

PENGARUH TIC (*TOURISM INFORMATION CENTER*) DAN SARANA PRASARANA WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI KOTA PASURUAN

Siti Atika Wijayanti¹, Eva Mufidah², M. Tahajjudi Ghifary³

¹Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

²Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

Email : atika12.aw@gmail.com¹, evamufidah@unmerpas.ac.id²,
ghifary.one@gmail.com³

ABSTRAKSI

Kepuasan wisatawan atau kepuasan pengunjung merupakan tingkat kepuasan pengunjung mendapatkan apa yang sebanding dengan yang mereka bayar yang artinya wisatawan yang puas dengan apa yang mereka dapatkan dapat merekomendasikan atau mengunjungi tempat wisata tersebut lagi. Semakin pesatnya perkembangan industri pariwisata mengakibatkan proses mendatangkan wisatawan bukan lagi hal yang mudah karena pengelola destinasi wisata dihadapkan pada persaingan yang semakin ketat. Semakin banyak penawaran destinasi wisata menjadikan banyak pilihan destinasi bagi para wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *tourism information center* dan sarana prasarana wisata terhadap kepuasan wisatawan di Kota Pasuruan. Jenis penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasinya adalah wisatawan di Kota Pasuruan. Pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* dengan metode *hair*. Hasil penelitian diperoleh bahwa : 1) *Tourism Information center* dan Sarana Prasarana Wisata secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Kota Pasuruan dengan nilai $F_{hitung} 39,876 > F_{tabel} 3,16$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. 2) *Tourism Information Center* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Kota Pasuruan dengan nilai $t_{hitung} 2.470 > t_{tabel} 2.004$ dan signifikansi t_{hitung} sebesar $0.017 < taraf\ signifikansi\ 0,05$. 3) Sarana Prasarana Wisata secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Kota Pasuruan dengan nilai $t_{hitung} 5.179 > t_{tabel} 2.004$ dan nilai signifikansi sebesar $0.000 < taraf\ signifikansi\ 0,05$.

Kata kunci: *Tourism Information Center, Sarana Prasarana Wisata, Kepuasan Wisatawan*

PENDAHULUAN

Sektor kepariwisataan merupakan salah satu potensi unggul dalam pembangunan industri yang dikembangkan dalam rangka meningkatkan laju pembangunan nasional di Indonesia. Hal ini disebabkan karena Indonesia memiliki potensi aset wisata yang sangat beragam di tiap-tiap daerahnya. Dengan keberagaman potensi aset wisata tersebut maka pariwisata merupakan salah satu sektor yang prospektif. (Alifionny, Madjid, and Ekowati 2020)

Kebutuhan akan sarana pariwisata yang dapat menjawab permasalahan terkait ketersediaan informasi pariwisata dan sekaligus berperan dalam kegiatan promosi dan pemasaran pariwisata suatu destinasi wisata mengharuskan adanya *Tourism Information Center* (TIC). *Tourism Information Center* (TIC) sebagai pusat informasi yang berorientasi pada pariwisata menyediakan informasi yang detail mengenai suatu destinasi. Keberadaan *Tourism Information Center* (TIC) menjadi penting bagi sebuah destinasi wisata karena *Tourism Information Center* (TIC) berfungsi sebagai media pertukaran informasi antara tamu (wisatawan) dengan tuan rumah (Narasumber/informan) dan antara wisatawan, *Tourism Information Center* (TIC) menyajikan data komparatif antar destinasi wisata untuk melihat sejauh mana posisi destinasi wisata tersebut di tingkat lokal dan regional, serta isi berfungsi sebagai sarana kehumasan untuk mengenalkan sebuah destinasi wisata di sebuah daerah dengan informasi yang lengkap dan menyeluruh sehingga terjadi pemahaman yang utuh terhadap sebuah destinasi. Diharapkan kehadiran *Tourism Information Center* (TIC) ini dapat memberikan kontribusi lebih bagi percepatan pengembangan sektor pariwisata di rumuskan oleh pemerintah saat ini. (Sarma 2020)

Tourism Information Center (TIC) merupakan fasilitas yang menyediakan informasi khusus tentang kawasan lokal, daya tarik wisata, festival, dan pelayanan (Mill, 2000). *Tourism Information Center* (TIC) juga membantu mengumpulkan data tentang wisatawan, seperti negara asal, lama tinggal, motivasi, dan data penting lain untuk membantu Lembaga lain dalam mengembangkan rencana pariwisata. *Tourism Information Center* (TIC) harus mampu menyediakan informasi lengkap tentang daerahnya. Informasi yang tersedia bersifat inklusid, akurat, tidak ketinggalan zaman, mudah dipahami, dan dipresentasikan dengan menarik.

