

# Pengaruh Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata Terhadap Keinginan Berkunjung Kembali Wisatawan Di Daya Tarik Air Terjun Nyarai Lubuk Alung

**Shadiqatil Aqwal**  
Universitas Negeri Padang

**Feri Ferdian**  
Universitas Negeri Padang  
e-mail: [shadiqatilaqwal13@gmail.com](mailto:shadiqatilaqwal13@gmail.com)

**Abstract.** *This research start with the service quality problem regarding those who wish to visit again. This research employed a descriptive research design using quantitative data. This research used both primary and secondary data sources. Tourists at the Nyarai Lubuk Alung Waterfall tourist attraction make up the research population. Using non-probability sampling techniques, the research sample consisted of 276 consumers. Purposive sampling research is the type that is carried out. A Likert scale questionnaire that has gone through validity and reliability testing is used as a collection for data tool and then processed with SPSS 25.00. The results of this research shown that service quality is in the quite agree category, namely 51.81%. Furthermore, the variable desire to visit again is in the agreed category, namely 35.51%. The impact of service quality (X) influences the desire to visit again (Y), with a score of 11.1% and 88.9% influenced by other factors. Additionally, the results of the multiple linear regression analysis yielded a t value of 0.450 with sig.  $0.000 < 0.05$  and a calculated F value of 1.203 with sig.  $0.000 < 0.05$ , indicating a significant effect of the service quality variable on the desire to return.*

**Keywords:** *Service Quality, Desire to Visit Again, Tourism.*

**Abstrak.** Penelitian ini dilatarbelakangi dengan ditemukannya permasalahan terkait kualitas pelayanan dan berkeinginan berkunjung kembali di Air Terjun Nyarai. Penelitian ini memakai desain penelitian deskriptif melalui penggunaan data kuantitatif. Penelitian ini memakai sumber data primer dan sekunder. Wisatawan yang berada di objek wisata Air Terjun Nyarai Lubuk Alung menjadi populasi penelitian. Melalui penggunaan teknik *non-probability sampling*, sampel untuk penelitian diraih 276 konsumen. Penelitian *purposive sampling* merupakan jenis penelitian yang dilakukan. Kuesioner skala likert yang sudah melewati pengujian validitas dan reliabilitas dipakai untuk menjadi alat mengumpulkan data kemudian diolah dengan SPSS 25.00. Temuan penelitian ini memperlihatkan kualitas pelayanan termasuk kategori cukup setuju yakni 51,81%. Diikuti dengan variabel keinginan berkunjung kembali berada pada kategori setuju yakni 35,51%. Pengaruh kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap keinginan berkunjung kembali (Y), dengan skor 11,1% serta 88,9% dengan faktor lain sebagai penyebab. Selain itu, hasil analisis regresi linier berganda diraih nilai t pada angka 0,450 dengan sig.  $0,000 < 0,05$  dan angka dari F hitung yakni 1,203 dengan sig.  $0,000 < 0,05$  memperlihatkan adanya pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas pemberian layanan terhadap keinginan untuk kembali.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Keinginan Berkunjung Kembali, Wisata

## PENDAHULUAN

Pariwisata ialah perjalanan menuju suatu tempat wisata untuk bersantai atau berlibur. Sejalan terhadap UU.No. 10 Tahun 2009, “pariwisata ialah bermacam aktivitas wisata yang dilengkapi dengan bermacam fasilitas dan pelayanan yang disajikan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah”. Riyadi dan Hakim (2012) menegaskan bahwa pariwisata termasuk sektor pembangunan yang paling strategis yang mempunyai berbagai pengaruh langsung dan tidak langsung yang berkontribusi terhadap sektor sosial, budaya, pendidikan, dan perekonomian bangsa.

