

**PENGARUH CITRA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN OBJEK WISATA
TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI OBJEK WISATA TAMAN LAUT
BUNAKEN SULAWESI UTARA**

*THE INFLUENCE OF CITRA TOURISM , TOURISM PROMOTION AND QUALITY OF SERVICE FOR
TOURISTS SATISFACTION ATTRACTIONS USES ATTRACTIONS
BUNAKEN MARINE PARK AT NORTH SULAWESI*

Oleh:

**Stela Sangkaeng¹
Lisbeth Mananeke²
Sem G. Oroh³**

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado
e-mail: ¹sangkaengstela@yahoo.com
²Lisbethmananeke@gmail.com
³semoroh@yahoo.com

Abstrak: Indonesia memiliki lima wilayah ekosistem terumbu karang terindah dan terbaik di dunia yang kesemuanya menjadi daya tarik bagi wisatawan mancanegara maupun lokal, salah satunya adalah taman Laut Bunaken. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Pariwisata, Promosi Pariwisata dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan baik secara parsial maupun secara simultan. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif dengan metode analisis regresi linier berganda. Pengukuran variabel menggunakan Skala likert. Populasi berjumlah 17.606 dan jumlah sampel berjumlah 100 responden, ditentukan dengan menggunakan rumus penarikan sampel dari slovin. Dari hasil uji secara simultan diperoleh Promosi Pariwisata, Kualitas Pelayanan Objek Wisata secara simultan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Wisatawan, dan secara parsial Promosi Pariwisata berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan, Kualitas Pelayanan Objek Wisata, secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan dan Citra Pariwisata secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Wisatawan. Mengingat Promosi Pariwisata dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata memiliki pengaruh positif yang signifikan serta memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap Kepuasan Wisatawan di objek wisata Taman Laut Bunaken, maka pihak objek wisata Taman Laut Bunaken sebaiknya memperhatikan faktor Promosi Pariwisata dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata.

Kata kunci: citra pariwisata, promosi, kualitas pelayanan, kepuasan wisatawan

Abstract: Indonesia has five regions of the coral reefs ecosystem most beautiful and best in the world which were all be an attraction for foreign tourists and local, one of them was marine Park Bunaken. This research aims to understand the influence of the image of tourism, promotion of tourism and service quality tourism objects tourists against satisfaction both a partial and simultaneously. The kind of research it uses research associative with the method of analysis linear regression multiple. Free variable used in this research is looking tourism, tourism promotion, and quality of services attraction and variable bound the satisfaction tourists. Measurement variable use likert scale. The population were 17.606 and the total sample respondents were 100, determined by using formula withdrawal samples from slovin. The results of the test from simultaneously in earn promotion of tourism, service quality tourism objects simultaneously influential favorably to the satisfaction of tourists, and in a partial tourism promotion influential significantly to the satisfaction of tourists, service quality tourism object, in a partial impact on the satisfaction of tourists and the image of tourism in partial not influence significantly to the satisfaction of tourists

Keywords: image of tourism, tourism promotion, service quality, satisfaction tourists

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia sebagai negara bahari dan kepulauan terbesar di dunia, di karuniai berbagai macam ekosistem pesisir dan karang laut yang indah seperti pantai berpasir, goa, laguna, estuaria, hutan mangrove, padang lamun, rumput laut, dan terumbu karang. Dan tidak heran jika dari sepuluh ekosistem terumbu karang terindah dan terbaik di dunia, lima diantaranya terdapat di Indonesia yakni Raja Ampat, Wakatobi, Taka Bone Rate, Bunaken, Karimun Jawa. Pembangunan kepariwisataan memiliki manfaat dalam meningkatkan penyerapan tenaga kerja, mendorong pemerataan kesempatan berusaha, mendorong pemerataan pembangunan nasional, dan memberikan kontribusi dalam penerimaan devisa negara yang dihasilkan dari jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman).

Kualitas pelayanan pariwisata secara langsung tergantung pada keramahtamahan, daya tarik lokasi, produk-produk lokal dan lain-lain. Dimensi kualitas pelayanan pariwisata meliputi keamanan, kenyamanan, suasana, privasi, rasa hormat, keramahan, kompetensi, empati, kehandalan, daya tanggap, santun dan jujur. Permasalahan yang dihadapi sektor kepariwisataan di Indonesia bahwa setiap daerah saling berkompetisi meningkatkan daya tarik destinasi, sehingga nilai atau daya tarik wisata akan sangat mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan. Taman Laut merupakan salah satu kawasan wisata berpotensi tinggi dalam pariwisata alam, pariwisata budaya dan edukatif. Kondisi saat ini, kurang terpeliharanya obyek wisata, terlihat kumuh, tampilan yang monoton, fasilitas pendukung tidak terawat, sampah yang berserakan di mana-mana. Kondisi ini menyebabkan kenyamanan pengunjung terganggu dan merasa enggan untuk datang lagi.

