

**PENGARUH KINERJA PRAMUWISATA TERHADAP KEPUASAN SERTA
DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN
(Survey pada Wisatawan yang Berada di Kawasan Taman Nasional Bromo-Tengger-
Semeru (TNBTS))**

**Muhammad Harits Zaenal
Mukhammad Khalid Mawardi**
Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya
Malang
Email: haritszaen@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to clarify : (1) the influence of tour guide performance to tourist satisfaction; (2) the influence of tour guide performance to tourist loyalty; and (3) the influence of tourist satisfaction to tourist loyalty. This research use explanatory research with quantitative approach. The variables used are three: tour guide performance, tourist satisfaction, and tourist loyalty. The collection of data obtained through a questionnaire which distributed in Bromo-Tengger-Semeru National Park (TNBTS) as a research's site to 113 respondents. The sampling technique of this research use purposive sampling with respondent's criteria that domestic tourist which use tour guide service in TNBTS. The data analysis use descriptive analysis and path analysis. The result showed that the tour guide performance influence tourist satisfaction. Then the tour guide performance also proven has significant influence on tourist loyalty. Furthermore, tourist satisfaction significantly influence tourist loyalty. The result also showed that tour guide performance indirectly influence tourist loyalty through tourist satisfaction, as intervening variable. Based on this research's result, as tourism destination management and entrepreneur in tourism must keep and improve quality of tour guide to keep satisfaction and loyalty of tourist to grow. besides, to keep existence from tourism destination.

Keywords: Tour Guide Performance, Tourist Satisfaction, Tourist Loyalty, Bromo-Tengger-Semeru National Park

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Menjelaskan pengaruh kinerja pramuwisata terhadap kepuasan wisatawan di TNBTS; (2) Menjelaskan pengaruh kinerja pramuwisata terhadap loyalitas wisatawan di TNBTS; (3) Menjelaskan pengaruh kepuasan wisatawan terhadap loyalitas wisatawan di TNBTS. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif. Variabel yang digunakan pada penelitian ini ada tiga, yaitu kinerja pramuwisata, kepuasan wisatawan, loyalitas wisatawan. Pengumpulan data diperoleh melalui penyebaran kuesioner di TNBTS sebagai lokasi penelitian kepada 113 orang responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* dengan kriteria responden yang menggunakan jasa pramuwisata di TNBTS. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis jalur (*path analysis*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kinerja pramuwisata berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan wisatawan. Kemudian variabel kinerja pramuwisata terbukti berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas wisatawan. Selanjutnya variabel kepuasan wisatawan terbukti berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas wisatawan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kinerja pramuwisata secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan melalui variabel kepuasan wisatawan. Berdasarkan hasil penelitian ini sebaiknya Pengelola destinasi pariwisata dan pelaku usaha pariwisata yang menaungi pramuwisata untuk menjaga kualitas dan meningkatkan kualitas dari pramuwisata agar kepuasan dan loyalitas wisatawan dapat terus meningkat, serta dapat menjaga eksistensi dari destinasi pariwisata.

Kata Kunci: Kinerja Pramuwisata, Kepuasan Wisatawan, Loyalitas Wisatawan, Taman Nasional Bromo-Tengger-Semeru (TNBTS)

PENDAHULUAN

Pada hakekatnya pariwisata merupakan suatu proses kepergian sementara seorang atau lebih menuju tempat lain diluar tempat tinggalnya (Zendrato, 2014). Sejalan dengan itu Suwanto (2004) menambahkan terkait hal yang mendorong seseorang melakukan perjalanan yaitu disebabkan oleh berbagai kepentingan, baik kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan, maupun kepentingan lainnya. Berkembangnya sektor pariwisata sebagai suatu industri, perlu dipertimbangkan dalam segala macam segi tanpa terkecuali, karena perlu diakui bahwa pariwisata sebagai suatu industri tidak dapat berdiri sendiri, tetapi berkaitan erat dengan sektor-sektor ekonomi, sosial, budaya yang hidup dalam masyarakat (Yoeti, 1997). Yoeti menambahkan bahwa alasan utama pengembangan pariwisata pada suatu destinasi pariwisata, baik secara lokal, regional atau ruang lingkup nasional pada suatu negara sangat erat kaitannya dengan pembangunan perekonomian daerah atau negara.