Tourism Information Center (TIC) di Kota Pasuruan sendiri diresmikan pada tanggal 8 Februari 2023 saat memperingati Hari Jadi Kota Pasuruan. Yang bertugas mempromosikan pusat informasi wisata sektor kuliner sejarah religi dan UMKM. Untuk saat ini lebih focus di wisata religi. Pemandu wisata *Tourism Information Center* (TIC) Kota Pasuruan berada di bawah pengelolaan Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga berperan sebagai media informasi dan media promosi pariwisata bagi setiap pengunjung atau wisatawan. (Meylissa selaku staff admin TIC Pasuruan)

Fasilitas itu sendiri merupakan suatu sarana dan prasarana yang diperlukan sangat penting bagi berkelanjutannya dan perkembangan suatu wisata, dengan adanya fasilitas yang baik dapat menarik wisatawan yang datang (Saputra dan Adikampana, 2019). Sedangkan kepuasan wisatawan atau kepuasan pengunjung merupakan tingkat kepuasan pengunjung mendapatkan apa yang sebanding dengan yang mereka bayar (Ulhaq et al 2021), yang artinya wisatawan yang puas dengan apa yang mereka dapatkan dapat merekomendasikan atau mengunjungi tempat wisata tersebut lagi. Untuk mengetahui suatu perkembangan dalam pariwisata ini penulis mengkaji kelengkapan fasilitas sarana dan prasarana yang di perlukan oleh wisatawan dan di sediakan oleh pengelola destinasi wisata. Fasilitas, sarana dan prasarana ini

sangat bersangkutan dengan kepuasan wisatawan yang datang untuk berkunjung ke destinasi tersebut. Dengan adanya nilai dari kepuasan wisatawan itu sendiri pengelola dapat mengembangkan lagi suatu destinasi agar apa yang di miliki destinasi tersebut dapat berkembanganagn dan menarik para pengunjung untuk datang lagi atau merekomendasikan destinasi tersebut kepada pengunjung lain.

Semakin pesatnya perkembangan industri pariwisata mengakibatkan proses mendatangkan wisatawan bukan lagi hal yang mudah karena pengelola destinasi wisata dihadapkan pada persaingan yang semakin ketat. Semakin banyak penawaran destinasi wisata menjadikan banyak pilihan destinasi bagi para wisatawan.

Saat ini destinasi pariwisata di Kota Pasuruan yang terkenal adalah wisata religi di makam Kyai Abdul Hamid, Alun-Alun Kota Pasuruan ditambah lagi dengan adanya Payung Madinah semakin menunjang pemasaran destinasi pariwisata di Kota Pasuruan selain itu *Tourism Information Center* (TIC) juga yang menjadi sumber informasi untuk wisatawan sehingga mempermudah pemasaran pariwisata. Dengan banyaknya destinasi wisata yang didukung sarana prasarana akan membuat wisatawan merasakan sebuah kepuasan. Apabila konsumen atau para wisatawan merasa puas dan nyaman terhadap obyek wisata tersebut, maka mereka akan terus mengunjungi atau mendatangnya, sehingga kunjungan wisatawan terhadap obyek wisata tersebut akan terus mengalami peningkatan disetiap tahunnya. Oleh karena itu penulis mengambil penelitian Pengaruh *Tourism Information Center* (TIC) dan Sarana Prasarana Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Kota Pasuruan.

KAJIAN TEORI

Tourism Information Center (TIC) adalah suatu bentuk public service yang berada di bawah wewenang pemerintah daerah yang bertugas memberikan layanan informasi mengenai segala hal yang menyangkut kepariwisataan. *Tourism Information Center* (TIC) di Kota Pasuruan merupakan bangunan pelayanan publik dengan konsep one stop tourism center (fasilitas terpadu), yang didalamnya terdapat fasilitas pusat pelayanan informasi, satu ruang yang bisa menjadi fasilitas pergelaran pertunjukan pengembangan seni dan budaya. (Alifionny, Madjid, and Ekowati 2020)

Tourism Information Center (TIC) merupakan fasilitas yang menyediakan informasi khusus tentang kawasan lokal, daya tarik wisata, festival, dan pelayanan (Mill, 2000). *Tourism Information Center* (TIC) juga membantu mengumpulkan data tentang wisatawan, seperti negara asal, lama tinggal, motivasi, dan data penting lain untuk membantu Lembaga lain dalam mengembangkan rencana pariwisata. *Tourism Information Center* (TIC) harus mampu menyediakan informasi lengkap tentang daerahnya. Informasi yang tersedia bersifat inklusid, akurat, tidak ketinggalan zaman, mudah dipahami, dan dipresentasikan dengan menarik. (Gianina, Prasetya, and Dewantara 2016)

