

**PENGARUH CITRA WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG KEMBALI WISATAWAN RELIGI DI MASJID JAMI'
BAITURRAHMAN AL BONANG SUNAN MANERON SEPULU KABUPATEN
BANGKALAN**

**THE INFLUENCE OF TOURISM OBJECT IMAGE, SERVICE QUALITY AND TOURIST
SATISFACTION ON VISITOR LOYALTY TO MOUNT GEGER, BANGKALAN REGENCY**

RODIFAH

(2022211064)

Aulia Dawam, SE, MA

Pendidikan Ekonomi

STKIP PGRI BANGKALAN

Rodifahrodifah3@gmail.com

Abstrak

In this research, researchers want to find out how much influence tourist image and service quality have on interest in returning to the Jami' Baiturrahman Al Bonang Sunan Maneron Sepulu Mosque, Bangkalan Regency. The method used in this research is descriptive with a quantitative approach. The population in this study is the public or tourists who visit the Jami' Baiturrahman Al Bonang Sunan Maneron Sepulu Mosque, Bangkalan Regency. In this research, the sampling technique used was accidental sampling, namely sampling carried out on anyone who was met by chance in the tourist area of the Jami' Baiturrahman Al Bonang Sunan Maneron Mosque, amounting to 78 samples. The data collection techniques used were lifting and documentation. The research results show that 1) there is a partial influence of the Tourism Image variable on tourist return visits. This can be seen from the calculated t value of $6.232 > t$ table of 1.66543. 2) there is a partial influence of the Service Quality variable on tourists' interest in returning to visit. This can be seen from the calculated t value of $6.420 > t$ table of 1.66543. 3) there is a simultaneous influence of the variables Tourism Image and Service Quality on the variable Tourist Return Interest. This can be seen from the calculated F value of $29.337 > F$ table of 3.12. It can be said that tourist image and service quality influence tourists' return visit interest.

Keywords: Image, Service and Request Return Visits.

Abstrak

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui seberapa pengaruh citra wisata dan kualitas pelayanan terhadap minat kunjung kembali Masjid Jami' Baiturrahman Al Bonang Sunan Maneron Sepulu Kabupaten Bangkalan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat atau para wisatawan yang berkunjung ke Masjid Jami' Baiturrahman Al Bonang Sunan Maneron Sepulu Kabupaten Bangkalan. Dalam penelitian ini Teknik sampling yang digunakan accidental sampling yaitu pengambilan sampel yang dilakukan kepada siapa saja yang di temui secara kebetulan di area wisata Masjid Jami' Baiturrahman Al Bonang Sunan Maneron sebesar 78 sampel. Teknik pengumpulan data yang di gunakan angkat dan dokumentasi. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) terdapat pengaruh variabel Citra Wisata secara parsial terhadap Minat Kunjung Kembali wisatawan. Hal ini dapat di lihat dari nilai t hitung sebesar $6,232 > t$ tabel sebesar 1.66543. 2) terdapat pengaruh secara parsial variabel Kualitas Pelayan terhadap Minat Kunjung Kembali wisatawan. Hal ini dapat di lihat dari nilai t hitung sebesar $6,420 > t$ tabel sebesar 1.66543. 3) terdapat pengaruh variabel Citra Wisata dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap variabel Minat Kunjung Kembali wisatawan. Hal ini dapat di lihat dari nilai F hitung sebesar $29,337 > F$ tabel sebesar 3,12. Hal ini dapat dikatakan bahwa Citra Wisata dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Minat Kunjung Kembali wisatawan.

Kata kunci : Citra, Pelayanan, minat kunjung kembali.

PENDAHULUAN

Kemajuan dunia dan arus informasi sudah di rasakan di berbagai lapisan dunia kemudahan informasi sudah dapat di akses dari berbagai penjuru dunia perluasan dan peningkatan di bidang usahapun juga semakin mengalami kemajuan. Persaingan di berbagai bidang usaha tidak lagi terhindarkan baik dalam bidang ekonomi, budaya, dan pariwisata. Kepariwisataan merupakan salah satu sektor yang perlu di kembangkan dan di pelihara karena wisata merupakan salah satu tujuan yang banyak diminati oleh masyarakat. Perkembangan kepariwisataan di Indonesia diarahkan pada peningkatan peran pariwisata dalam kegiatan ekonomi yang dapat menciptakan lapangan kerja serta kesempatan berusaha dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat serta penerimaan devisa serta meningkatkan investasi sector pariwisata (Listyowati, Lilis 2018:23).

