

---

## ANALISIS KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP KUALITAS PRODUK WISATA KULINER SATE IKAN TANJUNG DI KABUPATEN LOMBOK UTARA

Oleh

Ni Putu Hendri Widiartini<sup>1</sup>, Lalu Yulendra<sup>2</sup> & Muhammad Azizurrohman<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram

Email : <sup>1</sup>[putuhendriwidiartini682@gmail.com](mailto:putuhendriwidiartini682@gmail.com), <sup>2</sup>[laluyulendrampar@gmail.com](mailto:laluyulendrampar@gmail.com)

<sup>3</sup>[m.azizur96@gmail.com](mailto:m.azizur96@gmail.com)

---

### Article History:

Received: 08-09-2022

Revised: 16-10-2022

Accepted: 25-10-2022

### Keywords:

Tourist Satisfaction, Tourism Quality Products, Sate Ikan Tanjung, Expectation, Performance, Comparison, Confirmation/Disconfirmation.

**Abstract:** *This study aims to determine tourist satisfaction with the quality of Tanjung Fish Satay tourism products in Lombok Regency. This study is a quantitative descriptive study with four sub-variables of tourist satisfaction expectations, performance, comparison, confirmation/disconfirmation as independent variables and one tourism product quality as the dependent variable. The population in this research are tourists who buy tanjung fish satay tourism products and the sample used is 50 respondents and the sampling technique uses purposive sampling with a specific goal, namely tourists who buy cape fish satay products at least twice. Data collection techniques using questionnaires, documentation, interviews, and observations. The data analysis technique used is multiple linear regression with the help of SPSS application. The results of this study indicate that the sub-variables of expectation, performance, comparison, confirmation/disconfirmation partially have a significant effect on the quality of tourism products. The results of the t-test (partial) also show that the sub-variable expectations, comparisons have no significant effect on tourism products and expectations and the actual performance of the product have a significant effect on product quality. Based on the results of the F (simultaneous) test, it shows that the sub-variables of tourist satisfaction expectations, performance, comparison, confirmation/disconfirmation simultaneously have a significant effect on tourism products.*

---

## PENDAHULUAN

Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) merupakan salah satu provinsi yang berada di Kawasan Timur Indonesia (KTI) dalam waktu Indonesia Bagian Tengah (WITA), dan terletak di antara Provinsi Bali dan Nusa Tenggara Timur. Adapun keadaan geografis dalam luas wilayah Provinsi Nusa Tenggara Barat mencapai 20.153,15 Km persegi, terdiri dari dua

pulau besar yaitu Pulau Lombok dengan luas 4.736,70 Km persegi dan Pulau Sumbawa dengan luas 15.414,15 Km persegi, serta 280 pulau kecil dan 44 pulau yang telah berpenghuni (Badan Pusat Statistik Provinsi NTB 2017).

Berdasarkan informasi yang di lansir dari website provinsi NTB ([ntbprov.go.id](http://ntbprov.go.id)) bahwa Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) menjadi destinasi super prioritas di Indonesia, pembangunan serta pengembangan destinasi super prioritas ini akan dilakukan secara bertahap selama 5 tahun ke depan, proses pembangunannya akan dimulai pada tahun 2021 hingga 2024 mendatang setelah Peraturan Presiden (Perpres) ditetapkan. Hal ini di dukung dengan kondisi alam Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) yang terbilang memiliki banyak potensi dalam hal destinasi wisata mulai dari pegunungan, pantai, hingga air terjun tak hanya sampai disana Nusa Tenggara Barat (NTB) hal ini dapat menjadi peluang besar bagi setiap Kabupaten untuk berramai ramai menopang Nusa Tenggara Barat untuk menjadi destinasi yang superprioritas di Indonesia, salah satu nya Kabupaten yang akan menopang adalah Kabupaten Lombok Utara dengan jumlah kunjungan wisatawan.

**Tabel 1. Data Kunjungan Wisatawan Kabupaten Lombok Utara**  
**Sumber: Data Sekunder Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Utara, 2015**

Kecamatan	Jumlah Wisatawan		
	Wisnu	Wisman	Jumlah
	2015	2015	2015
<b>Pemenang</b>	63 914,00	428 790,00	492 704,00
<b>Tanjung</b>	2 076,00	23 985,00	26 061,00
<b>Gangga</b>	0,00	0,00	0,00
<b>Kayangan</b>	0,00	0,00	0,00
<b>Bayan</b>	848,00	15 912,00	16 760,00
<b>Lombok Utara</b>	66 838,00	468 687,00	535 525,00