Tourism Information Center (TIC) di Kota Pasuruan diresmikan pada awal Januari 2023. Implementasi *Tourism Information Center* (TIC) ini merupakan sebuah inovasi pemerintah pusat melalui Kementerian Pariwisata Republik Indonesia yang penyelenggaraannya dilaksanakan oleh pemerintah daerah. Hal ini merupakan manifestasi dari paradigma NPS (New Public Service) yang menekankan Public (citizen) as public, setiap warga negara adalah publik yang berhak mendapatkan pelayanan secara baik. Sedangkan pemerintah berkewajiban mendesain pelayanan bermuara pada kepuasan publik dan dalam konteks ini *Tourism Information Center* (TIC) dirumuskan dan didesain sebagaimana mestinya yang bertujuan sebagai sumber informasi pariwisata dan media promosi bagi pariwisata di Kota Pasuruan. *Tourism Information Center* (TIC) merupakan salah satu pelayanan yang tidak bernilai komersial baik dari segi pelayanan maupun dari segi organisatoris. Implementasi *Tourism Information Center* (TIC) ini melibatkan beberapa pihak diantaranya Pemerintah Kota Pasuruan melalui Dinasi Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kota Pasuruan, para officer yang bertugas di *Tourism Information Center* (TIC) serta juga tidak menutup kemungkinan keterlibatan dari privat sektor yang bergerak di bidang pariwisata yang menjalin kerjasama dengan pemerintah.

Adapun fungsi *Tourism Information Center* (TIC) menurut Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2018 tentang Petunjuk Operasional Pengelolaan Alokasi Khusus Bidang Pariwisata adalah sebagai berikut:

1. Sebagai layanan penyedia informasi pariwisata
2. Sebagai wadah untuk melakukan promosi pariwisata
3. Sebagai travel advice (saran perjalanan)
4. Pendukung pusat penjualan dan edukasi

Sedangkan untuk kelompok sasarannya (*target group*) adalah para wisatawan yang berkunjung ke *Tourism Information Center* (TIC). Khususnya di *Tourism Information Center*, kepada wisatawan baik asing maupun lokal dan Masyarakat luas dengan tujuan meningkatkan arus wisatawan yang masuk ke daerah yang dimaksud.

Hubungan keterikatan yang positif dari *Tourism Information Center* (TIC) terhadap kepuasan wisatawan yaitu Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan yang menggunakan *Tourism Information Center* (TIC) memiliki pengaruh signifikan. Pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan juga berpengaruh signifikan. Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan secara simultan.

Agung Setiawan et al (2020) menjelaskan ada beberapa indikator dalam *Tourism Information Center* (TIC) *Service Satisfaction* diantaranya:

a. Kualitas Lingkungan Fisik

Kualitas lingkungan fisik meliputi kondisi sekitar, desain fasilitas, dan faktor sosial. Kondisi Sekitar adalah kondisi suasana kerja kegiatan pelayanan yang memberikan kesan kepada masyarakat dalam kegiatan pelayanan yang di lakukannya. Desain Fasilitas merupakan fasilitas yang mendukung dalam pemberian pelayanan kepada

publik atau masyarakat. Faktor Sosial yaitu interaksi pelayanan yang ditujukan kepada publik atau masyarakat yang berkesan baik atau menarik dalam interaksinya.

b. Kualitas Interaksi

Kualitas interaksi (*interaction quality*) adalah kontak yang terjadi pada saat proses jasa disampaikan dalam pertemuan antara penyedia jasa dan pelanggan, yang merupakan penentu evaluasi pelanggan terhadap *service quality*.

c. Kualitas Hasil

Kualitas hasil (*outcome quality*) sebagai evaluasi pelanggan terhadap hasil dari aktivitas layanan jasa, termasuk ketepatan waktu dalam layanan jasa.

d. Teknologi Pintar

Smart technology atau teknologi pintar adalah suatu teknik pemanfaatan produk-produk pintar dengan kebutuhan biaya yang rendah, waktu yang singkat, dan cara yang mudah untuk membantu serta memberikan kemudahan bagi aktifitas kehidupan manusia.

