

## **Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan Pengunjung di Candi Gedong Songo Semarang**

**Ana Khuniyar<sup>1</sup>, dan Dwi Prasetyo Hadi<sup>2</sup>,**  
email: [anakhuniyar.9c@gmail.com](mailto:anakhuniyar.9c@gmail.com), [dwiikip58@gmail.com](mailto:dwiikip58@gmail.com),  
**Universitas PGRI Semarang**

### **Abstract**

*The number of visitors to the Gedong Songo Semarang Temple tourist attraction has experienced a very high decline between 2018 and 2021 which is the background to this research where several influential aspects are seen, namely problems with the quality of service of tourist facilities, the presence of the covid-19 outbreak, the emergence of a destination image that is not good in facility management and infrastructure for visitors. The influence of location, service quality and destination image on visitor satisfaction at the Gedong Songo Temple in Semarang is the goal. The descriptive approach used for research was in the form of quantitative research and all visitors to Gedong Songo Temple were the study population. Purposive Sampling technique used to select samples where the technique is included in the Non-Probability technique. The research obtained the following results: 1. Visitor satisfaction at Gedong Songo Temple, Semarang, has no partial effect on existing locations. 2. Visitor satisfaction at Gedong Songo Semarang Temple has good quality where it is very significant in a partial way. 3. Visitor satisfaction at the Gedong Songo Temple in Semarang partially does not have a significant effect on the image of the destination. 4. Simultaneously (together) visitor satisfaction at Gedong Songo Semarang Temple has a significant influence on location, service quality and destination image.*

**Keywords:** location, service quality, destination image and visitor satisfaction

### **Abstrak**

Banyaknya pengunjung objek wisata Candi Gedong Songo Semarang mengalami penurunan yang sangat cukup tinggi antara 2018 hingga 2021 yang melatarbelakangi penelitian dimana terlihat beberapa aspek berpengaruh yaitu adanya permasalahan pada kualitas pelayanan fasilitas wisata, adanya wabah covid-19, munculnya citra destinasi yang kurang baik pada pengelolaan fasilitas dan sarana prasarana bagi pengunjung. Pengaruh lokasi, kualitas pelayanan dan citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung di Candi Gedong Songo Semarang menjadi tujuannya. Pendekatan deskriptif yang dipergunakan untuk meneliti berupa penelitian kuantitatif serta seluruh pengunjung Candi Gedong Songo yang jadi populasi penelitian. Teknik *Purposive Sampling* yang dipergunakan untuk memilih sampel dimana teknik tersebut termasuk kedalam teknik *Non-Probability*. Penelitian mendapatkan perolehan : 1. Kepuasan pengunjung di Candi Gedong Songo Semarang tidak ada pengaruhnya dengan cara parsial kepada lokasi yang ada. 2. Kepuasan pengunjung di Candi Gedong Songo Semarang memiliki kualitas yang baik dimana hal tersebut sangat signifikan berpengaruh dengancara parsial. 3. Kepuasan pengunjung di Candi Gedong Songo Semarang dengan cara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan pada citra destinasi. 4. Secara simultan (bersama-sama) kepuasan pengunjung di Candi Gedong Songo Semarang memiliki signifikan ada pengaruh lokasi, kualitas pelayanan serta citra destinasi.

**Kata kunci:** lokasi, kualitas pelayanan, citra destinasi daan kepuasan pengunjung

## **PENDAHULUAN**

Menurut Sari (2022), pariwisata merupakan sumber pendapatan negara dan daerah yang populer di berbagai negara. Tempat-tempat wisata telah dibangun dengan berbagai pendekatan, dengan tujuan untuk menarik banyak wisatawan dari Jepang dan luar negeri.

Salah satu wisatanya di Provinsi Semarang adalah Candi Gedongsonggo. Sekelompok candi Hindu yang terletak di Desa Candi, Kabupaten Bandungan, Provinsi Semarang, Jawa Tengah, tepatnya di lereng Gunung Ungaran yang dijadikan tempat wisata dinamakan Candi Gedong Songo. Di lereng Gunung Ungaran ia memiliki sembilan candi dan menawarkan lingkungan alam yang sangat indah. Wisatawan dapat menjadi alasan untuk mengunjungi wisatawan. Menurut Rahmat Fajri dkk. (2021) Rupiode, lokasi ditentukan oleh wisatawan di mana tempat wisata berada dan dioperasikan. Selain lokasi, kualitas pelayanan juga menjadi alasan wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata. Dalam sebuah tempat wisata pelayanan yang baik menjadi salah satu penilaian yang harus dimiliki dimana dengan adanya pelayanan yang baik pengunjung yang datang akan puas dengan pelayanannya (Marhanah & Wahadi, 2016). Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai derajat atau derajat keunggulan yang dirasakan seseorang terhadap suatu pelayanan dibandingkan dengan harapan dan kinerja konsumen setelah menerima pelayanan tersebut.

