

Faktor Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Turis Di Tanjung Lesung Provinsi Banten

Soehardi^{1,*}

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya; Jl. Raya Perjuangan, Marga Mulya, Bekasi Utara, Jawa Barat 17121; Telp.021-88955882, 889955883, e-mail: soehardi@dsn.ubharajaya.ac.id

* Korespondensi: e-mail: soehardi@dsn.ubharajaya.ac.id

Submitted: 27/03/2021; Revised: 05/04/2021; Accepted: 11/05/2021; Published: 27/05/2021

Abstract

The purpose of this study was to analyze the factors of service quality, price and satisfaction of foreign and domestic tourists in the Special Economic Zone of Tanjung Lesung, Pandeglang Municipality, Banten Province. The population consisted of foreign and domestic tourists visiting Tanjung Lesung, while the sample used was accidental sampling, with a total of 140 respondents. The quantitative research method used in this study was the analysis of validity, reliability, t test, F test and R square tests with SPSS software. Service quality has a significant effect on tourist satisfaction in the Special Economic Zone of Tanjung Lesung, Pandeglang Municipality, Banten Province. Tourist attractiveness as the main indicator of service quality compared to other indicators such as destination facilities and accessibility to tourist destinations. Price has a significant effect on tourist satisfaction in the Special Economic Zone of Tanjung Lesung, Pandeglang Municipality, Banten Province. Hotel room prices are the main indicator compared to other indicators such as food and beverages prices, sports equipment rental prices and professional fees for tour guides. Service quality and price together have a significant effect on tourist satisfaction in the Special Economic Zone of Tanjung Lesung, Pandeglang Municipality, Banten Province. The natural scenery of the white sand beach resort with a background of sea waves and the Child of Mount Krakatau is the main indicator of tourist satisfaction compared to other indicators such as several tourist visits, security and safety as well as cleanliness and hygiene.

Keywords: Price and Tourist Satisfaction, Service Quality, Service Quality Factor

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa faktor-faktor kualitas pelayanan, harga dan kepuasan Turis asing dan nusantara di Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Lesung Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten. Populasi adalah Turis asing dan nusantara yang berkunjung di Tanjung Lesung, sedangkan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* diperoleh responden berjumlah 140. Metode penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dengan analisis uji validitas, reliabilitas, uji t, uji F dan R *square* dengan *software* SPSS. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan Turis di Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Lesung Kabupaten Pandeglang Provinsi banten. Daya tarik wisata sebagai indikator utama kualitas pelayanan dibandingkan indikator lainnya seperti fasilitas destinasi dan aksesibilitas menuju destinasi wisata. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan Turis di Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Lesung Kabupaten Pandeglang Provinsi banten. Harga kamar hotel sebagai indikator utama dibandingkan indikator lainnya seperti harga food and beverages, harga sewa kelengkapan olahraga dan *professional fee for tour guide*. Kualitas pelayanan dan harga sevara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan Turis di Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Lesung Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten. Pemandangan alam resor pantai pasir putih dengan latar belakang gelombang laut dan Anak Gunung Krakatau merupakan

indikator utama kepuasan Turis dibandingkan indikator lainnya seperti beberapa kali kunjungan Turis, keamanan dan keselamatan serta kebersihan dan *hygiene*.

Kata kunci: Harga dan Kepuasan Turis, Kualitas Pelayanan, Faktor Kualitas Pelayanan

1. Pendahuluan

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah mengumumkan dan menetapkan bahwa Tanjung Lesung sebagai salah daerah destinasi wisata di Indonesia tahun 2018. Hal ini sesuai dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 2012 yang telah ditetapkan Tanjung Lesung sebagai Kawasan Ekonomi Khusus seluas 1.500 hektar terletak di Kecamatan Panimbang Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten (Pemerintah Republik Indonesia, 2012). Penduduk kabupaten ini berjumlah 1,28 juta jiwa. Jarak tempuh \pm 160 km dari lokasi Tanjung Lesung ke DKI Jakarta atau \pm 3 jam perjalanan dengan menggunakan transportasi darat.