Pada tabel diatas, kunjungan wisatawan ke Kabupaten Lombok Utara tersebar luas di 3 Gili yaitu Gili Meno, Gili Ayer (Air), dan Gili Trawangan biasa disebut dengan Gili Matra atau TWP Gili Indah, mempunyai luas 2.954 Ha terdiri dari daratan seluas 665 Ha dan selebihnya perairan laut. Taman Wisata Perairan Gili Matra sebelumnya ditetapkan berdasarkan SK, Menhut No. 85/Kpts-II/1993 seluas 2.954 Ha. Selanjutnya, pada Tahun 2001. Kawasan taman wisata alam pulau gili ayer, gili meno dan gili trawangan seluas 2.954 hektar tersebut, ditetapkan sebagai kawasan pelestarian alam perairan berdasarkan Keputusan Menteri Kehutanan No. 99/Kpts-II/2001, tak hanya pada 3 Gili wisatawan yang berkunjung pun tersebar pada Air Terjun, jalur pendakian Gunung Rinjani, wistawan pun saat berkunjung banyak menikmati wisata Kuliner khas dari kabupaten Lombok Utara seperti pelecing, opak-opak, samapai dengan Sate Ikan Tanjung yang menjadi kuliner Khas dari Kabupaten Lombok utara.

Sate Ikan Tanjung yaitu Sate berbahan dasar ikan memiliki rasa yang pedas dan gurih. Berbeda dengan penyajian sate pada umumnya yang menggunakan saus kacang, sate asal Lombok Utara ini disajikan tanpa menggunakan saus apapun. Cita rasanya yang khas membuat sate ikan tanjung menjadi primadona masyarakat di Lombok. Rasa pedas berpadu dengan daging ikan yang empuk membuat banyak orang yang mencicipinya ketagihan. Sate Ikan Tanjung banyak dijual di sepanjang jalan di Desa Tanjung, Kecamatan

Tanjung, Kabupaten Lombok Utara, Nusa Tenggara Barat. Sate Ikan tanjung dapat dijadikan sebagai salah satu produk wisata yang menopang Nusa Tenggara Barat sebagai destinasi superprioritas di Indonesia, seiring dengan hal tersebut maka di perlukan nya peningkatan kualitas terhadap wisata agar adanya sebuah kepuasan wisatawan yang dimana kepuasan wisatawan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

## LANDASAN TEORI

Dalam penelitian ini, senantiasa peneliti mengacu ke beberapa sumber sebagai bahan referensi, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Novita Sari (2016) dengan judul kepuasan wisatawan terhadap wisata kuliner di objek wisata pantai indah selatbaru kecamatan bantan kabupaten bengkalis, penelitian kedua yang dilakukan Dedi Saputra Hertig (2017) dengan judul analisis kualitas makanan terhadap kepuasan wisatawan di W Sense restoran watermark hotel & spa Bali, ketiga penelitian yang dilakukan Dian Fatmawati (2012) dengan judul analisis kepuasan produk terhadap kepuasan konsumen pada 5 rumah makan sate klasifikasi C di Kota Bandung, dan penelitian yang dilakukan oleh Florensus Purek Lolong (2017) dengan judul pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen.

Penelitian ini menggunakan teori produk wisata yang dikemukakan oleh Muljadi (dalam Oktaviyany, 2016) Produk wisata merupakan keseluruhan fasilitas atau pelayanan yang berbentuk nyata atau tidak nyata disediakan bagi wisatawan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati agar suatu kesatuan rangkaian perjalanan dapat memberikan pengalaman yang baik bagi wisatawan semenjak meninggalkan tempat tinggalnya sampai ke daerah tujuan wisata yang dipilih hingga kembali ketempat asalnya, teori kedua yaitu wisata kuliner oleh Harsana, 2008 wisata kuliner adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela dan bersifat sementara untuk menikmati makanan atau minuman khas. Hal ini dapat diartikan juga bahwa kegiatan manusia yang melakukan perjalanan dengan destinasi suatu tempat guna memperoleh atau menikmati makanan atau minuman khas yang hanya dapat dijumpai di daerah tersebut, dan teori ketiga produk unggulan oleh Suyanto (dalam Hendra Yufit 2017) menyatakan bahwa produk unggulan adalah produk hasil usaha yang memiliki peluang pemasaran yang tinggi dan menguntungkan bagi masyarakat desa. Produk unggulan dalam konteks ini tidak harus selalu berupa produk fisik seperti hasil pertanian atau kerajinan, tetapi juga dapat berupa produk budaya yang dikembangkan melalui modernisasi pengelolaannya, selanjutnya teori Wilkie dalam (Novita Sari, 2016) jurnal yang berjudul "Kepuasan Wisatawan Terhadap Wisata Kuliner Di Objek Wisata Pantai Indah Selatbaru Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis" menyatakan bahwa terdapat 4 Elemen Dalam Kepuasan Konsumen yaitu:

a. *Expectations*

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berhadap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Barang atau jasa yang sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan konsumen merasa puas.

b. *Performance*

Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan merek. Ketika kinerja aktual barang atau

jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.

c. *Comparison*

Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.

d. *Confirmation/Disconfirmation*

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain. konfirmasi terjadi bila harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. Sebaliknya disconfirmation terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk. Konsumen akan merasa puas ketika terjadi *confirmation/ disconfirmation*.

