

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA DESTINASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI TAMAN HUTAN KOTA LANGSA (STUDI KASUS PT. PELABUHAN KOTA LANGSA)

Muhammad Aulia Aksal<sup>1</sup>, Dhian Rosalina<sup>2</sup>, Maulana Rahman<sup>3</sup>

Universitas Samudra<sup>1,2,3</sup>

Email: [auliaaksal12@gmail.com](mailto:auliaaksal12@gmail.com)<sup>1</sup>, [dhian.rosalina@unsam.ac.id](mailto:dhian.rosalina@unsam.ac.id)<sup>2</sup>, [maulana.rahman@unsam.ac.id](mailto:maulana.rahman@unsam.ac.id)<sup>3</sup>

Copyright © 2025 The Author



This is an open access article

Under the Creative Commons Attribution Share Alike 4.0 International License

DOI: 10.53866/jjimi.v5i2.758

## Abstract

*This study aims to analyze the influence of service quality, destination image, and promotion on tourist satisfaction at Taman Hutan Kota Langsa. A quantitative approach was used with a sample of 100 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression. The results show that service quality, destination image, and promotion each have a significant influence on tourist satisfaction. Simultaneously, these three variables also have a significant effect on tourist satisfaction. Based on the coefficient of determination test, the independent variables explain 51.9% of the variation in tourist satisfaction, while the remaining 48.1% is influenced by other variables outside this research model. These findings highlight the importance of improving service quality, managing destination image, and enhancing promotional strategies to increase tourist satisfaction at Taman Hutan Kota Langsa.*

**Keywords:** Service Quality, Destination Image, Promotion, Tourist Satisfaction

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, citra destinasi, dan promosi terhadap kepuasan wisatawan di Taman Hutan Kota Langsa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel sebanyak 100 responden. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, citra destinasi, dan promosi masing-masing berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Berdasarkan uji koefisien determinasi, variabel bebas mampu menjelaskan 51,9% variasi kepuasan wisatawan, sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Temuan ini menunjukkan pentingnya peningkatan kualitas pelayanan, pengelolaan citra destinasi, dan strategi promosi untuk meningkatkan kepuasan wisatawan di Taman Hutan Kota Langsa.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Citra Destinasi, Promosi, Kepuasan Wisatawan

## 1. Pendahuluan

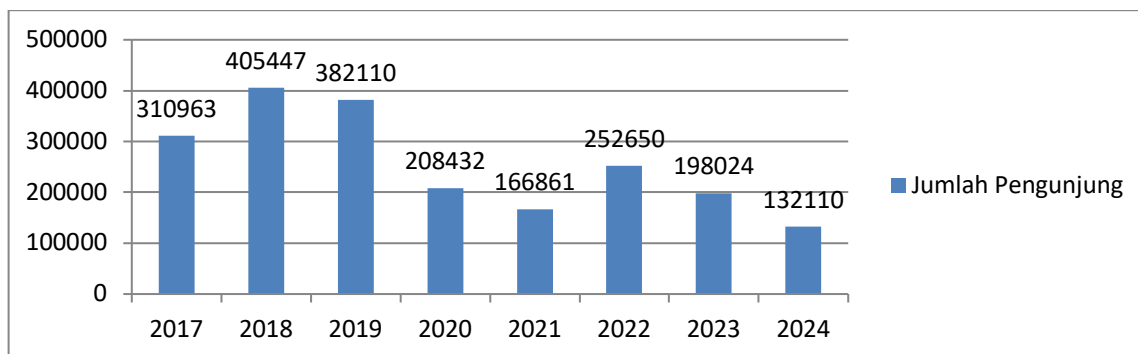
Pariwisata merupakan salah satu industri sektor jasa yang memiliki pengaruh besar terhadap pertumbuhan ekonomi dan mampu memberikan kontribusi terhadap kemakmuran suatu negara. Oleh karena itu jika pariwisata direncanakan dengan baik maka akan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat pada destinasi tersebut. Dampak positif ekonomi yang disebabkan dari perkembangan industri pariwisata salah satunya adalah menciptakan dan meningkatkan kesempatan kerja (Seminar Sidabutar & Yunita, 2022). Kunjungan wisatawan pada suatu daerah wisata dapat dipengaruhi oleh berbagai hal salah satunya adalah kualitas pelayanan. Pada umumnya wisatawan menarik kesimpulan mengenai kualitas dari tempat wisata,

