

## **PENGARUH KUALITAS LAYANAN KAWASAN WISATA PANTAI CAROCOK PAINAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN**

**Abror, Gesit Tabrani dan Riyeni Dwi Elfani**  
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

***Abstract:** The purpose of this research is to examine the effects of service quality to the tourist's satisfaction in The Coast of Carocok Painan area. Population in this research is all tourists at the Coast of Carocok Painan area. Total respondents are 100 respondents, the sample determined by using nonprobability sampling, namely accidental sampling. Data in this research was primary data which had been collected through questionnaire. Multiple regression was used to analyse the data by using application processor of data of SPSS 16. The result of the research indicates that tangibles, responsiveness and assurance dimension has a positive effect and significant to the tourists satisfaction. Reliability and empathy dimension do not have positive and significant effect to the tourists satisfaction.*

**Kata Kunci :** *service quality, tourist satisfaction*

### **PENDAHULUAN**

Pariwisata merupakan industri penting bagi perekonomian Indonesia. Usaha jasa pariwisata ini terus dikembangkan oleh pemerintah Indonesia sebagai upaya pengoptimalan sumber daya alam yang sangat menunjang kemajuan industri pariwisata nasional. Selain sumber daya alam yang bagus, Indonesia juga memiliki potensi-potensi lain yang memungkinkan usaha jasa pariwisatanya berkembang dengan baik, seperti keberagaman budaya, sejarah dan agama.

Seperti pada industri lainnya, usaha jasa pariwisata juga dihadapkan pada persaingan yang sangat ketat, baik di dalam negeri ataupun dengan negara-negara lain di dunia. Untuk itulah pelaku usaha jasa pariwisata perlu menjaga atau meningkatkan kualitas layanan yang mereka berikan kepada wisatawan sebagai konsumen mereka. Banyak negara yang memiliki potensi yang bagus yang juga memiliki modal untuk mengembangkan pariwisatanya, seperti contoh Malaysia yang bertekad menjadikan negerinya sebagai *tourism country*. Begitu juga dengan Thailand dengan slogannya *Be My Guest* terus melakukan promosi pariwisata

besar-besaran keluar negeri. Selain itu masih banyak lagi negara lain yang menjadi saingan bagi industri pariwisata nasional.

Menurut Pitana dan Diarta (2009:160), usaha jasa pariwisata memiliki lima dimensi kualitas layanan yang dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan. Kelima dimensi kualitas layanan pariwisata itu yaitu keragaan produk (bukti fisik), reliabilitas, responsivitas, kompetensi dan empati. Keragaan produk yaitu sarana fisik atau faktor-faktor yang kasat mata yang terkait dengan produk pariwisata, reliabilitas yaitu kemampuan penyedia jasa pariwisata dalam menjaga kepercayaan wisatawan terkait layanan yang mereka sediakan, responsivitas yaitu keinginan dan kesiapan penyedia jasa pariwisata dalam melayani wisatawan, kompetensi yaitu pengetahuan, kemampuan dan keramah tamahan penyedia jasa pariwisata dan empati yaitu perhatian dari penyedia jasa pariwisata terhadap wisatawan.

Salah satu objek wisata pariwisata yang terus dikembangkan oleh pemerintah yaitu objek wisata Pantai Carocok Painan. Kawasan wisata bahari ini terletak di Kabupaten Pesisir Selatan provinsi Sumatera Barat. Objek wisata Pantai Carocok Painan ini merupakan salah satu objek wisata yang termasuk ke dalam Rencana Induk Nasional Pembangunan Kepariwisata Nasional (Ripparnas), yaitu sebuah program pemerintah pusat untuk memfokuskan pengembangan sebuah objek pariwisata dalam negeri secara signifikan.