Seorang wisatawan akan merasa puas dengan adanya tempat atau lokasi yang baik dan kualitas pelayanan yang memadai. Selain itu, kepercayaan pengunjung terhadap destinasi juga sangat dibutuhkan. Menurut Hanif & Maward (2016), citra destinasi adalah keyakinan dan pengetahuan tentang destinasi dan bagaimana perasaan wisatawan saat berwisata. Loyalitas dan kepuasan dari wisatawan menjadi salah satu hal yang sangat penting untuk kesan dari sebuah destinasi. Khansa & Farida (2016) memperlihatkan peroleh kesan destinasi mengungkapkan dimana wisatawan merasa puas menjadi salah satu

tujuannya selain itu destinasi wisata memiliki citra dan harapan yang baik dari wisatawan.

Rahmat Fajr, Keller Kotler dkk. (2021), keadaan seseorang yang membandingkan antara kinerja yang baik dengan ekspektasi yang dirasakan sering dinamakan kepuasan. Perilaku seseorang terhadap kepuasan atau kekecewaan setelah membandingkan harapannya dengan kenyataan yang diterimanya dimaksud dengan kepuasan.

**Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Objek Wisata Candi Gedong Songo Semarang Tahun 2018 - 2022**

No	Tahun	Jumlah Pengunjung
1	2018	2.332.458
2	2019	680.915
3	2020	321.071
4	2021	150.375
5	2022	426.361
JUMLAH		3.911.180

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang, 2023

Banyaknya pengunjung objek wisata Candi Gedong Songo Semarang mengalami penurunan yang sangat cukup tinggi antara 2018 hingga 2021 terlihat pada tabel diatas. Karena pada tahun 2020 ini, wabah infeksi virus corona baru telah memberikan dampak yang besar bagi dunia. tempat wisata. Akibatnya, pemerintah Indonesia telah melarang pembukaan tempat wisata, Pembatasan Sosial Massal (PSBB) dan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) untuk menekan penyebaran novel coronavirus. Dibandingkan tahun 2018 sebelum pandemi, Candi Gedongsongo menerima 2.332.458 pengunjung. Sebagai perbandingan, jumlah pengunjung menurun drastis sebelum dan selama pandemi. Pasca pandemi 2022, jumlah pengunjung mulai meningkat. Hal ini menandakan bahwa pengunjung puas dengan atraksi Katsura East

Shogo-ji Temple. Hal ini didukung oleh upaya yang wajar dari pimpinan dan staf Candi Gedong His Songo di Semarang.

Oleh karena itu, peneliti mengambil topik penelitian mengenai “Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan Pengunjung di Candi Gedong Songo Semarang”.

## **METODE PENELITIAN**

### **Desain Penelitian**

Pendekatan deskriptif yang dipergunakan untuk meneliti berupa penelitian kuantitatif. Data primer sebagai sumber datanya. Pengunjung Candi Gedong Songo Semarang yang menjadi data primer sebagai responden. Pengunjung Candi Gedong Songo Semarang menjadi objek penelitian ini.

### **Populasi dan Sampel**

Seluruh pengunjung Candi Gedong Songo yang jadi populasi penelitian. Teknik *Purposive Sampling* yang dipergunakan untuk memilih sampel dimana teknik tersebut termasuk kedalam teknik *Non-Probability*. Menggunakan rumus Lemeshow sampel ditentukan sehingga memperoleh 100 responden sebagai sampel.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data penelitian melakukan penyebaran kuesioner, dimana hal tersebut dilakukan kepada responden yaitu pengunjung Candi Gedong Songo Semarang setidaknya 1 kali

### **Pengukuran Variabel**

Dalam mengukur penelitian tersebut digunakan skala penilaian berupa skala likert. Dalam mengukur persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial beserta sikap ataupun perilaku dipergunakanlah skala likert.