Dengan hipotesis sebagai berikut :

H0 :  $X \neq Y$  Tidak adanya Pengaruh Kepuasan Wisatawan terhadap Kualitas Produk Sate Ikan Tanjung di Kabupaten Lombok Utara

H1 :  $X = Y$  Secara simultan adanya Pengaruh Kepuasan Wisatawan terhadap Kualitas Produk Sate Ikan Tanjung di Kabupaten Lombok Utara

H2 :  $X_1, X_2 = Y/X, \dots$  Secara parsial adanya Pengaruh Kepuasan Wisatawan terhadap Kualitas Produk Sate Ikan Tanjung di Kabupaten Lombok Utara

H3 :  $X_1 = Y/X(n) = Y$  Hanya satu sub variabel kepuasan wisatawan yang berpengaruh terhadap kualitas produk Sate Ikan Tanjung di Kabupaten Lombok Utara

## METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini akan digunakan metode deskriptif kuantitatif. Populasi yang diteliti yaitu wisatawan yang datang dan membeli produk sate ikan tanjung di kabupaten lombok utara, dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, karena peluang dari anggota populasi yang dipilih sebagai sampel didasarkan pada pertimbangan dan keputusan peneliti (Sugiyono, 2018). Karakteristik dari sampel yang digunakan adalah Karakteristik dari sampel yang digunakan adalah wisatawan yang telah berkunjung dan pernah melakukan minimal 2 kali pembelian produk wisata kuliner Sate Ikan Tanjung di Kabupaten Lombok Utara, dengan jumlah sampel 50 wisatawan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuisioner merupakan alat pengumpulan data yang telah disediakan oleh peneliti yang berupa pernyataan tertulis kepada responden sehingga, data yang diperoleh sesuai dengan judul penelitian (Sugiono, 2013), wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara peneliti dan narasumber (Idrus, 2021:112), dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data yang tidak ditujukan langsung kepada subjek penelitian. Studi dokumen adalah jenis pengumpulan data yang meneliti berbagai macam dokumen yang berguna untuk bahan analisis (Idrus, 2021:113), dan Teknik observasi adalah pengamatan yang dilakukan oleh penelitian dengan cara langsung mendatangi lokasi penelitian. Penulis mengadakan observasi atau pengamatan dan pencatatan secara tidak langsung kepada objek penelitian.

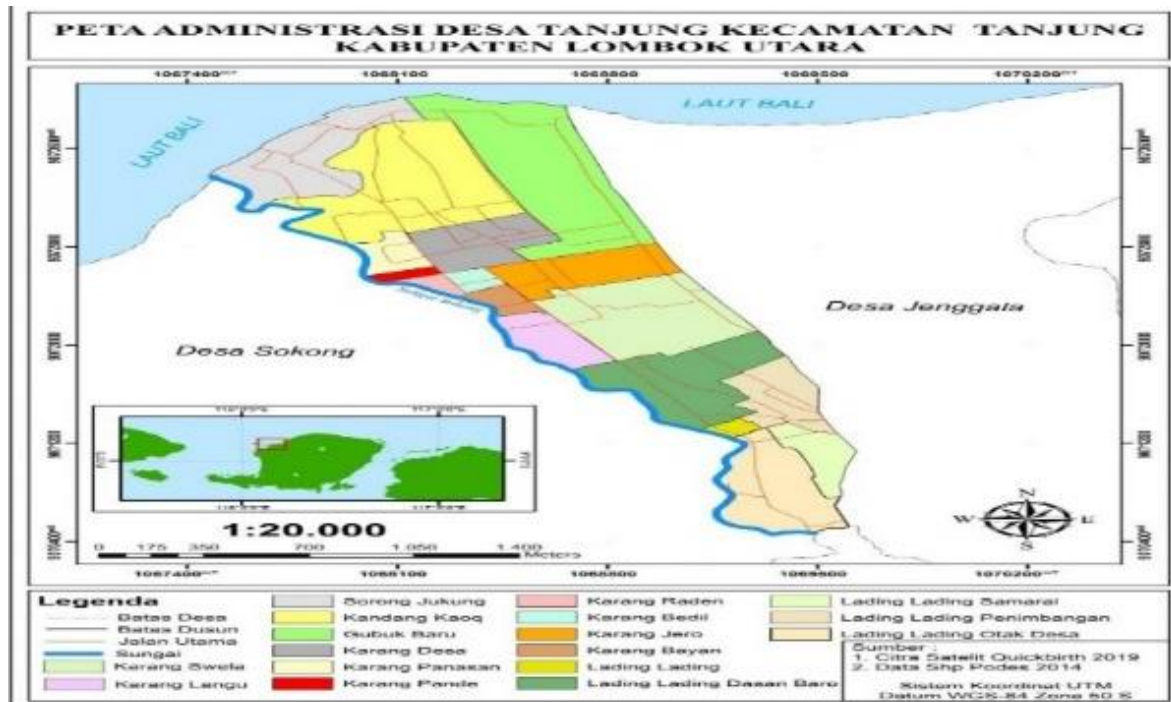
Analisis dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif serta analisis regresi linear berganda Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Hasan dalam (Sondakh, 2016), regresi linear berganda adalah regresi dimana

variabel terikatnya (Y) dihubungkan /dijelaskan lebih dari satu variabel. Syarat kelayakan yang harus terpenuhi saat kita menggunakan regresi linear berganda adalah:

1. Nilai residual harus berdistribusi normal
2. Tidak terdapat multikolinearitas antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).
3. Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

## HASIL DAN PEMBAHASAN



**Gambar 1. Lokasi Penelitian Peta Administrasi Desa Tanjung**  
Sumber: Website Desa Tanjung,2018

Kabupaten Lombok Utara merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Nusa Tenggara Barat, dengan posisi terletak di bagian utara Pulau Lombok dengan posisi antara 08° 21' 42" Lintang Selatan dan 116° 09' 54" Bujur Timur. Ibu kota Kabupaten Lombok Utara adalah Tanjung yang juga merupakan pusat pemerintahan. Tanjung merupakan salah satu kecamatan dengan 11 dusun yaitu Dusun Kandang Kaoq, Dusun Gubuk Baru, Dusun Karang Bayan, Dusun Karang Bedil, Dusun Karang Desa, Dusun Karang Jero, Dusun Karang Langu, Dusun Karang Panasan, Dusun Karang Raden, Dusun Karang Swela, Dusun Lading Lading, di masing masing dusun ini tersebar pedagang Sate Tanjung Setiap sore.

Ada 3 pemilihan Lokasi penelitian yang di pilih penulis untuk menyebarkan kuisisioner lapak sate yang berada di Kec.Tanjung, kabupaten Lombok 3 lokasi ini merupakan 3 lokasi yang resep nya di katakana turun temurun, merupakan lokasi yang banyak di kunjungi oleh wisatawan baik mancanegara maupun nusantara, dan 3 lokasi ini pula yang menjadi titik penjualan sate tanjung dengan pengunjung teramai, lokasi tersebut yaitu :

1. Lapak sate pojo'an Suginten

Lapak sate ini terletak di dusun Karang Bayan, Desa Tanjung, Kec. Tanjung, pojo'an Suginten merupakan pedagang sate tanjung pertama yang di mulai pada tahun 1970 pojo'an suginten di kenal legendaris oleh masyarakat sekitar dan di wariskan secara

turun temurun oleh anak cucu nya.

## 2. Lapak bik Anten

Lapak ini terletak persin di jalan raya Tanjung, lapak ini menjadi nomor 2 terlaris tetelah pojo'an suginten yang berdiri pada tahun 2008, lapak bik anten bisa menjual 500 lebih tusuk sate sperhari nya.

## 3. Lapak karang Raden

Lapak ketiga terlaris di Kec. Tanjung lapak ini berdiri mulai tahun 2008 merupakan tempat membeli sate tanjung terlaris tiga varian yang dijual pun hampir sma dengan lapak lain seperti sate ikan tanjung itu sendri, dan pepes ikan.

## 1. Hasil Penelitian

### 1.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah instrumen yang disebar oleh peneliti apakah data yang valid atau tidak.

**Tabel 2. Uji Validitas**

Variabel	R Hitung	R Tabel	Hasil
Rata X1	0,286	0,278	valid
Rata X2	0,657	0,279	valid
Rata X3	0,632	0,280	valid
Rata X4	0,666	0,281	valid

Sumber: Data Olahan Pribadi, 2022

Uji validitas pada tabel diatas menunjukkan R hitung setiap variabel > nilai R tabel (0,2787) maka data penelitian ini memiliki output yang valid.

### 1.2 Uji Reliabilitas

Uji realibilitas di lakukan untuk mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

**Tabel 3. Uji Reliabilitas**

Reliability Statistics	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0.875	5

Sumber: Data Olahan Pribadi, 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* (0,875) lebih besar dari 0,6 maka data yang diolah oleh peneliti dapat dikatakan reliabel.

### 1.3 Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal, dengan tujuan untuk mengetahui apakah suatu data terdistribusi secara normal atau tidak. Lebih lanjut dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 4. Uji Normalitas**

<b>Test Statistic</b>	0,11
<b>Nilai Probability Significancy</b>	0,05
<b>Hasil</b>	Valid

Sumber: Data Olahan Pribadi, 2022

Berdasarkan dari tabel diatas bahwa dapat di jelaskan nilai dari uji normalitas pada hasil di dapatkan test statistic 0,11, maka dalam hipotesa  $> 0,05$  dan dari hal itu maka data yang di olah penulis dikatakan berdistribusi normal.