Pantai Carocok Painan merupakan salah satu objek wisata bahari yang ada di Pesisir Selatan yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Bupati Pesisir Selatan Nomor 10 tahun 2002. Pantai Carocok ini merupakan ikon pariwisata Pesisir Selatan yang berada disisi barat kota Painan dengan jarak 77 km dari Padang dan dapat ditempuh sekitar 1,5 jam perjalanan darat. Pantai ini selalu berada ditingkat pertama sebagai objek pariwisata yang paling banyak di kunjungi wisatawan di Kabupaten Pesisir Selatan dan telah menyumbangkan banyak pemasukan bagi daerah, jumlah pengunjungnya juga selalu mengalami peningkatan setiap tahun.

Keunggulan destinasi pariwisata yang ada di Pantai Carocok Painan sayangnya belum didukung oleh pengembangan lokasi yang optimal. Pengelolaan kawasan Pantai Carocok Painan belum dilakukan secara profesional. Banyak

kendala yang dihadapi oleh pemerintah dan petugas pengelola objek wisata Pantai Carocok Painan dalam mengembangkan kawasan wisata tersebut. salah satu kendala itu seperti masalah lahan atau tanah dengan masyarakat setempat. Kawasan wisata ini tidak memiliki batasan yang jelas antara kawasan wisata dengan tanah milik masyarakat.

Penataan lokasi wisata Pantai Carocok Painan juga belum tertata rapi dan kebersihan juga kurang terjaga. Sarana pendukung seperti musholla, toilet, dan bahkan jembatan kayu yang menghubungkan Pantai Carocok dengan Pulau Batu Karet belum terawat dengan baik. Wisatawan juga akan kesulitan mendapatkan tempat istirahat atau tempat bersantai, tempat membeli oleh-oleh dan cenderamata. Penginapan yang ada di Pulau Cingkuak sebanyak dua buah juga belum memadai. Selain itu, pengaturan pedagang kaki lima juga belum bagus.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari petugas yang ada di kawasan wisata Pantai Carocok Painan tersebut diketahui bahwa pengunjung kawasan wisata Pantai Carocok Painan pada umumnya adalah wisatawan lokal yang berasal dari daerah Pesisir Selatan sendiri. Sangat sedikit wisatawan yang berasal dari daerah lain terlebih wisatawan asing. Hal tersebut bisa menjadikan usaha promosi yang dilakukan oleh pemerintah daerah akan sia-sia. Dengan kata lain, kegiatan promosi haruslah diiringi dengan perbaikan kualitas layanan.

Masalah yang dihadapi dalam pengembangan kawasan wisata Pantai Carocok Painan ini adalah masih rendahnya kepuasan wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata tersebut. Hal ini terbukti dari survei yang dilakukan terhadap wisatawan Pantai Carocok Painan pada Oktober 2012. Dari hasil survei ditemukan bahwa tidak sampai 50 % wisatawan yang memberikan tanggapan positif terhadap kualitas layanan petugas pengelola kawasan wisata Pantai Carocok Painan.

Berdasarkan observasi penulis terhadap kondisi objek wisata Pantai Carocok Painan terlihat bahwa kawasan wisata bahari tersebut belum dikelola secara optimal sehingga kualitas layanan yang diterima oleh wisatawan juga belum maksimal. Hal tersebut sangat mempengaruhi kepuasan wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata bahari tersebut dan pada akhirnya juga akan

berdampak pada keinginan mereka untuk melakukan kunjungan ulang atau penyebaran informasi negatif terhadap calon wisatawan yang lainnya.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Definisi Jasa dan Produk Jasa Pariwisata**

Usaha pariwisata merupakan salah satu jenis usaha jasa. Menurut Tjiptono (2004:6), jasa yaitu “Setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”. Jadi, jasa pariwisata yaitu setiap tindakan atau perbuatan yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan atau organisasi yang berupa layanan yang terkait dengan kepariwisataan yang ditawarkan kepada wisatawan.

Seperti halnya produk dari usaha lain, produk jasa pariwisata juga perlu dipasarkan kepada konsumennya. Proses pemasaran suatu produk jasa tentu memiliki perbedaan dari usaha lain yang produknya berupa barang. Pemasaran jasa merupakan proses sosial dimana dengan proses itu, individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan mempertukarkan jasa yang bernilai dengan pihak lain, yang mana pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu (Lupiyoadi dalam Mahanani, 2010:12).

