

The Influence of Social Media, Tourist Facilities, Services Quality and Security on Tourist Satisfaction with Legok Asri Sukolego Visitors in Sidoarjo

[Pengaruh Media Sosial, Sarana Wisata, Kualitas Pelayanan dan Keamanan terhadap Kepuasan Wisatawan Pengunjung Legok Asri Sukolegok di Sidoarjo]

Amei Riska Nandita ¹⁾, Kumara Adji Kusuma ²⁾

¹⁾Program Studi Ilmu Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Teknik Informatika, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: 162010200088@umsida.ac.id

Abstract. *This research is a type of quantitative research with hypothesis testing. The sample used in this study was 100 respondents, namely customers who had visited Legok Asri Sukolegok in Sidoarjo. The sampling technique used the accidental sampling method. The analytical tools used in this research are multiple linear regression analysis, coefficient of determination (R²), partial correlation coefficient, t test, f test, and classical assumption test using SPSS version 18.0 application program. The data used in this study are questionnaire data and data sourced from visitors at Legok Asri Sukolegok in Sidoarjo. Data collection techniques using questionnaires. The results of this study prove that social media has an effect on tourist satisfaction. Tourist facilities have an effect on tourist satisfaction. Service quality has an effect on tourist satisfaction. Security has an effect on tourist satisfaction. Social media, tourist facilities, service quality and security simultaneously influence tourist satisfaction at Legok Asri Sukolegok in Sidoarjo.*

Keywords – *Social Media, Tourist Facilities, Service Quality, Security, and Tourist Satisfaction*

Abstrak. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif dengan pengujian hipotesis. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 100 responden yaitu pelanggan yang pernah berkunjung di Legok Asri Sukolegok di Sidoarjo. Teknik pengambilan menggunakan metode *accidental sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi (R²), koefisien korelasi parsial, uji t, uji f, dan uji asumsi klasik dengan menggunakan program aplikasi SPSS versi 22. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kuesioner dan data yang bersumber dari pengunjung di Legok Asri Sukolegok di Sidoarjo. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa media sosial berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Sarana wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Keamanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Media sosial, sarana wisata, kualitas pelayanan dan keamanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan wisatawan di Legok Asri Sukolegok di Sidoarjo.

Kata Kunci – Media Sosial, Sarana Wisata, Kualitas Pelayanan, Keamanan, dan Kepuasan Wisatawan.

I. PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan salah satu sector ekonomi sangat penting dan menjanjikan bagi perekonomian nasional di masa depan sebagai pengganti sector migas dewasa ini. Di satu sisi ini, merupakan konsekuensi logis dari “*Triple-T Revolution*”, yaitu *trade-transport* dan *tourism* sebagai akibat pesatnya kemajuan teknologi, informasi dan komunikasi. Sehingga sector pariwisata bias menjadi penggerak perkonomian yang baik untuk devisa Negara, memperluas lapangan kerja maupun mendorong pembangunan didaerah dalam menghadapi era globalissi, lebih utamanya Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). Aktivitas ekonomi adalah gerak dinamis yang tiada henti, sumber daya ekonomi akan berkembang karena dikelola dan diputar [1].

Pertumbuhan pariwisata adalah suatu hal yang menarik, meski pariwisata juga sector yang amat sangat sensitif terhadap segala perubahan yang terjadi di Negara tersebut baik secara internl atau eksternal. Industri pariwisata memberikan dampak yang baik dalam bidang ekonomi, sosial dan budaya. Potensi pariwisata di Kota Sidoarjo yang besar menjadi modal utama untuk menjadi tujuan wisatawan untuk berkunjung. Saat ini

berbagai keunikan telah ditampilkan sedemikian rupa yang mempunyai nilai jual bagi berjalannya aktifitas wisata. semua memiliki segmen pasar tersendiri untuk setiap objek wisata (Setiawan 2017) [2].

Kepuasan merupakan hal yang perlu diperhatikan dalam suatu bidang usaha karena kepuasan hal utama yang membuat konsumen untuk mempertimbangkan pembelian ulang (Ali 2015) [3]. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan, (Kotler dan Keller 2009) [4]. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah evaluasi setelah pembelian dari hasil perbandingan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja sesungguhnya. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan wisatawan yaitu Kepuasan keseluruhan (*overall customer satisfaction*). Pelanggan langsung ditanya seberapa puas dengan produk jasa. Dimensi kepuasan pelanggan. Mengidentifikasi dimensi kunci kepuasan dan memintamemilai produk jasa berdasarkan item spesifik seperti keramahan staf, fasilitas dan kecepatan layanan. Konfirmasi harapan. Kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan kesesuaian/ketidasesuaian antara harapan dengan kinerja actual produk pada dimensi penting atau sejumlah atribut. Minat ulang berkunjung. Biasa ditanyakan langsung apakah akan menggunakan jasa perusahaan lagi, [5].