#### 1.4 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji model regresi ditemukan adanya correlation antar variabel independen atau tidak.

**Tabel 5. Uji Multikolinearitas.**

<i>Tolerance</i>	Standart Tolerance	VIF	Standart VIF	Keterangan
0.641	1	1.56	10	Tidak Terdapat Multikolinearitas
0.382	1	2.621	10	Tidak Terdapat Multikolinearitas
0.208	1	4.81	10	Tidak Terdapat Multikolinearitas
0.27	1	3.701	10	Tidak Terdapat Multikolinearitas

Sumber: Data Olahan Pribadi, 2022

Dari tabel diatas dapat di jelaskan bahwa nilai toleran seluruh variabel  $< 1$  serta VIF dari seluh variabel  $< 10$  maka dapat di simpulkan bahwa data yang diolah penulis tidak terjadi multikolinieritas atau gangguan.

#### 1.5 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan lain.

**Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Probability Significancy	Standart Significancy	Keterangan
X1	0.476	0.05	Valid
X2	0.869	0.05	Valid
X3	0.875	0.05	Valid
X4	0.722	0.05	Valid

Sumber: Data Olahan Pribadi, 2022

Dari table diatas dapat dilihat bahwa independent nilai probality (sig) seluruh variabel lebih besa r 0,05 berarti tidak terjadi heterokedastisitas pada hasil penelitian ini.

#### 1.6 Analisis Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh antara variabel bebas yaitu Expectation (X1), Performance (X2), Comparation (X3), Confirmation / Disconfirmation (X4) terhadap variabel terikat yaitu Produk Wisata (Y). Analisis regresi

linear berganda diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 25 dengan tingkat signifikansi 0,05.

**Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Sub Variabel	Koefisien Regresi
<i>Constanta</i>	1.878
<i>Expectation</i>	-0.231
<i>Performance</i>	0.394
<i>Comparison</i>	0.068
<i>Confirmation / Disconfirmation</i>	0.228

Sumber: Data Olahan Pribadi, 2022

Dari tabel diatas, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,878 - 0,231 X_1 + 0,394 X_2 + 0,068 X_3 + 0,228 X_4$$

Dari persamaan diatas dapat diketahui bahwa keseluruhan variabel bebas berpengaruh terhadap produk wisata dengan interpretasi sebagai berikut:

- Nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 1,878 dengan tanda positif menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel bebas dan variabel terikat. Hal ini menunjukkan bahwa jika seluruh variabel bebas yang meliputi *expectation*, *performance*, *comparison* dan *confirmation / disconfirmation* dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan maka nilai produk wisata (Y) adalah 1,878.
- Nilai koefisien untuk sub variabel *expectation* (X1) sebesar -0,231. Artinya bahwa setiap kenaikan *expectation* sebesar satu satuan, maka produk wisata akan menurun sebesar 0,231 dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.
- Nilai koefisien untuk sub variabel *performance* (X2) sebesar 0,394. Artinya bahwa setiap kenaikan *performance* sebesar satu satuan, maka produk wisata akan naik sebesar 0,394 dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.
- Nilai koefisien untuk sub variabel *comparison* (X3) sebesar 0,068. Artinya bahwa setiap kenaikan *comparison* sebesar satu satuan, maka produk wisata akan naik sebesar 0,068 dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.
- Nilai koefisien untuk sub variabel *confirmation / disconfirmation* (X4) sebesar 0,228. Artinya bahwa setiap kenaikan *confirmation / disconfirmation* sebesar satu satuan, maka produk wisata akan naik sebesar 0,228 dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.

### 1.7 Uji Parsial (Uji T)

Uji T dilakukan untuk melihat sejauh mana pengaruh secara parsial masing-masing dengan variabel independen *expectation*, *Performance*, *Comparison*, dan *Confirmation/Disconfirmation*. Uji t dilakukan juga untuk melihat variabel mana yang paling dominan. Uji t dilakukan dengan membandingkan antara  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 5%. Jika nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dibandingkan  $t_{tabel}$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan atau sebaliknya. Berdasarkan hasil perhitungan regresi yang dilakukan maka diperoleh koefisien parsial dari masing-masing variabel independen sebagaimana Hipotesis:  $H_2 = X_2$  dan  $X_3 = Y/X_3 = Y$  (Berpengaruh secara terpisah) = Terdapat Sebagian variable yang berpengaruh terhadap kepuasan Sate Ikan Tanjung.



Tabel 8. Uji Parsial (Uji T)

Variabel	T- Hitung	Sig	T- Tabel	A	Hasil
X1	1,550	0,128	2.0141	0,05	Tidak berpengaruh
X2	2.178	0,035	2.0141	0,06	Berpengaruh
X3	0,510	0,613	2.0141	0,07	Tidak berpengaruh
X4	2.115	4,010	2.0141	0,08	Berpengaruh

Sumber: Data Olahan Pribadi, 2022

Berdasarkan perhitungan yang di lakukan penulis didapatkan angka nilai Pr sebesar 0,025 dan nilai df sebesar 45 yang menghasilkan Nilai  $t_{tabel}$  : 2.0141.