Wisata alam merupakan satu diantara potensi wisata yang masih terus berkembang dan banyak diminati oleh para wisatawan. Wisata alam ialah sebuah wujud aktivitas wisata yang memakai potensi sumber daya alam dan pengelolaan lingkungan hidup, menurut Suwantoro (dalam Utami 2017). Sumber daya wisata alam bersumber langsung dari alam. Selain itu, wisata alam mempunyai potensi menarik wisatawan dan kegiatannya bermaksud untuk menumbuhkan rasa cinta terhadap alam baik melalui kegiatan alam maupun pengalaman pasca budidaya. Kebutuhan dan keinginan wisatawan terhadap fasilitas untuk melakukan aktivitasnya, wisata alam tetap berkomitmen pada pelestarian lingkungan. Wisata alam dapat ditemukan di tempat-tempat seperti pegunungan, pantai, dan kawasan pemandangan.

Satu diantara daerah dengan potensi wisata alam yang dapat dikembangkan lebih lanjut dan mendongkrak perekonomian masyarakat setempat ialah Sumatera Barat. Kabupaten Padang Pariaman merupakan satu tempat yang mempunyai potensi wisata alam. Setiap destinasi wisata mempunyai potensi untuk mengembangkan basis pengunjungnya melalui pengembangan yang berkelanjutan.

Umar menyatakan dalam Bachtiar (2016:17) bahwa minat pelanggan untuk kembali ialah suatu tindakan yang terwujud yang menjadi respons pada suatu barang dan menunjukkan bahwa pelanggan ingin kembali. Berikut adalah tanda-tanda pelanggan tertarik untuk kembali: niat untuk berkunjung lagi, bersedia memberikan saran untuk berkunjung lagi, reputasi yang positif dari pengunjung, berkomunikasi dengan ramah, dan terbuka terhadap saran perbaikan. Faktor yang berdampak akan minat berkunjung kembali yakni kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan wisata, kualitas produk wisata, preferensi merek, *perceived value*, dan harga.

Tjiptono (2016:59) mengungkapkan kualitas pelayanan ialah standar kelebihan yang diantisipasi dan pengelolaan standar kelebihan ini untuk memuaskan kebutuhan klien. Terdapat indikator kualitas pemberian layanan yaitu Bukti fisik (*tangible*), Keandalan (*reability*), Empati (*empathy*), Daya tanggap (*responsiveness*), dan Jaminan (*assurance*).

Dalam industri pariwisata, pemandu wisata atau *tour guide* merupakan salah satu profesi. Pemandu wisata bertugas mengawal pengunjung dan memberi mereka arahan serta nasihat. Anda harus bisa mendeskripsikan nuansa lokasi yang Anda kunjungi dalam tur jika ingin bekerja sebagai pemandu wisata. Karena pemandu wisata biasanya adalah penduduk setempat dari tujuan wisata yang dimaksud, mereka juga dapat membantu memenuhi kebutuhan pengunjung lain. Namun pada realitanya, hal tersebut tidak efektif

dan sering diabaikan. Namun, meskipun para pemandu wisata memiliki sertifikasi yang dianggap secara langsung pemerintah lokasi tersebut untuk menjadi bukti kemampuan mereka dalam memimpin wisata, baik mereka maupun pemuda di daerah tersebut secara keseluruhan tidak bisa berbahasa Indonesia dengan baik untuk menjadi pemandu wisatawan (Hayati & Drihartati, 2021; Hermawan, 2021; Prasetyo & Rukmini, 2019).

Selaku penduduk lokal, para pemandu sebenarnya kurang memahami secara menyeluruh tentang bentuk dan metodologi penyelenggaraan wisata yang baik dan benar. Kinerja masa lalu menunjukkan bahwa kondisi sumber daya manusia kawasan wisata Air Terjun Lubuk Nyarai masih memerlukan perbaikan baik dari segi pengelolaan, keahlian, maupun pelayanan. Meskipun data memperlihatkan hampir semua pemandu telah tersertifikasi, banyak dari mereka masih kurang menguasai bahasa lain selain bahasa Indonesia, terkhusus bahasa Inggris dan bahasa asing yang lain (Hidayana et al., 2020). Dengan fenomena yang ditemukan sehingga tujuan dari penelitian ini ialah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan pemandu wisata pada keinginan berkunjung kembali wisatawan di daya tarik wisata air terjun nyarai lubuk alung