1. Sarana Prasarana Wisata

Sarana pariwisata adalah segala sesuatu yang melengkapi dan atau memudahkan proses kegiatan pariwisata dapat berjalan dengan lancar. Menurut Yoeti (2012) sarana kepariwisataan dibagi menjadi tiga kelompok, diantaranya adalah sarana pokok (*main tourism superstructure*). Sarana pokok kepariwisataan adalah perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat tergantung kepada kedatangan orang yang melakukan perjalanan wisata, seperti travel agent, tour operator, angkutan wisata, rumah makan, akomodasi, objek wisata dan atraksi wisata.

Menurut Warpani (2007), prasarana pariwisata adalah segala sesuatu yang memungkinkan proses kegiatan pariwisata berjalan lancar. Prasarana tersedia untuk menunjang segala aktivitas wisata. Oleh karena itu, prasarana pariwisata sangat penting keberadaannya bagi sebuah destinasi wisata. Untuk kesiapan obyek wisata yang akan di kunjungi oleh wisatawan di daerah tujuan wisata, prasarana wisata tersebut perlu dibangun dengan disesuaikan dengan lokasi dan kondisi obyek wisata yang bersangkutan.

Pembangunan prasarana wisata yang mempertimbangkan kondisi dan lokasi akan meningkatkan aksesibilitas suatu obyek wisata yang pada gilirannya akan dapat meningkatkan daya tarik obyek wisata itu sendiri. Di samping berbagai kebutuhan yang telah disebutkan di atas, kebutuhan wisatawan yang lain juga perlu disediakan di daerah tujuan wisata, seperti bank, apotek, rumah sakit, pom bensin, pusat-pusat perbelanjaan dan lain-lain (Akrom, 2014). Komponen dalam fasilitas obyek wisata menurut Akrom (2014), Komponen-komponen yang termasuk ke dalam sarana dan prasarana yaitu :

a. Tangible Product (Produk yang nyata)

Tangible product terdiri dari prasarana wisata adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang serta dapat

memberikan pelayanan kepada wisatawan untuk dapat memenuhi kebutuhan selama dalam perjalanan. Misalnya jaringan jalan, sarana pelabuhan (udara, laut, darat), telekomunikasi, jaringan listrik, air bersih, rumah sakit dan lain sebagainya.

Sarana produk kepariwisataan yaitu semua bentuk perusahaan yang dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan. Misalnya:

- 1) Dibidang usaha jasa pariwisata seperti, biro perjalanan wisata, agen perjalanan wisata, pramuwisata, konvensi, perjalanan insentif dan pameran, konsultan pariwisata, informasi pariwisata.
 - 2) Di bidang usaha sarana pariwisata, yang terdiri dari : akomodasi, rumah makan, bar, angkutan wisata dan sebagainya.
- b. Intangible Product (produk yang tidak nyata)

Pelayanan yang dimaksud dalam hal ini adalah sumber daya manusia yang bergelut dalam industri pariwisata dan pengetahuan teknik tentang pelayanan terhadap wisatawan. Dan sapta pesona yang terdiri dari 7K (keamanan, ketertiban, kebersihan, keindahan, kesejukan, keramah tamahan, kenangan) yang semuanya dilaksanakan secara total. (Kiswantoro and Susanto 2019)

2. Kepuasan Wisatawan

Menurut Sunyoto (2013) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja sesuai atau bahkan melebihi dari yang diharapkan, maka pengunjung akan merasa senang atau puas. Sebaliknya apabila kinerja berada kurang dari yang diharapkan, maka pelanggan akan merasa kecewa atau tidak puas. Selain itu, pelanggan atau wisatawan bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum, yaitu :

- a) Apabila kinerja di bawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa.
- b) Apabila sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas.
- c) Apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas, senang, atau gembira dengan hasil kinerja perusahaan tersebut.

Upaya dalam menarik wisatawan untuk berkunjung suatu daerah tentunya harus memberikan ciri khas tersendiri yang mampu memberikan kesenangan kepada para wisatawan untuk senantiasa menikmati daya tarik wisata.

Sedangkan menurut Maria (2002) menyebutkan bahwa terdapat tiga dimensi dalam mengukur kepuasan pelanggan secara universal, yaitu:

- a) Attributes related to product

Dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari produk seperti penetapan nilai yang didapatkan dengan harga, kemampuan produk menentukan kepuasan, dan benefit dari produk tersebut.

- b) Attributes related to service

Dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari pelayanan misalnya garansi yang dijanjikan, proses pemenuhan pelayanan atau pengiriman, dan proses penyelesaian masalah.

c) Attributes related to purchase

Dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari keputusan untuk membeli atau tidaknya dari produsen, seperti kemudahan mendapatkan informasi, kesopanan karyawan dan juga pengaruh reputasi perusahaan.