Wisatawan asing dan nusantara yang berkunjung ke Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten tahun 2018 berjumlah 3.105.051 orang dengan perincian wisatawan asing berjumlah 3.102.472 dan wisatawan domestic berjumlah 2.579 orang (Dinas Pariwisata Kabupaten Pandeglang, 2020). Wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Pandeglang tahun 2019 berjumlah 2,4 juta orang dan bulan Januari hingga September 2020 berjumlah 480.000 orang. Sedangkan penginapan seperti hotel bintang dan non bintang di Kabupaten Pandeglang tahun 2018 berjumlah 168 dan restoran berjumlah 38.

Salah satu daya tarik banyaknya wisatawan asing dan nusantara berkunjung ke Tanjung Lesung adalah kelancaran dan kemudahan aksesabilitas dengan telah semakin membaiknya pembangunan infrastruktur dari mulai Kota Cilegon dan Kota Serang menuju sepanjang pantai Anyer, Carita, Panimbangan, Tanjung Lesung hingga Taman Nasional Ujung Kulon. Daya tarik Tanjung Lesung lainnya adalah pasir putih kawasan wisata pantai yang indah, alami dan bersih dengan latar belakang menikmati pemandangan gunung Krakatau dengan mengabadikan matahari terbenam perlahan-lahan serta tebing-tebing berbentuk curam atau lesung. Berbagai kegiatan untuk menarik wisatawan asing dan nusantara antara lain: *snorkeling, diving, fishing and banana boat*.

Pembangunan infrastruktur dengan penerangan ramah lingkungan panel surya ini berdampak pada semakin meningkatnya pertumbuhan ekonomi, semakin bertambahnya lapangan pekerja dan semakin meningkatnya pula pendapatan masyarakat di Tanjung Lesung dan sekitarnya. Hal ini dapat dilihat langsung di lapangan semakin banyaknya investor asing dan domestik menanamkan modalnya sedang giat-gitanya melaksanakan pembangunan industri pariwisata seperti hotel bintang dan non bintang serta mulai tumbuhnya usaha mikro, kecil dan menengah.

Beberapa permasalahan-permasalahan yang sedang dihadapi di Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Lesung diantaranya: kurangnya kualitas pelayanan karyawan seperti sebagian besar karyawan belum memiliki sertifikasi kompetensi di bidang pariwisata, kurangnya

kebersihan dan hygiene comfort room, jaringan internet yang tidak stabil serta persaingan harga yang semakin ketat. Ketatnya persaingan harga yang dilakukan oleh para pemilik usaha tempat-tempat penginapan di Tanjung Lesung dalam memasarkan promosi produk dan jasanya untuk menarik wisatawan mancanegara dan nusantara dapat dilihat dari website agoda.com, tripadvisor, booking.com, traveloka dan lain-lain.

1.1. Wisata Resor Pantai

Salah satu jenis pariwisata yang paling populer dalam skala global dan merupakan kunci penggerak ekonomi utama untuk daerah tujuan wisata dikenal dengan nama wisata pantai (Alves et al., 2014). Lokasi rekreasi utama yang dapat menarik seseorang ke air dan oleh karena itu mempengaruhi bisnis ke tempat-tempat lain disekitarnya (Amyot & Grant, 2014).

Wisata pantai atau dikenal juga dengan wisata bahari adalah lokasi wisata yang memanfaatkan sumber daya alam pantai untuk menarik kunjungan wisatawan asing dan nusantara yang melakukan kegiatan rekreasi dan bisnis serta berdampak Bergeraknya ekonomi masyarakat ke tempat-tempat lain disekitarnya.