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Berdasarkan pemaparan permasalahan dan tujuan yang hendak dipenuhi, maka jenis penelitian ini ialah penelitian asosiatif kausal metode survei dengan data kuantitatif. Penelitian ini sudah terlaksana di Objek Wisata Air Terjun Nyarai Lubuk Alung. Populasi penelitian mencakup pengunjung yang datang ke daya tarik akan Wisata Air Terjun Nyarai Lubuk Alung. Jenis *non probability sampling* yang di gunakan ialah teknik *purposive sampling*. Dengan demikian, 276 wisatawan yang berkunjung ke Air Terjun Nyarai Lubuk Alung dijadikan sampel penelitian ini. Penelitian ini akan memakai dua kategori data yang berbeda: primer dan sekunder. Instrumen untuk penelitian ini ialah kuesioner dengan kalimat positif mengenai variabel penelitian dan dirancang memakai skala Likert. Uji validitas dan reliabilitas dipakai pada uji instrumen. Langkah- langkah untuk memecah informasi faktual mendasar dari hasil eksplorasi dan penggambaran informasi. Uji persyaratan analisis, Teknik analisis data primer dan analisis regresi linear sederhana.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **1. Deskripsi Data Variabel Kualitas Pelayanan**

Diraih proses hitung dari statistik kualitas pemberian layanan yang dikategorikan mengacu pada skor prestasi responden. Tabel 1 di bawah ini memberikan

ringkasan komentar responden mengenai kualitas layanan:

**Tabel 1. Deskripsi Penilaian Responden Tentang Kualitas Pelayanan.**

<b>Kategori</b>	<b>Batas Interval Rata – Rata</b>	<b>Frekuensi (Orang)</b>	<b>Persentase %</b>
Sangat Setuju	4,21 - 5,00	21	7,61
Setuju	3,41 – 4,20	49	17,75
<b>Cukup Setuju</b>	<b>2,61 – 3,40</b>	<b>163</b>	<b>59,06</b>
Tidak Setuju	1,81 – 2,60	31	11,23
Sangat Tidak Setuju	1,00 – 1,80	12	4,35
<b>Total</b>		<b>276</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil olahan data microsoft excel (2023)

Tabel 1 memperlihatkan hasil dari penilaian responden terhadap kualitas layanan yang diterimanya, terdapat 7,61% masuk kategori sangat setuju, 17,75% masuk kategori setuju, 59,06% masuk kategori cukup setuju, 11,23% masuk kategori tidak setuju, dan 4,35% masuk dalam kategori sangat tidak setuju.

## 2. Keinginan Berkunjung Kembali

Tanggapan responden mengenai keinginan berkunjung kembali dapat diamati pada Tabel 2:

**Tabel 2. Deskripsi Penilaian Responden Tentang Variabel Keinginan Berkunjung Kembali**

<b>Kategori</b>	<b>Batas Interval Rata – Rata</b>	<b>Frekuensi (Orang)</b>	<b>Persentase %</b>
Sangat Setuju	4,21 - 5,00	43	15,58
Setuju	3,41 – 4,20	59	21,38
<b>Cukup Setuju</b>	<b>2,61 – 3,40</b>	<b>98</b>	<b>35,51</b>
Tidak Setuju	1,81 – 2,60	48	17,39
Sangat Tidak Setuju	1,00 – 1,80	28	10,14
<b>Total</b>		<b>276</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil olahan data microsoft excel (2023)

Tabel 2 diatas yang memperlihatkan bagaimana responden menilai variabel Keinginan Berkunjung Lagi menunjukkan bahwa sebanyak 15,58% responden masuk dalam kategori sangat setuju, 21,38% masuk dalam kategori setuju, 35,51% masuk dalam kategori cukup setuju, 17,39% masuk dalam kategori tidak setuju, dan 10,14% masuk kategori sangat tidak setuju.