Pariwisata yaitu daerah yang telah ditunjukan atau disediakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata (Bakaruddin, 2008:13). Lebih lanjut Bakaruddin mendefinisikan produk pariwisata sebagai segala sesuatu yang berhubungan dengan kebutuhan atau kepentingan wisata mulai dari berangkat dari daerah asal sampai kembali ke daerah asal yang berkaitan dengan objek, pengusaha atau penyelenggara, dayatarik, permasalahan-permasalahan selama perjalanan dilaksanakan.

### **Dimensi Kualitas Layanan Pariwisata**

Pada jasa pariwisata aspek kualitas produk dapat diamati dan dikategorikan sebagai berikut (Pitana dan Diarta, 2009:160):

### ***Keragaan Produk***

Keragaan produk menyangkut dengan bukti fisik atau *tangible* yang dapat dilihat oleh konsumen pada produk yang dipasarkan. Seluruh aspek fisik yang berkaitan erat dengan jasa pariwisata yang diberikan seperti arena permainan, lokasi parkir, kafe/restoran serta toilet harus tersedia atau terjaga dengan baik dan dibuat semenarik mungkin. Begitu juga halnya dengan sarana pendukung lain seperti mesin ATM, Musholla, tempat penitipan barang, ruang ganti dan sebagainya sangat penting dalam menciptakan jasa pariwisata yang unggul.

### ***Reliabilitas/kehandalan***

Reliabilitas merupakan konsistensi dari keragaan produk yang disediakan untuk konsumen. Dengan kata lain penyedia jasa pariwisata harus menghormati janjinya. Reliabilitas juga menyangkut kepercayaan konsumen, bahwa penyedia produk mampu dan terpercaya untuk menyediakan produk dan layanan yang dijanjikan secara konsisten, akurat dan memenuhi standar kualitas.

### ***Responsivitas***

Hal ini menyangkut keinginan dan kesiapan karyawan dalam memberikan pelayanan. Reaksi dan keinginan untuk membantu dan memberikan pelayanan pada konsumen dengan segera. Selain itu perusahaan juga harus tanggap dalam menyampaikan informasi penting terkait dengan kawasan wisata kepada para wisatawan.

### ***Kompetensi***

Hal ini terfokus kepada pengetahuan, kemampuan, dan keramah-tamahan karyawan : berhubungan dengan keyakinan konsumen bahwa karyawan yang akan memberikan dan menyediakan pelayanan memiliki pengetahuan, keterampilan, dan keramah tamahan serta memiliki rasa percaya diri dalam menjalankan tugasnya. Kompetensi juga menyangkut reputasi organisasi penyedia layanan, karakteristik personel yang melakukan kontak langsung dengan konsumen, kemampuan menjaga kerahasiaan dan keamanan konsumen. Singkatnya, mereka harus memiliki kemampuan yang cukup dalam memuaskan konsumen.

### ***Empati***

Hal ini bertalian dengan perhatian ke konsumen secara pribadi, menyangkut kebutuhan konsumen, emosi konsumen, keluhan konsumen, dan sebagainya. Penyedia layanan juga harus mampu mengenali pelanggannya, mempelajari kebiasaan dan kebutuhan konsumen secara perorangan, dan menyediakan bantuan secara pribadi untuk menjamin kepuasannya.

### **Kepuasan Wisatawan**

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para konsumen yang merasa puas. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut kemulut yang menguntungkan perusahaan.

Kotler dan Keller (2008:177), mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Selanjutnya Kotler dan Armstrong (2008:16) menyatakan bahwa kepuasan konsumen yaitu tingkatan dimana kinerja anggapan produk sesuai dengan ekspektasi pembeli.

### **Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen**

Kotler dan Armstrong (2008:16) menyatakan kepuasan konsumen merupakan tingkatan dimana kinerja anggapan produk sesuai dengan ekspektasi pembeli. Hal ini berarti bahwa perusahaan yang ingin menciptakan kepuasan konsumen harus mampu memberikan produk yang kinerjanya sesuai dengan harapan konsumen.