Indonesia dengan kekayaan alam yang dimiliki sudah selayaknya berperan aktif dalam pengembangan dan peningkatan destinasi wisata. Keberagaman sektor pariwisata yang dimiliki Indonesia harus di tingkatkan dan di kembangkan agar tetap dapat bersaing di dunia industri pariwisata. Jasa pariwisata mempunyai peran yang sangat penting dalam meningkatkan pengembangan wisata suatu daerah. Untuk merealisasikan peranan itu maka pengelola sangat di anjurkan untuk mempunyai suatu konsep dalam pengembangan dan peningkatan pariwisata yang nantinya akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan dan meningkatkan jumlah pengunjung yang pad

akhirnya akan menimbulkan manfaat ekonomi pada industri pariwisata dan juga masyarakat sekitar. (Huda, Nurul 2020:1)

Menurut undang-undang republik Indonesia nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan pasal 1 ayat 3 menerangkan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan berkunjung ke tempat tertentu dengan tujuan pengembangan pribadi, rekreasi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata (Sembiring, Adli Tama Hidayat 2017:8) Di Indonesia peningkatan dan perkembangan pariwisata di alokasikan untuk menciptakan lapangan kerja yang nantinya akan berefek pada meningkatnya pendapatan masyarakat dan penerimaan devisa serta meningkatkan investasi di sektor pariwisata. Untuk mengimplementasikan itu pemerintah perlu melakukan pengembangan dan mengeksploitasi berbagai potensi kepariwisataan, dengan tujuan dapat meningkatkan jumlah pengunjung serta pengeluaran wisatawan selama berkunjung. Dampak pariwisata sebagai suatu bisnis adalah memberikan pengaruh terhadap sosial ekonomi masyarakat sekitar. Tingginya kunjungan masyarakat luar daerah membawa dampak positif terhadap perekonomian masyarakat sekitar (Aprilia, dkk. 2015 dalam Listyowati, Lilis 2018:23).

Di Madura khususnya di kabupaten bangkalan terdapat banyak tempat wisata yang dapat di kunjungi oleh wisatawan, hampir di setiap kecamatan terdapat wisata yang dapat di kunjungi baik wisata religi ataupun wisata non religi. Kecamatan bangkalan terdapat wisata religi makam maqbaroh syaikhona kholil Bangkalan. Wisata air terjun batu raja lokasinya terletak di kecamatan Galis, di kecamatan Arosbaya ada wisata religi Air Mata Ibu. Di Kecamatan Geger terdapat wisata religi Gunung Geger. Di kecamatan sepulu terdapat wisata mangrove labuhan dan tidak ketinggalan juga wisata religi di kecamatan sepulu yaitu Masjid Jami' Baitur Rohman Al Bonang yang terdapat di desa maniron yang menarik perhatian para pengunjung wisata. Fenomena yang terjadi kurangnya pengembangan pariwisata, bagaimana cara pengelolaan pariwisata yang baik, bagaimana memberdayakan sumber daya manusia yang nantinya akan menarik wisatawan untuk berkunjung serta menciptakan loyalitas pengunjung agar wisatawan mau berkunjung kembali.

Citra wisata merupakan persepsi, kesan ataupun asumsi pengunjung terhadap keadaan realitas suatu objek wisata. Untuk mempublikasikan destinasi wisata, citra objek wisata sangat berperan penting untuk mempengaruhi opini masyarakat terhadap keberadaan suatu destinasi wisata. Citra merupakan gambaran tentang suatu objek yang diperoleh dari hasil pengalaman dan pengetahuannya. Citra objek wisata adalah gambaran yang diberikan oleh suatu tempat wisata yang dapat berdampak pada keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali (sangkaeng stela dkk, 2015:3).

Kualitas pelayanan merupakan suatu tindakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan. Tingkat kualitas pelayanan (service quality) pada suatu objek wisata dapat diketahui dengan cara memahami persepsi para pelanggan atas pelayanan yang telah di terima. Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat di tawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (kotler dan keller, 2010:83).