orang, harga tiket masuk dan komunikasi yang mereka lihat. Oleh karena itu jika mereka merasa bahwa mereka dilayani dengan baik, maka akan timbul persepsi positif terhadap kualitas pelayanan tempat tersebut, dan mereka akan lebih percaya dan merasa aman untuk mengunjungi tempat tersebut, dan mungkin akan kembali berkunjung di masa yang akan datang. Oleh karena itu baik, buruknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan pengelola wisata dalam memenuhi kebutuhan wisatawan. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi ukuran kepuasan bagi wisatawan (Riza Pratama et al., 2023).

Peneliti sebelumnya melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Destinasi dan Promosi terhadap Kepuasan Pengunjung Monumen Yogya Kembali”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, citra destinasi dan promosi terhadap kepuasan pengunjung. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 80 responden. Metode analisis data menggunakan metode analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan uji koefisien determinasi. Persamaan regresi dalam penelitian ini yaitu  $Y = 1,200 + 0,195X_1 + 0,386X_2 + 0,295X_3$ . Dari uji t dan uji F diketahui bahwa kualitas pelayanan, citra destinasi dan promosi secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Dari uji koefisien determinasi diketahui bahwa kualitas pelayanan, citra destinasi dan promosi mempengaruhi kepuasan pengunjung sebesar 54,1% sedangkan sisanya 45,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini (Rahmawati et al., 2024).

Selain itu promosi juga merupakan hal yang tidak terlepas dari objek wisata. Kegiatan promosi merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan pengelola wisata dalam memperkenalkan produk wisata untuk menarik dan mendorong wisatawan berkunjung ke daerah tersebut (Ummah, 2019). Dalam meningkatkan kunjungan wisatawan, promosi memiliki peran penting untuk membantu memperkenalkan destinasi wisata kepada calon wisatawan. Dengan melakukan promosi pariwisata yang efektif, destinasi wisata dapat menarik minat wisatawan, meningkatkan kunjungan, dan memperoleh keuntungan ekonomi yang signifikan.

Kunjungan wisata dapat ditingkatkan dan dibangun dengan memberikan kepuasan kepada para wisatawan. Kepuasan wisatawan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang akibat membandingkan kualitas atau hasil yang dirasakan terhadap wisata dengan harapannya (Timotius & Nainggolan, 2023). Kota Langsa adalah salah satu daerah di Provinsi Aceh yang terkenal dengan wisata Taman Hutan Kota Langsa. Taman Hutan Kota Langsa dikelola oleh PT. Pelabuhan Kuala Langsa untuk segala kegiatan operasional seperti penentuan tiket masuk, penyediaan fasilitas, pemeliharaan tempat wisata, dan kegiatan lainnya. Dalam beberapa tahun terakhir jumlah pengunjung Taman Hutan Kota Langsa relatif mengalami penurunan. Berikut ini adalah perkembangan jumlah pengunjung Taman Hutan Kota Langsa.



Sumber : PT. Pelabuhan Kuala Langsa

**Gambar 1. 1 Jumlah Pengunjung Taman Hutan Kota Langsa Tahun 2017-2024**

Berdasarkan Gambar 1.1 dapat dilihat pada tahun 2017 jumlah pengunjung Taman Hutan Kota Langsa yaitu 310.963 pengunjung dan pada tahun 2018 yaitu 405.447 pengunjung. Pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2021 terjadi trend penurunan pengunjung, dimana pada tahun 2019 jumlah pengunjung 382.110 pengunjung dan pada tahun 2020 hingga 2021 terus mengalami penurunan yaitu 166.861 pengunjung. Pada tahun 2022 terjadi peningkatan pengunjung yaitu 252.650 pengunjung, akan tetapi pada tahun 2023 dan 2024 mengalami penurunan, dimana pada tahun 2023 jumlah pengunjung yaitu 198.024 pengunjung dan pada tahun 2024 yaitu 132.110 pengunjung.