## C. Uji Persyaratan Analisis

### 1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilaksanakan dengan tujuan meraih informasi mengenai kenormalan distribusi dari data. Uji normalitas penyebaran data variabel kualitas pemberian layanan pada keinginan melaksanakan kunjungan kembali dilaksanakan melalui uji *kolmogorof smirnov*. Pengujian normalitas pada penelitian ini melalui bantuan program *SPSS 25.00*. Taraf signifikansi yang dipakai untuk menjadi acuan utama penolakan atau penerimaan keputusan sebuah distribusi dari data yakni 0,05. Hasil dari pengujian normalitas bisa diperhatikan pada tabel 43 berikut ini:

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Berkeinginan Berkunjung Kembali**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

			TX	TY
N			276	276
Normal Parameters <sup>a,b</sup>				
	Mean		70.3297	55.9928
	Std. Deviation		6.33289	5.58113
Most Extreme Differences	Absolute		.052	.054
	Positive		.046	.054
	Negative		-.052	-.046
Test Statistic			.052	.054
Asymp. Sig. (2-tailed)			.067 <sup>c</sup>	.051 <sup>c</sup>

*Sumber :SPSS, 25.00 (2023)*

Tabel 3 memperlihatkan dimana nilai *Asymp Sig* untuk hasil dari pengujian normalitas variabel kualitas pemberian layanan yakni 0,067 melalui nilai signifikansi  $>0,05$ , dan hasil pengujian normalitas keinginan melaksanakan kunjungan kembali yakni 0.051 melalui nilai signifikansi  $>0,05$ . Maka bisa dinyatakan data mempunyai distribusi yang normal.

### 2. Uji Homogenitas

Uji homogenitas dilaksanakan guna meraih informasi kehomogenan dari data. Hasil dari analisis pengujian homogenitas bisa diperhatikan pada Tabel 4:

**Tabel 4. Uji Homogenitas Test of Homogeneity of Variances**

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
TY	Based on Mean	.772	28	244	.791
	Based on Median	.685	28	244	.884
	Based on Median and with adjusted df	.685	28	211.312	.883
	Based on trimmed mean	.755	28	244	.811

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS versi 25.00, (2023)

Tabel 4 memperlihatkan hasil dari pengujian homogenitas, diraih untuk nilai Signifikansi pada angka 0,811 melalui taraf signifikansi  $> 0,05$ . Ini memberikan makna dimana nilai tersebut melebihi taraf signifikansi. Oleh sebab itu, bisa diraih kesimpulan dimana data diraih melalui populasi yang memiliki varians yang sejenis atau data mempunyai sifat yang homogen.

### 3. Uji Linearitas

Pengujian linearitas mempunyai tujuan untuk meraih informasi kelinear-an data secara signifikan. Pengujian ini umumnya dipakai untuk menjadi syrata awal pada analisis korelasi atau regresi linear. Dua variabel dinyatakan memiliki pengaruh yang linear ketika signifikansi  $\geq 0,05$ . Hasil dari analisis ini bisa diperhatikan pada Tabel 5:

**Tabel 5. Uji Linearitas ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TY * TX	Between Groups	(Combined)	881.725	31	28.443	.903	.619
		Linearity	6.336	1	6.336	.201	.654
		Deviation from Linearity	875.389	30	29.180	.927	.581
Within Groups			7684.26	244	31.493		
Total			8565.98	275			
			1	6			

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS versi 25.00, (2023)

Berdasarkan dari hasil pengujian pada linearitas, diraih angka sig 0.581 melalui taraf signifikansi  $\geq 0,05$ . Maka dari itu, bisa diraih kesimpulan yakni adanya keterkaitan yang linear dengan signifikan dari variabel kualitas pemberian layanan (X) terhadap keinginan melaksanakan kunjungan kembali (Y).