Kata minat berasal dari bahasa Inggris yaitu interest, yang memiliki makna dorongan untuk bertindak laku secara terarah terhadap objek kegiatan atau pengalaman tertentu, sehingga minat kunjung kembali adalah dorongan seseorang untuk melakukan kegiatan berkunjung kembali ke tujuan yang pernah didatangi (Octaviani, Dina 2020:3). Minat kunjung ini akan muncul dan kemudian menjadi motivasi yang terus terekam dalam pikirannya dan menjadi kegiatan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seseorang ingin memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang menjadi motivasi dalam pikirannya.

Letak geografis dari wisata religi masjid jami' baitur Rohman Al Bonang ini berada di tengah permukiman warga di desa maniron kecamatan sepuluh kabupaten Bangkalan sekitar 24 km dari kota Bangkalan. Masjid Jami' Baitur Rohman merupakan peninggalan dari salah seorang murid Sunan Bonang yakni Imam Tendo. Masjid yang tidak terlalu besar ini pertama kali dibangun sekitar pada abad ke -14.

Konon Imam Tendo datang ke tanah Madura untuk menyebarkan Islam pada masyarakat. kemudian masjid tersebut dijadikan tempat untuk salat sekaligus memberikan pendidikan agama pada warga. Kemudian oleh warga Imam Tendo dijuluki Sunan Maneron. Hingga kini peninggalan Sunan Maneron tersebut masih dijaga rapi oleh masyarakat.

Untuk pemeliharaan, warga melakukan pemugaran Masjid Jami' Baitur Rohman dan jika dilihat dari luar masjid ini sudah seperti Masjid modern. Namun, ketika masuk dalam masjid baru terasa bahwa bangunan ini merupakan peninggalan Sunan Maneron. Dimana di dalam masjid ada sebuah batu besar, yang diyakini sebagai tempat petilasan Sunan Maneron.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, diantaranya yang telah dilakukan oleh Listyowati, Lilis (2018:80) dimana dalam penelitiannya menyatakan bahwa (1) citra tujuan wisata dan kepuasan wisatawan berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali pada objek wisata air terjun Grojogan Sewu Karanganyar. Selanjutnya penelitian ini juga dilakukan oleh Widjianto, Trisna (2019:2) dalam penelitiannya menyatakan bahwa daya tarik wisata, citra wisata, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Ketep Pass. Dan juga penelitian ini dilakukan oleh Widipurnomo, Giffen Aldian

(2018:95) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas layanan, inovasi, dan citra wisata serta daya tarik wisata memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat kunjungan ulang.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang "Pengaruh Citra Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Religi di Masjid Jami' Baiturrahman Al Bonang Sunan Maneron Klampis Kab.Bangkalan".
Rumusan Masalah

Melihat latar belakang diatas maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh secara signifikan citra wisata terhadap minat kunjung kembali Wisata Religi Masjid Jami' Baiturrahman Al Bonang Sunan Maneron Sepulu Kabupaten Bangkalan ?
2. Apakah ada pengaruh secara signifikan kualitas pelayanan terhadap minat kunjung kembali Wisata Religi Masjid Jami' Baiturrahman Al Bonang Sunan Maneron Sepulu Kabupaten Bangkalan ?
3. Apakah ada pengaruh citra wisata dan pelayanan secara simultan terhadap Religi Masjid Jami' Baiturrahman Al Sunan Maneron Sepulu Kabupaten Bang

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara signifikan citra wisata terhadap minat kunjung kembali Wisata Religi Masjid Jami' Baiturrahman Al Bonang Sunan Maneron Sepulu Kabupaten Bangkalan.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara signifikan kualitas pelayanan terhadap minat kunjung kembali Wisata Religi Masjid Jami' Baiturrahman Al Bonang Sunan Maneron Sepulu Kabupaten Bangkalan.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh citra wisata dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap minat kunjung kembali Wisata Religi Masjid Jami' Baiturrahman Al Bonang Sunan Maneron Sepulu Kabupaten Bangkalan.

Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang bersifat teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk dijadikan sebagai sumber informasi dan bahan referensi dalam memasarkan produk dalam suatu perusahaan.

- b. Diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan referensi bagi peneliti selanjutnya.