Pada usaha jasa, kepuasan konsumen dapat dilihat dari perbandingan antara kinerja layanan yang diberikan oleh perusahaan dengan kinerja layanan yang diharapkan oleh konsumen. Rangkuti (2003:17) menyatakan bahwa bila jasa yang dinikmati oleh konsumen berada jauh di bawah jasa yang mereka harapkan,

para konsumen akan kehilangan minat terhadap pemberi jasa tersebut. Sebaliknya, jika jasa yang mereka nikmati memenuhi atau melebihi tingkat kepentingan, konsumen akan cenderung memakai kembali produk jasa tersebut.

Lovelock (dalam Rangkuti, 2003:18) menyatakan bahwa konsumen mempunyai kriteria yang pada dasarnya identik dengan beberapa jenis jasa yang memberikan kepuasan kepada para pelanggan. Kriteria tersebut yaitu *reliability* (keandalan), *responsiveness* (cepat tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati) dan *tangible* (kasat mata).

### **Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan teori yang mendasari, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H<sub>1</sub> : keragaan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan

H<sub>2</sub> : reliabilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan

H<sub>3</sub> : responsivitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan

H<sub>4</sub> : kompetensi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan

H<sub>5</sub> : empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan

### **METODE PENELITIAN**

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh wisatawan kawasan wisata Pantai Carocok Painan pada bulan Maret 2012. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *accidental sampling*. Ukuran sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin dan diperoleh sampel sebanyak 100 orang.

Untuk mengetahui adanya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, data di analisis dengan menggunakan statistik metode regresi linier berganda. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah keragaan produk (X<sub>1</sub>), reliabilitas (X<sub>2</sub>), responsivitas (X<sub>3</sub>), kompetensi (X<sub>4</sub>) dan empati (X<sub>5</sub>), sedangkan variabel terikat yaitu kepuasan wisatawan (Y).

Adapun persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sebelum dilakukan penelitian, angket disebarakan kepada 30 orang responden untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Menurut Arikunto (2002:144), validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan sesuatu instrumen. Suatu pertanyaan dikatakan valid jika pertanyaan tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur, untuk responden dengan jumlah 30 orang, instrumen penelitiannya dikatakan valid jika nilai  $r > 0,3640$  (Idris, 2010:8). Dari hasil uji validitas yang dilakukan terdapat lima buah item pertanyaan yang memiliki  $r < 0,3640$  dari total 30 buah pertanyaan.

Uji reliabilitas adalah pengujian yang digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur penelitian, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang (Priyatno, 2011). Sedangkan sebuah angket dikatakan re-liabel jika jawaban responden atas pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dari hasil pengujian dapat diketahui bahwa ke enam variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan yang digunakan adalah reliabel.

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, selanjutnya kuesioner disebarakan kepada 100 responden penelitian. Sebelum data diolah diolah, dilakukan uji prasyarat analisis yang terdiri atas uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas dan uji linieritas.

Setelah dilakukan uji prasyarat analisis, data diolah dan dianalisis dengan analisis regresi berganda yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (keragaan produk, reliabilitas, responsivitas, kompetensi dan empati) terhadap variabel terikat (kepuasan wisatawan). Dari pengolahan data diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,361. Hal ini berarti pengaruh kelima dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan wisatawan yaitu sebesar 36,1 %, sedangkan 63,9 % lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Persamaan regresi yang diperoleh dari hasil analisis data adalah sebagai berikut :



$$Y = 0,304 + 0,143X_1 - 0,142X_2 + 0,277X_3 + 0,151X_4 - 0,069X_5$$

### **Dimensi Keragaan Produk**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara variabel keragaan produk terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke kawasan Wisata Pantai Carocok Painan. Dengan demikian, semakin tinggi kualitas keragaan produk kawasan wisata Pantai Carocok Painan maka semakin tinggi pula kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Pantai Carocok Painan tersebut.