#### D. Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis dipakai untuk meraih informasi sebesar apa dampak dari kualitas pemberian layanan (X) terhadap keinginan melaksanakan kunjungan kembali (Y). Hipotesis pada penelitian ini mencakup atas:

Ha : Adanya pengaruh dari kualitas pemberian layanan pemandu wisata pada keinginan melaksanakan kunjungan kembali wisatawan di Daya Tarik wisata air terjun nyarai lubuk alung.

Ho: Tidak ada pengaruh dari kualitas pelayanan pemandu wisata pada keinginan melaksanakan kunjungan kembali wisatawan di Daya Tarik wisata air terjun nyarai lubuk alung.

Proses uji hipotesis yang dipakai pada penelitian ini yakni mencakup atas:

##### 1. Uji Regresi Linear Sederhana (RLS)

Pengujian RLS dilaksanakan dengan tujuan meraih informasi sebesar apa dampak sebuah variabel terhadap variabel yang lain. Hasil dari pengujian ini bisa diperhatikan pada Tabel 6:

**Tabel 6. Nilai Signifikansi ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.336	1	6.336	1.203	.003 <sup>b</sup>
	Residual	8559.650	274	31.240		
	Total	8565.986	275			

**Tabel 7. Koefisien Regresi Variabel X terhadap Y Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	57.678	3.758		15.348	.000
	TX	.124	.053	-.027	.450	.003

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS versi 25.00, (2023)

Berikutnya ditinjau melalui hasil pengujian regresi linier pada Tabel 7 nilai F 1.203 melalui sig.  $0,000 \leq 0,05$  dan diraih angka dari t 0.450 yang taraf sig.  $0,003 < 0,05$ ,

maknanya variabel X bisa memberikan penjelasan bagi variabel Y dan signifikan. Jadi variabel kualitas pemberian layanan memberikan pengaruh variabel keinginan melakukan kunjungan kembali, maka keputusannya yakni diterimanya  $H_a$  dan ditolaknya  $H_o$ . Berikutnya untuk meraih informasi sebesar apa koefisien regresi dari variabel kualitas pelayanan (X) terhadap keinginan melakukan kunjungan kembali (Y). Maka bisa diraih kesimpulan pada persamaan di bawah ini:

$$Y = a + b X$$

$$Y = 57.678 + 0,124 X$$

Berdasarkan dari persamaan tersebut diraih koefisien regresi pada angka 0.124 melalui nilai sig.  $0.003 < 0.05$ . Maknanya untuk semua kenaikan pada angka 1 satuan kualitas pemberian layanan (X) akan menunjang peningkatan 0.124 satuan keinginan melakukan kunjungan kembali (Y).

## 2. Koefisien Determinasi

Koefisien ini dipakai guna meninjau sebesar apa dampak dari variabel kualitas pelayanan (X) pada keinginan melakukan kunjungan kembali (Y). Hasil dari uji determinasi bisa diperhatikan melalui nilai *R square* pada analisis RLS pada Tabel 8:

**Tabel 8. Koefisien Determinasi (*R square*)**

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.127 <sup>a</sup>	.111	.124	5.58924

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS versi 25.00, (2023)

*R square* = 0,111 maknanya kontribusi atau dampak dari variabel kualitas pelayanan (X) pada keinginan melakukan kunjungan kembali (Y) yakni 11,1%, sedangkan 88,9% ditentukan oleh faktor lain.

## E Pembahasan

### 1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pemberian layanan ialah satu diantara komponen strategi manajemen pemasaran. Berdasarkan dari temuan penelitian diraih hasil dimana variabel kualitas pelayanan merupakan kategori cukup setuju dengan persentase 59,06%. hal ini karena hampir setiap indikator menunjukkan kategori cukup setuju. Adapun indikator nya seperti: indikator bukti fisik, keandalan, daya tanggap dan assurance. Dalam artian



indikator tersebut termasuk kategori cukup setuju. Hasil analisis data variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa responden menyatakan cukup setuju dengan pernyataan yang diajukan pada kuesioner. Artinya kualitas pelayanan di objek wisata tersebut harus di benahi dan di berikan pelatihan kembali agar pengunjung meraih kepuasan dan semakin memiliki ketertarikan untuk datang kembali ke objek wisata itu. Arianto (2018:83) mengungkapkan kualitas pembrian layanan bisa dimaknani sebagai fokus terhadap pemenuhan apa yang dibutuhkan dan dan persyaratan, serta terhadap ketepatan dari waktu dalam pemenuhan apa yang pengunjung harapkan.