BAHASAN UTAMA

Analisis Data

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis dalam penelitian ini menggunakan variable bebas (X) yang terdiri dari empat variable bebas yaitu, variable X1 Citra objek wisata, X2 Kualitas Pelayanan dan X3 Kepuasan wisatawan, sedangkan variable terikatnya (Y) adalah loyalitas pengunjung.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable bebas X1, X2 dan X3 terhadap Y, maka dapat dihitung dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil perhitungan dari modal regresi linear berganda diperoleh hasil persamaan regresi yang dapat dilihat dalam table di bawah ini.

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Model	1					
	(Constant)	7.176	2.539		2.826	0.006
	Citra Objek Wisata	0.712	0.111	0.592	6.403	0.000
	Kualitas Pelayanan	0.449	0.160	0.306	2.806	0.006
	Kepuasan Wisatawan	0.582	0.092	0.586	6.298	0.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pengunjung

Dari tabel 4.11 dapat diketahui bahwa persamaan regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 7.176 + 0.712 X_1 + 0.449 X_2 + 0.582 X_3$$

Keterangan :

Y	=	Kepuasan
a	:	Konstanta
$\beta_1 X_1$:	Citra Objek Wisata
$\beta_2 X_2$:	Kualitas Pelayanan
$\beta_3 X_3$:	Kepuasan Wisatawan
e	:	error disturbances

Hasil uji dari coeficiens, dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Nilai variabel dependen (Y) Loyalitas Pengunjung dapat dilihat dari nilai konstantanya sebesar 7.176, dengan catatan jika variabel independen yang terdiri dari variabel X1 citra objek wisata, X2 kualitas pelayanan dan X3 kepuasan wisatawan bernilai konstan (tetap), maka diperoleh nilai kepuasan pelanggan sebesar 7.176 satuan.
- b. Pada variabel citra objek wisata dikemukakan nilai koefisien sebesar 0.712 maka perubahan

variabel X1 citra objek wisata, sebesar satu satuan akan mengakibatkan perubahan yang positif pada nilai loyalitas pengunjung sebesar 0,712 satuan, dimana asumsinya variabel X2 kualitas pelayanan dan X3 kepuasan wisatawan besarnya tetap. Dengan demikian variabel X1 citra objek wisata yang bernilai positif akan mempengaruhi berkurangnya loyalitas pengunjung sebesar 0,712 satuan. Namun sebaliknya jika terjadi penurunan satu satuan variabel citra objek wisata akan menambah nilai loyalitas pengunjung sebesar 0,712 satuan.

c. Pada variabel kualitas pelayanan dikemukakan nilai koefisien sebesar 0.449 maka perubahan variabel X2 kualitas pelayanan, sebesar satu satuan akan mengakibatkan perubahan yang positif pada nilai loyalitas pengunjung sebesar 0,449 satuan, dimana asumsinya variabel X1 citra objek wisata dan X3 kepuasan wisatawan besarnya tetap. Dengan demikian variabel X2 kualitas pelayanan, yang bernilai positif akan mempengaruhi berkurangnya loyalitas pengunjung sebesar 0.449 satuan. Namun sebaliknya jika terjadi penurunan satu satuan variabel kualitas pelayanan akan menambah nilai loyalitas pengunjung sebesar 0,712 satuan.

d. Pada variabel kepuasan wisatawan dikemukakan nilai koefisien sebesar 0.582 maka perubahan variabel X3 kepuasan wisatawan, sebesar satu satuan akan mengakibatkan perubahan yang positif pada nilai loyalitas pengunjung sebesar 0,582 satuan, dimana asumsinya variabel X1 citra objek wisata dan X2 kualitas pelayanan besarnya tetap. Dengan demikian variabel X3 kepuasan wisatawan, yang bernilai positif akan mempengaruhi berkurangnya loyalitas pengunjung sebesar 0.582 satuan. Namun sebaliknya jika terjadi penurunan satu satuan variabel kualitas pelayanan akan menambah nilai loyalitas pengunjung sebesar 0,582 satuan.

Pengujian Hipotesis Uji F

Pengujian hipotesis secara simultan/serempak dilakukan dengan menggunakan Uji F, yaitu untuk mengetahui signifikansi hubungan beberapa variabel bebas (citra objek wisata, kualitas pelayanan dan kepuasan wisatawan) terhadap variabel terikat (loyalitas pengunjung).

Dari hasil analisis data dengan menggunakan program SPSS diperoleh nilai F-hitung seperti yang ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.18
Hasil uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

Regression	519.091	3	173.030	19.009	.000 ^b
Residual	673.588	74	9.103		
Total	1192.679	77			

Dependent Variable: Loyalitas Pengunjung
Predictors: (Constant), Kepuasan Wisatawan, Kualitas Pelayanan, Citra Objek Wisata

Sumber: IBM SPSS v24

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.18 menunjukkan bahwa F hitung sebesar 19.009 > F tabel sebesar 2,73 sehingga H₀ ditolak dan H_a diterima. Artinya bahwa variabel Citra Objek Wisata, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Wisatawan berpengaruh signifikan secara bersamaan terhadap Loyalitas Pengunjung.

Pengujian Parsial (uji t)

Untuk mengetahui apakah variabel bebas yang terdiri dari variabel (X₁) citra objek wisata (X₂) kualitas pelayanan (X₃) kepuasan wisatawan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap variabel Y (Loyalitas Pengunjung). Berikut ini tabel untuk mengetahui variabel (X) bebas terhadap variabel terikat (Y).

Tabel 4.15
Hasil Uji t X1

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1 (Constant)	7.296	1.873		3.895	0.000
	0.712	0.111	0.592	6.403	0.000

Dependent Variable: Loyalitas Pengunjung

Sumber: IBM SPSS v24

Dari hasil tabel diatas dapat diperoleh gambaran sebagai berikut :

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.15 menunjukkan bahwa variabel citra objek wisata didapat t hitung sebesar 6,403 > t tabel sebesar 1.99254 maka H_a diterima dan H₀ ditolak. Artinya variabel Citra Objek Wisata berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pengunjung.

Tabel 4.16
Hasil Uji t X2

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1 (Constant)	10.747	2.995		3.589	0.001
Kualitas Pelayanan	0.449	0.160	0.306	2.806	0.006

a. Dependent Variable: Loyalitas Pengunjung

Sumber: IBM SPSS v24

Dari hasil tabel diatas dapat diperoleh gambaran sebagai berikut :

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.16 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan didapat t hitung sebesar $2,806 > t$ tabel sebesar $1,99254$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pengunjung.

Interpretasi

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan variabel citra objek wisata, kualitas pelayanan dan kepuasan wisatawan menunjukkan hasil bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya ketiga variabel tersebut berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung Wisata Gunung Geger Kabupaten Bangkalan.

Hal tersebut dapat di buktikan dari hasil t hitung variabel citra objek wisata sebesar $6,403 > t$ tabel ($1,99254$) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ pada tingkat kesalahan 5% ($\alpha = 0,05$). Pada variabel kualitas pelayanan hasil t hitung sebesar $2,806 > t$ tabel ($1,99254$) dengan signifikansi $0,006 < 0,05$ pada tingkat kesalahan 5% ($\alpha = 0,05$). Sedangkan Pada variabel kepuasan wisatawan hasil t hitung sebesar $6,298 > t$ tabel ($1,99254$) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ pada tingkat kesalahan 5% ($\alpha = 0,05$)

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa citra objek wisata, kualitas pelayanan dan kepuasan wisatawan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung. Hal ini dapat di lihat dari hasil F_{hitung} sebesar $19,009 > f_{tabel}$ sebesar $2,73$ dengan tingkat signifikan $0,000$. Karena nilai signifikan $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan dengan menggunakan uji t dan uji F, maka dapat dapat tarik kesimpulan untuk menjawab hipotesis yang di ajukan dalam penelitian ini.

Kesimpulan tersebut sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Citra Objek Wisata di peroleh t hitung sebesar $6,403 > t$ tabel sebesar $1,99254$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel Citra Objek Wisata berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pengunjung Gunung Geger Kabupaten Bangkalan.
2. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan di peroleh t hitung sebesar $2,806 > t$ tabel sebesar $1,99254$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap

Loyalitas Pengunjung Gunung Geger Kabupaten Bangkalan.

3. Berdasarkan hasil uji F Menunjukkan bahwa F hitung sebesar $19,009 > F$ tabel sebesar $2,73$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya bahwa variabel Citra Objek Wisata, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Wisatawan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pengunjung.

Saran

Saran yang bisa diajukan peneliti setelah melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagi pihak pengelola Wisata Gunung Geger Kabupaten Bangkalan terus meningkatkan kualitas serta pelayanan yang terdiri dari Citra Objek Wisata (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) dan Kepuasan Wisatawan (X_3). Sehingga harus selalu dipantau dan dicermati oleh pengelola karena akan sangat berpengaruh dalam kemajuan dan kemunduran pariwisata

1. Mengingat variable Citra Objek Wisata (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) dan Kepuasan Wisatawan (X_3) berpengaruh terhadap Loyalitas Pengunjung untuk berkunjung ke Wisata Gunung Geger Kabupaten Bangkalan, maka sebaiknya pihak pengelola pariwisata lebih memperhatikan dalam membuat rencana agar pariwisata tetap dalam keadaan stabil.
2. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan apabila melakukan penelitian yang serupa agar memperhatikan jumlah sampel yang lebih besar dan variabel bebas yang lebih banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, s. d. (2014). *wisata syariah, karakter,potensi,prospek dan tantangannya*. jakarta: grafindo books meia.
- Arikunto, P. S. (2012). *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan edisi 2*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Asmara, Y. (2016). *Analisis kepuasan dan loyalitas pengunjung terhadap pelayanan di kawasan wisata goa selomangleng kota kediri dengan pendekatan structural equation modeling*. surabaya: institut teknologi sepuluh nopember surabaya.
- Asya Hanif, A. K. (2016). *Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* , 44-52.
- Banyai , M. (2009). *The Image of Tourism Destinations*. Waterloo, Canada.

- Gregorius, F. T. (2011). *Service, Quality and satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.
- Herdiyansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media.
- <https://resthoe.blogspot.com/2013/02/loyalitas-pengunjung.html?m=1>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga.
- Laksana, Z. M. (2015). *Manajemen Pelayanan Publik*. Bandung : CV PUSTAKA SETIA.
- lane, p. k. (2010). *manajemen pemasaran, jilid 1*. jakarta: erlangga.
- Listyawati, I. H. (2019). pengaruh fasilitas wisata, citra destinasi, dan kepuasan terhadap loyalitas wisatawan. *JBMA* , VI.
- Lovelock, e. a. (2010). *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi. Edisi Ketujuh. Diterjemahkan oleh Dian Wulandari dan Devri Barnadi Putera*. jakarta: erlangga.
- Nurlestari, A. F. (2016). pengaruh daya tarik wisata terhadap niat kunjungan ulang wisatawan dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening pada taman safari indonesia cisarua bogor. *jurnal pariwisata* .
- Palupi, N. D. (2017). Analisis Pengaruh Kepuasan Produk Wisata Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Kasus Pada Wisatawan Diy). *JBMA* , 2.
- Pendit, N. S. (2007). *Abad Pariwisata Indonesia Mensejahterakan Masyarakat ; Pengalaman Masa Lalu, Kiprah Kerja Hari Ini, Prospek dan Harapan Esok Hari*. Jakarta: MPI.
- Philip kotler, k. k. (2013). *Marketing manangement, 14th Ed.* england: Pearson Education Limited.
- Pitana, I G., dan I K. S. Diarta. 2009. Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta: Andi.
- Rahadhini, L. d. (2013). Pengaruh Citra Objek Wisata Umbul Tlatar Boyolali. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* , 58-68.
- Sembiring, A. T. (2017). *Pengaruh Citra Destinasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Dan Keputusan Kunjungan Ulang (Studi Kasus Wisatawan Istana Maimoon Medan)*. Sumatera utara: Universitas Sumatera Utara.
- Stela sangkaeng, l. m. (2015). pengaruh citra, promosi dan kualitas pelayanan objek wisata terhadap kepuasan wisatawan di objek wisata taman laut bunaken sulawesi utara. *jurnal emba* , 1089-1100.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran*. yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Sudaryono. (2017). *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. (2015). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung. ALFABETA.
- Sukmaningtiyasputri. (2015, September Selasa).
- Winahyu, S. S. (2016). *Pengaruh citra destinasi, nilai persepsi dan kualitas layanan terhadap city branding melalui loyalitas wisatawan yang berkunjung ke jember*. jember: universitas jember.
- Zahra, S., & Matulesy, A. (2012). persepsi terhadap kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas konsumen. *Jurnal Psikologi Indonesia* , 122-129

Biografi Penulis Rodifah

Penulis Adalah Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Bangkalan. Pendidikan Trakhir Penulis Adalah (S1)Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Bangkalan,Lulus Tahun 2024