Hal ini sesuai dengan variabel kepuasan dilihat dari 5 indikator yaitu:

a) tercapainya harapan atau tujuan pengunjung

b) terpenuhinya kebutuhan pengunjung.

c) tercapainya keinginan pengunjung

d) keinginan untuk memakai produk dan jasa itu kembali

e) keinginan merekomendasikan produk/jasa kepada orang lain. (Ryanda and Wulansari n.d.)

METODE PENELITIAN

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Tabel Ringkasan Uji Validitas

Variabel	R Hitung	R table	Keterangan
Tourism Information Center (TIC) (X1)			
X1.1	0.764	0.2609	Valid
X1.2	0.749	0.2609	Valid
X1.3	0.529	0.2609	Valid
X1.4	0.640	0.2609	Valid
X1.5	0.649	0.2609	Valid
X1.6	0.590	0.2609	Valid
X1.7	0.556	0.2609	Valid
X1.8	0.641	0.2609	Valid
X1.9	0.667	0.2609	Valid
X1.10	0.617	0.2609	Valid
X1.11	0.647	0.2609	Valid
X1.12	0.823	0.2609	Valid
X1.13	0.593	0.2609	Valid
X1.14	0.618	0.2609	Valid
X1.15	0.669	0.2609	Valid
X1.16	0.799	0.2609	Valid
X1.17	0.811	0.2609	Valid
X1.18	0.719	0.2609	Valid

X1.19	0.700	0.2609	Valid
Sarana Prasarana Wisata (X2)			
X2.1	0.797	0.2609	Valid
X2.2	0.789	0.2609	Valid
X2.3	0.824	0.2609	Valid
X2.4	0.836	0.2609	Valid
X2.5	0.826	0.2609	Valid
X2.6	0.721	0.2609	Valid
X2.7	0.847	0.2609	Valid
X2.8	0.767	0.2609	Valid
X2.9	0.831	0.2609	Valid
Kepuasan Wisatawan (Y)			
Y1	0.834	0.2609	Valid
Y2	0.822	0.2609	Valid
Y3	0.789	0.2609	Valid
Y4	0.767	0.2609	Valid
Y5	0.691	0.2609	Valid

Sumber : Data Primer diolah 2023

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan diketahui bahwa pertanyaan yang diajukan kepada responden diperoleh valid karena r hitung $>$ r tabel. Dalam penelitian ini diketahui r tabel untuk sampel 55 orang yaitu 0.2609. dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semua pertanyaan dalam setiap indicator dinyatakan valid dan layak untuk menjelaskan indicator yang sedang diteliti.

b. Uji Reliabilitas

Tabel Ringkasan Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Alpha Cronbach	Alpha	Keterangan
Tourism Information Center (TIC) (X1)	0,933	0,6	Reliabel
Sarana Prasarana Wisata (X2)	0,931	0,6	Reliabel
Kepuasan Wisatawan (Y)	0,84	0,6	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah 2023

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* pada semua variable dependen dan variable independent 0,84; 0,933; 0,931 yang artinya nilainya lebih besar dari 0,60. Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, maka dapat dinyatakan bahwa variabel dari kuesioner dalam penelitian dinyatakan

reliabel. Dengan demikian indicator dalam penelitian terbukti reliabel dan dapat dipercaya sebagai alat ukur variable yaitu apabila dilakukan pengukuran ulang maka data yang dihasilkan akan konsisten dari waktu ke waktu. Sehingga dapat dilakukan dan layak untuk melanjutkan pengujian berikutnya.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Gambar Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.68147392
Most Extreme Differences	Absolute	.097
	Positive	.078
	Negative	-.097
Test Statistic		.097
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

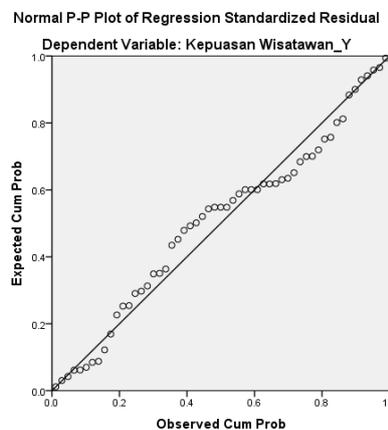
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Dari tabel uji normalitas dapat diketahui nilai signifikan sebesar 0.2 lebih besar dibandingkan nilai yang ditentukan sebesar 5%. Hasil uji normalitas dengan kolmogorovsmirnov test yang terdapat pada tabel diperoleh nilai test statistic sebesar 0.097 dan Asymp. Sig. sebesar $0.2 > 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Gambar Hasil Uji Normalitas P-Plot