Kepuasan wisatawan dapat diciptakan apabila citra objek wisata Taman Laut Bunaken memang baik adanya. Citra objek wisata Taman Laut Bunaken yang mengedepankan konsep laut dan terumbu karangnya, harus didukung dengan pengembangan produk dan jasa yang semakin berkualitas, sehingga pengunjung benar-benar merasakan kepuasan dan berniat untuk berkunjung lagi. Untuk mewujudkan wisatawan yang loyal, wisatawan harus merasa puas terlebih dahulu dan kepuasan wisatawan dapat terjadi apabila terbentuk opini yang baik mengenai produk atau pelayanan. Pengelola dan para pengusaha di Taman Laut Bunaken dalam mengoptimalkan kepuasan wisatawan perlu adanya pembentukan citra destinasi yang positif. Taman Laut Bunaken sebagai salah satu objek pariwisata yang unggul di Sulawesi Utara dan merupakan ikon khususnya di Kota Manado maka Taman Nasional Bunaken perlu melakukan beberapa perbaikan guna meningkatkan jumlah wisatawan baik Lokal maupun wisatawan asing.

Tabel 1. Kunjungan Wisatawan 5 Tahun terakhir

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Lokal	Asing	
2010	9872	5194	15,066
2011	16944	11174	28,118
2012	14889	7859	22,748
2013	12198	5720	17,918
2014	10264	7342	17,606
Jumlah	64,167	37,289	101,456

Sumber: Dewan Pengawas dan Pengelola Taman Laut Bunaken

Kunjungan wisatawan terjadi pelonjakan pada tahun 2011 di mana jumlah wisatawan mencapai 16.944 untuk wisatawan lokal dan 11.174 untuk wisatawan asing, pelonjakan wisatawan di 5 tahun terakhir sangat fluktuatif dimana jumlah terendah untuk kunjungan wisatawan terjadi pada tahun 2010 untuk wisatawan lokal maupun asing.

Tujuan Penelitian:

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh :

1. Citra Pariwisata, Promosi Pariwisata dan Kualitas Objek Wisata secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan di Taman Laut Bunaken.

2. Citra Pariwisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Taman Laut Bunaken.
3. Promosi Pariwisata Kepuasan Wisatawan di Taman Laut Bunaken.
4. Kualitas Pelayanan Objek Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Taman Laut Bunaken.

TINJAUAN PUSTAKA

Citra Pariwisata

Sach (2010:171) berpendapat citra adalah pengetahuan mengenai kita dan sikap-sikap terhadap kita yang mempunyai kelompok-kelompok yang berbeda. Citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan. Kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi. Soemirat dan Ardianto (2007:114), mendefinisikan citra sebagai gambaran tentang realitas dan tidak harus sesuai dengan realitas, citra adalah dunia menurut persepsi. pengertian para pakar di atas, citra dapat diartikan sebagai gambaran yang didapat oleh lingkungan di sekitar atau pihak lain sebagai hasil dari pengalaman dan pengetahuannya tentang suatu obyek. Dapat disimpulkan bahwa Citra Pariwisata adalah gambaran yang di berikan oleh tempat wisata yang bisa memberikan dampak bagi minat wisatawan untuk kembali berkunjung ke objek wisata tersebut.

Promosi Pariwisata

Alma (2010:179) menyatakan Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon wisatawan mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon wisatawan. Promosi tempat wisata yang dirancang dengan baik akan memberikan tambahan penerimaan asli daerah, dan mendorong proses multiplier perkembangan ekonomi lokalitas di sekitar daerah tujuan wisata. Kotler dan Keller (2010:247) Promosi adalah proses komunikasi suatu perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan sekarang, dan yang akan datang serta masyarakat. Dapat disimpulkan bahwa bahwa promosi pariwisata adalah kegiatan yang di lakukan oleh tempat wisata untuk dapat menarik minat wisatawan untuk kembali berkunjung ke tempat wisata tersebut.

Kualitas Pelayanan Objek Wisata

Tjiptono dan Chandra (2011:164) berpendapat Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan wisatawan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan wisatawan. Kotler dan Keller (2010:83) berpendapat pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kualitas Pelayanan Objek wisata merupakan dasar bagi kepariwisataan. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan Objek wisata adalah segala sesuatu yang dapat membuat wisatawan ingin berada kembali di tempat wisata ataupun mengunjungi tempat wisata tersebut karena perasaan puas atas pelayanan yang di dapatkan di objek wisata tersebut serta keunikan dan nilai yang tinggi, yang menjadi tujuan wisatawan datang ke suatu daerah tertentu.