Terjadinya trend penurunan pengunjung Taman Hutan Kota Langsa dikarenakan beberapa permasalahan yang terjadi salah satunya yaitu kualitas pelayanan yang kurang sesuai dengan harapan wisatawan. Dari observasi dan wawancara awal terhadap 10 wisatawan, 6 wisatawan menganggap bahwa kualitas pelayanan belum sesuai harapan seperti harga tiket masuk yang relatif mahal menurut sebagian wisatawan, kurangnya keramahan petugas dalam melayani wisatawan, fasilitas objek wisata yang kurang bersih dan fasilitas yang tersedia kini juga tampak tidak terawat. Hal ini membuat wisatawan cenderung tidak puas atas pelayanan yang diberikan, terutama terhadap pengelola yaitu PT. Pelabuhan Kuala Langsa.

Dalam hal citra destinasi, berdasarkan observasi dan wawancara terhadap 10 wisatawan, 5 orang diantaranya menganggap bahwa saat ini citra destinasi Taman Hutan Kota Langsa cenderung menurun karena sepi pengunjung, bahkan banyak cafe di dalam kawasan Taman Hutan Kota Langsa yang tutup karena pengunjung sepi. Hal ini semakin berpengaruh terhadap citra destinasi wisata Taman Hutan Kota Langsa. Saat ini pengelola juga jarang melakukan event-event di Taman Hutan Kota Langsa.

Terkait dengan promosi, dari observasi dan wawancara awal terhadap 10 wisatawan, 6 diantaranya menganggap bahwa promosi Taman Hutan Kota Langsa kurang optimal. Padahal promosi sangat penting untuk memperkenalkan wisata yang ada di suatu daerah. Namun tidak demikian dengan promosi wisata Taman Hutan Kota Langsa yang saat ini waktu dan intensitas promosi semakin berkurang. Terlebih lagi saat ini pengelola Taman Hutan Kota Langsa jarang mengupload video terbaru mengenai visualisasi Taman Hutan Kota Langsa sehingga masyarakat tidak mendapatkan informasi mengenai wahana terbaru yang ada di Taman Hutan Kota Langsa. Hal ini tentu berdampak terhadap kepuasan pengunjung karena harapan pengunjung adalah pihak pengelola selalu aktif mempromosikan Taman Hutan Kota Langsa agar dapat dikenal seluruh masyarakat di berbagai daerah. Selain itu, kurangnya promosi melalui publik figur atau *influencer* terkenal juga belum dilakukan. Hal ini juga berdampak terhadap efektivitas promosi yang dilakukan.

## 2. Metode Penelitian

### 2.1. Subjek, Waktu dan Tempat Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini terkonsentrasi pada bidang manajemen pemasaran. Lokasi penelitian ini adalah Taman Hutan Kota Langsa yang berlokasi di Gampong Paya Bujok Seuleumak, Kecamatan Langsa Baro, Kota Langsa. Penelitian ini dilakukan selama 4 bulan yaitu sejak September hingga Desember 2024..

### 2.2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data interview (wawancara), kuesioner dan observasi. Teknik observasi yang dilakukan adalah dengan mengamati seluruh bagian dari Taman hutan Kota Langsa (Ansori, 2020). Wawancara awal dilakukan kepada para wisatawan. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan tertulis ataupun tidak tertulis kepada responden untuk di jawabnya sebagai bukti. Teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang di ukur dan mengetahui apa yang diharapkan dari responden tersebut. Skor dalam kuesioner menggunakan skala liker 1 sampai 5 dimana: Sangat tidak puas (STP) : 1, Tidak puas (TP) : 2, Kurang puas (KP) : 3, Puas (P) : 4 dan Sangat puas (SP) : 5