Keputusan :

- Untuk *expectation* ( $X_1$ ), diperoleh nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $1.550 < 2.0141$ ) dan  $Sig > 0,05$  ( $0,128 > 0,05$ ). Ini berarti variable *expectation* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.
- Untuk *Performance* ( $X_2$ ), diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.178 > 2.0141$ ) dan  $Sig < 0,05$  ( $0,035 < 0,05$ ) Ini berarti variabel *Performance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.
- Untuk *Comparison* ( $X_3$ ), diperoleh nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0.510 < 2.0141$ ) dan  $Sig > 0,05$  ( $0,613 > 0,05$ ) Ini berarti variabel *Comparison* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.
- Untuk *Confirmation/Disconfirmation* ( $X_4$ ), diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.115 > 2.0141$ ) dan ( $4.010 < 0,05$ ). Ini berarti variabel *Confirmation/Disconfirmation* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

### 1.8 Uji Simultan (Uji F)

Pengujian secara simultan (Uji-F) digunakan untuk menguji signifiikasi pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Teknik pengujiannya dilakukan dengan cara membandingkan nilai Fhitung dengan nilai Ftabel pada taraf signifikansi 0,05 atau taraf kepercayaan (level of confidence) sebesar 95%.

Tabel 9. Uji Simultan (Uji F)

F hitung	F tabel	sig.	A	Keterangan
12.93	2.57	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data Olahan Pribadi, 2022

Dapat diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  ( $12.930 > 2.57$ ), dan nilai Signifikansi (sig.) = 0.000 yang lebih kecil dari nilai  $\alpha = 0,05$ . Hasil ini membuktikan bahwa secara simultan atau bersama-sama variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *expectation*, *Performance*, *Comparison*, dan *Confirmation/Disconfirmation*. mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kualitas pelayanan.

### 1.9 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji determinan berfungsi untuk mengetahui besaran proporsi variasi dari variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel oleh variabel independen.

**Tabel 10. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Nilai R-Squared	Estimasi	Keterangan
0,731	≤ 1	Valid

Sumber: Data Olahan Pribadi, 2022

Nilai R (koefisien determinasi) menunjukkan besarnya kontribusi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam sebuah model. Hasil perhitungan yang disajikan pada tabel di atas menunjukkan nilai R = 0,731. Hal ini berarti bahwa sebesar 73,1% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel bebas kualitas pelayanan yang terdiri dari *expectation*, *Performance*, *Comparison*, dan *Confirmation/Disconfirmation* sedangkan sisanya sebesar 26,9% merupakan variabel di luar model.

## 2. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan wisatawan terdiri dari *expectation*, *performance*, *comparison*, *confirmation/disconfirmation*.

### 1. Kepuasan Wisatawan Terhadap Produk Wisata Sate Ikan Tanjung Sub Variable *Expectation*

Harapan wisatawan terhadap wisata kuliner Sate Ikan Tanjung di Kabupaten Lombok Utara yaitu dengan harga tidak mahal, tampilan yang menarik, porsi yang banyak, serta kemasan yang bagus namun di dapatkan pada hasil pengolahan data peneliti maka tidak adanya pengaruh yang signifikan *expectation* (harapan) terhadap kepuasan wisatawan pada wisata kuliner Sate Ikan Tanjung di Kabupaten Lombok Utara dengan memiliki t-hitung 1,550 hal ini di dukung oleh pernyataan Yoeti (2000) dalam jurnal yang berjudul "pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT.Toi" dengan nama penulis (Ade Syarif Maulana, 2016) yang menyatakan bahwa ketika *Performance > Expectation* dengan arti ketika kinerja aktual sebuah produk melebihi harapan maka akan terjadi kepuasan wisatawan, dari pernyataan tersebut dapat di tarik kesimpulan sebuah harapan wisatawan terhadap sebuah produk tidak dapat dijadikan tolak ukur untuk menentukan kepuasan wisatawan karena setiap orang memiliki harapan yang berbeda beda, tidak dapat di ukur kemutlakan nya.