Kepuasan Wisatawan

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapan (Supranto 2006:233). Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang menjadi harapan perusahaan khususnya dibidang hospitaliti. Kepuasan diperoleh apabila kebutuhan dan keinginan pelanggan terpenuhi, sedangkan keinginan dan kebutuhan manusia selalu berubah dan tidak ada batasnya Kotler dan Keller (2010:211) mengatakan bahwa kepuasan wisatawan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk/jasa yang ia rasakan dengan harapannya. Kepuasan atau ketidakpuasan wisatawan adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian, kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (outcome) tidak memenuhi harapan (Tjiptono 2012:349). Dapat disimpulkan bahwa kepuasan wisatawan adalah perbandingan antara kinerja produk yang dihasilkan dengan kinerja yang dirasakan oleh wisatawan. Jika berada di bawah harapan, wisatawan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, wisatawan puas. Jika kinerja melebihi harapan, wisatawan amat puas atau senang.

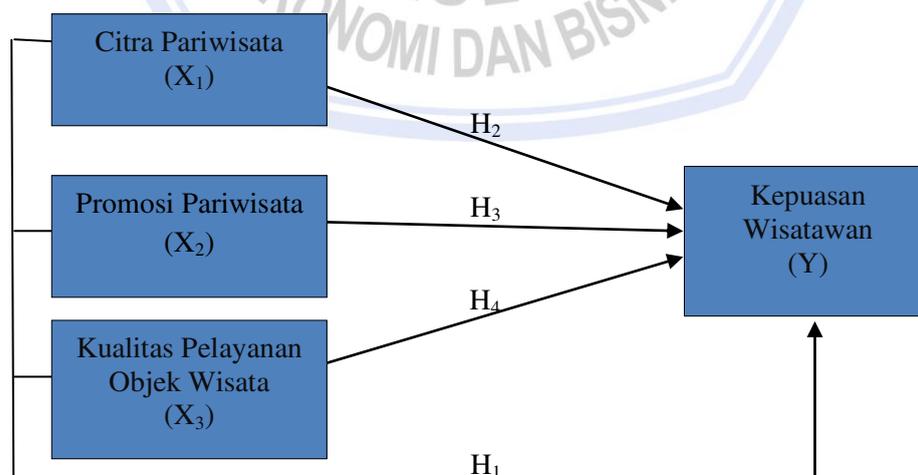
Penelitian Terdahulu

Sulistiyani (2010) meneliti tentang Membangun Loyalitas Wisatawan Melalui Peningkatan Kualitas Obyek Wisata, Promosi dan Kepuasan Wisatawan di Kawasan Wisata Tawangmangu Karanganyar. Berdasarkan laporan kementerian Kebudayaan dan Pariwisata, jumlah wisatawan nusantara mengalami peningkatan baik jumlah maupun pengeluaran wisatawan. Tahun 2001, jumlah wisatawan mencapai 102.884 wisatawan dengan pengeluaran Rp 324.580,-. Tahun 2007 jumlahnya mencapai 116,1 juta orang dengan pengeluaran rata-rata Rp 406.000,- sehingga jumlah keseluruhan mencapai Rp79,85 triliun. Peningkatan jumlah wisatawan tersebut tidak terlepas dari loyalitas wisatawan yang selalu dibangun oleh pengelola kawasan wisata. Lokasi ini sangat mudah ditempuh oleh wisatawan, sehingga tidak mengherankan jika banyak wisatawan mancanegara maupun domestik mengunjunginya.

Rahadhini dan Desma (2013) meneliti tentang Pengaruh Citra Objek Wisata Umbul Tlatar Boyolali Terhadap Loyalitas Pengunjung Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi. Pada penelitian ini kependudukan yang semua umbul tempat tujuan dalam boyolali tlatar. Contoh penelitian ini terdiri dari 100 sampel diambil dengan purposive wisata. Proses pengumpulan data dengan teknik melalui validitas dan kuesioner uji reliabilitas. Untuk menguji hipotesis, kata para peneliti itu menggunakan jalan analisi. Hasil menunjukkan bahwa ada sebuah makna akibat antara gambar untuk tujuan wisata kepuasan menunjukkan p nilai signifikan dengan demikian mendukung hipotesis 1; tidak ada signifikansi akibat antara gambar untuk tujuan wisata kesetiaan menunjukkan p nilai tidak signifikan, dengan demikian tidak mendukung hipotesis 2; ada sebuah makna akibat antara kepuasan untuk wisata kesetiaan menunjukkan p signifikan, dengan demikian mendukung hipotesis 3.

