah direncanakan (97%).

Mayoritas pengunjung yang menjadi responden menuju objek lokasi Istana Kuning menggunakan sarana transportasi motor (45%). Tujuan responden datang ke objek lokasi Istana Kuning paling banyak adalah untuk melihat keragaman budaya daerah (50%).

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Karakteristik	Frekuensi (N=100)	Presentase (%)
1	Gender		
	Laki-laki	51	51.0
	Perempuan	49	49.0
2	Usia		
	15 - 25 tahun	46	46.0
	26 - 35 tahun	36	36.0
	36 - 45 tahun	13	13.0
	>45 tahun	5	5.0
3	Pendidikan		
	SMP	4	4.0
	SMA	40	40.0
	Diploma	2	2.0
	S1	54	54.0
4	Profesi		
	Karyawan Swasta	35	35.0
	Pegawai Negeri Sipil	8	8.0
	Pelajar/Mahasiswa	21	21.0
	Wiraswasta	20	20.0
	Lainnya	16	16.0
5	Domisili		
	Kabupaten Kotawaringin Barat	72	72.0
	Luar Kabupaten Kotawaringin Barat	28	28.0
6	Asal Informasi		
	Media massa	3	3.0
	Teman	23	23.0
	Keluarga	48	48.0
	Internet	26	26.0
7	Datang dengan siapa		
	Sendiri	2	2.0
	Keluarga	74	74.0
	Rekan kerja	8	8.0
	Pacar	16	16.0
8	Kegiatan berwisata yang biasa dilakukan		
Pantai	21	21.0	

No	Karakteristik	Frekuensi (N=100)	Presentase (%)
	Pegunungan	31	31.0
	Tempat bersejarah	16	16.0
	Mall	32	32.0
9	Yang mendorong untuk berwisata		
	Diri sendiri	54	54.0
	Keluarga	46	46.0
10	Sarana transportasi yang digunakan		
	Motor	45	45.0
	Mobil	44	44.0
	Angkutan Umum	11	11.0
11	Kunjungan ke lokasi Istana Kuning		
	Dadakan	3	3.0
	Terencana	97	97.0
12	Tujuan berwisata ke Objek Cagar Budaya Istana Kuning		
	Refreshing	30	30.0
	Melihat keragaman budaya daerah	50	50.0
	Mengetahui apa saja yang terdapat di Cagar Budaya Istana Kuning	20	20.0

Sumber: Lampiran 4.

Deskripsi Data Variabel Penelitian

Deskripsi variabel terdiri dari definisi serta gambaran terhadap penilaian responden terhadap variabel Kualitas pelayanan, Harga, dan Kepuasan pengunjung. Pengumpulan data tersebut menggunakan kuesioner. Setiap item pernyataan terdiri dari lima alternatif jawaban yaitu:

- Sangat tidak setuju (STS) dengan nilai 1
- Tidak setuju (TS) dengan nilai 2
- Cukup Setuju (CS) dengan nilai 3
- Setuju (S) dengan nilai 4
- Sangat setuju (SS) dengan nilai 5.

Gambaran data pada setiap variabel dikelompokkan menjadi 5 kategori seperti telah disajikan pada Tabel 3.4, yaitu: Sangat Tidak baik (skor 1,00 – 1,80), Tidak Baik (skor 1,81 – 2,60), Kurang baik (2,61 – 3,40), Baik (3,41 – 4,20), dan Sangat Baik (4,21 – 5,00). Berikut dipaparkan hasil deskripsi masing-masing variabel penelitian.