### 2. Kepuasan Wisatawan Terhadap Kualitas Produk Wisata Sate Ikan Tanjung Dari Sate Ikan Tanjung Sub Variable *Performance*

*Performance* yaitu pengalaman wisatawan terhadap produk aktual dari wisata kuliner Sate Ikan Tanjung di Kabupaten Lombok Utara *Performance* yang terdiri kemasan, harga, keunikan, serta porsi merupakan salah tolak ukur dari kepuasan wisatawan namun dalam penelitian ini variabel *Performance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada wisata kuliner Sate Ikan Tanjung di Kabupaten Lombok Utara dengan memiliki t<sub>hitung</sub> 2.178 yang dilihat dari sisi kemasan dan harga, hal ini di dukung oleh penelitian dari Novita Sari (2016) yang memiliki hasil yang sama bahwa kinerja suatu produk harus dapat memenuhi harapan wisatawan kepuasan terhadap produk wisata kuliner Sate Ikan Tanjung di Kabupaten Lombok Utara pada khususnya dan diperkuat kembali dengan pernyataan dari Yoeti dalam jurnal yang berjudul "pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT.Toi" dengan nama penulis (Ade Syarif Maulana 2016) yang menyatakan bahwa ketika *Performance > Expectation* dapat dikatakan pelanggan mengalami kepuasan, maka dari itu kinerja aktual sebuah produk sangat penting untuk mencapai kepuasan wisatawan terhadap produk wisata kuliner Sate Ikan Tanjung di Kabupaten Lombok Utara.

### 3. Kepuasan Wisatawan Terhadap Kualitas Produk Wisata Sate Ikan Tanjung Sub Variable Comparison

Comparison yaitu tahap membandingkan harapan sebelum membeli produk dengan kinerja produk actual, pada penelitian ini didapatkan bahwa comparison (tahap perbandingan produk) tidak berpengaruh signifikan pada kepuasan wisatawan terhadap produk wisata kuliner Sate Ikan Tanjung di Kabupaten Lombok Utara dengan hasil T-hitung 0.510 pada hasil olahan data, hal ini di dukung oleh pernyataan dari Tjitono dalam "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampak Nya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Iphone" (Setiawan Tri Saputra, 2017) yang menyatakan bahwa *comparison to ideal* yaitu kinerja produk dibandingkan dengan produk ideal menurut persepsi konsumen maka dapat disimpulkan bahwa *comparison* merupakan bagian persepsi seseorang dan hal tersebut tidak dapat menjadi penguat yang valid, karena setiap seseorang memiliki persepsi yang berbeda dalam membandingkan sesuatu, barang atau sebuah produk.

### 4. Kepuasan wisatawan terhadap produk wisata Sate Ikan Tanjung sub variable Confirmation/Disconfirmation

Confirmation/disconfirmation yaitu proses kembalinya atau tidak kembalinya konsumen atau wisatawan untuk membeli sebuah produk yang sudah dinikmati sebelumnya, ketika wisatawan merasa puas pada kinerja actual sebuah produk maka akan terjadi *confirmation* (kembalinya wisatawan untuk membeli produk) namun sebaliknya ketika wisatawan tidak puas atau mengalami ketraumaan dengan suatu produk maka akan terjadi *disconfirmation* (tidak kembalinya wisatawan untuk membeli produk tersebut) namun dalam penelitian ini variabel *Confirmation/Disconfirmation* berpengaruh signifikan pada kepuasan wisatawan terhadap produk wisata kuliner Sate Ikan Tanjung di Kabupaten Lombok Utara dengan memiliki T-hitung 2.115 yang dimana artinya bahwa kepuasan terhadap produk wisata kuliner Sate Ikan Tanjung di lihat dari tidak kembalinya wisatawan ke wisata kuliner Sate Ikan Tanjung di karena kan oleh factor dari kinerja aktual produk wisata Sate Ikan Tanjung ini di dukung oleh penelitian novita sari (2016) yang memiliki hasil yang serupa bahwa faktor ketraumaan wisatawan menjadi salah satu tolak ukur wisatawan atau konsumen tidak merasa puas dengan sebuah produk.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Adanya pengaruh kepuasan wisatawan (X) terhadap kualitas produk wisata (Y) yang dapat di lihat pada koefisien determinasi  $R^2$  dengan jumlah persentase pengaruh 73,1%, sisa nya 26,9% merupakan di luar model dari penelitian ini.
2. Nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 1,878 dengan tanda positif menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel bebas dan variabel terikat. Hal ini menunjukkan bahwa jika seluruh variabel bebas yang meliputi *expectation, performance, comparison dan confirmation / disconfirmation* dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan maka nilai produk wisata (Y) adalah 1,878.
3. Wisatawan belum mendapatkan kualitas produk sate ikan tanjung di kabuptaen Lombok utara dalam bidang kinerja aktual produk sehingga menyababkan nya

ketidakpengulangan pembelian produk wisata hal ini dapat di lihat pada berpengaruhnya sub variabel *performace* ( $X^2$ ) pada uji T di dapatkan angka sebesar 2.178 dan *confirmation/disconfrirmation* ( $X^4$ ) pada hasil uji T didapatkan angka sebesar 2.115.