## **2. Keinginan berkunjung kembali**

Keinginan berkunjung kembali merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan jasa terutama bagian pariwisata. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel keinginan berkunjung kembali merupakan kategori cukup setuju dengan persentase 35,51%. Adapun indikator yang termasuk kategori cukup setuju yaitu: terdapatnya rasa ingin melaksanakan kunjungan kembali, sedia untuk memberikan rekomendasi supaya melaksanakan kunjungan, pelanggan memberi nilai reputasi, pelanggan berkeinginan memberikan masukan demi perbaikan. Jadi dapat disimpulkan variabel keinginan berkunjung kembali merupakan kategori cukup setuju. Artinya keinginan berkunjung kembali tersebut harus lebih dikembangkan dan di tingkatkan menjadi lebih baik, agar pengunjung bisa memberi kesan yang bagus dan mempunyai keinginan melaksanakan kunjungan kembali serta bersedia merekomendasikan objek wisata tersebut kepada kerabat maupun keluarganya. Kotler dan Keller (2013:118) mengungkapkan keinginan berkunjung kembali ialah tindakan pengunjung pada penetapan dan Keputusan melaksanakan kunjungan pada sebuah lokasi mengacu terhadap pengalaman ketika berkunjung.

## **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata Terhadap Keinginan Berkunjung Kembali Wisatawan Di Daya Tarik Wisata Air Terjun Nyarai Lubuk Alung**

Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis yang dipakai dalam meraih informasi mengenai pengaruh dari Kualitas Pemberian layanan Pemandu Wisata pada keinginan melaksanakan kunjungan Kembali Wisatawan, maka diraih hasil persamaan koefisien regresi pada angka 0,111 melalui nilai  $\text{sig.} 0,005 < 0,05$ . Maknanya untuk semua kenaikan pada angka 1 satuan kualitas pelayanan akan menunjang peningkatan 0,124 satuan keinginan melaksanakan kunjungan kembali. Maka variabel kualitas pemberian layanan (X) dengan signifikan memberikan pengaruh pada variabel

keinginan melaksanakan kunjungan kembali (Y). hasil dari pengujian regresi linier diatas diraih angka F 1.203 melalui sig.  $0,000 \leq 0,05$  dan diraih nilai t 0.450 dengan taraf sig.  $0,003 < 0,05$ , maknanya variabel X bisa memberikan penjelasan bagi variabel Y dengan signifikan. Jadi variabel kualitas pemberian layanan memberikan pengaruh pada variable keinginan melaksanakan kunjungan kembali, maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Berikutnya untuk meninjau besar koefisien regresi dari variabel kualitas pemberian layanan (X) terhadap keinginan melaksanakan kunjungan kembali (Y).

Hal ini ini didukung oleh teori terdahulu menurut Riadi, dkk (2023:46) mengungkapkan kualitas pemberian layanan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan pada keinginan melaksanakan kunjungan kembali, artinya bertambah tinggi tingkat kualitas pemberian layanan maka bertambah tinggi pula keinginan untuk melaksanakan kunjungan kembali. .

## **PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari penelitian yang sudah diraih pada penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata Terhadap keinginan melaksanakan kunjungan Kembali Wisatawan Di daya tarik Wisata Air Terjun Nyarai Lubuk Alung, bisa diraih kesimpulan yang mencakup atas:

1. Kualitas pemberian layanan memperlihatkan dengan menyeluruh masuk dalam kategori cukup setuju melalui persentase 59,06%.
2. Keinginan melaksanakan kunjungan kembali memperlihatkan dengan menyeluruh masuk dalam kategori cukup setuju melalui persentase 35,51%.
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata Terhadap Keinginan Berkunjung Kembali dengan R Square 0,111 dan pengaruh sebesar 11,1%.