Indonesia merupakan salah negara yang menerima sumbangsih devisa dari turis mancanegara yang berkunjung, dimana Indonesia dikategorikan sebagai negara berkembang yang sedang meningkatkan potensi pariwisata yang dimiliki. pembangunan pariwisata Indonesia memiliki visi “ terwujudnya Indonesia sebagai negara tujuan pariwisata berkelas dunia, berdaya saing, berkelanjutan, mampu mendorong pembangunan daerah dan kesejahteraan rakyat” (peraturan pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang rencana induk pembangunan Kepariwisataan Nasional Tahun 2010-2015). Visi tersebut didukung dengan pembangunan Kepariwisataan nasional yang pada salah satunya merupakan destinasi pariwisata dengan kriteria pembangunan pariwisata yang memiliki citra dan telah dikenal secara luas oleh masyarakat.

Taman Nasional Bromo-Tengger-Semeru (TNBTS) merupakan salah satu destinasi pariwisata yang memiliki citra baik dan telah dikenal secara luas oleh masyarakat, setiap tahunnya jumlah kunjungan wisatawan baik nusantara maupun mancanegara mengalami perubahan secara fluktuatif. Berdasarkan tingkat kunjungan wisatawan nusantara pada tahun 2012-2016 menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung pada tahun 2012 mencapai 249,577 jiwa dimana mengalami kenaikan yang sangat signifikan pada tahun 2013 sebesar 518,746, pada tahun 2014 kunjungan wisatawan mengalami

kenaikan ke angka 545,433 jiwa, pada tahun 2015 terjadi penurunan kunjungan wisatawan sebesar 89,438 sehingga kunjungan wisatawan pada tahun tersebut sebesar 456,995 jiwa. Penurunan kunjungan wisatawan pada tahun 2015 terjadi disebabkan adanya kebakaran hutan dan erupsi Gunung Bromo. Tahun 2016 tingkat kunjungan wisatawan turun menjadi 454,974 jiwa (Badan Statistik Balai Besar Bromo-Tengger-Semeru, 2016).

Wisatawan yang melakukan suatu perjalanan ke suatu destinasi pariwisata memerlukan berbagai kebutuhan dan pelayanan mulai dari keberangkatan hingga kembali lagi ketempat asal (Suwena, 2010). Suwena menambahkan *Ancillaries* merupakan hal-hal pendukung, seperti *tourist infomation centre* dan pramuwisata. Adanya hal pendukung ini disebabkan oleh wisatawan yang berkunjung ke suatu kawasan wisata. karena hal tersebut dibutuhkan oleh wisatawan dan dirasa dapat menghasilkan keuntungan maka dapat dikatakan bahwa *ancillaries* timbul karena adanya permintaan dari wisatawan (Suwena, 2010).

Pramuwisata merupakan salah satu komponen destinasi pariwisata yang termasuk kedalam pelayanan tambahan (*ancillary servie*). Nuriata (1995) mengatakan bahwa pramuwisata berasal dari bahasa sansekerta yaitu pramu, wis dan ata. Pramu berarti pelayanan atau orang yang melayani, wis berarti tempat dan ata berarti banyak. Pada umumnya wisata diartikan sebagai keliling atau perjalanan sehingga dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pramuwisata merupakan petugas yang melayani orang yang sedang melakukan suatu perjalanan wisata (dalam Wardhani, *et al*, 2008). Pramuwisata harus memiliki pemahaman terkait informasi mengenai daerah tempat ia bekerja, selain itu, pengetahuan tentang pelayanan dan keramahtamahan juga sangat diperlukan (Suwena, 2010). Suwena (2010) mengatakan, pramuwisata bekerja tidak hanya sekedar memberikan informasi melainkan mereka juga diwajibkan dapat meningkatkan kesadaran wisatawan untuk menghormati alam dan budaya setempat. Nguyen (2015) berpendapat bahwa perlu adanya komponen multidimensi yang terdiri dari lima kinerja pramuwisata (kemampuan mengorganisir, kemampuan dasar menghibur, penampilan, kemampuan profesional, dan kemampuan penyelesaian masalah).

Kepuasan menurut Kotler dan Keller (2008: 138-139) merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil)

terhadap ekspektasi pembeli. Ukuran tersebut dapat dipertimbangkan sebagai suatu nilai terkait kualitas pelayanan yang dirasakan wisatawan pada suatu destinasi pariwisata (Coban, 2012). Kepuasan yang diberikan pramuwisata akan memberikan efek domino terhadap wisatawan, dimana hal ini dapat terlihat dari wisatawan yang merekomendasikan pramuwisata kepada orang lain atau kembalinya wisatawan ke destinasi pariwisata. Kepuasan wisatawan dipertimbangkan sebagai tujuan penting dari sebuah bisnis karena hal tersebut mengasumsikan bahwa kepuasan wisatawan akan menjadikan mereka kembali ke tempat tersebut, idealnya, pramuwisata perlu memastikan wisatawan merasa puas dan membangun loyalitas wisatawan (Nguyen, 2015).