**Tabel 3.1 Kategori dari Penelitian Skala Likert**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (RR)	3
Tidak Setuju (KS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2016)

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)**

**Tabel 4.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	15.184	6.656		2.281	.025
X1	.086	.061	.132	1.423	.158
X2	.520	.079	.609	6.609	.000
X3	.141	.122	.090	1.152	.252

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

1. Hipotesis 1 {lokasi (X1) terhadap kepuasan pengunjung (Y)}

Nilai koefisien regresi untuk variabel lokasi (X1) sebesar 0,086, nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,423 dengan nilai signifikansi sebesar 0,158 terlihat pada tabel uji t. Sedangkan 0,05 (5%) sebagai taraf signifikan dan  $df = n-k = 100-3 = 97$  ( $\alpha = 5\%$ ,  $df = 97$ ) yaitu derajat kebebasan untuk mendapatkan t tabel. Maka nilai  $t_{tabel}$  adalah 1,98472 yang diperoleh dari tabel statistic. Oleh Karena itu perolehan  $1,423 t_{hitung} < 1,98472 t_{tabel}$  jika nilai signifikansi  $0,158 > 0,05$ . Terlihat terterima  $H_0$  serta tertolak  $H_a$ . Variable lokasi memiliki arti tidak signifikansi dengan cara parsial dan memiliki positif pengaruh terhadap adanya kepuasan pengunjung

2. Hipotesis 2 {kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pengunjung (Y)}

Nilai koefisien regresi untuk untuk variaabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,520, nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,609 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 terlihat pada tabel uji t. Sedangkan 0,05 (5%) sebagai taraf signifikan dan  $df = n-k = 100-3 = 97$  ( $\alpha = 5\%$ ,  $df = 97$ ) yaitu derajat kebebasan untuk mendapatkan t tabel. Maka nilai  $t_{tabel}$  adalah 1,98472 yang diperoleh dari tabel statistic. Oleh Karena itu perolehan  $6,609 t_{hitung} > 1,98472 t_{tabel}$  jika nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Terlihat tertolak  $H_0$  serta terterima  $H_a$ . *Variable* kualitas pelayanan memiliki arti yang signifikansi dengan cara parsial dan memiliki positif pengaruh terhadap adanya kepuasan pengunjung.

3. Hipotesis 3 {citra destinasi (X3) terhadap kepuasan pengunjung (Y)}

Nilai koefisien regresi untuk untuk variaabel citra destinasi (X3) sebesar 0,141, nilai  $t_{hitung}$  sebesar sebesar 1,152 dengan nilai signifikansi sebesar 0,252 terlihat pada tabel uji t. Sedangkan 0,05 (5%) sebagai taraf signifikan dan  $df = n-k = 100-3 = 97$  ( $\alpha = 5\%$ ,  $df = 97$ ) yaitu derajat kebebasan untuk mendapatkan t tabel. Maka nilai  $t_{tabel}$  adalah 1,98472 yang diperoleh dari tabel *statistic*. Oleh Karena itu perolehan  $1,152 t_{hitung} < 1,98472 t_{tabel}$  jika nilai signifikansi  $0,252 > 0,05$ . Terlihat terterima  $H_0$  serta

tertolak  $H_a$ . *variable* citra destinasi memiliki arti yang tidak signifikansi dengan cara parsial dan memiliki positif pengaruh terhadap adanya kepuasan pengunjung.

**Koefisien Determinasi**

**Tabel 4.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>)**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.749 <sup>a</sup>	.561	.548	6.395

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1  
 Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Perolehan hasil R<sup>2</sup> 0,561 sehingga variabel lokasi (X1), kualitas pelayanan (X2) dan citra destinasi (X3) berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung (Y) memiliki simpulan 56,1% serta tersisa 43,9% variabel - variabel lain yang tidak diteliti berpengaruh. Contohnya seperti halnya harga tiket, iklim, promosi, fasilitas wisata beserta variabel lainnya.

**SIMPULAN DAN SARAN**

**Simpulan**

“Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan Pengunjung di Candi Gedong Songo Semarang” sebagai judul yang diteliti mendapatkan simpulan:

1. Kepuasan pengunjung di Candi Gedong Songo Semarang tidak ada pengaruhnya dengan cara parsial kepada lokasi yang ada.
2. Kepuasan pengunjung di Candi Gedong Songo Semarang memiliki kualitas yang baik dimana hal tersebut sangat signifikan berpengaruh dengancara parsial.
3. Kepuasan pengunjung di Candi Gedong Songo Semarang dengan cara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan pada citra destinasi.