Keragaan produk merupakan dimensi kualitas layanan jasa pariwisata yang pertama kali diamati dan dievaluasi oleh wisatawan karena merupakan faktor yang kasat mata. Pitana dan Diarta (2009:159) menyatakan bahwa manajemen kualitas sangat penting perannya dalam proses pemasaran pariwisata. Kualitas sarana fisik akan dapat dilihat atau disaksikan langsung oleh wisatawan. Mereka yang datang berkunjung untuk menikmati keindahan alam tentu akan merasa terusik jika faktor fisik tersebut tidak terlihat menarik atau tidak terasa nyaman mereka gunakan.

Menurut Alma (2004:252) bahwa mutu jasa dipengaruhi oleh benda berujud, konsumen akan memperhatikan benda berujud yang memberi layanan sebagai patokan terhadap kualitas jasa yang ditawarkan. Hal ini berarti bahwa pengelola harus memperhatikan dengan baik segala atribut-atribut yang berkenaan dengan kualitas keragaan produk karena sangat berpengaruh kepada kepuasan wisatawan. Di kawasan wisata Pantai Carocok Painan atraksi wisata yang paling banyak dinikmati oleh wisatawan yaitu keindahan alamnya. Untuk itulah keindahan alam Pantai Carocok Painan tersebut harus dikelola dengan baik dengan menata segala sarana fisik dengan tertib, indah, bersih dan tetap nyaman digunakan oleh wisatawan.

### **Dimensi Reliabilitas**

Berdasarkan pada hasil analisis statistik dalam penelitian ini ditemukan bahwa reliabilitas tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata Pantai Carocok Painan.

Lovelock (dalam Rangkuti, 2003:18) mendefinisikan reliabilitas (*reliability*) sebagai kemampuan perusahaan untuk memberikan jasa secara akurat. Hal ini berarti bahwa untuk menjaga kepuasan konsumen, perusahaan harus mampu memberikan layanan yang akurat atau konsisten. Hal ini bertolak belakang dengan pengelolaan kawasan wisata Pantai Carocok Painan, petugas yang ada adalah para pekerja yang ditunjuk secara otodidak dan sering diganti-ganti. Akibatnya tidak ada standar kinerja yang jelas dan petugas menjadi tidak handal dalam memberikan layanan.

### **Dimensi Responsivitas**

Dari penelitian yang dilakukan terbukti bahwa responsivitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Pantai Carocok Painan, dimana pengaruhnya ini bersifat positif. Dengan demikian responsivitas secara nyata ikut menentukan dan memberikan sumbangan terhadap tingkat kepuasan wisatawan.

Responsivitas menyangkut dengan keinginan dan kesiapan petugas dalam memberikan pelayanan, reaksi dan keinginan dalam membantu dan memberikan pelayanan pada wisatawan dan ketanggapan dalam menyampaikan informasi penting dengan segera (Pitana dan Diarta, 2009:160).

### **Dimensi Kompetensi**

Berdasarkan pada hasil analisis statistik dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kompetensi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Pantai Carocok Painan. Dengan demikian faktor kompetensi secara nyata ikut menentukan dan memberikan kontribusi terhadap kepuasan wisatawan.

Kompetensi menyangkut dengan pengetahuan, kemampuan, dan keramahmatan petugas, dan juga berhubungan dengan reputasi pelayanan terhadap wisatawan (Pitana dan Diarta, 2009:160). Dengan kompetensi yang bagus dalam memberikan pelayanan, petugas akan mampu menciptakan kepuasan wisatawan yang merupakan konsumen atau pelanggan mereka.

### **Dimensi Empati**

Berdasarkan hasil analisis statistik dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa hipotesis ke lima yaitu empati memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan tidak diterima. Empati yaitu faktor yang berkaitan dengan perhatian secara pribadi dari petugas kepada wisatawan menyangkut dengan kebutuhan wisatawan, emosi wisatawan, keluhan wisatawan, dan sebagainya (Pitana dan diarta, 2009:160).