1. Kualitas Pelayanan (X1)

Deskripsi jawaban responden pada kuesioner kualitas pelayanan dapat disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. Deskripsi Data Hasil Kuesioner Kualitas Pelayanan

Dimensi	Indikator	Item	Mean item	Mean dimensi
Bukti Fisik (Tangibles)	Kebersihan selalu terjaga dengan baik	X1_1	4.29	4.10
	Ketersediaan Lahan parkir yang memadai	X1_2	4.07	

Dimensi	Indikator	Item	Mean item	Mean dimensi
	Kerapihan karyawan	X1_3	4.11	
	Fasilitas/tempat istirahat yang memadai	X1_4	3.94	
Empati (Emphaty)	Keramahan pegawai dalam melayani wisatawan	X1_5	3.74	3.88
	Kesamaan pelayanan	X1_6	3.90	
	Kesopan santunan pegawai	X1_7	3.87	
	Kepedulian pegawai akan kebutuhan atau keinginan dari wisatawan	X1_8	4.01	
	Kecepatan dalam menanggapi keluhan dari wisatawan	X1_9	3.90	
Daya Tanggap (Responsiveness)	Kecepatan dalam pelayanan tiket masuk	X1_10	4.07	3.86
	Pegawai senantiasa membantu wisatawan	X1_11	3.65	
Kehandalan (Reliability)	Pelayanan sesuai yang telah dijanjikan/ditawarkan	X1_12	3.69	3.90
	Kemampuan pegawai dalam memberikan pengetahuan	X1_13	4.10	
Jaminan (Assurance)	Jaminan keamanan	X1_14	3.91	3.83
	Jaminan Keselamatan	X1_15	3.74	
Mean keseluruhan			3.93	

Sumber: Lampiran 5.

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa secara keseluruhan jawaban responden rata-rata pada kuesioner Kualitas Pelayanan sebesar 3,99 yang termasuk pada kategori Baik (3,41 – 4,20). Artinya, responden berpandangan bahwa kualitas pelayanan pada Objek Cagar Budaya Istana Kuning termasuk baik. Skor rata-rata tertinggi diperoleh pada indikator Kebersihan selalu terjaga dengan baik sebesar 4,29. Skor rata-rata terendah pada variabel kualitas pelayanan diperoleh pada indikator Pegawai senantiasa membantu wisatawan sebesar 3,65. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengunjung merasa pelayanan dengan kualitas terbaik adalah pada tampilan fisik, seperti kebersihan lokasi menjadi hal yang sangat dipersepsikan baik oleh pengunjung.

2. Harga (X2)

Deskripsi jawaban responden pada kuesioner tentang harga dapat disajikan pada tabel berikut:

Tabel 5. Deskripsi Data Hasil Kuesioner Harga

Dimensi	Indikator	Item	Mean item	Mean dimensi
Fungsi Biaya (<i>Cost Function</i>)	Keterjangkauan Harga	X2_16	4.11	4.05
	Harga Diskon	X2_17	3.99	
Harga Pesaing (<i>Competitor Price</i>)	Perbandingan harga dengan pesaing	X2_18	4.25	4.18
	Rate harga	X2_19	4.10	
Nilai Pelanggan (<i>Customer Value</i>)	Kesesuaian harga dengan fasilitas yang disediakan	X2_20	4.11	4.24
	Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan	X2_21	4.36	
Mean keseluruhan			4.15	

Sumber: Lampiran 5.

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa secara keseluruhan jawaban responden rata-rata pada kuesioner Harga sebesar 4,15 yang termasuk pada kategori Baik (3,41 – 4,20). Artinya, responden berpandangan bahwa harga Objek Cagar Budaya Istana Kuning sesuai dengan pelayanan yang diberikan. Skor rata-rata tertinggi diperoleh pada indikator Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan sebesar 4,36. Skor rata-rata terendah diperoleh pada indikator Harga Diskon sebesar 3,99. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengunjung merasa bahwa harga sesuai dengan layanan yang diberikan.

3. Kepuasan Pengunjung (Y)

Deskripsi jawaban responden pada kuesioner tentang Kepuasan Pengunjung dapat disajikan pada tabel berikut:

Tabel 6. Deskripsi Data Hasil Kuesioner Kepuasan Pengunjung

Dimensi	Indikator	Item	Mean item	Mean indikator
Kinerja (Performance)	Kepuasan atas sikap pegawai yang sopan dan memberi perhatian	Y1_22	4.03	4.06
	Kepuasan terhadap fasilitas penunjang	Y1_23	4.08	
Harapan (Expectation)	Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan apa yang didapatkan	Y1_24	4.02	3.96
	Pelayanan sesuai dengan harapan	Y1_25	3.95	
	Kepuasan atas kemudahan (seperti kemudahan pembelian tiket dan akses)	Y1_26	3.92	
Mean keseluruhan			4.00	

Sumber: Lampiran 5.