Menurut Lovelock *et al* (2010) loyalitas merupakan kesediaan pelanggan agar senantiasa menggunakan produk perusahaan dalam jangka waktu panjang, bahkan menggunakannya secara eksklusif dan merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain. Valle (2006) menambahkan bahwa yang menjadi faktor penentu loyalitas wisatawan pada suatu destinasi yaitu *intention in revisit the destination*, dimana hal ini memiliki maksud bahwa wisatawan menunjukkan loyalitasnya terhadap suatu destinasi wisata dengan mengunjungi kembali destinasi pariwisata tersebut dimasa mendatang, dan *say positive things about the destination and recommendations to other*, dimana seorang wisatawan menunjukkan loyalitasnya dengan cara mengatakan hal-hal positif terhadap destinasi pariwisata dan wisatawan tersebut memberikan rekomendasi kepada orang lain.

KAJIAN PUSTAKA

Pramuwisata

Yoeti (2000:11) mengatakan pramuwisata merupakan seseorang yang memiliki tugas dalam membimbing, menerangkan, dan memberikan petunjuk tentang objek wisata, serta membantu segala sesuatu yang diperlukan oleh wisatawan. Cohen (1985 dalam Nguyen, 2015) mendeskripsikan pramuwisata modern sebagai seorang “*pathfinder*” dan seorang “*mentor*”. Dia juga mengidentifikasi pramuwisata kedalam empat jenis kinerja, yaitu: instrumental, sosial, *interactionary* dan komunikatif. Nguyen (2015) berpendapat bahwa terdapat dua hal yang menjadi fokus dalam melihat kinerja pramuwisata, yaitu:

1. Kemampuan Pelayanan Intrapersonal.

Pelayanan pramuwisata intrapersonal mengusulkan pelayanan yang terdiri dari tiga komponen yaitu, penampilan (*appearance*), sikap kerja (*work attitude*), dan kemampuan komunikasi (*communication skill*).

2. Kemampuan Interpersonal dan Kemampuan Organisasi.

Kemampuan pelayanan interpersonal dan kemampuan organisasi terdiri dari tujuh komponen yaitu empati, kompetensi profesional, hubungan dengan konsumen, penyelesaian masalah, kemampuan organisasi, kemampuan menjaga lingkungan, dan kemampuan memperkenalkan hiburan.

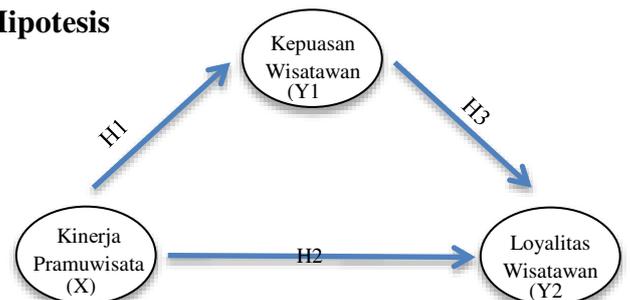
Kepuasan Wisatawan

Menurut Gerson (2002:24) kepuasan pelanggan merupakan persepsi bahwa harapan pelanggan telah terpenuhi atau terlampaui dan ketika pelanggan berharap barang tersebut akan berfungsi dengan baik. Jika sebaliknya ketika pelanggan merasa kecewa, maka perusahaan harus menemukan cara untuk mengatasi masalah tersebut sehingga pelanggan dapat terpuaskan. Menurut Gerson (2002:24) kepuasan pelanggan merupakan persepsi bahwa harapan pelanggan telah terpenuhi atau terlampaui dan ketika pelanggan berharap barang tersebut akan berfungsi dengan baik. Jika sebaliknya ketika pelanggan merasa kecewa, maka perusahaan harus menemukan cara untuk mengatasi masalah tersebut sehingga pelanggan dapat terpuaskan.