Berdasarkan gambar hasil uji normal P-Plot diatas menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi variabel Tourism Information Center (X1) dan Sarana Prasarana Wisata (X2) terhadap Kepuasan Wisatawan (Y) memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel Hasil Uji Multikolinearitas

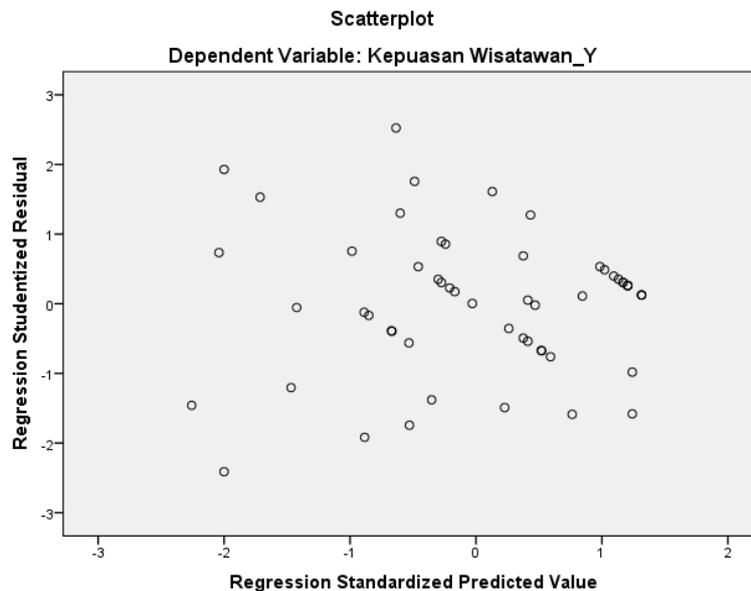
Variabel	Toleransi	VIF	Keterangan
Tourism Information Center (TIC) (X1)	0.612	1,633	Tidak terdapat multikoleniaritas
Sarana Prasarana Wisata (X2)	0,612	1,633	Tidak terdapat multikoleniaritas

Sumber : Lampiran Output SPSS

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas tabel diatas dapat diketahui nilai VIF sebesar $1,633 < 10$ dan toleransi sebesar $0,612 > 0,01$. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas pada kedua variable.

c. Uji Heterokedstisitas

Gambar Hasil Uji Heterkesdatisitas



Berdasarkan hasil uji heterokedstisitas gambar diatas dapat diketahui pada grafik terlihat titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah titik nol pada sumbu X dan sumbu Y. Pada grafik diatas menunjukkan bahwa titik tersebar tidak membentuk suatu pola tertentu, maka dinyatakan bahwa model regresi pada penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heterokedstisitas.

3. Analisis Korelasi

Tabel Hasil Uji Analisis Korelasi

Variabel	Korelasi	P-Value Sig.	Keterangan
Tourism Information Center (TIC) (X1)	0,634	0.000	Korelasi sedang
Sarana Prasarana Wisata (X2)	0,748	0.000	Korelasi tinggi

Sumber : Lampiran Output SPSS

Berdasarkan hasil uji analisis korelasi tabel di atas dapat diketahui bahwa terdapat hubungan korelasi yang sedang antara variabel Tourism Information center (TIC) dengan variable Kepuasan Wisatawan dimana memiliki nilai korelasi sebesar 0.634 dan nilai P-Value Sig 0.000. Sementara itu, terdapat hubungan korelasi yang tinggi antara variabel sarana prasarana wisatwan dengan variabel Kepuasan Wisatawan dimana memiliki nilai korelasi sebesar 0.748 dan nilai P-Value Sig 0.000.

4. Analisis Regresi Linier Berganda**Tabel Hasil Uji Analisis Linier Berganda**

Model	B	Std. Error	Beta
Constant	4.113	2.096	
Tourism Information Center (TIC) (X1)	0.077	0.031	0.275
Sarana Prasarana Wisata (X2)	0.298	0.058	0.577

Sumber : Lampiran Output SPSS

$$Y = 4.113 + 0.077 X_1 + 0.298 X_2 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

- Jika semua variabel independen yaitu Tourism Information Center (X1) dan Sarana Prasarana Wisata (X2) bernilai 0 atau tidak terdapat perubahan maka nilai Kepuasan Wisatawan (Y) adalah sebesar 4.113.
- Jika variabel Tourism Information Center (X1) mengalami kenaikan 1 satuan maka Kepuasan Wisatawan akan naik sebesar 0.077 atau 7,7% dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.
- Jika variabel Sarana Prasarana Wisata (X2) mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka Kepuasan Wisatawan akan naik sebesar 0.298 atau 29.8% dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan

5. Pengujian Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Tabel Hasil Uji T

Variabel	t hitung	t tabel	Signifikansi
Tourism Information Center (TIC) (X1)	2.470	2.004	0.017
Sarana Prasarana Wisata (X2)	5.179	2.004	0.000

Sumber : Lampiran Output SPSS

1) Pengaruh Tourism Information Center terhadap Kepuasan Wisatawan

Dari tabel diatas terlihat bahwa pengujian hipotesis Tourism Information Center menunjukkan nilai t hitung $2.470 > t$ tabel 2.004 dan signifikansi t hitung sebesar 0.017 lebih kecil dari taraf signifikansi $0,05$. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini Tourism Information Center (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan (Y).

2) Pengaruh Sarana Prasarana Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan

Dari tabel diatas terlihat bahwa pengujian hipotesis Sarana Prasarana Wisata menunjukkan nilai t hitung $5.179 > t$ tabel 2.004 dan nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari taraf signifikansi $0,05$. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini Sarana Prasarana Wisata (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan (Y)

b. Uji Simultan (Uji F)

Tabel Hasil Uji F

Model	F hitung	F tabel	Signifikansi
Regresi	39.876	3.16	0.000

Sumber : Lampiran Output SPSS

Berdasarkan hasil uji simultan (Uji F) tabel diatas dapat dilihat bahwa uji simultan ini menghasilkan nilai F hitung sebesar $39,876$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000$. Nilai F tabel untuk model regresi diatas adalah sebesar $3,16$. Dengan nilai signifikansi sebesar $0,000$ lebih kecil dari $0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Tourism Information Center (X1) dan Sarana Prasarana Wisata (X2) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan (Y).

c. Uji Koefisien Determinasi

Gambar Hasil Uji Koefisien Determinan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.778 ^a	.605	.590	1.714	1.906

- a. Predictors: (Constant), Sarana Prasarana Wisata_X2, TIC_X1
- b. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan_Y

Berdasarkan hasil uji data pada gambar diatas dapat dilihat dari R Square sebesar 0,605 dan nilai KD yang diperoleh adalah 60,5% . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh variabel Tourism Information Center dan Sarana Prasarana Wisata terhadap variabel Kepuasan Wisatawan adalah sebesar 60,5%, sedangkan sisanya sebesar 39,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Tourism Information Center* (TIC) dan Sarana Prasarana Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan

Berdasarkan hasil uji simultan (Uji F) tabel diatas dapat dilihat bahwa uji simultan ini menghasilkan nilai F hitung sebesar 39,876 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai F tabel untuk model regresi diatas adalah sebesar 3,16. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Tourism Information Center (X1) dan Sarana Prasarana Wisata (X2) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan (Y). Jadi dengan adanya pelayanan baik yang diberikan oleh Tourism Information Center dan sarana prasana wisata yang memadai maka semakin meningkatkan kepuasan wisatawan di Kota Pasuruan. Dilihat dari R Square sebesar 0,605 dan nilai KD yang diperoleh adalah 60,5% . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh variabel Tourism Information Center dan Sarana Prasarana Wisata terhadap variabel Kepuasan Wisatawan sebesar 60,5%.

Pengaruh *Tourism Information Center* (TIC) terhadap Sarana Prasarana Wisata

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 2 pengaruh variable Tourism Information Center terhadap Kepuasan Wisatawan menunjukkan nilai signifikansi t hitung sebesar 0.017 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini Tourism Information Center (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan (Y). Hal ini mengindikasikan bahwa pelayanan yang diberikan Tourism Information Center perlu diperhatikan dalam meningkatkan kepuasan wisatawan di Kota Pasuruan

Pengaruh Sarana Prasarana Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan

Berdasarkan pengujian hipotesis Sarana Prasarana Wisata terhadap kepuasan wisatawan menunjukkan nilai signifikansi t hitung sebesar 0.000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini Sarana Prasarana Wisata (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan

Wisatawan (Y). Hal ini mengindikasikan bahwa sarana prasarana wisata merupakan factor yang perlu diperhatikan dan diperhitungkan dalam meningkatkan kepuasan wisatawan di Kota Pasuruan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka dilakukan pengujian validitas untuk mengukur sah tidaknya suatu kuesioner dan dilakukan pengujian reliabilitas untuk mengetahui tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Hasil dari uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dalam kuesioner valid dan reliabel. Dari pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil pengujian hipotesis 1 yaitu uji F menunjukkan Tourism Information Center (X1) dan Sarana Prasarana Wisata (X2) secara simultan memiliki pengaruh positif dan sangat signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan (Y).
2. Dari hasil pengujian hipotesis 2 yaitu uji t menunjukkan dalam penelitian ini Tourism Information Center (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan (Y). Besarnya pengaruh kualitas pelayanan tersebut sebesar 27,5%, artinya bahwa setiap kenaikan tingkat Kualitas Wisatawan (X1) sebesar satu poin maka kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,275. Begitu pun juga sebaliknya, apabila kualitas pelayanan (X1) mengalami penurunan sebesar satu poin maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,275.
3. Dari hasil pengujian hipotesis 3 yaitu uji t menunjukkan dalam penelitian ini Sarana Prasarana Wisata (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan (Y). Besarnya pengaruh Sarana Prasarana Wisata (X2) tersebut sebesar 57,7%, artinya bahwa setiap kenaikan tingkat Sarana Prasarana Wisata (X2) sebesar satu poin maka kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,577. Begitu pun juga sebaliknya, apabila kualitas pelayanan (X1) mengalami penurunan sebesar satu poin maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,577.

Kesimpulan Batasan penelitian:

Karena yang biasanya jenis wisata dominan bersenang-senang sehingga momen untuk spending waktu untuk diskusi dan menjawab kuesioner terabaikan untuk bertanya

Jika untuk wisata religi yang tujuannya untuk mencari ketenangan jiwa dapat mengganggu waktu dan ketenangan wisatawan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dilakukan maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini yaitu:

1. Disarankan untuk Tourism Information Center meningkatkan kualitas pelayanan meskipun pada penelitian diatas sudah berkriteria baik, karena ketika kualitas Pelayanan semakin dan terus ditingkatkan, wisatawan akan meningkatkan juga Kepuasan Wisatawannya, dengan cara lebih meningkatkan kinerja pelayanan dalam melayani seluruh wisatawan agar pelayanan lebih puas, karena lebih baik kualitas pelayanannya maka akan lebih baik pula kepuasan wisatawan di Kota Pasuruan.
2. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan terkait dengan Tourism Information Center, Sarana Prasarana Wisata yang mempengaruhi Kepuasan Wisatawan.
3. Bagi peneliti berikutnya, disarankan untuk penelitian kedepannya memerlukan pendekatan metode yang berbeda, agar membuat wisatawan nyaman dan tidak merasa terganggu. Dan menambah variable diluar variable yang belum diteliti dalam penelitian ini yang dapat meningkatkan nilai model penelitian dalam menuju kepuasan wisatawan yang lebih baik seperti daya tarik wisatawan dan pengalaman wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifionny, Novellia Chika, Udaya Madjid, and Maria Ekowati. 2020. "Efektivitas Tourism Information Center (Tic) Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Sidoarjo Provinsi Jawa Timur." *Jurnal MSDA (Manajemen Sumber Daya Aparatur)* 8(2): 113–32.
- Gianina, Inten Setio, Arik Prasetya, and Rizki Yudhi Dewantara. 2016. "Analisis Peran Tourist Information Centre (TIC) Terhadap Pengambilan Keputusan Wisatawan Mengunjungi Obyek Dan Kawasan Wisata (Studi Pada TIC Malioboro , Yogyakarta)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 38(1): 1–8. administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id.
- Kiswanto, Amin, and Dwiyono Rudi Susanto. 2019. "Pengaruh Sarana Dan Prasarana Pendukung Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Umbul Pongok, Klaten." *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 10(2).
- Renda, U, A Rilla, N Nasrullah, and ... 2020. "Strategi Pengelolaan Tourist Information Centre (Tic) Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sulawesi Selatan." *SEIKO: Journal of ...* 3(3): 44–58. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/725>.
- Ryanda, Rahmad, and Nidia Wulansari. "Pengaruh Sarana Dan Prasarana Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pulau Pasumpahan Padang." : 1–6.
- Sarma, Ma. 2020. "Center (Tic) of Soekarno Hatta Airport in the Choice of Tourist Destinations Based." (30): 667–81.
- Syafawi¹, Muhammad, Kasmita² ¹universitas, and Negeri Padang. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadapkepuasan Tamudi Kampong Lega Café." 5: 9782–93.
- <https://pasuruankota.go.id/>

MUSYTARI

ISSN : 3025-9495

Neraca Manajemen, Ekonomi

Vol 3 No 1 Tahun 2023

Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359