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa secara keseluruhan jawaban responden rata-rata pada kuesioner Harga sebesar 4,00 yang termasuk pada kategori Baik (3,41 – 4,20). Artinya, secara umum responden merasa puas dengan layanan Objek Cagar Budaya Istana Kuning. Skor rata-rata tertinggi diperoleh pada indikator Kepuasan terhadap fasilitas penunjang sebesar 4,08. Skor rata-rata terendah diperoleh pada indikator Kepuasan atas kemudahan (seperti kemudahan pembelian tiket dan akses) sebesar 3,92. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengunjung merasa puas karena fasilitas pendukung yang baik.

Analisis Data

Pengujian Persyaratan Analisis Regresi Berganda

Teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah teknik analisis regresi berganda. Sebelum melakukan analisis dan interpretasi mengenai data diperlukan uji persyaratan yaitu uji normalitas, multikolinieritas, dan uji heterokedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas diperlukan untuk mengetahui tingkat kenormalan dari distribusi data residual yang telah diperoleh. Jika data yang telah diperoleh menunjukkan gejala (berdistribusi) normal, selanjutnya dapat digunakan sebagai alat untuk menarik kesimpulan. Pengujian dilakukan dengan menggunakan software SPSS 26 dengan menggunakan teknik One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.

Untuk menetapkan kenormalan dengan uji statistik One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a) Taraf signifikansi uji $\alpha = 0.05$
- b) Membandingkan dengan taraf signifikansi yang diperoleh
- c) Jika signifikansi yang diperoleh $> \alpha (0,05)$, maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal
- d) Jika signifikansi yang diperoleh $< \alpha (0,05)$, maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.86747843
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.061
	Negative	-.037
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

(Sumber: Lampiran 7)

Hasil Output One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test diperoleh nilai signifikansi (p-value) 0,200. Berdasarkan Output One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test diketahui bahwa hasil uji K-S lebih besar dari taraf signifikansi 5% ($0,200 > 0,05$). Hasil ini memberikan bukti bahwa data residual berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Jika terjadi korelasi maka dinamakan terdapat problem Multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara peubah bebas. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dapat dilihat dari VIF (variance inflation faktor) dan tolerance.

Tabel. 8. Hasil Uji Multikolinieritas

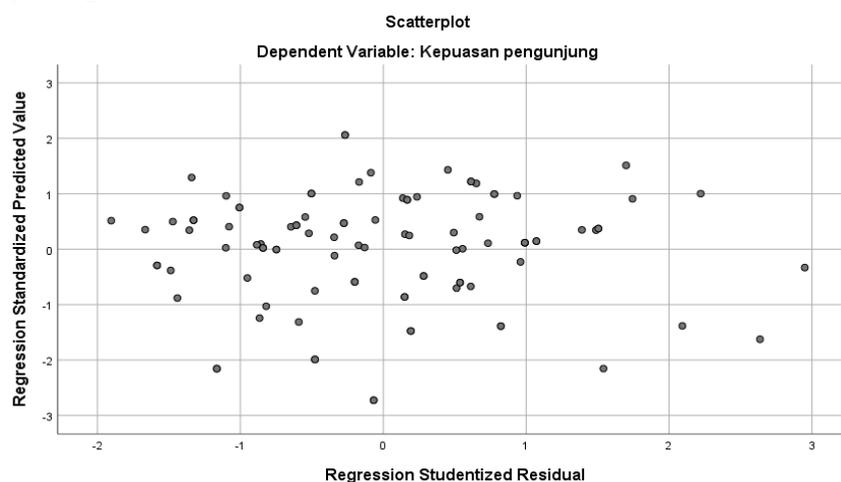
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas pelayanan	0.827	1.210
Harga	0.827	1.210

Sumber: Lampiran 7.