4. Berdasarkan uji Farsial (uji T) yang menyatakan bahwa  $H^0$ ,  $H^1$ ,  $H^3$  di tolak dan  $H^2$  di terima sebagaimana pada uji T di dapaatkan nya sub variabel *performace* ( $X^2$ ) sebesar 2.178 dan *confirmation/disconfrirmation* ( $X^4$ ) sebesar 2.115 yang berarti berpengaruh secara terpisah.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pelaku peneyedia produk wisata maupun pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan bagi pedagang Sate Ikan Tanjung untuk dapat meningkatkan kualitas produknya, sehingga dapat meningkatkan kepuasan wisatawan. Dikarenakan berdasarkan hasil penelitian ini terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan wisatawan dengan kualitas produk.
2. Dalam kaitannya dengan kualitas produk dengan indikator “harga produk, kemasan”, diharapkan pedagang Produk wisata Sate Ikan Tanjung perlu untuk di kembangkan lagi agar dapat memenuhi keinginan wisatawan.
3. Bagi Pemerintah diharapkan dapat memberikan perhatian seperti pelatihan kuliner terkait tata cara pengemasan yang hyginis pemanfaatan sumber daya yang ada agar dapat mensejahterakan para pelaku kuliner wisata khususnya produk wisata Sate Ikan Tanjung.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ade, S.M. (2016). pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT.Toi. Jurnal Ekonomi Volume 7 Nomor 2.
- [2] Amin,ZR (2012). Analisis Keamanan Pangan, Preferensi Dan Sikap Konsumen Terhadap Produk Sate Ikan Tanjung Di Lombok Utara. 1 thesis, Universitas Mataram.
- [3] Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- [4] Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat. 2022. Provinsi Nusa Tenggara Barat Dalam Angka 2022. <https://ntb.bps.go.id/publication/2022/02/25/81b407c481be37affd75d6f5/provinsi-nusa-tenggara-barat-dalam-angka-2022.html>
- [5] Candra, V., Simarmata, N. I. P., Mahyuddin, M., Purba, B., Purba, S., Chaerul, M., Hasibuan, A., Siregar, T., Sisca, S., Karwanto, K., Romindo, R., & Jamaludin, J. (2021). Pengantar Metodologi Penelitian. Yayasan Kita Menulis.
- [6] Dani, Thamrin (2019) Peran Produk Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. Jurnal Ilmu Manajemen Volume 8 Nomor 3 – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya
- [7] Diah, N (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Lima (5) Rumah Makan Sate Klasifikasi C Di Kota Bandung. S1 Thesis, Universitas Pendidikan Indonesia.
- [8] Duwi Priyatno. 2013. Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate Dengan SPSS. Yogyakarta : Gava Media

- 
- [9] Fitria, F., & Sudarmadi, D. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi dan Pengendalian Internal terhadap Kinerja Karyawan PT. Beton Elemen Persada. *Jurnal Akuntansi, Audit dan Sistem Informasi Akuntansi*, 3, 1-13.
- [10] Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- [11] Ghozali, Imam. 2019. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Universitas Diponegoro
- [12] Harsono, 2008. *Pengelolaan Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- [13] Hertwig, S. (2017). Analisis Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di W Sense Restaurant Watermark Hotel & Spa Bali. *jurnal kepariwisataan dan hospitalitas* 1(2)
- [14] Idrus, S. (2021). Menulis Skripsi Sama Gampangnya Membuat Pisang Goreng | Penting Ada Niat & Kemauan. *Literasi Nusantara*.
- [15] Kaligis, D. (2014). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pengunjung di Objek Wisata. Puncak Temboan Desa Rurukan Satu Kota Tomohon. *Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi*, Vol. 5, 50-52.
- [16] Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*, terjemahan Hendra Teguh, edisi Millenium, cetakan pertama (1st ed.). Jakarta: Prenhalindo.
- [17] Muljadi, 2009. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta. Penerbit: PT Raja Grafindo Persada.
- [18] Muljadi, 2012, *Kepariwisata dan Perjalanan*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- [19] Pureklolong, F. (2017). Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen. Universitas Santana Dharma Yogyakarta.
- [20] Sari, N. (2016). Kepuasan wisatawan terhadap wisata kuliner di objek wisata pantai indah selatbaru kecamatan bantan kabu paten bengkalis. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9).
- [21] Setiawan, T.S. (2017). pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen pengguna iphone. *Jurnal administrasi(JAB)*Vol. 50 NO.06
- [22] Sudarsono, Fx. 2001. *Aplikasi Tindakan Kelas*. Jakarta: DIKTI.
- [23] Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- [24] Suryadana, M. Liga. 2013. *Sosiologi Pariwisata: Kajian Kepariwisata dalam Paradigma Integratif-Transformatif Menuju Wisata Spiritual*. Bandung: Humaniora
- [25] Sondakh, P. M. N. (2016). Pelayanan, Keamanan dan Daya Tarik Mempengaruhi Minat Wisatawan Yang Berkunjung Ke Objek Wisata Alam Gunung Manahu, Tomohon. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1), Article 1. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/10635>
- [26] Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV
- [27] Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta

**HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN**