

## PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN TINGKAT KEPUASAN PENGUNJUNG TERHADAP LOYALITAS CUSTOMER PADA OBJEK WISATA DI PANTAI SEJARAH

Rafiqah Adillah<sup>1</sup>; Nazmah Nazmah<sup>2</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Medan<sup>1,2</sup>.

Email : rafiqahadilla413@gmail.com<sup>1</sup>; nazmah@stimsukmamedan.ac.id<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Industri pariwisata merupakan industri yang memiliki potensi pengembangan yang tinggi dan mempunyai peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak dari kualitas layanan dan tingkat kepuasan pengunjung terhadap customer loyalty Pantai Sejarah. Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi yang digunakan pada penelitian merupakan pengunjung Pantai Sejarah berlokasi di Desa Perupuk Kecamatan Lima Puluh Pesisir dengan sampel berjumlah 255 orang. Saat memilih sampel, gunakan metode purposive sampling. Instrumen Instrumen survei yang digunakan adalah kuesioner berbasis skala *Likert*. Data dianalisis memakai *software* SPSS Versi 22 dan hasil disajikan dalam bentuk tabel. Hasil Penelitian dengan menggunakan uji hipotesis Regresi Linear Berganda. Didapati Uji t, kualitas layanan dan tingkat kepuasan pengunjung berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung. Dilanjutkan Uji F, kualitas layanan dan tingkat kepuasan pengunjung berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pengunjung di Pantai Sejarah. Nilai adjusted R square sebesar 0,597 atau 59,7% dengan tingkat keeratan korelasi yang cukup berarti. Hasilnya, dapat dikatakan bahwa variabel kualitas layanan (X1), tingkat kepuasan pengunjung (X2), dan customer loyalty (Y) di Pantai Sejarah saling mempengaruhi sebesar 59.7% dan sisanya dipengaruhi faktor lain. Peneliti merekomendasikan agar penelitian lebih lanjut dilakukan dengan menggunakan ukuran sampel dan variabel yang lebih beragam dan luas. Sehingga dapat lebih mewakili Pengunjung loyalitas.

Kata kunci : Kualitas Layanan; Tingkat Kepuasan Pengunjung; Customer Loyalty

### ABSTRACT

*Industry-wide, the tourist sector has high development potential and plays a significant part in economic expansion and community welfare. This study aims to determine the relationship between visitor satisfaction and service quality repeat business at Historic Beach. Research using quantitative descriptive methodology is the approach employed. The population used in the research were visitors to Historic Beach located in Perupuk Village, Limapuluh Pesisir District with a sample of 255 people. When selecting samples, use the purposive sampling method. Instrument The survey instrument used was a Likert scale-based questionnaire. Software called SPSS Version 22 was used to evaluate the data, and tables with the results were displayed. Research results using Multiple Linear Regression hypothesis testing. It was found from the t test that service quality and level of Visitor loyalty was positively and significantly impacted by visitor satisfaction Continuing with the F Test, service quality and level of visitor satisfaction simultaneously influence visitor loyalty at Historic Beach. The adjusted R square value is 0.597 or 59.7% with a fairly significant level of correlation. Consequently, one may say that the variables of service quality (X1), level of visitor satisfaction (X2), and customer loyalty (Y) at Historic Beach influence each other by 59.7% and other factors have an impact on the remainder. Researchers recommend that*

*further research be carried out using a more diverse and extensive sample size and variables. So that it can better represent visitor loyalty.*  
*Keywords : Service Quality; Level of Visitor Satisfaction; Customer Loyalty*

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan suatu industri yang tentunya mempunyai produk, konsumen, supply dan demand. Di sektor pariwisata, konsumennya adalah wisatawan (Fitriyah et al., 2020). Tempat wisata perlu memenuhi keinginan dan permintaan wisatawan. Tiga kategori terdiri dari persyaratan: item perjalanan, layanan perjalanan, dan kunjungan perjalanan (Rusdan & Dayani, 2020). Industri pariwisata memiliki potensi pengembangan yang tinggi dan mempunyai peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat (Laksmi & Arjawa, 2023). Karena meningkatnya persaingan di antara lokasi wisata, pengelola tempat wisata harus terus memantau keinginan dan kebutuhan pelanggan mereka dan berusaha untuk melampaui harapan mereka dengan menawarkan layanan yang lebih baik daripada pesaing mereka. Menurut Parasuraman, sebuah layanan dianggap berkualitas tinggi jika melampaui apa yang diharapkan pelanggan, memenuhi permintaan mereka, memenuhi persyaratan yang ditentukan, dan sesuai untuk memenuhi keinginan mereka tanpa mengurangi kualitas (Hamzah et al., 2024). Selain layanan, kepuasan pengunjung juga tidak kalah penting. Kepuasan pengunjung terhadap suatu destinasi wisata dapat berasal dari pengalaman yang diperoleh selama berhubungan dengan objek wisata tersebut sehingga menimbulkan respon positif dari pengunjung (Agung, 2023). Jika pengunjung merasa kepuasannya dalam tingkat yang baik, maka pengunjung akan mengulangi kunjungannya. Begitu juga sebaliknya jika pengunjung merasa kepuasan dalam tingkat rendah, ia tidak akan mengunjungi objek wisata itu lagi (Asrofi, 2023).

Kapasitas objek wisata untuk menumbuhkan loyalitas patron menentukan tingkat keberhasilannya. Di sini, tujuan loyalitas pengunjung adalah untuk melestarikan dan menumbuhkan pengalaman pariwisata yang ditawarkan saat ini. Ketika pelancong menunjukkan niat mereka untuk tetap dengan tempat untuk jangka panjang, mereka menunjukkan kesetiaan mereka dengan membeli dan menggunakan produk atau layanan secara teratur, dan lebih khusus lagi, dengan sukarela mempromosikannya kepada orang lain (K. Ahmad, 2022). Tujuan wisata alami yang terletak di dekat Batu Bara adalah Pantai Sejarah. Pantai Sejarah terletak di Desa Perupuk, Kabupaten Batu Bara, Kecamatan Lima Puluh Pesisir. Objek wisata dengan pemandangan pantai, jembatan

yang panjang, museum, rumah pohon, flying fox, zip bike, restoran atau tempat makan disekitar pantai yang diminati pengunjung ini diresmikan sejak tahun 2021. Ketua Kelompok Tani Kabupaten Batubara menuturkan Pantai sejarah memiliki nilai historis yang tinggi. Pantai sepanjang kurang lebih 5 km ini pada tahun 1942, Perang Dunia II, Jepang memutuskan untuk mendarat pertama kali dipulau Sumatera serta memanfaatkan pantai ini sebagai lokasi pertahanan yang strategis dan membangun bunker. Kemudian ketika kita merdeka, pantai ini akhirnya ditinggalkan begitu saja dengan segala yang tersisa (Hamzah et al., 2024). Pantai Sejarah semakin sedikit wisatawan; pada bulan Januari, ada 4.368 pengunjung lebih sedikit (31,99% lebih sedikit) daripada pada bulan Desember. Februari mengalami penurunan pengunjung lagi sebesar 683 (7,35%), Maret mengalami penurunan 772 (8,97%), April mengalami sedikit peningkatan pengunjung dari bulan sebelumnya sebesar 111 (1,41%), dan Mei mengalami penurunan 2.063 (25,97%) dari bulan sebelumnya. Dengan meningkatnya loyalitas customer diharapkan mampu menaikkan jumlah pengunjung ke Pantai Sejarah. Dari data yang didapatkan dari pihak pengelola Pantai Sejarah, tercatat bahwa jumlah pengunjung harian dari pantai adalah kisaran 100 orang, khusus di hari weekend pengunjung 700-1500 pengunjung.

Loyalitas pelanggan di Larissa Aesthetic Center Kota Malang dipengaruhi oleh Kebahagiaan Klien dan Keunggulan Layanan, menurut temuan riset Andini Lestari. Lebih spesifik, Lebih besar dari ambang batas kualitas layanan, lebih besar dari ambang kepuasan pelanggan di Larissa Aesthetic Center, dan semakin besar peningkatan loyalitas pelanggan. Larissa Aesthetic Center perlu meningkatkan loyalitas klien dengan menyediakan produk dan layanan yang lebih baik yang memuaskan pelanggan. Jika tingkat layanan saat ini tidak memadai, itu harus ditingkatkan (Lestari, 2023). Berbeda dengan hasil yang diperoleh Juniar Rosalina Tanjung menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh pada kepuasan dan loyalitas pelanggan, kualitas produk berpengaruh pada loyalitas pelanggan, sedangkan tingkat kepuasan pelanggan didasarkan pada kualitas produk dan kepercayaan terhadap IndiHome PT. Telkom Indonesia Pekanbaru (Tanjung & Rahman, 2023).

## **TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Kualitas Layanan**

Kualitas layanan sebagai fokus pada kebutuhan dan kepuasan pelanggan serta kecepatan penanganan keluhan pelanggan. Saat pelanggan memasuki area sekitar bisnis, kualitas layanan yang ditawarkan oleh bisnis tersebut berlaku untuk semua kategori layanannya (Hanindya, 2023). Disisi lain Muhammad Maskur menjelaskan bahwa Kualitas layanan adalah aktivitas yang dilakukan perusahaan yang tampaknya sebagai barang tidak berwujud namun dapat dirasakan pelanggan (Riadi et al., 2021). Vincent Gaspersz, membagi dimensi kualitas pelayanan yang sesuai dengan industri pada bidang jasa atas 10 dimensi yaitu :

1. Kedatangan tepat waktu dan layanan terbaik.
2. Jujur, praktis, dan bebas dari kesalahan bagi pelanggan
3. Bersikap ramah dan santun dalam menawarkan.
4. Akuntabilitas untuk menerima dan mengelola keluhan dari pelanggan.
5. Luas, ketersediaan, dan kelengkapan fasilitas pendukung tambahan yang gratis.
6. kenyamanan, yang berkaitan dengan jumlah polisi yang bertugas.
7. Inovasi dan variasi demi keunggulan layanan masa depan.
8. Individu, berkenaan dengan kemampuan beradaptasi dan mengelola persyaratan tertentu.
9. Akses mudah, parkir luas, arah yang jelas, dan pilihan lokasi yang adil.
10. Kualitas yang sesuai tentang lingkungan, kebersihan, dll. (Sadu et al., 2024)

Indikator yang digunakan dalam mengukur taraf kualitas layanan yang sudah diberikan ialah:

- 1.Kehandalan, khususnya kemampuan untuk menyampaikan Layanan Segera Dijanjikan (akurat) dan kapasitas untuk diandalkan (reliable), termasuk pengiriman layanan tepat waktu, dengan cara yang konsisten dengan jadwal yang disepakati dan tanpa menimbulkan masalah.
- 2.Kesediaan serta keinginan pekerja untuk membantu dalam menyediakan yang dibutuhkan klien dikenal sebagai responsif.
- 3.Asuransi yang menjamin kompetensi, keramahan, kesopanan, dan keandalan dalam interaksi interpersonal bertujuan untuk menghilangkan ketakutan pelanggan dan memberi mereka rasa aman dari risiko dan bahaya.

4. Empati, yang mencakup pendekatan profesional atau pribadi untuk memahami tuntutan dan tantangan pelanggan melalui komunikasi yang mudah dan perhatian yang dipersonalisasi.
5. Barang berwujud, aksesibilitas fasilitas, alat dan layanan komunikasi, dll., bergantung pada apa yang dapat dan harus dimasukkan ke dalam prosedur layanan (Febyna, 2024)

### **Tingkat Kepuasan Pengunjung**

Perbandingan antara pengalaman kerja saat ini dan masa lalu yang diantisipasi dapat menyebabkan perasaan puas atau tidak puas, yang dapat ditandai dengan kesenangan dan kekecewaan. Sehingga jika kinerja sesuai dengan harapan akan memberikan dampak perasaan senang, begitu pula sebaliknya (Hibatullah et al., 2022). Engel menguraikan Ketika alternatif yang dipilih memenuhi atau di atas harapan pelanggan, gagasan kepuasan pelanggan dievaluasi setelah pembelian, namun ketidakpuasan terjadi ketika harapan tidak terpenuhi (Fadilah & Mardian, 2023). Dimensi dari kepuasan terbagi atas 4 menurut Wilkie, diantaranya :

1. *Expectations*, konsumen berharap hasil yang mereka peroleh sesuai dengan harapan mereka.
2. *Performa*, pengalaman selama menggunakan produk tanpa ada pengaruh harapan. Ketika jasa yang diterima sesuai keinginan konsumen.
3. *Comparison*, Sebelum membeli, bandingkan persepsi dan harapan kinerja layanan.
4. *Confirmation*, jika layanan memenuhi harapan sesuai dengan kinerja aktualnya (Tarjono, 2022)

Umar menguraikan bahwa indikator yang cocok untuk digunakannya untuk menghitung produk (objek wisata) dalam bentuk jasa sebagai berikut :

1. Kualitas produk, pengunjung puas jika tempat wisata yang mereka datangi berkualitas.
2. Kualitas Pelayanan, pengunjung puas jika mendapatkan pelayanan yang baik.
3. Faktor emosional, pengunjung senang dengan jaminan bahwa pengunjung akan terkejut dengan lokasi yang mereka kunjungi.
4. Harga, Produk memiliki kualitas lebih tinggi yang artinya nilainya lebih tinggi dari pada harga yang ditetapkan.
5. Biaya dan kemudahan dalam melakukan kunjungan pada objek wisata tersebut. (Priatna & Limakrisna, 2021)

## Customer Loyalty

Pemilik maupun pengelola usaha harus mampu mempertahankan konsumen dengan memberikan mereka nilai pelanggan total, konsep loyalitas pelanggan dianggap sangat penting untuk dapat menjamin keberhasilan dalam kegiatan pemasaran perusahaan dan oleh karena itu memerlukan perhatian manajemen (I. Ahmad et al., 2022). *Customer loyalty* merupakan hasil dari *customer satisfaction* yang diberikan oleh perusahaan, maka loyalitas mempunyai dampak positif bagi entitas, misalnya dengan mendorong pelanggan untuk terus membeli barang dan jasa agen secara rutin (Jufrizen et al., 2020). Indikator yang digunakan dalam mengukur hal ini menurut Dharma ada 4, yaitu :

- 1.Repeatation, melakukan kunjungan berulang secara teratur.
- 2.Dapatkan lini produk baru dengan membeli barang atau jasa diluar lini
- 3.Retention, menolak pesaing dari tempat wisata atau tidak terpengaruh dayatarik pesaing.
- 4.Recommendation, merefrensikan objek wisata pada orang lain (Sa'labah et al., 2023)

Setelah variabel penelitian sudah ditentukan maka terbentuklah rumusan atau pola pikir pada penyelidikan ini yang disebut dengan hipotesis, sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap customer loyalty objek wisata Pantai Sejarah.

H<sub>2</sub>: Tingkat Kepuasan Pengunjung berpengaruh positif terhadap customer loyalty objek wisata Pantai Sejarah.

H<sub>3</sub>: Kualitas layanan dan tingkat kepuasan pengunjung secara bersamaan berpengaruh positif terhadap customer loyalty objek wisata Pantai Sejarah.

## METODE PENELITIAN

Penelitian Meningkatkan analisis kuantitatif dengan memanfaatkan survei. Kualitas Layanan (X1), Tingkat Kepuasan Pengunjung (X2) Variabel dependen yang digunakan adalah sebagai variabel independen, dan Customer Loyalty (Y). Penelitian ini dilaksanakan pada objek wisata Pantai Sejarah yang berlokasi Desa Perupuk Kecamatan Lima Puluh Pesisir di Kabupaten Batu Bara, Sumatera Utara, Indonesia. Dilaksanakan mulai dari bulan Maret 2024 sampai dengan Juli 2024. Subjek penelitian ini merupakan pengunjung/wisatawan Pantai Sejarah dengan jumlah populasi sebanyak 700. Purposive sampling digunakan oleh peneliti untuk memilih sampel yang memenuhi

persyaratan. Persyaratan yang diterima sebagai partisipan dalam penelitian harus memiliki kriteria :

1. Seluruh pengunjung Pantai Sejarah sejumlah 700 orang.
2. Sudah melakukan kunjungan lebih dari 2 kali.

Selanjutnya diproses menggunakan rumus solvin untuk mendapatkan sampel yang sesuai untuk menggambarkan keadaan sebenarnya (Zahara & Lubis, 2023). Hasil yang diperoleh dari rumus solvin 5% error adalah 254.545 dibulatkan menjadi 255. Maka, Ada 255 peserta dalam sampel penelitian wisatawan Pantai Sejarah. Metode mengumpulkan data menggunakan instrument kuesioner, dengan menyediakan beberapa pertanyaan yang sesuai indikator variabel penelitian melalui Google Form disebarluaskan baik secara online melalui jejaring sosial maupun langsung kepada audiens secara offline. Sangat tidak setuju untuk sangat menyetujui skala Likert lima poin digunakan untuk pengukuran ini. Karena ada dua variabel independen dalam penelitian ini, uji hipotesis adalah uji regresi linier berganda. Dalam analisis regresi, variabel independen mempunyai efek penjelas (*explanatory*) sedangkan variabel dependen berperan sebagai penjelasan (*explained*). Uji asumsi klasik juga turut digunakan untuk menilai kelayakan hubungan antar variabel, selain itu uji t, uji f, dan uji R *square* turut dilakukan dalam menganalisis. Semua pengujian menggunakan SPSS Versi 22.

## HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

### Deskripsi Karakteristik Responden

Berlandaskan data, mayoritas responden dari pengunjung merupakan kelompok usia remaja akhir dari rentang umur 17 sampai dengan 25 Tahun sebanyak 144 responden (56.5%), di lanjutkan mada dewasa awal 26 – 35 tahun 60 responden (23.5%) dan diakhiri masa dewasa akhir usia 36 sampai 45 tahun 51 orang responden (20.0%). Kelompok usia remaja akhir mendominasi karena banyak remaja yang merasa cara terbaik dalam menghilangkan stress adalah dengan berpergian / berwisata (Permatasari & Hamka, 2020). Berikutnya klasifikasi Jenis kelamin responden, seperti yang ditunjukkan bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan 166 responden (61.1%) dan laki-laki berjumlah 89 responden (34.9%). Terakhir pembagian responden berdasarkan pada asanya diketahui bahwa pengunjung yang berasal dari

dalam Kabupaten Batu Bara sendiri sebanyak 155 responden (60.8%) di ikuti dengan pengunjung yang berasal dari luar 100 responden (39.2%).

### Uji Instrumen Penelitian

#### Validitas

Hal terlebih dahulu yang harus dilakukan adalah menentukan r-tabel untuk menentukan apakah pernyataan valid atau tidak. Cara untuk melihat r- tabel adalah  $df = N-2$ , di mana N (sampel) adalah  $255 - 2 = 253$ . Df 253 pada Tabel-r adalah (0.1229). Lalu membandingkannya dengan r-hitung yang didapat. Hasilnya r-hitung dari semua pernyataan lebih besar dari r-tabel (0.1229). Sehingga, 28 pernyataan dianggap “valid”.

#### Reabilitas

Cronbach Alpha pada variabel kualitas layanan (X1) lebih besar dari nilai kritisnya ( $0.852 > 0.60$ ), hasil ini menunjukkan variabel kualitas layanan (X1) reliabel. Sama halnya dengan nilai Cronbach Alpha variabel tingkat kepuasan pengunjung (X2) memiliki nilai ( $0.805 > 0.60$ ). Variabel terakhir adalah customer loyalty (Y), dan tabel Cronbach Alpha menunjukkan bahwa variabel ini memiliki hasil  $0,765 > 0,60$ . Dengan demikian, semua pernyataan mengenai variabel-variabel dalam penelitian dianggap dapat dipercaya atau dapat diandalkan.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

##### a. Grafik P-P Plot.

Titik-titik memanjang disekitaran garis diagonal. Garis diagonal adalah arah di mana titik data didistribusikan. Ini menunjukkan bagaimana model regresi memenuhi persyaratan untuk mengasumsikan keadaan normal atau berdistribusi normal.

##### b. Statik *Kolmogorov-Smirnov*

Uji dilakukan dengan membandingkan exact dengan tingkat signifikasin 0.05. Diketahui bahwa nilai exact sig adalah  $0,201 > 0,05$  berdasarkan fakta yang diberikan. Maka, distribusi data yang digunakan dalam penyelidikan ini konsisten dengan anggapan standar.

#### Uji Linearitas

Nilai sig *Deviation from Linearity* adalah  $0.005 < 0.05$ , dan nilai F hitung  $1.845 > 1.53$  F tabel. Artinya terjadi hubungan substansial antara variabel kualitas layanan (X1) dan customer loyalty (Y). Sesuai dengan tabel diketahui nilai sig



*Deviation from Linearity*  $0.000 < 0.05$ , serta nilai F hitung  $2.724 > 1.53$  F tabel. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linier yang signifikan antara variabel tingkat kepuasan pengunjung (X2) dengan loyalitas customer (Y).

### Hasil Uji Hipotesis

#### Analisis Regresi Berganda

Persamaan regresi linier berganda ini :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 \text{ atau } Y = 3.513 + 0.248 X_1 + 0.360 X_2$$

Interpretasi dari persamaan adalah nilai konstanta adalah 3.513, adalah nilai poin customer loyalty (Y) jika kualitas layanan (X1) dan tingkat kepuasan pengunjung (X2) memiliki nilai 0. Nilai kualitas layanan (nilai b1) adalah 0.248 berarti bahwa untuk setiap kenaikan 1%, loyalitas customer (Y) meningkat sebesar 0,248, atau 24.8% pertama dan sebaliknya. Nilai b2 tingkat kepuasan pengunjung adalah 0,360, ini menunjukkan bahwa customer loyalty (Y) naik sebesar 0,360, atau 36.0%, untuk setiap kenaikan 1%, dan sebaliknya. Maka, setiap koefisien regresi variabel memiliki nilai positif diantara kualitas layanan (X1), tingkat kepuasan pengunjung (X2) dan customer loyalty (Y) Pantai Sejarah.

#### Uji T (Persial)

Uji ini dikhususkan untuk menguji Hipotesis 1 dan Hipotesis 2 pada penelitian. Uji t dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel, signifikansi 5%.

1. Hasil perolehan signifikan variabel kualitas layanan (X1), menurut uji-t pertama, adalah  $0,000 < \text{probabilitas } 0,05$ . Dan karena nilai-t 7.578 lebih dari 1.64959 t-tabel, hipotesis pertama atau H1, diadopsi. Hal ini menandakan bahwa loyalitas customer (Y) dipengaruhi oleh variabel kualitas layanan (X1).
2. Tingkat kepuasan (X2) memiliki nilai signifikansi (Sig) sebesar  $0,000 < \text{nilai probabilitas sebesar } 0,05$  dan nilai t yang dihitung sebesar  $7.427 > \text{ttabel } (1,64959)$ . Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa H2, atau hipotesis kedua, adalah benar, menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pengunjung (X2) berdampak pada loyalitas customer.

#### Uji F (Simultan)

Nilai Fhitung  $188.855 > \text{Ftabel } 2.64042$ , dengan nilai signifikansi (Sig)  $0.000 < 0.05$ . Oleh karena itu, hipotesis (H3) diakui sebagai dasar untuk proses pengambilan keputusan uji F; dengan kata lain, kualitas layanan (X1) dan tingkat kepuasan

pengunjung (X2) secara bersamaan mempengaruhi positif serta signifikan pada loyalitas customer (Y) di Pantai Sejarah.

#### **Uji Koefisien Determinasi (*R Square*)**

Nilai koefisien determinasi / R Square, adalah 0.597 berdasarkan tabel output SPSS diatas. Nilai korelasi “R” dikuadratkan untuk mendapatkan nilai R2 ini yaitu  $0.774 \times 0.774 = 0.597$ . Koefisien dari R2 ini memiliki makna bahwa variabel loyalitas customer (Y) dipengaruhi secara bersamaan oleh kualitas layanan (X1) dan tingkat kepuasan yang dirasakan pengunjung (X2) sebesar 59.7%. Sedangkan untuk sisanya 40.3% (100-59.7) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

#### **Pembahasan**

##### **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Customer Loyalty Pantai Sejarah**

Temuan penelitian ini mendukung hipotesis pertama, yang mengklain bahwa variabel customer loyalty dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel kualitas layanan. Nilai t hitung sebesar  $7.578 > 1.64959$  t tabel dengan signifikansi  $0.000 < 0.05$  dan koefisien regresi sebesar 0.248 menunjukkan bahwa pengunjung cenderung lebih loyal ketika kualitas layanan yang diberikan berkualitas. Hasil ini mendukung penelitian Fery Siswadi yang mendapati adanya pengaruh yang signifikan antar kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Namun, ketika kualitas pekerjaan ditingkatkan, tingkat loyalitas yang diterima juga meningkat; Sebaliknya, ketika kualitas pekerjaan menurun, tingkat rendah loyalitasnya (Siswadi et al., 2021) Gabe Benny Subawa, bahwa di Lila Tour & Travel, loyalitas konsumen dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas layanan. Lila Tour & Travel harus dapat memenuhi harapan kliennya dan menawarkan fasilitas yang akan memfasilitasi pemanfaatan layanan perusahaan oleh klien (Subawa & Sulistyawati, 2020). Namun bertentangan dengan temuan Budiarno, kualitas layanan berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indomaret Point Yogyakarta, menandakan dibutuhkannya perbaikan dalam proses operasional meliputi identifikasi masalah secara cepat dan sistematis (Budiarno et al., 2022). Begitu juga hasil yang didapati oleh Afifah Nur 'Ain, Kualitas layanan memiliki dampak negatif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna uang elektronik. (Nur 'ain & Susila, 2021)

##### **Pengaruh Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Customer Loyalty**

Hipotesis ke 2 juga diterima, ditunjukkan dari hasil perhitungan customer loyalty dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh tingkat kepuasan yang dirasakan pengunjung. Taraf signifikansi  $0.000 < 0.05$ , koefisien regresi ke arah positif 0.360 dan pada nilai thitung  $7.427 > t_{tabel} (1.64959)$ . Ini menyiratkan bahwa loyalitas dari konsumen/pengunjung akan semakin meningkat bila tingkat kepuasan yang dirasakan pengunjung dari objek wisata Pantai Sejarah tinggi. Hal ini juga memberikan dampak bertambahnya customer loyalty lain. Hasil temuan juga sejalan dengan hasil temuan Clara Audina dan Abdullah Rakhman, kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Gofood di Jakarta (Audina & Rakhman, 2023). begitupun Supertini, Telegawathi serta Yulianthini, yang mendapatkan hasil kepuasan pelanggan memberikan hasil sebesar 0.425 atau 42.5% dengan p value  $0.000 < \alpha 0.05$ , sehingga dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen (Supertini et al., 2020). Berbeda dengan temuan yang diperoleh sebelumnya, Zihni Abdul Aziz mendapati bahwa kepuasan pengunjung memperoleh t hitung lebih kecil dari t tabel nya ( $1.897 < 1.98$ ). Artinya kepuasan pengunjung tidak berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung wisata Umbul Pongok Klaten (Aziz, 2022). Hal Serupa ditemukan Wulan Probo Bintari, bahwa kepuasan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen Tokopedia di Kabupaten Kediri (Bintari et al., 2022).

### **Pengaruh Kualitas Layanan dan Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Customer Loyalty**

Nilai  $F_{cal} (188,855 > 2,64042)$  dan nilai Sig keduanya  $0,000 < 0,05$ . Variabel loyalitas pelanggan (Y) secara bersamaan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (X1) dan tingkat kepuasan yang dirasakan pengunjung (X2) sebesar 59,7%, sesuai dengan determinasi koefisien/nilai R Square sebesar 0,597. Mengenai 40,3% sisanya ( $100-59,7$ ), mereka dipengaruhi oleh faktor-faktor asing yang tidak diperiksa dalam penyelidikan ini. Hasil penelitian ini mendukung temuan Wijaya, bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap meningkatnya customer loyalty Kafe One Eighteenth di Siwalankerto Surabaya (Wijaya, 2020). Hasil yang tak jauh berbeda juga didapatkan oleh Willyanto Agiesta, Variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2) secara bersama-sama atau simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Hal

ini merupakan faktor yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan (Agiesta et al., 2021). Namun, hasil berbeda Nina Aisyah, yang menemukan bahwa tidak ada hubungan antara faktor kebahagiaan pelanggan dan kualitas layanan terhadap loyalitas dari pelanggan Haidee Rental Malang (Aisyah & Alfiah, 2023).

### KESIMPULAN

Berlandaskan hasil temuan dan diskusi, dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

Hipotesis 1 diterima, kualitas layanan yang disuguhkan berpegaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung Pantai Sejarah.

- Hipotesis 2 di adopsi, Tingkat kepuasan pengunjung memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalty pengunjung Pantai Sejarah.
- Begitu pula hipotesis 3, kualitas layanan dan tingkat kepuasan pelanggan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap meningkatnya customer loyalty Pantai Sejarah.

### Implikasi

Semua variabel yang digunakan pada penelitian terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan customer loyalty. Maka dari itu pantai sejarah perlu terus mengawasi tingkat kepuasan pengunjung serta melakukan pengembangan dan peningkatan dalam hal kualitas layanan yang lebih baik lagi sehingga semakin meningkat customer loyalty yang dimiliki Pantai Sejarah.

### Saran

Pengelola Pantai Sejarah, hasil penelitian dapat dijadikan acuan untuk meningkatkan kualitas layanan dan meningkatkan kepuasan pengunjung. Sehingga dapat menaikkan loyalitas customer terhadap objek wisata Pantai Sejarah. Terutama pada faktor emosional terkait estetika, self expressive, dan brand personality.

### DAFTAR PUSTAKA

- Agiesta, W., Sajidin, A., & Perwito, P. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan ka lokal Bandung Raya. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(2), 1653–1664.
- Agung, A. K. (2023). *Pengaruh Persepsi Harga dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Belanja Online E-Commerce Shopee*. UPN Veteran Jawa Timur.
- Ahmad, I., Djajasanga, I. N., Astuti, S. D., Sanny, A., Cahyadi, N., & Puspitaningrum, R. (2022). *Digital Marketing (Concept, Strategy, and Implementation)*. Cendikia Mulia Mandiri.

- 
- Ahmad, K. (2022). *Strategi Word of Mouth dalam Mendorong Daya Tarik Masyarakat (Studi Kasus pada Produk Minuman Khas Sinjai di Kabupaten Sinjai)*. UNIVERSITAS ISLAM AHMAD DAHLAN.
- Aisyah, N., & Alfiah. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Haidee Rental Malang). *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(2), 158.
- Asrofi, H. H. (2023). *Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Sarana Dan Prasarana Peribadahan Terhadap Kepuasan Pengunjung Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi Dalam Perspektif Bisnis Islam (Pada Pengunjung Objek Wisata Di Kabupaten Tanggamus)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Audina, C., & Rakhman, A. (2023). Pengalaman dan Kepuasan Berpengaruh Positif terhadap Loyalitas Pelanggan Gofood di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 24–39.
- Aziz, Z. A. (2022). Pengaruh Fasilitas Dan Pengalaman Pengunjung Terhadap Loyalitas Pengunjung Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pengunjung (Survey Pada Pengunjung Wisata Umbul Ponggok Klaten). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 17(2), 8–18.
- Bintari, W. P., Udayana, I., & Maharani, B. D. (2022). Pengaruh Usability, Information Quality, dan Service Interaction Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Tokopedia di Kabupaten Kediri). *Jurnal Perspektif*, 20(1), 68–75. <https://doi.org/10.31294/jp.v20i1.12286>
- Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226–233.
- Fadilah, M., & Mardian, I. (2023). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Soehendar Coffee. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(4), 259–284.
- Febyna, F. N. (2024). *Kualitas Pelayanan Administrasi Pernikahan Di Kua Kecamatan Landasan Ulin*. Universitas Islam Kalimantan MAB.
- Fitriyah, E. N. F., Abdullah, M. F., & Suliswanto, M. S. W. (2020). Peran Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah Di Kabupaten Lamongan. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 4(1), 82–96.
- Hamzah, A., Rumondang, R., Sutriyono, S., Sidabalok, H., Subagiharti, H., Derliana, D., Nurhadi, N., & Siregar, U. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Desain dan Model Rehabilitasi Mangrove di Pantai Sejarah Kabupaten Batu Bara. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 1163–1172.
- Hanindya, B. R. (2023). *Analisis Kualitas Pelayanan Perizinan Berdasarkan Metode Servqual Pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Karimun*. Universitas Islam Indonesia.
- Hibatullah, N., Suardana, I. W., & Sudiarta, I. N. (2022). Customer Experience, Kepuasan Wisatawan Dan Loyalitas Wisatawan Di Floating Market Lembang Bandung. *JUMPA*, 8(2).
- Jufrizen, J., Daulay, R., Sari, M., & Nasution, M. I. (2020). Model Empiris Peningkatan Kepuasan Dan Niat Beli Konsumen Dalam Pemilihan Online Shop Instagram. *Mix Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(2), 249.
- Laksmi, P. A. S., & Arjawa, I. G. W. (2023). Kearifan Lokal dalam Mendukung Pengembangan Industri Kreatif di Provinsi Bali. *JOURNAL SCIENTIFIC OF MANDALIKA*, 4(1), 1–15.
- Nur 'ain, A., & Susila, L. N. (2021). The Effect Of Service Quality And Product Quality

- On Loyalty Electronic Money In Sukoharjo With Satisfaction and Trust As Intervening Variables. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 6(2), 46–55. <http://e-journal.stie-aub.ac.id>
- Permatasari, I., & Hamka, K. (2020). Fenomena Healing Pada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Dan Pemikiran Islam Dalam Perspektif. *Raden Fattah*.
- Priatna, D. K., & Limakrisna, N. (2021). *Buku Referensi Intellectual Capital Management Building Your Employee Passion and Happiness*. Deepublish.
- Riadi, M., Kamase, J., & Mapparenta, M. (2021). Pengaruh harga, promosi dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen mobil toyota (studi kasus pada pt. hadji kalla cabang alauddin). *Journal of Management Science (JMS)*, 2(1), 41–60.
- Rusdan, S., & Dayani, R. (2020). Implementasi Superior Customer Value dalam Persaingan Obyek Wisata. *Jurnal Distribusi*, 8(2), 204–207.
- Sa'labah, W., Syarifudin, D., & SI, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Arafa Hijab Kota Sukabumi (Studi Kasus pada pelanggan Arafa Hijab di seluruh Indonesia): Manajemen Pemasaran. *Jurnal Mahasiswa Manajemen*, 4(3), 19–39.
- Sadu, N., Rivai, A., & Nawawi, M. (2024). Kualitas Pelayanan Pada Biro Akademik Kemahasiswaan Dan Perencanaan Universitas Tadulako. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 40–51.
- Siswadi, F., Muharam, H., & Hannan, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. *Bulletin of Management and Business*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.31328/bmb.v2i1.133>
- Subawa, I. G. B., & Sulistyawati, E. (2020). Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(2), 718.
- Supertini, N. P. S., Telagawati, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 61.
- Tarjono, T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Perawat terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Kelas III di Era Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS). *Jurnal Ekonomak*, 8(3), 39–63.
- Wijaya, R. A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Di Kafe One Eighteenth, Siwalankerto–Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 11.
- Zahara, R., & Lubis, K. S. (2023). The Effect of Lending on Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) Income Levels in the Post-Pandemic Period at PT Bima Multi Finance Medan Branch. *Jurnal*, 1(1), 59–69.

## GAMBAR, GRAFIK DAN TABEL

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Desember 2023 s/d Mei 2024

Bulan / Tahun	Jumlah Pengunjung
Desember / 2023	13.654
Januari / 2024	9.286
Februari / 2024	8.603
Maret / 2024	7.831
April / 2024	7.942
Mei / 2024	5.879

Sumber : Administrasi Pantai Sejarah

Tabel 2. Hasil Analisis Statistik Karakteristik Responden

No.	Karakteristik Pengunjung	Kategori	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1	Umur	Masa Dewasa Akhir (36 – 45 Tahun)	51	20.0
		Masa Dewasa Awal (26 – 35 Tahun)	60	23.5
		Masa Remaja Akhir (17 -25 Tahun)	144	56.5
2	Jenis Kelamin	Laki – Laki	89	34.9
		Perempuan	166	61.1
3	Asal Pengunjung	Kabupaten Batu Bara	155	60.8
		Luar Kabupaten Batu Bara	100	39.2

Sumber : Olahan Data Primer

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Item-Item Variabel

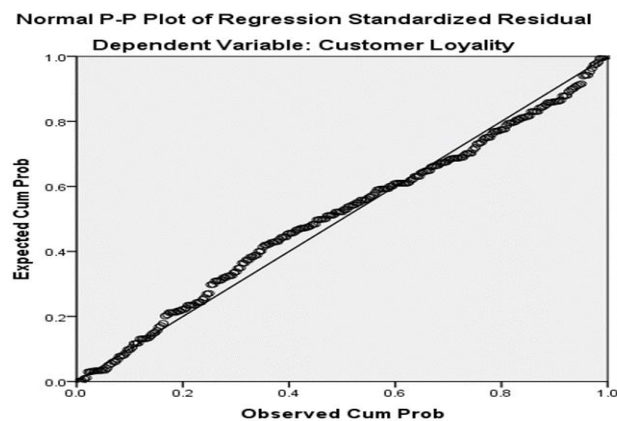
No	Nilai rhitung			Nilai rtabel	Keterangan
	Kualitas Layanan	Tingkat Kepuasan Pengunjung	Customer Loyalty		
1	0.489	0.676	0.636	0.1229	Valid
2	0.666	0.659	0.566	0.1229	Valid
3	0.577	0.624	0.666	0.1229	Valid
4	0.642	0.622	0.629	0.1229	Valid
5	0.578	0.683	0.583	0.1229	Valid
6	0.522	0.651	0.713	0.1229	Valid
7	0.596	0.617	0.718	0.1229	Valid
8	0.683	0.661		0.1229	Valid
9	0.547			0.1229	Valid
10	0.617			0.1229	Valid
11	0.601			0.1229	Valid
12	0.615			0.1229	Valid
13	0.604			0.1229	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 22 tahun 2024

Tabel 4. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	13	0.852	Reliabel
Tingkat Kepuasan Pengunjung (X2)	8	0.805	Reliabel
Customer Loyalitas (Y)	7	0.765	Reliabel

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 22 tahun 2024



Gambar 1. Grafik P-P Plot  
Sumber : Output SPSS 22 Tahun 2024

Tabel 5. Hasil Kolmogorov-Smirnov Test  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		255
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.59220725
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.048
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.008 <sup>c</sup>
Exact Sig. (2-tailed)		.201
Point Probability		.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data Olahan SPSS 22 Tahun 2024

Tabel 6. Hasil Uji Linearitas X1 dan Y  
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Customer Loyalty * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined) Linearity	5061.270	34	148.861	10.467	.000
		Deviation from Linearity	4195.180	1	4195.180	294.966	.000
			866.090	33	26.245	1.845	.005
	Within Groups		3128.966	220	14.223		
Total			8190.235	254			

Sumber : Data Olahan SPSS 22 Tahun 2024

Tabel 7. Hasil Uji Linearitas X2 dan Y  
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Customer Loyalty * Kepuasan Pengunjung	Between Groups	(Combined) Linearity	4994.830	23	217.167	15.699	.000
		Deviation from Linearity	4165.725	1	4165.725	301.146	.000
			829.106	22	37.687	2.724	.000
	Within Groups		3195.405	231	13.833		
Total			8190.235	254			

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda dan Uji T  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.513	1.117		3.143	.002
Kualitas Pelayanan	.248	.033	.424	7.578	.000
Kepuasan Pengunjung	.360	.048	.416	7.427	.000

a. Dependent Variable: Customer Loyalty

Sumber : Data Olaha SPSS 22 Tahun 2024



Tabel 9. Hasil Uji F (Simultan)  
 ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	4912.631	2	2456.316	188.855	.000 <sup>b</sup>
Residual	3277.604	252	13.006		
Total	8190.235	254			

a. Dependent Variable: Customer Loyalty

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pengunjung, Kualitas Pelayanan

Sumber : Data olahan SPSS 22 Tahun 2024

Tabel 10. Hasil Uji R Square  
 Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.774 <sup>a</sup>	.600	.597	3.60643

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pengunjung, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Customer Loyalty

Sumber : Data Olahan SPSS 22 Tahun 2024