1.2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan berdasarkan kepuasan wisatawan mancanegara dan nusantara di destinasi wisata adalah aksesibilitas destinasi, fasilitas destinasi dan daya tarik destinasi. Fasilitas terdiri dari: restoran, souvenir dan tour guide (Al-Ababneh, 2013). Aksesibilitasterdiri dari: peta, parking dan toilet. Sedangkan daya tarik wisata adalah museum. (Hau & Omar, 2014), kualitas pelayanan di industry pariwisata terdiri dari: citra destinasi, pelayanan penunjang dan keamanan destinasi, kebersihan destinasi dan fasilitas destinasi.

1.3. Harga

Penetapan harga suatu produk atau jasa bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan. Penetapan harga ini memiliki hubungan antara biaya, tingkat persaingan dan permintaan. Harga bauran produk terdiri dari: harga lini produk, harga fitur opsional, harga captive-product, harga dua bagian, harga produk sampingan, dan harga bundling produk (Kotler & Keller, 2016). Harga merupakan salah satu pertimbangan wisatawan asing dan domestic berkunjung ke daerah tujuan wisata. Beberapa indicator harga antara lain: jarak tempuh menuju daerah tujuan wisata dan berapa lama yang dibutuhkan untuk menginap (Aliman et al., 2016).

1.4. Kepuasan Wisatawan

Kualitas pelayanan meliputi akomodasi, hospitality, fasilitas turis, food and beverage, hygiene, harga dan nilai, perjamuan, kenyamanan, komunikasi, keamanan, transportasi, cuaca dan loyalitas wisatawan. Kepuasan wisatawan juga dapat dilihat dari keinginan untuk berkunjung kembali ke destinasi wisata dan keinginan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kepuasan wisatawan (Rahman et al., 2011). Indicator kepuasan wisatawan asing dan nusantara adalah senang berkunjung, menyukai destinasi wisata, perasaan positif destinasi wisata dan menambah pengalaman (Aliman et al., 2016).

2. Metode Penelitian

Populasi adalah wisatawan asing dan domestik yang berkunjung di Tanjung Lesung, sedangkan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* diperoleh responden berjumlah 140. Metode penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dengan analisis uji validitas, reliabilitas, uji t, uji F dan R square dengan software SPSS.

3. Hasil Penelitian

Karakteristik dari responden di Tanjung Lesung yang digunakan beberapa jenis variabel dan kategori seperti ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden di Tanjung Lesung

Variabel	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	53	37,86%
	Perempuan	87	62,14%
Umur	≤ 25 tahun	49	35,00%
	25 – 50 tahun	62	44,29%
	≥ 50 tahun	29	20,71%
Pekerjaan	Pegawai Pemerintah	32	22,86%
	Pegawai Swasta	97	69,29%
	Belum Bekerja	11	7,85%
Pendidikan	SD, SMP dan SMA	78	55,71
	Diploma dan Sarjana	47	33,58
	Masteral dan Doktoral	15	10,71
Pendapatan per Bulan	≤ 5 Juta	14	10,00%
	5 – 10 Juta	79	56,43%
	≥ 10 Juta	47	33,57%
Kewarganegaraan	WNI	117	83,57%
	WNA	23	16,43%
Akomodasi	Hotel Bintang	46	32,86%
	Hotel Non-Bintang	94	67,14%
Tujuan berkunjung	Rekreasi	68	48,57%
	Bisnis	56	40,00%
	Kunjungan Keluarga dan Teman	16	11,43%
Kemungkinan untuk Kembali Lagi ke Tanjung Lesung	Kembali untuk kedua kalinya	68	48,57%
	Kembali untuk ketiga kalinya	53	37,86%
	Tidak akan kembali	19	13,57

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2020)

Berdasarkan tabel 2 dan 3 pada uji validitas dan reliabilitas kualitas pelayanan (X1), diperoleh data bahwa seluruh item nomor 1, 2, 3, 4 dan 5 adalah valid. Begitu pula pada uji reliabilitas, diperoleh data bahwa seluruh item nomor 1, 2, 3, 4 dan 5 adalah reliable atau konsisten. Pada Tabel 2 menjelaskan uji validitas kualitas pelayanan (X1)

Tabel 2. Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

Correlations							
		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Skor_Total
Item_1	Pearson Correlation		,451**	,307**	,279**	,283**	,626**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,001	,001	,000
	N	140	140	140	140	140	140
Item_2	Pearson Correlation	,451**	1	,331**	,461**	,381**	,701**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	140	140	140	140	140	140
Item_3	Pearson Correlation	,307**	,331**	1	,681**	,444**	,796**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	140	140	140	140	140	140
Item_4	Pearson Correlation	,279**	,461**	,681**	1	,439**	,815**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000		,000	,000
	N	140	140	140	140	140	140
Item_5	Pearson Correlation	,283**	,381**	,444**	,439**	1	,675**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000		,000
	N	140	140	140	140	140	140
Skor_Total	Pearson Correlation	,626**	,701**	,796**	,815**	,675**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	140	140	140	140	140	140

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2020)

Tabel 3 menjelaskan uji reliabilitas dari kualitas pelayanan pada setiap item yang digunakan pada penelitian ini.

Tabel 3. Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Scale Deleted	Scale Variance if Corrected Total	Item-Cronbach's Alpha if Deleted		
Item_1	16,24	3,879	,419		,772
Item_2	16,14	3,773	,539		,735
Item_3	16,32	3,112	,617		,706
Item_4	16,46	3,113	,658		,689
Item_5	15,91	3,912	,518		,743

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2020)

Berdasarkan tabel 4 dan 5 pada uji validitas dan reliabilitas tentang harga (X2), diperoleh data bahwa seluruh item nomor 1, 2, 3, 4 dan 5 adalah valid. Begitu pula pada uji reliabilitas, diperoleh data bahwa seluruh item nomor 1, 2, 3, 4 dan 5 adalah reliable atau konsisten. Tabel 4 menjelaskan uji validitas harga (X2).

Tabel 4. Uji Validitas Harga (X2)

Correlations							
		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Skor_Total
Item_1	Pearson Correlation	1	,743**	,402**	,352**	,165	,773**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,051	,000
	N	140	140	140	140	140	140
Item_2	Pearson Correlation	,743**	1	,606**	,564**	,180*	,882**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,033	,000
	N	140	140	140	140	140	140
Item_3	Pearson Correlation	,402**	,606**	1	,767**	,295**	,814**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	140	140	140	140	140	140
Item_4	Pearson Correlation	,352**	,564**	,767**	1	,289**	,789**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,001	,000
	N	140	140	140	140	140	140
Item_5	Pearson Correlation	,165	,180*	,295**	,289**	1	,415**
	Sig. (2-tailed)	,051	,033	,000	,001		,000
	N	140	140	140	140	140	140
Skor_Total	Pearson Correlation	,773**	,882**	,814**	,789**	,415**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	140	140	140	140	140	140

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2020)

Hasil uji reliabilitas harga (X2) dari penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 5.

Tabel 5. Uji Reliabilitas Harga (X2)

Item-Total Statistics							
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted			
Item_1	15,64	4,348	,583				,772
Item_2	15,62	3,820	,765				,701
Item_3	15,54	4,740	,702				,734
Item_4	15,61	4,642	,649				,746
Item_5	15,36	6,377	,273				,837

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2020)

Berdasarkan tabel 6 dan 7 pada uji validitas dan reliabilitas tentang kepuasan wisatawan (Y), diperoleh data bahwa seluruh item nomor 1, 2, 3, 4 dan 5 adalah valid. Begitu pula pada uji reliabilitas, diperoleh data bahwa seluruh item nomor 1, 2, 3, 4 dan 5 adalah reliable atau konsisten. Tabel 6 menjelaskan uji validitas kepuasan wisatawan.

Tabel 6. Uji Validitas Kepuasan Wisatawan (Y)

		Correlations					
		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Skor_Total
Item_1	Pearson Correlation	1	,319**	,530**	,372**	,632**	,743**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	140	140	140	140	140	140
Item_2	Pearson Correlation	,319**	1	,253**	,720**	,302**	,717**
	Sig. (2-tailed)	,000		,003	,000	,000	,000
	N	140	140	140	140	140	140
Item_3	Pearson Correlation	,530**	,253**	1	,411**	,617**	,739**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003		,000	,000	,000
	N	140	140	140	140	140	140
Item_4	Pearson Correlation	,372**	,720**	,411**	1	,382**	,790**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	140	140	140	140	140	140
Item_5	Pearson Correlation	,632**	,302**	,617**	,382**	1	,760**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	140	140	140	140	140	140
Skor_Total	Pearson Correlation	,743**	,717**	,739**	,790**	,760**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	140	140	140	140	140	140

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2020)

Uji reliabilitas dari kepuasan wisatawan ditunjukkan pada Tabel 7 sebagai berikut:

Tabel 7. Uji Reliabilitas Kepuasan Wisatawan

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	16,57	2,347	,592	,763
Item_2	16,76	2,268	,521	,788
Item_3	16,60	2,299	,574	,768
Item_4	16,78	2,145	,635	,749
Item_5	16,66	2,356	,624	,755

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2020)

Berdasarkan tabel 7, diketahui bahwa hipotesis pertama dengan nilai t hitung (3,811) \geq t table (1,970) dan signifikansi hitung (0,000) \leq signifikansi table (0,05). Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Lesung Kabupaten Pandeglang Provinsi banten. Berdasarkan table 8, hipotesis kedua dengan nilai t hitung (8,434) \geq t table (1,970) dan signifikansi hitung (0,000) \leq signifikansi table (0,05). Hal ini dapat diartikan bahwa harga

berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Lesung Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten.

Tabel 8 menunjukkan hasil analisa *coefficients* menggunakan SPSS dari model kualitas pelayanan.

Tabel 8. Coeficients Kualitas Pelayanan

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12,165	1,922		6,330	,000
Kualitas Pelayanan	,359	,094	,309	3,811	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2020)

Tabel 9 menunjukkan hasil analisa *coefficients* menggunakan SPSS dari model harga.

Tabel 9. Coeficients Harga

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11,342	1,134		10,006	,000
Harga	,469	,056	,583	8,434	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2020)

Berdasarkan tabel 10, hipotesis ketiga diperoleh nilai uji F hitung (54,024) \geq F tabel (1,7242) dan signifikansi hitung (0,000) \leq signifikansi tabel (0,05). Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Lesung Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten.

Tabel 10. Uji F

Model	ANOVA ^a				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	208,356	2	104,178	54,024	,000 ^b
Residual	264,187	137	1,928		
Total	472,543	139			

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

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

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2020)

Berdasarkan Tabel 11 diperoleh nilai *R square* tentang kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan wisatawan sebesar 0,441 yang artinya variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan sebesar 44,10% dan 55,90% dipengaruhi oleh variabel lainnya. Tabel 11 menjelaskan *model summary*.

Tabel 10. Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,664 ^a	,441	,433	1,389

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2020)

3.1. Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan

Hipotesis pertama dengan nilai t hitung (3,811) \geq t table (1,970) dan signifikansi hitung (0,000) \leq signifikansi table (0,05). Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Lesung Kabupaten Pandeglang Provinsi banten. Semakin baik kualitas pelayanan, maka semakin meningkat kepuasan wisatawan di Tanjung Lesung.

Daya tarik wisata sebagai indikator utama kualitas pelayanan dibandingkan indikator lainnya seperti fasilitas destinasi dan aksesibilitas menuju destinasi wisata. Sedangkan pemandangan alam resor pantai pasir putih dengan latar belakang gelombang laut dan Anak Gunung Krakatau merupakan indikator utama kepuasan wisatawan dibandingkan indikator lainnya seperti beberapa kali kunjungan wisatawan, keamanan dan keselamatan serta kebersihan dan hygiene.

Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Hau & Omar, 2014) dengan judul "*The Impact of Service Quality on Tourism Satisfaction: The Case Study of Rantau Abang Beach as a Turtle Sanctuary Destination*" yang mengatakan ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan. Penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Al-Ababneh, 2013) dengan judul "*Service Quality and its Impact on Tourist Satisfaction*" yang mengatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan.

Beberapa dimensi kualitas pelayanan menurut wisatawan mancanegara dan nusantara adalah aksesibilitas menuju daerah tujuan wisata destinasi, fasilitas yang tersedia daerah tujuan wisata dan daya tarik tujuan wisata. Beberapa indikator aksesibilitas terdiri dari: transportasi umum, infrastruktur jalan raya, penerangan jalan raya, rambu-rambu petunjuk arah menuju destinasi wisata dan jaringan internet). Beberapa indikator fasilitas daerah tujuan wisata terdiri dari: kamar hotel, restoran, jasa transportasi jaringan internet dan ATM. Beberapa indikator daya tarik wisata terdiri dari: sejarah, seni budaya, festival, lingkungan (resor pantai, gunung, sungai, flora dan fauna), kelengkapan olahraga dan tempat bermain anak-anak.

3.2. Harga terhadap Kepuasan Wisatawan

Hipotesis kedua dengan nilai t hitung (8,434) \geq t table (1,970) dan signifikansi hitung (0,000) \leq signifikansi table (0,05). Hal ini dapat diartikan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Lesung Kabupaten Pandeglang Provinsi banten. Semakin banyak pilihan tempat-tempat penginapan dan restoran dengan harga yang bervariasi, maka semakin meningkat kepuasan wisatawan

mancanegara dan nusantara di Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Lesung. Harga kamar hotel sebagai indikator utama dibandingkan indicator lainnya seperti harga food and beverages, harga sewa kelengkapan olahraga dan *professional fee for tour guide*.

Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Gnanapala, 2015) dengan judul "Tourists Perception and Satisfaction: Implications for Destination Management" yang mengatakan bahwa terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan wisatawan di Srilangka. Penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Somocor, 2017) dengan judul "Tourists Perception and Satisfaction: Implications for Destination Management" yang mengatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Davao City, Filipina.

Berdasarkan penelitian ini bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Harga penginapan kurang dari Rp 500.000 per malam atau "affordable price" lebih banyak diminati wisatawan mancanegara dan nusantara di Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Lesung selama masa pandemic covid-19 sejak Maret hingga Desember 2020 dibandingkan harga penginapan Rp 500.000 – 1.000.000 per malam dan harga penginapan lebih dari Rp 1.000.000 per malam. Harga yang dibayarkan oleh wisatawan mancanegara dan nusantara antara lain: biaya untuk transportasi umum menuju destinasi wisata, biaya penginapan, biaya makanan dan minuman, biaya sewa kelengkapan wisata, biaya transportasi di sekitar destinasi wisata.

3.3. Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Wisatawan

Hipotesis ketiga diperoleh nilai uji F hitung (54,024) \geq F tabel (1,7242) dan signifikansi hitung (0,000) \leq signifikansi tabel (0,05). Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Lesung Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten. Semakin baik kualitas pelayanan dan harga, maka semakin tinggi tingkat kepuasan wisatawan.

Sedangkan pemandangan alam resor pantai pasir putih dengan latar belakang gelombang laut dan Anak Gunung Krakatau merupakan indikator utama kepuasan wisatawan dibandingkan indikator lainnya seperti beberapa kali kunjungan wisatawan, keamanan dan keselamatan serta kebersihan dan hygiene.

Penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Azhar et al., 2018) dengan judul "The Role of Marketing Mix and Service Quality on Tourist Satisfaction and Loyalty at Samosir" yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Davao City, Filipina.

Penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Somocor, 2017) dengan judul "Tourists Perception and Satisfaction: Implications for Destination Management" yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Davao City, Filipina.