Dalam penelitian ini dimensi empati dinilai dengan melihat sikap simpatik dari petugas terhadap keluhan-keluhan wisatawan dan keinginan petugas dalam membantu menangani keluhan wisatawan tersebut. Dari hasil Penelitian ditemukan bahwa sekitar 44 % wisatawan Pantai Carocok Painan telah melakukan kunjungan lebih dari empat kali dan sebagian besar juga berasal dari Kabupaten Pesisir Selatan dan daerah disekitarnya. Wisatawan yang telah sering melakukan kunjungan tentunya akan memiliki pengetahuan yang lebih banyak tentang kawasan tersebut sehingga mereka merasa tidak membutuhkan banyak kontak langsung dengan petugas.

### **SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan bahwa keragaan produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata Pantai Carocok Painan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas keragaan produk di kawasan wisata Pantai Carocok Painan maka semakin tinggi kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Pantai Carocok Painan tersebut.

Reliabilitas berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap tingkat kepuasan wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata Pantai Carocok Painan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat reliabilitas petugas di kawasan wisata Pantai Carocok Painan maka semakin rendah kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Pantai Carocok tersebut. namun pengaruh tersebut tidak signifikan.

Responsivitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata Pantai Carocok Painan. Dengan demikian semakin tinggi tingkat responsivitas petugas di kawasan wisata Pantai Carocok Painan maka semakin tinggi kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Pantai Carocok tersebut.

Kompetensi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata Pantai Carocok Painan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kompetensi petugas di kawasan wisata Pantai Carocok Painan maka semakin tinggi kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Pantai Carocok Painan tersebut.

Empati berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap tingkat kepuasan wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata Pantai Carocok Painan. Carocok Painan maka semakin rendah kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Pantai Carocok tersebut. Dimensi Empati ini juga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Dengan melihat hasil analisis dari penelitian ini, maka saran yang penulis ajukan kepada pengelola kawasan wisata Pantai Carocok Painan adalah meningkatkan ketanggapan dalam menyampaikan informasi-informasi penting mengenai sarana di kawasan wisata Pantai Carocok Painan yang tidak layak lagi untuk digunakan. Hal ini dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti memperbaiki sarana-sarana yang telah rusak, membuatkan tanda peringatan pada sarana-sarana yang tidak layak lagi digunakan atau menempatkan petugas di tempat tersebut. Meningkatkan kemampuannya dalam memberikan pelayanan yang baik kepada wisatawan yang datang berkunjung ke kawasan wisata Pantai Carocok Painan. Menyediakan tempat penitipan barang dan ATM. serta

meningkatkan kebersihan Musholla dan meningkatkan kebersihan kawasan wisata Pantai Carocok Painan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Alma, Buchari. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi V*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Bakaruddin. (2008). *Perkembangan dan Permasalahan Kepariwisataaan*. Padang : UNP Press.
- Idris. (2010). *Aplikasi Model Analisis Data Kuantitatif dengan Program SPSS*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Terjemahan oleh Benyamin Molan. Jakarta : Indeks.
- \_\_\_\_\_ & Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. Terjemahan oleh Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.
- Mahanani, Sonya. (2010). “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Pembayaran Rekening Listrik ( Studi pada unit pelayanan pelanggan Semarang Barat)”. Skripsi tidak dipublikasikan. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Pitana, I Gde & I Ketut Surya Diarta. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta : Andi.
- Priyatno, Dwi. (2011). *SPSS : Analisis Statistik Data Lebih Efisien, dan Akurat*. Jakarta : MediaKom.
- Rangkuti, Freddy. (2003). *Measuring Customer Satisfaction : Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan plus Analisis Kasus PLN-JP*. Jakarta : Gramedia.
- Tjiptono, Fandy. (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi.
- \_\_\_\_\_ (2002). “Keputusan Bupati Pesisir Selatan Nomor 10 Tahun 2002 tentang Penetapan Objek Wisata dalam Kabupaten Pesisir Selatan.