Variabel Kualitas pelayanan dan Harga memiliki nilai VIF kurang dari 10, dan nilai Tolerance di atas 0,1. maka dapat disimpulkan tidak terjadi adanya masalah multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedasitas

Pengujian Heteroskedasitas digunakan untuk melihat apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedasitas. Untuk mendeteksi adanya heteroskedasitas dapat dilakukan dengan menggunakan Scatter Plot. Apabila tidak terdapat pola yang teratur, maka model regresi tersebut bebas dari masalah heteroskedasitas. Hasil uji heteroskedasitas dapat dilihat pada grafik berikut:



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedasitas
(Sumber: Lampiran 7)

Pada uji heteroskedasitas yang melihat grafik plot, titik-titik menyebar secara acak baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu y maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedasitas.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini, menganalisis regresi linear berganda peneliti menggunakan seri program statistik SPSS versi 26.0. Hasil analisis regresi linier berganda dapat disajikan pada bagian berikut.

1. Uji Simultan (Uji F)

Untuk menguji pengaruh variabel Kualitas pelayanan dan Harga secara bersama-sama terhadap Kepuasan pengunjung, selanjutnya dilakukan pengujian secara simultan dengan menggunakan uji F, dengan hipotesis uji:

Ho: $\beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$; Variabel Kualitas pelayanan, serta Harga secara simultan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan pengunjung.

Ha: $\beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$; Variabel Kualitas pelayanan serta Harga simultan berpengaruh terhadap Kepuasan pengunjung.

Pengujian yang dilakukan secara simultan artinya mencari pengaruh dari ketiga variabel secara bersama-sama terhadap variabel terikat dengan dua cara yaitu dengan membanding nilai F hitung dengan nilai F tabel, dan juga dengan cara lain yaitu dengan membandingkan nilai signifikansi yang muncul dalam tabel ANOVA di output analisis SPSS dengan nilai probabilitas yaitu 0,05.

Dasar pengujian dalam uji F yaitu jika nilai F hitung yang ada pada output SPSS lebih besar ($>$) dari F tabel maka dinyatakan variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen, begitu juga sebaliknya jika nilai F hitung lebih kecil ($<$) maka dinyatakan bahwa variabel independen secara simultan tidak berpengaruh pada variabel dependen. Berikut hasil uji hipotesis simultan (uji F) melalui Statistical Program for Social Science (SPSS) versi 26 berikut :

Tabel 9. Hasil Uji Simultan (Uji F)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	377.980	2	188.990	53.096	.000 ^b
	Residual	345.260	97	3.559		
	Total	723.240	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan pengunjung

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas pelayanan

Sumber: Lampiran 8.

Dari tabel 4.6 didapatkan nilai F hitung adalah 53,096 yang akan di bandingkan dengan nilai Ftabel. Cara mengetahui F tabel adalah membandingkan (df1, df2) dengan Rumus :

$$df1 : k - 1 \Rightarrow 2 - 1 = 1$$

$$df2 : n - k \Rightarrow 100 - 2 = 98$$

Di mana: k : jumlah variabel; n : jumlah sampel

Letak F tabel berada pada kolom ke 2 dan baris ke 98 yang bernilai 2,700. Nilai F hitung pada tabel ANOVA diperoleh sebesar 53,096, sehingga dari perhitungan di atas dapat diketahui bahwa Fhitung $>$ Ftabel. Selain hal tersebut, signifikansi ANOVA senilai 0,000 yang memberikan nilai lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan melakukan uji F diketahui variabel Kualitas pelayanan (X1) dan Harga (X2) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan pengunjung (Y).

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau uji t dilakukan untuk menguji hipotesis yaitu pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individu atau sendiri-sendiri. Dasar pengambilan keputusan uji t parsial dalam analisis regresi terdiri atas dua cara yaitu berdasarkan nilai t hitung dan berdasarkan nilai signifikansi.

1. Nilai t hitung $>$ t tabel dan nilai signifikan $<$ 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat
2. Nilai t hitung $<$ dari t tabel dan nilai signifikan $>$ 0,05, maka Ho diterima dan Ha ditolak, artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Besarnya nilai t tabel ditentukan dengan melihat derajat kebebasan (degree of freedom) sebesar n-k-1 pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$. Dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel bebas. Nilai df pada tabel t yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

$$Df: n - k - 1 \Rightarrow 100 - 2 - 1 = 97$$

Dalam tabel t nilai dari df 97 pada 0,05 adalah 1,984 dan dilakukan pembulatan menjadi 1,984. Berikut adalah hasil olahan uji hipotesis parsial (uji t) menggunakan Statistical Program for Social Science (SPSS) versi 26 :

Tabel 10. Hasil Uji Parsial

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1 (Constant)	3.050	1.307		2.333	.022
Kualitas pelayanan	.178	.027	.510	6.611	.000
Harga	.243	.055	.342	4.433	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan pengunjung

Sumber: Lampiran 5.

Berdasarkan tabel di atas, penjelasan mengenai uji hipotesis secara parsial dapat disajikan sebagai berikut:

a. Pengujian Hipotesis 1

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Objek Cagar Budaya Istana Kuning.

Untuk menguji pengaruh variabel Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pengunjung, selanjutnya dilakukan pengujian secara parsial dengan menggunakan uji t, dengan hipotesis uji:

Ho: $\beta_1 = 0$; Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pengunjung.

Ha: $\beta_1 \neq 0$; Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pengunjung.

Pada tabel di atas diketahui variabel Kualitas pelayanan memiliki nilai thitung > ttabel, yaitu $6,611 > 1,984$, dan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal tersebut membuktikan bahwa H1 "Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pengunjung Objek Cagar Budaya Istana Kuning."dapat Diterima. Apabila dilihat dari koefisien regresi sebesar 0,178 menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan, maka kepuasan pengunjung akan semakin meningkat.

b. Pengujian Hipotesis 2

H2: Harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Objek Cagar Budaya Istana Kuning.

Untuk menguji pengaruh variabel Harga terhadap Kepuasan pengunjung, selanjutnya dilakukan pengujian secara parsial dengan menggunakan uji t, dengan hipotesis uji:

Ho: $\beta_2 = 0$; Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pengunjung.

Ha: $\beta_2 \neq 0$; Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pengunjung.

Pada tabel di atas diketahui variabel Harga memiliki nilai thitung > ttabel, yaitu $4,433 > 1,984$, dan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal tersebut membuktikan bahwa H2 "Harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Objek Cagar Budaya Istana Kuning."dapat Diterima. Apabila dilihat dari koefisien regresi sebesar 0,243 menunjukkan bahwa pengaruh Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Artinya, semakin sesuai harga, maka kepuasan pengunjung akan semakin meningkat.

3. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen yakni Kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pengunjung Objek Cagar Budaya Istana Kuning, maka dapat dilihat pada nilai koefisien determinasi (R^2). Hasil perhitungan nilai koefisien determinasi dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel 11. Nilai Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.723	0.523	0.513	1.88663

Sumber: Lampiran 5.

Tabel 11 menunjukkan bahwa nilai R^2 diperoleh sebesar 0,523. Hal ini berarti bahwa besarnya pengaruh Kualitas pelayanan dan harga terhadap Kepuasan pengunjung adalah sebesar 52,3%. Sedangkan sisanya (47,7%) dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

Untuk mengetahui besar pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial dapat dihitung dengan perkalian nilai beta dengan zero order. Hasil perhitungan besar pengaruh variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pengunjung dapat disajikan pada tabel berikut:

Tabel 12. Nilai Koefisien Determinasi Parsial

Variabel	Beta	Zero-order	Koefisien Determinasi
Kualitas pelayanan	0.510	0.653	0.333
Harga	0.342	0.555	0.190
		Total	0.523

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 4.10, dapat diketahui bahwa besar pengaruh kualitas pelayanan secara parsial sebesar 0,333 atau 33,3%. Sedangkan besar pengaruh harga secara parsial sebesar 0,190 atau 19,0%. Artinya, kepuasan pengunjung Objek Cagar Budaya Istana Kuning lebih banyak dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung

Sesuai hasil analisis regresi pada pengujian hipotesis pertama dapat diperoleh informasi bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Cagar Budaya Istana Kuning. Hasil tersebut bermakna bahwa adanya kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pengunjung. Artinya, pelayanan yang diberikan oleh manajemen Objek Cagar Budaya Istana Kuning, seperti lingkungan yang bersih, fasilitas, dan suasana lokasi yang menyenangkan menjadikan pengunjung merasa terhibur sehingga merasa puas dengan pelayanan di Objek Cagar Budaya Istana Kuning.

Temuan penelitian pada analisis deskriptif menunjukkan indikator kualitas pelayanan paling tinggi adalah indikator Kebersihan selalu terjaga dengan baik. Artinya, bahwa responden memiliki pandangan bahwa Objek Cagar Budaya Istana Kuning memiliki fasilitas dan suasana lingkungan yang bersih. Apa yang dirasakan pengunjung membuat mereka merasa puas dengan wisata di Objek Cagar Budaya Istana Kuning. Hal ini didukung temuan pada variabel kepuasan pengunjung, dimana indikator tertinggi adalah kepuasan terhadap fasilitas penunjang. Pengunjung Objek Cagar Budaya Istana Kuning sependapat, berdasarkan tanggapan mereka terhadap kuesioner, kepuasan akan berkembang jika penyedia layanan air terjun memperhatikan kualitas layanan yang diberikan. Semakin andal dan stabil kualitasnya,

maka pelayanan wisata semakin bertahan dan dapat memuaskan pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Karisma (2024) dimana variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan adalah semakin baiknya value pada bukti fisik atau tangible, yang akan dapat meningkatkan kepuasan pada pelanggan. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Darajat (2021) menunjukkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian lainnya oleh Wibiksana et al (2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan (Saragih et al., 2022). Adanya pengaruh positif menunjukkan semakin baik pelayanan, maka semakin tinggi kepuasan pengunjung.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil analisis regresi untuk menguji hipotesis kedua dapat diperoleh informasi bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada Objek Cagar Budaya Istana Kuning. Hal tersebut bermakna bahwa apabila responden mempersepsikan harga sesuai dengan layanan yang diberikan pihak manajemen Objek Cagar Budaya Istana Kuning, maka pengunjung akan lebih puas dengan kunjungannya ke destinasi wisata tersebut.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan indikator harga tertinggi adalah indikator kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan. Hal tersebut berarti bahwa harga tiket masuk di Objek Cagar Budaya Istana Kuning sesuai dengan manfaat yang dirasakan pengunjung. Meskipun harga relatif lebih mahal dibanding kawasan wisata pantai yang lain di sekitar Jepara, tetapi Objek Cagar Budaya Istana Kuning memiliki fasilitas yang berbeda dengan yang lainnya, sehingga pengunjung merasa kunjungannya untuk berwisata di Objek Cagar Budaya Istana Kuning sangat memuaskan. Seperti dijelaskan (Damanik & Yusuf, 2022), bahwa apa yang dirasakan, harapan pengunjung, kualitas yang dirasakan, dan pemahaman tentang biaya dan risiko memiliki pengaruh positif pada kepuasan pengunjung.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Ibrahim & Musadad (2019); Intan & Eviana (2018) menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian lainnya oleh Wahyudi & Yusra (2021) menunjukkan pula bahwa harga memberikan pengaruh positif dan signifikan. Studi yang dilakukan Wardhana (2021) menunjukkan harga tiket dan promosi mempengaruhi kepuasan pengunjung secara signifikan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pengunjung secara Simultan

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini berarti ketika kualitas pelayanan dan harga dipertimbangkan secara bersamaan, keduanya memberikan efek yang saling melengkapi terhadap kepuasan pengunjung. Misalnya, harga yang kompetitif dan kualitas pelayanan yang baik dapat secara efektif meningkatkan kepuasan pengunjung karena pengunjung merasa mendapatkan nilai lebih dari yang mereka harapkan. Sebaliknya, meskipun harganya terjangkau, tetapi kualitas pelayanan rendah, hal ini bisa menurunkan tingkat kepuasan. Demikian juga jika harga terlalu tinggi, meskipun pelayanan baik, pengunjung mungkin merasa kurang puas. Secara keseluruhan, kombinasi antara kualitas pelayanan dan harga yang sesuai akan membentuk kesan yang positif dan dapat meningkatkan kepuasan pengunjung.

Kepuasan dapat didefinisikan sebagai perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima pelanggan dengan harapan mereka, dengan layanan atau hasil tersebut setidaknya harus memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (Karisma, 2024). Pelayanan yang baik meliputi aspek-aspek seperti keramahan, kecepatan, ketepatan, dan kejelasan informasi yang diberikan oleh pihak penyedia jasa. Jika kualitas pelayanan tinggi, pengunjung cenderung merasa dihargai, nyaman, dan puas. Kualitas pelayanan yang baik bisa meningkatkan kesan positif dan membangun loyalitas pengunjung.

Terkait dengan faktor harga, dijelaskan Intan & Eviana (2018) harga merupakan faktor penting dalam penentuan keputusan berkunjung wisatawan ke daya tarik wisata. Harga menjadi pertimbangan untuk memutuskan apakah sebuah barang atau jasa tersebut cocok untuk digunakan. Konsumen juga tidak jarang membandingkan harga di satu tempat dengan tempat lainnya, sehingga harga menjadi salah satu hal yang dapat mempengaruhi niat berkunjung kembali pada sebuah objek wisata (Riyanti et al., 2020). Pengunjung akan merasa puas jika harga yang dibayarkan sepadan dengan kualitas produk atau pelayanan yang mereka terima. Harga yang terlalu tinggi bisa membuat pengunjung merasa kurang puas, kecuali jika kualitas yang diberikan sangat unggul. Sebaliknya, harga yang terjangkau dan kompetitif bisa memberikan nilai tambah dan meningkatkan kepuasan pengunjung, asalkan kualitas pelayanan tetap terjaga.

Dari hasil uji koefisien determinasi parsial, diketahui bahwa kepuasan pengunjung Objek Cagar Budaya Istana Kuning lebih dominan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (33,3%), sedangkan pengaruh harga lebih kecil (19,0%). Temuan ini mengindikasikan bahwa pengelola perlu memprioritaskan perbaikan kualitas pelayanan kepada pengunjung. Hal ini dapat dilakukan misalnya dengan memastikan area wisata aman dan bersih untuk semua pengunjung, serta menyediakan pemandu wisata yang informatif untuk menambah nilai pengalaman pengunjung Objek Cagar Budaya Istana Kuning.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disajikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung Objek Cagar Budaya Istana Kuning. Hasil tersebut membuktikan bahwa semakin berkualitas layanan yang diberikan kepada pengunjung, maka kepuasan pengunjung akan semakin meningkat.
2. Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung Objek Cagar Budaya Istana Kuning. Hasil tersebut membuktikan bahwa semakin sesuai harga yang dipersepsikan dengan manfaat yang didapatkan pengunjung, maka kepuasan pengunjung akan semakin meningkat.
3. Secara simultan kualitas layanan dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung di Objek Cagar Budaya Istana Kuning. Hasil ini berarti bahwa kombinasi pelayanan yang unggul dan harga yang sesuai akan mempengaruhi kepuasan pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Allison , Michael : Kaye , Jude . 2004 .Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Nirlaba
.Jakarta:Yayasan Obor Indonesia
- Andi, Mappi, Sammeng. 2001 .Cakrawala Pariwisata. Jakarta : Balai Pustaka