Loyalitas Wisatawan

Loyalitas menurut Lovelock *et al* (2010) merupakan kesediaan pelanggan agar senantiasa menggunakan produk perusahaan dalam jangka panjang, bahkan menggunakannya secara eksklusif dan merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain. Pengukuran loyalitas konsumen dalam produk atau jasa memiliki perbedaan. Loyalitas yang dilakukan oleh wisatawan terhadap suatu destinasi pariwisata pada dasarnya dapat diketahui melalui dua hal. Artuger *et al* (2013); Valle (2006) menjelaskan bahwa yang menjadi faktor penentu loyalitas wisatawan pada suatu destinasi pariwisata yaitu *intention in revisit the destination* dan *Say positive things about the destination and recommendations to other*.

Hipotesis



Gambar 1. Model Hipotesis

H₁: Variabel Kinerja Pramuwisata (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Wisatawan (Y₁) di Kawasan Taman Nasional Bromo-Tengger.

H₂: Variabel Kinerja Pramuwisata (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel Loyalitas Wisatawan (Y₂) di Kawasan Taman Nasional Bromo-Tengger.

H₃: Variabel Kepuasan Wisatawan (Y₁) berpengaruh signifikan terhadap variabel Loyalitas Wisatawan (Y₂) di Kawasan Taman Nasional Bromo-Tengger.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS). Didapat sampel 113 orang responden dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dianalisis menggunakan *path analysis*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Analisis *Path*

Variabel Eksogen	Variabel Endogen	Beta	Thitung	P-value	Ket
Kinerja Pramuwisata	Kepuasan Wisatawan	0,638	8,725	0,000	Sig.
Kinerja Pramuwisata	Loyalitas Wisatawan	0,486	5,043	0,000	Sig.
Kepuasan Wisatawan	Loyalitas Wisatawan	0,194	2,012	0,047	Sig
n = 113					

Sumber : Data Primer diolah, 2017

Pengaruh Kinerja Pramuwisata terhadap Kepuasan Wisatawan

Hasil analisis jalur menerangkan bahwa variabel kinerja pramuwisata memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan wisatawan dimana nilai pengaruh langsung yang dimiliki sebesar 0,638 dengan angka probabilitas yang dinyatakan signifikan terhadap variabel kepuasan wisatawan. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan wisatawan dapat tercipta dengan adanya kinerja pramuwisata yang positif. Wisatawan yang memiliki nilai positif mengenai kinerja pramuwisata yang sedang melakukan *guiding* di TNBTS akan memperoleh kepuasan yang tinggi. Sebaliknya, apabila wisatawan memiliki penilaian negatif, maka akan menyebabkan rasa ketidakpuasan atau tidak senang terhadap kinerja pramuwisata.

Pengaruh Kinerja Pramuwisata terhadap Loyalitas Wisatawan

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa variabel kinerja pramuwisata memiliki pengaruh langsung sebesar 0,486 dan angka signifikan probabilitas sebesar 0,000 terhadap loyalitas wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan yang memiliki perspektif positif terhadap kinerja pramuwisata di TNBTS yang dapat menjadi loyal terhadap TNBTS.

Wisatawan yang sudah memiliki pengetahuan ataupun keyakinan terkait kinerja pramuwisata berdasarkan *appearance, work attitude, communication skill, empathy, professional competence, connecting customer, problem solving, organizational skill, environmental protection skill, dan entertainment introduction skill* dari kinerja pramuwisata dalam menjelaskan suatu destinasi dapat menjadi loyal dengan melakukan perilaku tertentu. Perilaku wisatawan tersebut diantaranya yaitu memiliki keinginan untuk mengunjungi kembali di masa yang akan datang, mengatakan hal-hal positif mengenai TNBTS, dan merekomendasikan TNBTS kepada orang lain.

Pengaruh Kepuasan Wisatawan terhadap Loyalitas Wisatawan

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kepuasan wisatawan kepada variabel loyalitas wisatawan dengan nilai sebesar 0,194. Hal tersebut menjelaskan bahwa wisatawan yang merasa puas akan cenderung loyal terhadap destinasi pariwisata yang dikunjungi. Wisatawan yang merasa senang selama melakukan perjalanan ke destinasi pariwisata, memiliki peluang besar untuk menjadi wisatawan yang loyal terhadap TNBTS dibandingkan dengan wisatawan yang merasa kecewa atau tidak puas terhadap kinerja pramuwisata. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar kepuasan wisatawan terhadap kinerja pramuwisata pada suatu destinasi pariwisata, maka akan mempengaruhi tingkat loyalitas yang lebih tinggi pula terhadap destinasi pariwisata terkait. Perilaku wisatawan yang merasa puas setelah memperoleh pengalaman yang menyenangkan akan membuat wisatawan merekomendasikan destinasi pariwisata kepada orang lain, membicarakan hal positif dan mendatangi destinasi pariwisata kembali dimasa yang akan datang.