Harahap (2012) Meneliti Tentang Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Museum Ronggowarsito Semarang. Tujuan penelitian ini adalah: untuk menganalisis pengaruh dari dimensi kualitas pelayanan, harga, dan promosi bagi pengunjung kepuasan dalam museum ronggowarsito semarang. Sampel diambil *accidental* sampel berikutnya, jadi diperoleh dari 100 pengunjung sampel analisis data alat bantu yang digunakan dalam studi ini secara menguji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi berganda, hipotesis diuji dan koefisien determinasi. Kualitas pelayanan telah yang positif dan berpengaruh terhadap pengunjung kepuasan pucuk teh yang positif dan berdampak signifikan pada promosi pengunjung kepuasan telah yang positif dan dampak yang signifikan terhadap pengunjung kepuasan persentase nilai sebesar penentuan 76.8 %. Hal ini berarti bahwa 76.8 % efek pengunjung kepuasan dapat dijelaskan dari tiga variabel independen. Dan sisanya 23.2 % itu terjadi karena variabel lain selain variabel kualitas layanan harga, dan promosi tidak dijelaskan pada studi ini.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Sumber: Kajian Teori 2015

Hipotesis Penelitian:

- H₁: Citra Pariwisata, Promosi Pariwisata, Kualitas Objek Wisata secara Simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan Taman Laut Bunaken di Sulut
- H₂: Citra Pariwisata berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan di Taman Laut Bunaken di Sulut
- H₃: Promosi pariwisata berpengaruh Kepuasan Wisatawan di Taman Laut Bunaken di Sulut
- H₄: Kualitas Objek Wisata berpengaruh Kepuasan Wisatawan di Taman Laut Bunaken di Sulut

METODE PENELITIAN**Jenis Penelitian**

Jenis Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variable atau lebih. Dalam kaitanya penelitian ini untuk menganalisis pengaruh pencitraan, promosi pariwisata, kualitas objek wisata apakah berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Taman Laut Bunaken.

Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini akan di lakukan di Taman Laut Bunaken di Manado. Dan waktu penelitian adalah selama dua bulan yaitu bulan Mei - bulan Juni 2015.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah kelompok besar dan wilayah yang menjadi lingkup penelitian kita (Sukmadinata 2011:250). Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang datang ke Taman laut Bunaken. Jumlah Populasi dalam penelitian ini berjumlah 17.606. Sampel adalah bagian atau jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin yang berjumlah 100 responden.

Metode Analisis

Metode analisa yang digunakan adalah uji valditas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dilengkapi pengujian hipotesis secara parsial dengan uji t dan secara simultan dengan uji F.

Uji Validitas

Validitas kriteria merupakan jenis validitas yang sering digunakan peneliti. Pengujian validitas kriteria dilakukan dengan cara membandingkan atau mengkorelasikan antara nilai (skor) hasil pengukuran instrument dengan kriteria atau standar tertentu yang dipercaya dapat digunakan untuk menilai (mengukur) suatu variabel (Mustafa, 2009:164). Indikator yang valid adalah indikator yang memiliki tingkat kesalahan pengukuran yang kecil.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas/keandalan (derajat konsistensi) adalah ukuran yang menunjukkan seberapa tinggi suatu instrument dapat dipercaya atau dapat diandalkan, artinya reliabilitas menyangkut ketepatan (dalam pengertian konsisten) alat ukur (Mustafa, 2009:341). Pengertian lainnya jika suatu set obyek yang sama diukur berkali-kali dengan alat ukur yang sama akan diperoleh hasil yang sama. Dasar Pengambilan keputusan didasarkan pada:

1. Jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 maka dikatakan reliabel
2. Jika nilai *Cronbach Alpha* < 0,60 maka dikatakan tidak reliabel

Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah hal yang lazim dilakukan sebelum melakukan sebuah metode statistik. Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah nilai residu (perbedaan yang ada) yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal (Wibowo, 2012: 61). Dasar Pengambilan keputusan didasarkan pada:

1. Jika probabilitas (*Asymp.Sig*) < 0,05 maka data tidak terdistribusi normal
2. Jika probabilitas (*Asymp.Sig*) > 0,05 maka data terdistribusi normal

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2009: 105). Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Karena model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen Uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat *tolerance value* atau dengan menggunakan *Variance Inflation Factors* (VIF) dari hasil analisis dengan menggunakan SPSS. Untuk pengambilan keputusan dalam menentukan ada atau tidaknya multikolinieritas yaitu dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai VIF > 10 atau jika nilai *tolerance* < 0,1 maka ada multikolinieritas dalam model regresi.
2. Jika nilai VIF < 10 atau jika nilai *tolerance* > 0,1 maka tidak ada multikolinieritas dalam model regresi.

Koefisien Korelasi (R)

Sugiyono (2005:183), Analisis ini digunakan untuk mengukur tingkat hubungan antara variabel bebas (X) terhadap variabel (Y). Kriteria korelasi adalah sebagai berikut :

0,00 – 0,199	Menunjukkan korelasi yang rendah sekali
0,20 – 0,399	Menunjukkan korelasi yang rendah tapi ada
0,40 – 0,599	Menunjukkan korelasi yang sedang
0,60 – 0,799	Menunjukkan korelasi kuat
0,80 – 1,00	Menunjukkan korelasi yang sangat kuat

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi diperlukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Besarnya koefisien determinasi adalah 0 sampai 1. Semakin mendekati 0 (nol) besarnya koefisien determinasi (r²) suatu persamaan regresi, semakin kecil hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya mendekati 1 (satu) besarnya koefisien determinasi (r²) suatu persamaan regresi, semakin besar hubungan variabel independen terhadap variabel dependen.

Analisa Regresi Linear Berganda

Wibowo (2012:126), model regresi linear berganda dengan sendirinya menyatakan suatu bentuk hubungan linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependennya.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Pengujian Hipotesis secara Simultan Dengan Uji F

Uji F atau uji statistic F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel ini independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2009: 16).

Prosedur yang digunakan untuk melakukan uji F adalah:

1. Merumuskan hipotesis
H1 : b1 : bn ≠ 0, artinya bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.
2. Menentukan tingkat signifikansi
Hipotesis ini diuji dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 0,05$
3. Menentukan kriteria pengujian hipotesis penelitian
 - a. Hipotesis diterima jika $F_{\text{signifikan}} < 0,005$
 - b. Hipotesis ditolak jika $F_{\text{signifikan}} > 0,005$

Pengujian Hipotesis Secara Parsial Dengan Uji t

Uji statistic pada dasarnya menunjukkanseberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variable independen. Prosedur yang digunakan untuk melakukan uji t adalah:

1. Merumuskan hipotesis
 $H_1 : b_1 : b_n \neq 0$, artinya bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.
2. Menentukan tingkat signifikasi Hipotesis ini diuji dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 0,05$
3. Menentukan kriteria pengujian hipotesis penelitian
 - Hipotesis diterima jika $t_{signifikan} < 0,005$
 - Hipotesis ditolak jika $t_{signifikan} > 0,005$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

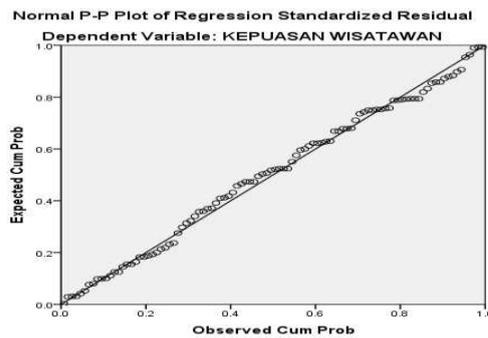
Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Pernyataan	Nilai r	Sig	Status	Cronbach Alpha	Status
Citra Pariwisata (X ₁)	X _{1,1}	0,751	0,000	Valid	0,735	Reliabel
	X _{1,2}	0,651	0,000	Valid		Reliabel
	X _{1,3}	0,715	0,000	Valid		Reliabel
	X _{1,4}	0,559	0,000	Valid		Reliabel
	X _{1,5}	0,372	0,000	Valid		Reliabel
Promosi Pariwisata (X ₂)	X _{2,1}	0,655	0,000	Valid	0,665	Reliabel
	X _{2,2}	0,634	0,000	Valid		Reliabel
	X _{2,3}	0,615	0,000	Valid		Reliabel
	X _{2,4}	0,403	0,000	Valid		Reliabel
	X _{2,5}	0,288	0,004	Valid		Reliabel
Kualitas Pelayanan Objek Wisata (X ₃)	X _{3,1}	0,590	0,000	Valid	0,716	Reliabel
	X _{3,2}	0,616	0,000	Valid		Reliabel
	X _{3,3}	0,701	0,000	Valid		Reliabel
	X _{3,4}	0,506	0,000	Valid		Reliabel
	X _{3,5}	0,482	0,000	Valid		Reliabel
Kepuasan Wisatawan (Y)	Y _{1,1}	0,615	0,000	Valid	0,677	Reliabel
	Y _{1,2}	0,402	0,000	Valid		Reliabel
	Y _{1,3}	0,653	0,000	Valid		Reliabel
	Y _{1,4}	0,583	0,000	Valid		Reliabel
	Y _{1,5}	0,315	0,001	Valid		Reliabel

Sumber: Olahan Data SPSS 20, 2015

Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai signifikan untuk setiap pernyataan adalah $< \alpha$ yaitu 0,05 dan $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan pada variabel Citra Pariwisata(X₁), Promosi Pariwisata (X₂), Kualitas Pelayanan Objek Wisata (X₃) dan Kepuasan Wisatawan (Y) dikatakan valid. Nilai alpha cronbach untuk setiap pernyataan $> 0,6$ maka dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dikatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik Normalitas

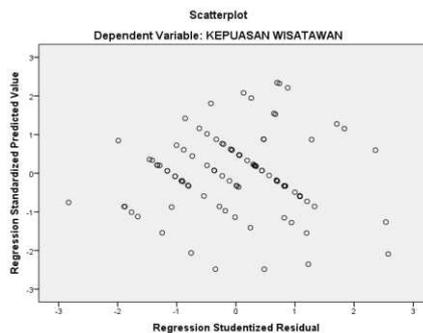


Gambar 2. Uji Asumsi Klasik Normalitas

Sumber: Hasil Olahan Data 2015

Gambar 2 menunjukkan bahwa grafik uji normalitas menggambarkan penyebaran data di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal grafik tersebut, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

Uji Asumsi Klasik Heteroskedastis



Gambar 3. Uji Asumsi Klasik Heteroskedastis

Sumber: Olahan Data 2015

Gambar 3 grafik Scatterplot yang ditampilkan untuk uji heteroskedastisitas menampilkan titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak ada pola yang jelas terbentuk serta dalam penyebaran titik-titik tersebut menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y. Hal tersebut mengidentifikasi tidak terjadinya heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi variabel Kepuasan Wisatawan (Y).

Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Citra Pariwisata	.985	1.016
Promosi Pariwisata	.981	1.019
Kualitas Pelayanan Objek Wisata	.986	1.014

Sumber: Olahan Data SPSS 20, 2015

Tabel 3 menunjukkan output coefficient model, dikatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas jika nilai VIF < 10. Hasil perhitungan menghasilkan nilai VIF untuk Citra Pariwisata (X1), Promosi Pariwisata (X2) dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata (X3) dibawah angka 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi tersebut.

Uji Korelasi Dan Determinasi**Hubungan Antar Variabel****Tabel 4. Hubungan Antar Variabel**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.693a	.480	.464	1.25624

Sumber: Olahan Data SPSS 20, 2015

Tabel 4 menunjukkan hasil perhitungan dengan menggunakan bantuan program SPSS 20 seperti yang ada pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai (R) yang dihasilkan adalah sebesar 0.693 artinya mempunyai hubungan kuat. Nilai R square adalah 0,480 atau 48% Artinya pengaruh semua variable bebas: Citra Pariwisata (X_1), Promosi Pariwisata (X_2), Kualitas Pelayanan Objek Wisata (X_3) terhadap variable independent Kepuasan Wisatawan adalah sebesar 48 % dan sisanya sebesar 52 % di pengaruhi variabel lain.

Analisis Regresi Linear Berganda**Tabel 5. Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	10.146	2.075
Citra Pariwisata	-.007	.061
Promosi Pariwisata	.638	.069
Kualitas Pelayanan Objek Wisata	-.158	.061

Sumber: Olahan Data SPSS 20, 2015

Hasil tabel 5, maka didapat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 10,146 - 0,007 X_1 + 0,638 X_2 - 0,158 X_3$$

Persamaan regresi $Y = 10,146 - 0,007 X_1 + 0,638 X_2 - 0,158 X_3$ menggambarkan bahwa variabel bebas (independen) Citra Pariwisata(X_1), Promosi Pariwisata(X_2) dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata (X_3) dalam model regresi tersebut dapat dinyatakan jika satu variabel independen berubah sebesar 1 (satu) dan lainnya konstan, maka perubahan variabel terikat (dependen) Kepuasan Wisatawan(Y) adalah sebesar nilai koefisien (b) dari nilai variabel independen tersebut. Konstanta (α) sebesar 10,146 memberikan pengertian bahwa jika Citra Pariwisata (X_1), Promosi Pariwisata (X_2) dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata (X_3) secara serempak atau bersama-sama tidak mengalami perubahan atau sama dengan nol (0) maka besarnya Kepuasan Wisatawan(Y) sebesar 10,146 satuan.

Jika nilai b_1 yang merupakan koefisien regresi dari Citra Pariwisata (X_1) sebesar -0,007 yang artinya mempunyai pengaruh negatif terhadap variabel dependen (Y) mempunyai arti bahwa jika variabel Citra Pariwisata (X_1) bertambah 1 satuan, maka Kepuasan Wisatawan (Y) juga akan mengalami penurunan sebesar -0,007 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan. Jika nilai b_2 yang merupakan koefisien regresi dari Promosi Pariwisata (X_2) sebesar 0.638 yang artinya mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen (Y) mempunyai arti bahwa jika variabel Promosi Pariwisata (X_2) bertambah 1 satuan, maka Kepuasan Wisatawan(Y) akan mengalami Kenaikkan sebesar 0.638 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan. Jika nilai b_3 yang merupakan koefisien regresi dari Kualitas Pelayanan Objek Wisata (X_3) sebesar -0.158 yang artinya mempunyai pengaruh negatif terhadap variabel dependen (Y) mempunyai arti bahwa jika variabel

Kualitas Pelayanan Objek Wisata (X_3) bertambah 1 satuan, maka Kepuasan Wisatawan (Y) akan mengalami penurunan sebesar -0.158 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