4. Secara simultan (bersama-sama) kepuasan pengunjung di Candi Gedong Songo Semarang memiliki signifikan ada pengaruh lokasi, kualitas pelayanan serta citra destinasi.

### **Saran**

Saran diberikan untuk menjadi lebih baik dari perolehan penelitian yang dilakukan serta kesimpulan yang ada berupa:

1. Kepada yang mengelola destinasi Wisata Candi Gedong Songo
  - a. Perlu adanya perbaikan lokasi dimana hal tersebut diperoleh dari hasil penelitian berupa jawaban yang diberikan pengunjung destinasi. Perlu menambah lahan tempat mobil parkir diantaranya. Bagi pengelola Candi Gedong Songo diharapkan menggunakan penelitian sebagai sumber informasi supaya terdapat perbaikan terkait hal tersebut.
  - b. Perlu adanya perbaikan kualitas pelayanan dimana hal tersebut diperoleh dari hasil penelitian berupa jawaban yang diberikan pengunjung destinasi. Perlu menambah fasilitas umum tempat pembuangan sampah dan pengelolaan kotoran kuda. Bagi pengelola Candi Gedong Songo diharapkan menggunakan penelitian sebagai sumber informasi supaya terdapat perbaikan terkait hal tersebut.
  - c. Perlu adanya perbaikan citra destinasi dimana hal tersebut diperoleh dari hasil penelitian berupa jawaban yang diberikan pengunjung destinasi. Perlu menambah lokasi dan kualitas pelayanan agar dapat memuaskan. Bagi pengelola Candi Gedong Songo diharapkan menggunakan penelitian sebagai sumber informasi supaya terdapat perbaikan terkait hal tersebut.
2. Lingkup batas Penelitian
  - a. Variabel lokasi, kualitas pelayanan dan citra destinasi yang digunakan meneliti. Terdapat berbagai macam faktor yang dapat berpengaruh kepada kepuasan



pengunjung. Maka dari itu untuk membuat penelitian semakin sempurna diperlukan penelitian yang berkelanjutan untuk memperbaiki.

- b. Pengunjung yang pernah berkunjung di objek wisata Candi Gedong Songo saja yang di jadikan responden meneliti, maka dari itu dalam objek wisata selain Candi Gedong songo tidak dapat digunakan sebagai hasil.

### 3. Kepada yang Meneliti Selanjutnya

Variable dan teori untuk meneliti belum mewakili keseluruhan. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas penelitian pada objek wisata lainnya di wilayah Semarang dan mengangkat topik dengan hasil yang di peroleh dengan penelitian terdahulu dapat di bandingkan. Kepada penelitian selanjutnya tambahkanlah variabel-variabel yang mendukung seperti harga tiket, iklim, promosi, fasilitas wisata beserta variabel lainnya. Variable lokasi (X1), kualitas pelayanan (X2) dan citra destinasi (X3) berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung (Y) memiliki perolehan 56,1% serta tersisa 43,9% variable - variabel lain yang tidak diteliti berpengaruh. Untuk mendapatkan hasil yang lengkap dan variasi maka diperlukan untuk penelitian yang akan datang dapat menggunakan metode berupa wawancara kepada pengunjung.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Hanif, A., & Mawardi, A. K. M. K. (2016). DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN ( Studi pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu ). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 38(1), 44–52.
- Khansa, V. R., & Farida, N. (2016). *BERKUNJUNG KEMBALI MELALUI KEPUASAN ( Studi pada Wisatawan Domestik Kebun Raya Bogor )*
- Marhanah, S., & Wahadi, W. H. (2016). *PENGUNJUNG DI TAMAN MARGASATWA THE INFLUENCE OF TOURISM FACILITIES AND QUALITY OF SERVICE TO CUSTOMER SATISFACTION AT TAMAN MARGASATWA*. 13(1).
- Rahmat Fajrin, A., Wijayanto, G., & Kornita, S. E. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi

terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 32(1), 40–47. [https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(1\).7406](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(1).7406)

Sari, M. I. (2022). *Pengaruh citra destinasi, promosi, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di swimming pool ambulu*. 20(1), 1–9.

Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.