Pengaruh Tidak Langsung Kinerja Pramuwisata terhadap Loyalitas Wisatawan melalui Kepuasan Wisatawan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kontribusi model penelitian untuk menjelaskan hubungan struktural dari kinerja pramuwisata, kepuasan wisatawan, dan loyalitas wisatawan adalah sebesar 64,07%. Hasil tersebut menggambarkan bahwa kinerja pramuwisata memiliki pengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan yang didapat wisatawan selama menjalani tur. Wisatawan yang memiliki penilaian positif terhadap kinerja pramuwisata di TNBTS dan pada saat melakukan wisata merasakan kepuasan terhadap kinerja pramuwisata mengakibatkan wisatawan tersebut menjadi loyal terhadap destinasi pariwisata terkait (TNBTS), yaitu dengan merekomendasikan destinasi kepada orang lain, mengatakan hal-hal positif, dan melakukan kunjungan kembali. Hasil pengujian menunjukkan pengaruh terbesar adalah pengaruh langsung antara kinerja pramuwisata terhadap loyalitas wisatawan dengan presentase sebesar 48,6%, meskipun begitu pengaruh tidak langsung antara kinerja pramuwisata terhadap loyalitas wisatawan tetap menunjukkan nilai yang positif dan signifikan.

Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kinerja pramuwisata melalui kepuasan wisatawan memiliki pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas wisatawan. Pengaruh tidak langsung ditunjukkan dari perhitungan langsung kinerja pramuwisata terhadap kepuasan wisatawan, kinerja pramuwisata terhadap loyalitas wisatawan, dan kepuasan wisatawan terhadap loyalitas wisatawan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Variabel kinerja pramuwisata terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan wisatawan. Hal tersebut menunjukkan bahwa wisatawan yang memiliki penilaian positif terhadap kinerja pramuwisata berdampak terhadap kepuasan wisatawan pada TNBTS. Pada variabel kinerja pramuwisata indikator sikap kerja (*work attitude*) memiliki *mean* tertinggi. Data tersebut menunjukkan semangat kerja dan tanggungjawab pramuwisata memberikan kepuasan tersendiri bagi wisatawan.
2. Variabel kinerja pramuwisata terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas wisatawan. Hal tersebut

menunjukkan bahwa wisatawan yang menilai positif terhadap kinerja pramuwisata, berdampak pada loyalitas wisatawan dengan mengatakan hal-hal positif dan merekomendasikan TNBTS ke orang lain, bahkan bermaksud berkunjung kembali di masa yang akan datang. Tingginya loyalitas wisatawan terbukti dari nilai *mean* pada *item* loyalitas untuk merekomendasikan kepada orang lain. Sehingga wisatawan sangat loyal terhadap destinasi pariwisata dengan cara merekomendasikan TNBTS.

3. Variabel kepuasan wisatawan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas wisatawan. Hal tersebut menunjukkan bahwa wisatawan yang memperoleh kepuasan atas kinerja pramuwisata di TNBTS cenderung loyal terhadap Taman Nasional Bromo-Tengger-Semeru.

Saran

1. Diharapkan bagi pramuwisata yang bertugas di taman nasional bromo-tengger-semeru, untuk menjaga kinerja yang sudah dinilai baik oleh pramuwisata seperti sikap kerja (*work attitude*) dimana nilai-nilai yang berkaitan akan semangat dalam bekerja dan tanggungjawab terus dipertahankan. Hal ini ditunjukkan agar wisatawan semakin percaya dan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan selama menjalankan tur. Disamping itu, ada beberapa aspek yang perlu ditingkatkan oleh pramuwisata karena memiliki nilai dibawah rata-rata seperti misalnya kemampuan pramuwisata dalam memperkenalkan hiburan (*entertainment introduction skill*) disini wisatawan masih menilai bahwa pramuwisata belum dapat menjabarkan maupun memberikan informasi terkait restoran yang lezat, tradisi dan makanan khas, tempat hiburan menarik, dan produk khusus yang berada di TNBTS, untuk itu pramuwisata perlu melakukan kerjasama dengan pengelola TNBTS dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan. Hal tersebut berkaitan dengan bagaimana pengelola TNBTS bekerjasama dalam memberikan informasi terkait hiburan, makanan khas, daya tarik baru, dan tradisi yang berada di lingkungan TNBTS sehingga dapat menjadi referensi pramuwisata dalam memberikan informasi kepada wisatawan. Tiga indikator lain yang memiliki nilai rata-rata yang tidak

jauh berbeda yaitu terkait kompensasi profesional (*professional competence*) yang terdiri dari pengetahuan akan budaya, gaya hidup, dan budaya wisatawan yang dilayani. Hal ini bertujuan agar pramuwisata terus mengetahui terkait perkembangan dan pengembangan yang sedang dikerjakan.