Pengujian Hipotesis

Perumusan hipotesis yang diuji dengan tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 5 % atau $\alpha = 0,05$ maka hasil pengujian hipotesis tersebut adalah sebagai berikut:

Uji Hipotesis F dan Uji t

Tabel 6. Uji Hipotesis F dan Uji t

Model	Uji F		Uji t	
	F	Sig	t	Sig
Constant			4.889	.000
Citra Pariwisata			-.109	.913
Promosi Pariwisata	29.530	.000 ^b	9.208	.000
Kualitas Pelayanan Objek Wisata			-2.578	.011

Sumber: Hasil Olahan Data 2015

Hasil analisis regresi menggunakan SPSS 20.0 di dapatkan signifikan p-value = 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak atau H_a diterima yang berarti bahwa Citra Pariwisata (X_1), Promosi Pariwisata (X_2) dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata (X_3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan (Y). Hasil uji t pada tabel diatas dapat dilihat bahwa signifikansi p-value = 0,913 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H_a ditolak dan menerima H_0 atau Citra Pariwisata (X_1) berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan (Y). Dari hasil uji t pada tabel diatas dapat dilihat bahwa Promosi Pariwisata (X_2) signifikansi p-value = 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan menolak H_0 atau Promosi Pariwisata (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan (Y). Dari hasil uji t pada tabel diatas dapat dilihat bahwa Kualitas Pelayanan Objek Wisata (X_3) signifikansi p-value = 0,011 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan menolak H_0 atau Kualitas Pelayanan Objek Wisata (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan (Y).

Pembahasan

Pengaruh Citra Pariwisata, Promosi Pariwisata dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan

Citra Pariwisata, Promosi Pariwisata dan Kualitas Pelayanan Objek wisata adalah kegiatan memberitahukan tentang Keindahan ataupun keunikan dari suatu objek wisata yang ditawarkan kepada calon wisatawan/ wisatawan. Semakin baik Promosi Pariwisata maka dapat meningkatkan kepuasan wisatawan dan sebaliknya, Promosi Pariwisata yang kurang baik dapat menurunkan Kepuasan Wisatawan. Untuk itu demi mempertahankan Kepuasan Wisatawan, promosi Pariwisata harus di jaga atau di pertahankan. Kualitas Pelayanan Objek Wisata adalah segala sesuatu yang dapat membuat wisatawan ingin berada kembali ataupun kembali mengunjungi tempat wisata tersebut karenan perasaan puas atas pelayanan yang di dapatkan di objek wisata tersebut serta keunikan dan nilai yang tinggi, yang menjadi tujuan wisatawan datang ke suatu daerah tertentu. Promosi Pariwisata dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan di objek wisata Taman Laut Bunaken. Sedangkan Citra Pariwisata secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan di objek wisata Taman Laut Bunaken.

Pengaruh Citra Pariwisata terhadap Kepuasan Wisatawan

Citra Pariwisata adalah cara seseorang dalam mengekspresi, menggambarkan, atau membayangkan semua yang diketahui secara objektif mengenai tempat tujuan wisata kebudayaan, keindahan alam, dan hasil kerajinan suatu daerah wisata tertentu yang nantinya ingin di kunjungi. Semakin baik Citra Pariwisata maka dapat meningkatkan kepuasan wisatawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Pariwisata tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan. Artinya peningkatan atau penurunan Citra Pariwisata tidak akan mempengaruhi peningkatan atau penurunan terhadap Kepuasan Wisatawan di taman laut Bunaken secara signifikan. Hasil penelitian Rahadhini, Lamidi, Marjam dan Desma (2013) mendukung hasil penelitian

yang juga menemukan Citra objek wisata adalah persepsi yang kompleks dari seorang wisatawan (pengunjung) terhadap atribut-atribut yang menonjol dari objek wisata Umbul Tlatar Boyolali.

Pengaruh Promosi Pariwisata terhadap Kepuasan Wisatawan

Promosi Pariwisata adalah kegiatan memberitahukan tentang keindahan ataupun keunikan dari suatu objek wisata yang ditawarkan kepada calon wisatawan/wisatawan. Semakin baik Promosi Pariwisata maka dapat meningkatkan kepuasan wisatawan dan sebaliknya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi Pariwisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan Wisatawan. Promosi Pariwisata di objek wisata taman Laut Bunaken di Sulut semakin baik atau mengalami peningkatan yang berdampak pada peningkatan Kepuasan Wisatawan, peningkatan tersebut signifikan. Wisatawan di objek wisata taman Laut Bunaken sangat memperhatikan faktor Promosi Pariwisata. Promosi Pariwisata yang baik mengundang ketertarikan wisatawan sehingga berdampak pada Kepuasan Wisatawan. Harahap (2012) mendukung penelitian ini di mana Promosi Pariwisata dapat memberikan Kepuasan terhadap pengunjung yang berkunjung di Objek Wisata Museum Ronggoworsito.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Objek Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan

Kualitas Pelayanan Objek Wisata adalah segala sesuatu yang dapat membuat wisatawan ingin berada kembali ataupun kembali mengunjungi tempat wisata tersebut karena perasaan puas atas pelayanan yang di dapatkan di objek wisata tersebut serta keunikan dan nilai yang tinggi, yang menjadi tujuan wisatawan datang ke suatu daerah tertentu. Semakin baik Kualitas Pelayanan Objek Wisata maka dapat meningkatkan kepuasan wisatawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan Objek Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan di objek wisata Taman Laut Bunaken. Artinya bahwa semakin baiknya Kualitas Pelayanan Objek Wisata yang dilakukan Taman Laut Bunaken akan meningkatkan Kepuasan Wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Taman Laut Bunaken. Sulistiyani (2010) mendukung hasil penelitian ini tentang Kualitas Pelayanan objek wisata dan Wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan baik untuk kesenangan maupun untuk sesuatu urusan dengan meninggalkan tempat kedudukan atau paling tidak untuk bermalam.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Promosi Pariwisata dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan di objek wisata Taman Laut Bunaken.
2. Citra Pariwisata secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan di objek wisata Taman Laut Bunaken.
3. Promosi Pariwisata secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan di objek wisata Taman Laut Bunaken.
4. Kualitas Pelayanan Objek Wisata secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan di objek wisata Taman Laut Bunaken.

Saran

Saran yang dapat diberikan adalah:

1. Mengingat Promosi Pariwisata dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata memiliki pengaruh positif yang signifikan serta memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap Kepuasan Wisatawan di objek wisata Taman Laut Bunaken. Maka pihak objek wisata Taman Laut Bunaken sebaiknya memperhatikan faktor Promosi Pariwisata dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata.
2. Hasil penelitian dapat digunakan untuk pengembangan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran khususnya untuk Citra Pariwisata, Promosi Pariwisata dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata dan Kepuasan Wisatawan
3. Dalam penelitian ini yang diteliti hanya terbatas pada pengaruh Citra Pariwisata, Promosi Pariwisata dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan objek wisata Taman Laut Bunaken. Sedangkan faktor-faktor lain yang juga berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan yang belum diungkap

berapa besar pengaruhnya, semoga pada penelitian selanjutnya dapat membahas faktor-faktor lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

4. Bagi pengelola kiranya dapat meningkatkan pelayanan yang baik di bidang infrastruktur serta menjaga kebersihan guna menambah nilai yang baik untuk taman laut Bunaken dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang datang berkunjung karna pelayanan yang baik serta lingkungan sekitar yang dapat memberikan nilai kepuasan tersendiri bagi wisatawan yang berkunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2010. *Kewirausahaan* (edisi revisi). CV Alfabeta, Bandung.
- Sach, Indraya. 2010. *Ilmu Pariwisata*. Kementerian Kebudayaan Republik Indonesia, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Harahap, Kurnia Alam Syah Effendy. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Museum Ronggowarsito Semarang. *Pariwisata Dian Nuswantoro Semarang*. http://Eprints.Dinus.Ac.Id/8885/1/Jurnal_13934.Pdf.com. Diakses tanggal 20 Mei 2015. Hal 1-13.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane, Keller. 2010. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Mustafa, Hasan. 2009. *Metodologi Penelitian*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Rahadhini, Lamidi dan Marjam, Desma. 2013. Pengaruh Citra Objek Wisata Umbul Tlatar Boyolali Terhadap Loyalitas Pengunjung Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi. *Universitas Slamet Ridaya Surakarta*. www.e-jurnal.com/2013/12/pengaruh-citra-objek-wisata-umbul.html. Diakses tanggal 19 Mei 2015. Hal 58-68.
- Soemirat, Soleh dan Ardianto, Elvinaro. 2007. *Dasar-Dasar Public Relations*. Rosda, Bandung.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. CV Alfabeta Bandung.
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasa*. PT.Rineka Cipta, Jakarta.
- Sukmadinata, N. S. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Cetakan ke 7. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Sulistiyani, Endang. 2010. Membangun Loyalitas Wisatawan Melalui Peningkatan Kualitas Obyek Wisata, Promosi dan Kepuasan Wisatawan di Kawasan Wisata Tawangmangu Karanganyar. *Politeknik Negeri Semarang Journal Publish*. www.polines.ac.id/ragam/indexfiles/jurnalragam/paper7.com. Diakses tanggal 20 Mei 2015. Hal 161-165.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius, Chandra. 2011. *Service, Quality and Satisfaction*. ANDI, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. CV Andi Offset, Yogyakarta.
- Wibowo, Agung Edy. 2012. *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*. Gava Media, Yogyakarta.