### 2.3. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif. Data yang diperoleh dalam penelitian ini diolah menggunakan aplikasi SPSS. Setelah hasil didapatkan maka akan dianalisis secara mendalam sehingga mendapatkan jawaban dari setiap rumusan masalah.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1 Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini ingin mengukur apakah pertanyaan yang ada dalam kuesioner yang sudah peneliti buat sudah dapat mengukur apa yang ingin diteliti oleh peneliti. Sampel yang digunakan untuk uji validitas yaitu 30 orang. Adapun kriteria atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2016:111):

- a. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

b. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) atau  $r$  hitung negatif, maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid). Adapun hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut.

**Tabel. 3.1 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Butir	Nilai Corrected Item Total Correlation / $r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	1	0,467	0,3610	Valid
	2	0,587	0,3610	Valid
	3	0,550	0,3610	Valid
	4	0,480	0,3610	Valid
	5	0,603	0,3610	Valid
Citra Destinasi (X <sub>2</sub> )	1	0,429	0,3610	Valid
	2	0,487	0,3610	Valid
	3	0,435	0,3610	Valid
	4	0,582	0,3610	Valid
	5	0,390	0,3610	Valid
Promosi (X <sub>3</sub> )	1	0,369	0,3610	Valid
	2	0,508	0,3610	Valid
	3	0,537	0,3610	Valid
	4	0,428	0,3610	Valid
Kepuasan Wisatawan (Y)	1	0,725	0,3610	Valid
	2	0,413	0,3610	Valid
	3	0,578	0,3610	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, diolah (2024)

Berdasarkan Tabel. 3.1 Hasil Uji Validitas maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan untuk variabel kualitas pelayanan, citra destinasi dan promosi memiliki status valid, karena nilai rhitung (*Corrected Item-Total Correlation*)  $>$   $r_{tabel}$  sebesar 0,3610.

### 3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana stabilitas dan konsistensi dari alat ukur yang digunakan. Kuesioner dikatakan reliabel apabila kuesioner tersebut memberikan hasil yang konsisten jika digunakan secara berulang kali dengan asumsi kondisi pada saat pengukuran tidak berubah/objek yang sama dengan ketentuan Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60 (Sugiyono, 2016:112).

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 3.2 berikut.

**Tabel. 3.2 Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Cronbach's Alpha of Item Deleted	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0,818	Reliabel
2	Citra Destinasi	0,759	Reliabel
3	Promosi	0,703	Reliabel
4	Kepuasan Wisatawan	0,812	Reliabel

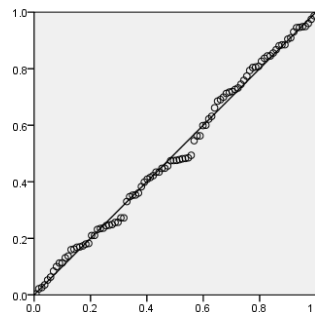
Sumber: hasil penelitian, diolah (2024)

Berdasarkan Tabel. 3.2 Hasil Uji Reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang dinyatakan valid. Oleh karena keempatan variabel pertanyaan memiliki nilai *Cronbach's Alpha of Item Deleted*  $> 0,60$  maka dapat dinyatakan instrumen reliabel.

### 3.3 Uji Asumsi Klasik

#### 3.3.1 Uji Normalitas

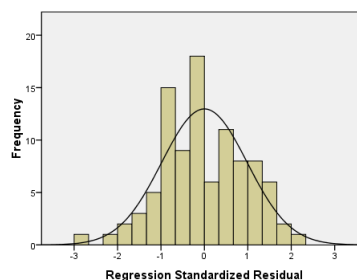
Uji normalitas digunakan untuk menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan. Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik normal probability plot dan grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal (Sunyoto, 2015:96). Hasil uji normalitas dengan melihat grafik P-Plot yang dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Grafik P-Plot

Sumber: Hasil pengolahan SPSS (2024)