Selanjutnya yaitu Indikator penyelesaian masalah (*solving problem*) dimana wisatawan masih menilai bahwa pramuwisata masih kurang dalam kemampuan penyelesaian masalah yang terjadi selama tur, untuk itu perlu diadakan pelatihan yang berkaitan dengan penyelesaian masalah yang diadakan oleh pihak yang membawahi pramuwisata atau pemerintah daerah dibawah dinas pariwisata. Indikator lain yang memiliki nilai dibawah rata-rata yaitu kemampuan organisasi (*organizational skill*) yang masih kurang dimata wisatawan, untuk itu diperlukan peningkatan kualitas pada masing-masing indikator guna memperkuat kepercayaan wisatawan terhadap pramuwisata dan meningkatnya kepuasan wisatawan

2. Travel, jasa pramuwisata ataupun pelaku usaha pariwisata yang menyediakan pelayanan *guiding* kepada wisatawan harus memberikan pelatihan terlebih dahulu kepada pramuwisata yang akan bertugas. Hal tersebut berguna untuk meningkatkan kepuasan wisatawan terhadap pelayanan yang diberikan. Selain itu, dengan diberikannya pelatihan kepada pramuwisata akan menjadikan mereka lebih memahami aspek apa saja yang perlu diperhatikan sehingga wisatawan akan memberikan respon positif atas pelayanan yang diberikan.
3. Pengelola TNBTS perlu memberikan peringatan dan hukuman kepada pramuwisata jika mereka tidak dapat berkerjasama dalam melakukan pengelolaan lingkungan, dengan cara memberikan informasi maupun sosialisasi kepada wisatawan agar tidak membuang sampah sembarang. Hal tersebut, bertujuan untuk menjaga lingkungan wisata tetap bersih dan indah sehingga wisatawan akan merasa nyaman setiap kali berkunjung ke TNBTS.
4. Hasil penelitian ini masih terbatas pada variabel kinerja pramuwisata, kepuasan wisatawan, dan loyalitas wisatawan. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel lain diluar penelitian ini atau menambahkan variabel lain yang masih memiliki korelasi dengan variabel

yang sudah ada di penelitian ini, sehingga selanjutnya dapat dianalisis lebih dalam bagaimana model struktural kinerja pramuwisata dapat berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arturger, S., *et al.* 2013. The effect of destination image on destination loyalty: application in Alanya, *European Journal of Business and Management*, 5(13) : 124-136
- Coban, S. 2012. The effect of the image of destination on tourist satisfaction and loyalty: the case of Cappadocia. *Eropean Journal of Social Scienceis*, 29 (2): 222-232
- Kotler, p., dan K. L. Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Tiga Belas. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga
- Lovelock, *et al.* 2010. *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi*, Edisi Ketujuh. Diterjemahkan oleh Dian Wulandari dan Devri Barnadi Putera. Jakarta: Eirlangga
- Nguyen, Hoeang Le. 2015. The Impacts of Tour Guide Performance on Foreign Tourist Satisfaction and Destination Loyalty in Vietnam. Disertasi pada University of Western Sydney Australia: tidak diterbitkan
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2015
- Suwena, I Ketut dan I Gst Widyatmaja. 2010. *Pengetahuan Ilmu Pariwisata*. Cetakan Pertama. Penerbit Udayana University Press
- Valle, P.O., *et al.* Tourist satisfaction and destination loyalty intention: A structural and categorical analysis. *International Journal of Sales & Marketing*. 1(1).25-44
- Wardhani, U.E. *et al.* 2008. *Usaha Jasa Pariwisata*. Jilid II. Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan
- Yoeti, Oka A. 1997. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta. PT. Pradnya Paramita
- _____. 2000. *Guiding system*. Cet II. Jakarta: Pradnya Paramita
- Zendrato, Kurniaman. 2014. *Kebudayaan dan Pariwisata Nias*. Jakarta: Mitra Wacana Media