### **B. Saran**

#### **1. Bagi Pihak di daya tarik Wisata Air Terjun Nyarai Lubuk Alung**

Berdasarkan dari hasil pengolahan data penelitian mengenai kualitas pelayanan ditemukan bahwa masih ada pemandu wisata yang kurang memperhatikan penampilan, masih adanya pemandu wisata yang kurang menjaga kenyamanan pengunjung, peralatan yang digunakan oleh pemandu tidak sesuai dengan SOP, adanya pemandu wisata yang bersikap kurang ramah terhadap pengunjung, pemandu

wisata kurang mampu menghadapi keluhan pengunjung, oleh sebab itu pihak-pihak objek wisata harus memberikan pelatihan sesuai dengan SOP yang dibuat, agar pemandu atau karyawan yang mengelola objek wisata tersebut dapat menghadapi pengunjung dan menyikapi keluhan dari pengunjung tersebut.

## **2. Peneliti Selanjutnya.**

Untuk peneliti lain yang mempunyai keinginan melaksanakan penelitian yang lebih lanjut pada bidang kualitas pelayanan pemandu wisata terhadap keinginan berkunjung kembali, serta mempertajam teori ataupun riset lapangan yang memberikan pengaruh pada ketiga variabel tersebut, sehingga memberikan hasil penelitian yang betul-betul mempunyai nilai manfaat, dan juga penelitian ini bisa dijadikan bahan untuk memperluas wawasan untuk peneliti lain menyangkut terhadap penelitian yang serupa namun dengan lokasi yang berbeda.

## **3. Departemen Pariwisata dan Perhotelan.**

Diharapkan mampu memperbanyak koleksi atau jumlah buku terkait dengan penelitian mahasiswa ke depannya sehingga dapat mempermudah mahasiswa untuk melakukan riset terkait dengan penelitian yang mereka pilih, serta menjadi bahan pembelajaran bagi mahasiswa ke depannya mengenai kualitas pelayanan pemandu wisata terhadap keinginan berkunjung kembali.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Bachtiar, M. Latief. 2016. Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Pantai Kabupaten Gunung Kidul. Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Program Studi Manajemen. Universitas Negeri Yogyakarta
- Isnaini, Putri Rizkiah Dan Yusri Abdillah 2018. "Pengaruh Citra Merek Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Pengunjung serta Dampaknya pada Minat Berkunjung Ulang," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 55 No. 2 (Februari), 124.
- Kotler, P dan K. L. Keller. 2012. *Marketing Management*. Fourteenth Edition. Printice Hall. England.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane, Keller. 2010. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Nuraeni, Bellinda Sofia. 2014. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang, *Jurnal Bisnis Strategi*, Vol. 23 No. 1 (Juli).
- Puspita, R. M., & Santoso, S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Pendukung Terhadap Kepuasan Pelanggan Stasiun Lempuyangan Yogyakarta. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 69-80.
- Putri, L.H (2016). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy*. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(2), 112-170

- Riyadi, S., & Hakim, L. 2012. Daya Saing Daerah Tujuan Wisata ( Studi Kasus Rendahnya Daya Saing Taman Wisata Alam Kawah Ijen Banyuwangi ). 10(September).
- Sugiyono, (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwantoro, G. 2004. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Ed. 1, Cet. 3. Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono Fandy dan Gregorius chandra. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta.Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius, Chandra. 2011. *Service, Quality and Satisfaction*. ANDI, Yogyakarta.
- Utama, I. G. B. R. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Penerbit Andi.
- Utami, I Gusti Bagus Rai. 2017. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Yuniawati, Y., & Finardi, A. D. I. (2016). Pengaruh customer experience terhadap revisit intention di taman wisata alam gunung tangkuban perahu. *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 6(1), 983-994.