Dari grafik di atas terlihat bahwa grafik normal *probability plot* terlihat titik-titik yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonalnya, garis ini menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Adapun grafik histogram uji normalitas membentuk lonceng dan tidak condong ke kanan atau ke kiri sehingga grafik histogram tersebut dinyatakan normal dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. Grafik Histogram

Sumber: Hasil pengolahan SPSS (2024)

#### 3.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dapat dilihat dari Variance Inflation Faktor (VIF) dan nilai tolerance. Kedua ukuran ini menunjukkan sikap variabel independen manakah yang dijelaskan variabel independen lainnya. Multikolinieritas terjadi jika nilai tolerance  $< 0,1$  atau sama dengan VIF  $> 10$ . Jika nilai VIF tidak ada yang melebihi 10, maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinieritas (Sunyoto, 2015:97).

**Tabel 3.3 Nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF)**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Pelayanan	.621	1.330
Citra Destinasi	.488	1.316
Promosi	.512	1.514

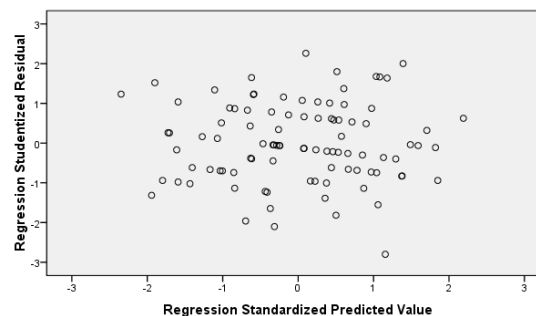
Sumber : Hasil Penelitian, diolah (2024)

Pada Tabel 3.3 dapat dijelaskan bahwa Nilai Tolerance untuk variabel kualitas pelayanan sebesar  $0,621 > 0,10$  dan nilai VIF sebesar  $1,330 < 10$ , sehingga variabel kualitas pelayanan dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas. Nilai Tolerance untuk variabel citra destinasi sebesar  $0,488 > 0,10$  dan nilai VIF sebesar  $1,316 < 10$ , sehingga variabel citra destinasi dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas. Nilai Tolerance untuk variabel promosi sebesar  $0,512 > 0,10$  dan nilai VIF sebesar  $1,514 < 10$ , sehingga variabel promosi dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

### 3.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Dalam persamaan regresi berganda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varians yang sama disebut terjadi homoskedastisitas dan jika variansnya tidak sama/berbeda disebut heteroskedastisitas (Sunnyoto, 2015:100).

Pengujian ada atau tidak adanya heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji grafik. Uji grafik untuk pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik scatter plot sebagai berikut:



Gambar 2. Scatter Plot

Sumber: Hasil pengolahan SPSS (2024)

Berdasarkan gambar 2. dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tersebar secara merata baik di atas sumbu X ataupun Y, serta titik berkumpul di suatu tempat dan tidak membentuk pola tertentu. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami masalah heteroskedastisitas, karena variabel independen tidak saling mempengaruhi

### 3.4 Uji t

Pengujian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial fasilitas ( $X_1$ ), lokasi ( $X_2$ ), promosi ( $X_3$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_4$ ) dengan variabel keputusan berkunjung ( $Y$ ) dapat dilihat dari hasil uji t. Kriteria pengujianya apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  maka model regresi signifikan secara statistik dan dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 3.3 berikut ini.

**Tabel. 3.4 Hasil Uji t  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.817	.333		7.250	.000
Kualitas Pelayanan	.113	.193	.013	2.618	.022
Citra Destinasi	.284	.124	.022	3.180	.015
Promosi	.216	.391	.460	2.550	.031

a. Dependent Variabel : Kepuasan Wisatawan

Sumber: Hasil Penelitian, data diolah (2025)

Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t sig. 0,022. Oleh karena nilai t sig. sebesar  $0,022 < 0,05$  maka dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Taman Hutan Kota Langsa. Dengan demikian maka hipotesis diterima.

Variabel citra destinasi memiliki nilai t sig. 0,015. Oleh karena nilai t sig. sebesar  $0,015 < 0,05$  maka dapat dinyatakan bahwa citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Taman Hutan Kota Langsa. Dengan demikian maka hipotesis diterima.

Variabel promosi memiliki nilai t sig. 0,031. Oleh karena nilai t sig. sebesar  $0,031 < 0,05$  maka dapat dinyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Taman Hutan Kota Langsa. Dengan demikian maka hipotesis diterima

### 3.5 Uji F

Untuk menganalisis hipotesis diterima atau ditolak, maka dapat dilihat nilai F yakni nilai probabilitasnya, berpengaruh signifikan jika nilai probabilitas yang dihitung  $< 0,05$  (signifikansi yang ditetapkan).

**Tabel 3.5 Hasil Analisis Uji F  
ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3.115	3	4.129	6.350	.022 <sup>a</sup>
Residual	13.556	96	.217		
Total	44.201	99			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Citra Destinasi, Promosi

b. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Sumber: Hasil Penelitian, data diolah (2025)

Berdasarkan tabel dapat dilihat nilai F sig. sebesar 0,022. Oleh karena nilai F sig.  $< 0,05$  ( $0,022 < 0,05$ ) maka dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan, citra destinasi dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Taman Hutan Kota Langsa. Dengan demikian maka hipotesis diterima

### 3.6 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan suatu alat untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Besarnya koefisien determinasi berkisar antara angka 0 sampai dengan 1, besar koefisien determinasi mendekati angka 1, maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

**Tabel 3.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi  
Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.544 <sup>a</sup>	.530	.519	3.660

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Citra Destinasi, Promosi

b. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Sumber: Hasil Penelitian, data diolah (2025)

Berdasarkan tabel dapat dilihat nilai Adjusted R Square sebesar 0,519. Artinya, variabel kualitas pelayanan, citra destinasi dan promosi mempengaruhi kepuasan wisatawan di Taman Hutan Kota Langsa sebesar 51,9% sedangkan sisanya 48,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

### 3.7 Pembahasan Penelitian

#### 3.7.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan di Taman Hutan Kota Langsa

Kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan maka kepuasan wisatawan semakin meningkat. Dari uji t dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Taman Hutan Kota Langsa, dimana diperoleh nilai sig.  $0,022 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa sejauh ini pelayanan yang diberikan oleh pihak pengelola Taman Hutan Kota Langsa cukup baik dan dilakukan dengan penuh keramah-tamahan serta sopan dalam melayani wisatawan. Selain itu pelayanan dalam hal fisik juga membuat wisatawan merasa puas seperti misalnya ketersediaan beberapa tempat beristirahat, toilet yang memadai serta lahan parkir yang luas. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rahmawati (2024) dan Timotius (2023) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

#### 3.7.2. Pengaruh Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan di Taman Hutan Kota Langsa

Citra destinasi merupakan gabungan antar faktor fisik letak wisata, kebersihan, dan lain-lain dengan faktor non fisik misalnya kecepatan pelayanan terhadap keluhan dan keramahan petugas. Semakin baik citra destinasi akan membuat wisatawan semakin puas dengan wisata yang dikunjungi. Dari uji t dapat dijelaskan bahwa citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Taman Hutan Kota Langsa, dimana diperoleh nilai sig.  $0,015 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa citra destinasi Taman Hutan Kota Langsa mampu membuat sebagian besar wisatawan merasa puas karena panorama alam yang menarik sebagai tempat wisata. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rahmawati (2024) dan Timotius (2023) yang menyatakan bahwa citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan

#### 3.7.3. Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Wisatawan di Taman Hutan Kota Langsa

Promosi terhadap tempat wisata sangat diperlukan agar masyarakat mengetahui wisata yang akan dikunjungi. Promosi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang menonjolkan keistimewaan-keistimewaan suatu produk/jasa yang membujuk masyarakat agar menggunakan produk/jasa tersebut. Dari uji t dapat dijelaskan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Taman Hutan Kota Langsa, dimana diperoleh nilai sig.  $0,031 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa sejauh ini promosi yang dilakukan pengelola Taman Hutan Kota Langsa sudah baik dan promosi juga dilakukan dengan melibatkan berbagai pihak di Kota Langsa serta berkolaborasi dengan *stakeholder* agar Taman Hutan Kota Langsa dapat dikenal oleh masyarakat di luar Kota Langsa. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Daffa (2022), Rahmawati (2024) dan Timotius (2023) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

#### 3.7.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Destinasi dan Promosi terhadap Kepuasan Wisatawan di Taman Hutan Kota Langsa

Dari uji F dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan, citra destinasi dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Taman Hutan Kota Langsa, dimana diperoleh nilai sig.  $0,022 < 0,05$ . Pelayanan dalam hal fisik membuat wisatawan merasa puas seperti misalnya ketersediaan beberapa tempat beristirahat, toilet yang memadai serta lahan parkir yang luas. Selain itu, citra destinasi

Taman Hutan Kota Langsa mampu membuat sebagian besar wisatawan merasa puas karena panorama alam yang menarik sebagai tempat wisata. Di sisi lain, sejauh ini promosi yang dilakukan pengelola Taman Hutan Kota Langsa sudah baik dan promosi juga dilakukan dengan melibatkan berbagai pihak di Kota Langsa serta berkolaborasi dengan *stakeholder* agar Taman Hutan Kota Langsa dapat dikenal oleh masyarakat di luar Kota Langsa. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rahmawati (2024) dan Timotius (2023) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan, citra destinasi, dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan, penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan, citra destinasi, dan promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Taman Hutan Kota Langsa. Temuan ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pengelola, citra positif destinasi, serta efektivitas promosi berkontribusi secara nyata dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi wisatawan yang berkunjung. Uji F yang dilakukan juga memperkuat hasil ini, di mana ketiga variabel tersebut secara simultan memberikan pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan wisatawan.

Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan objek dan variabel yang diteliti. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas ruang lingkup penelitian dengan mempertimbangkan variabel tambahan, seperti perbandingan harga tiket dan biaya, guna memperoleh hasil yang lebih komprehensif. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk penelitian lebih lanjut yang dapat memberikan kontribusi lebih luas dalam pengembangan ilmu terkait kepuasan wisatawan dan pengelolaan destinasi wisata.

#### Bibliografi

- Ansori, M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Graha Media.
- Daffa, Katon Van. (2022). Pengaruh Citra Destinasi dan Promosi terhadap Kepuasan Wisatawan di Puncak Sempur Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(1), 363-372
- Rahmawati, P. D., Wahyuningsih, T. H., Tinggi, S., Manajemen, I., & -Indonesia, Y. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Destinasi, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Monumen Yogya Kembali. *Tri Harsini Wahyuningsih*, 5(1), 73–83.
- Riza Pratama, C., Jauhari, A., & Saputra, B. M. (2023). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Pantai Blado Trenggalek. *Neraca Manajemen, Akuntansi Ekonomi*, 1(1).
- Seminari Sidabutar, Y., & Yunita, E. (2022). Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Wisata Pantai Indah Pandan Kabupaten Tapanuli Tengah. *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, 3(1), 1–13.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta, Bandung.
- Sunyoto, Danang. (2015). *Uji Khi Kuadrat & Regresi untuk Penelitian*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Timotius, H., & Nainggolan, B. M. (2023). Pengaruh Citra Destinasi, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata Ecopark Ancol. *Journal Human Capital Development*, 10(3), 1–15.  
<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/4472>  
<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/download/4472/2905>
- Ummah, M. S. (2019). Bauran Pemasaran. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1, pp. 1–14). Gema Insani Press. <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y>  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005>  
[https://www.researchgate.net/publication/305320484\\_SISTEM\\_PEMBETUNGAN\\_TERPUSAT\\_ST\\_RATEGI\\_MELESTARI](https://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_ST_RATEGI_MELESTARI)