4. Kesimpulan

Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Lesung Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten. Semakin baik kualitas pelayanan, maka semakin meningkat kepuasan wisatawan di Tanjung Lesung. Daya tarik wisata sebagai indikator utama kualitas pelayanan dibandingkan indikator lainnya seperti fasilitas destinasi dan aksesibilitas menuju destinasi wisata. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Lesung Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten. Semakin banyak pilihan tempat-tempat penginapan dan restoran dengan harga yang bervariasi, maka semakin meningkat kepuasan wisatawan mancanegara dan nusantara di Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Lesung. Harga kamar hotel sebagai indikator utama dibandingkan indikator lainnya seperti harga food and beverages, harga sewa kelengkapan olahraga dan *professional fee for tour guide*. Kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Lesung Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten. Semakin baik kualitas pelayanan dan harga, maka semakin tinggi tingkat kepuasan wisatawan. Pemandangan alam resor pantai pasir putih dengan latar belakang gelombang laut dan Anak Gunung Krakatau merupakan indikator utama kepuasan wisatawan dibandingkan indikator lainnya seperti beberapa kali kunjungan wisatawan, keamanan dan keselamatan serta kebersihan dan *hygiene*.

Daftar Pustaka

- Al-Ababneh, M. (2013). Service Quality and its Impact on Tourist Satisfaction. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(12), 164–177. <https://journal-archieves31.webs.com/164-177.pdf>
- Aliman, N. K., Hashim², S. M., And, S. D. M. W., & Harudin¹, S. (2016). Tourists'-Satisfaction-With-A-Destination: An Investigation on Visitors to Langkawi Island. *British Journal of Marketing Studies*, 4(5), 1–20.
- Alves, B., Benavente, J., & Ferreira, Ó. (2014). Beach Users' Profile, Perceptions and Willingness to Pay for Beach Management in Cadiz (SW Spain). *Journal of Coastal Research*, 70(1), 521–526. <https://doi.org/https://doi.org/10.2112/SI70-088.1>
- Amyot, J., & Grant, J. (2014). Environmental Function Analysis. A Decision Support Tool for Integrated Sandy Beach Planning. *Ocean & Coastal Management*, 102(Part A), 317–327. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2014.10.009>
- Azhar, M. E., Jufrizen, J., Prayogi, M. A., & Sari, M. (2018). The role of marketing mix and service quality on tourist satisfaction and loyalty at Samosir. *Revista Hospitalidade*, 15(2), 124–137. <https://doi.org/10.21714/2179-9164.2018v15n2.007>
- Dinas Pariwisata Kabupaten Pandeglang. (2020). *Wisatawan Asing dan Nusantara di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten*. <https://pandeglangkab.bps.go.id/>
- Gnanapala, W. K. A. (2015). Tourists Perception and Satisfaction: Implications for Destination

- Management. *American Journal of Marketing Research*, 1(1), 7–19.
<http://www.aiscience.org/journal/ajmrhttp://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>
- Hau, T. C., & Omar, K. (2014). The Impact of Service Quality on Tourist Satisfaction: The Case Study of Rantau Abang Beach as a Turtle Sanctuary Destination. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(23), 1827–1832. <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n23p1827>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition* (P. Kotler & K. L. Keller (eds.); 15th ed.). Pearson. <https://doi.org/10.4236/ait.2017.73004> 2,059
- Pemerintah Republik Indonesia. (2012). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 2012*. Pemerintah Republik Indonesia. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/5238/pp-no-26-tahun-2012>
- Rahman, A., Chin, Y. H., Haque, R., Pang, A., & Connie, G. (2011). Customer Satisfaction in Tourism Service Quality. *Advanced Science*, 4, 3398–3402. <https://doi.org/10.4324/9781315858265.ch13>
- Somocor, M. (2017). Marketing Mix and Service Quality (SERVQUAL) Attributes as Determinants of Customer Satisfaction in Selected Three Star Hotels in Davao City. *International Journal of Contemporary Applied Researches*, 4(6), 134–188. <http://ijcar.net/assets/pdf/Vol4-No6-June2017/13.pdf>