Kesediaan merekomendasi. Untuk produk yang pembelian ulangnya relative lama atau bukan hanya terjadi satu kali pembelian (seperti pembelian mobil, rumah, asuransi) apakah customer bersedia untuk merekomendasikan produk kepada teman dan keluarga apabila puas. Beberapa komponen produk wisata akan menjadi pertimbangan wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata. Komponen tersebut diantaranya adalah media sosial, sarana wisata, pelayanan, dan keamanan yang akan berpengaruh kepada kepuasan wisatawan. Kota Sidoarjo yang sekarang adalah Kota maju dengan penduduk yang cukup banyak yang sudah memiliki pola pikir yang moderen sehingga tidak asing lagi dengan media sosial yang mempermudah kegiatan serta memperoleh informasi yang mereka butuhkan.

Media sosial adalah alat pemasaran baru yang memungkinkan untuk mengetahui pelanggan dan calon pelanggan dengan cara yang sebelumnya tidak mungkin [6]. Media sosial merupakan aplikasi online, sarana dan media yang ditujukan untuk memfasilitasi interaksi, kolaborasi dan sharing materi [7]. Media sosial penggunaannya dirasa mudah, biaya murah dan efektif dalam pemasaran wisata bagi suatu daerah, maka hal tersebut yang membuat media sosial sangat diminati untuk sarana komunikasi dan promosi [8]. Penelitian terkait media sosial pernah dilakukan oleh [9], [10], [11], dan [12] hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel media sosial yaitu : *Selectivity* (Kemampuan Memilih) Kemampuan individu dalam menetapkan sesuatu terhadap media yang akan dieksposnya. *Utilitarianism* (Pemanfaatan) Kemampuan individu untuk mengungkapkan tujuan dan mendapat manfaat dari penggunaan media. *Intentionally* (Kesengajaan) Tingkat kesengajaan individu menggunakan media. *Involvement* (Keterlibatan) Ke ikut sertaan pikiran dan perasaan individu dalam menggunakan media dan pesan media. *Impervious to Influence* (Ketahanan terhadap Pengaruh Media) Kemampuan individu melawan arus pengaruh media, [13].

Selanjutnya komponen yang dapat mempengaruhi kepuasan wisata adalah sarana wisata. Fasilitas atau sarana wisata adalah bagian penting dalam suatu destinasi yang membuat wisatawan merasa nyaman tinggal di destinasi tersebut untuk menikmati atau berpartisipasi dalam atraksi yang ditawarkan, [14]. Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya [15]. Penelitian mengenai sarana wisata pernah dilakukan oleh [16], [17], dan [18] hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sarana wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel sarana wisata yaitu : Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan. Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan. Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan [19].

Memberikan pelayanan yang baik sudah menjadi hal yang sangat di utamakan oleh tempat wisata karena memberikan dampak atau pengaruh yang sangat besar terhadap image sebuah tempat wisata atau perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen penting yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan dalam melakukan pembelian suatu produk. Kualitas Pelayanan merupakan penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu pelayanan [20]. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima /peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan / inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan [21]. Penelitian terkait variabel pelayanan pernah dilakukan oleh [22], [23], dan [24] hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu : Reliabilitas (*reliability*), kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai yang akurat dan memuaskan. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan baik. Jaminan/keyakinan (*assurance*), yaitu kesopanan santunan para pegawai perusahaan serta kemampuan menumbuhkan rasa percaya para

konsumennya kepada perusahaan. Empati (*empathy*), meliputi kemudahan melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, sarana komunikasi, pegawai dan perlengkapan, [25].

Selain ketiga komponen factor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan yaitu keamanan. Memang dalam sebuah kawasan atau destinasi wisata persoalan keamanan dan keselamatan menjadi tanggungjawab semua khususnya pengelola obyek wisata aparat keamanan, maupun para pengunjung atau wisatawan pada umumnya [26]. Konsep keamanan dalam konteks hubungan internasional kamus besar bahasa indonesia mendefinisikan keamanan sebagai suatu situasi yang terlindungi dari bahaya (keamanan objektif), adanya perasaan (keamanan) subjektif dan bebas dari keraguan-keraguan. Penelitian terkait keamanan pernah dilakukan oleh [27] dan [28] yang menunjukkan hasil bahwa keamanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Indikator terkait variabel keamanan yaitu : Jaminan keamanan yaitu memberikan perasaan aman kepada pengunjung seperti asuransi dan perlengkapan perlindungan [29].

Tempat wisata Legok Asri menawarkan berbagai wahana permainan serta fasilitas yang memadai untuk semua jenis kalangan dari anak-anak hingga orang dewasa bisa melakukan kegiatan wisata di tempat Legok Asri, serta tempat wisata Legok Asri menyediakan penginapan. Memberikan pelayan yang baik sudah menjadi hal yang sangat di utamakan oleh tempat wisata karena memberikan dampak atau pengaruh yang sangat besar terhadap image sebuah tempat wisata atau perusahaan. Akan tetapi menurut sebagian besar wisatawan yang sudah berkunjung yang memberikan ulasan di website wisata Legok Asri merasa nyaman telah berkunjung ke tempat wisata Legok Asri.

Namun, berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan adanya ketidak sesuain antara teori dengan upaya yang diterapkan oleh objek wisata. Hal ini dapat dilihat dari jumlah wisatawan yang berkunjung pada tahun 2017-2020 dibawah ini:

Tabel 1. Data Pengunjung Wisata Legok Asri Tahun 2017-2020

| Tahun | Jumlah Pengunjung |
|-------|-------------------|
| 2017 | 7.070 |
| 2018 | 6.894 |
| 2019 | 8.686 |
| 2020 | 5.002 |

Sumber : Wisata Legok Asri,2020

Berdasarkan tabel di atas bahwa jumlah pengunjung yang datang di wisata Legok Asri pada tahun 2017-2020 cenderung fluktuatif . Untuk mendapatkan pengetahuan lebih jauh mengenai judul yang diteliti ini, maka pada bagian selanjutnya diuraikan landasan teori penelitian, metodologi penelitian, serta hasil dan pembahasan. Dari uraian latar belakang di atas, maka penelitian ini berjudul **“Pengaruh Media Sosial, Sarana Wisata, Kualitas Pelayanan, dan Keamanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pengunjung Legok Asri Suko legok di Sidoarjo.”**

Rumusan Masalah: Pengaruh Media Sosial, Sarana Wisata, Pelayanan, dan Keamanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pengunjung Legok Asri Suko legok di Sidoarjo.

Pertanyaan Penelitian:

Apakah Media Sosial berpengaruh terhadap Kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Legok Asri?

Apakah Sarana Wisata berpengaruh terhadap Kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Legok Asri?

Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Legok Asri?

Apakah Keamanan berpengaruh terhadap Kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Legok Asri?

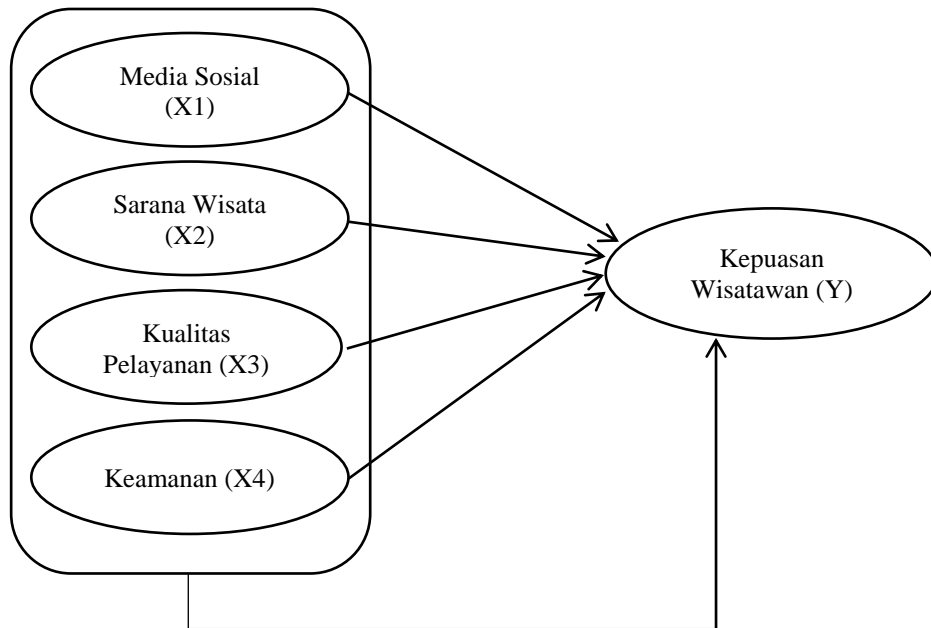
Apakah Media Sosial, Sarana Wisata, Kualitas Pelayanan, dan Keamanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Legok Asri?

Kategori SDGs: Sesuai dengan kategori SDGs 9 yaitu Industri, Inovasi dan Infrastruktur [30]. Infrastruktur dan inovasi merupakan penggerak bagi pertumbuhan ekonomi dan pembangunan. Investasi pada infrastruktur dan inovasi mempunyai beberapa target seperti penciptaan lapangan pekerjaan, meningkatkan akses teknologi informasi dan komunikasi, serta menyediakan akses internet yang terjangkau [31].

Kerangka Konseptual :

Dalam penelitian ini variabel yang di gunakan adalah variabel independen yang terdiri dari pengaruh media sosial (X1) sarana wisata (X2) pelayanan (X3) dan keamanan (X4) dan variabel dependen diartikan sebagai kepuasan wisatawan (Y).

Berdasarkan teori yang di jelaskan di atas maka kerangka konseptual pemikiran dapat di gambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis:

H1 : Media sosial berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan

H2 : Sarana wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan

H3 : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan

H4: Keamanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan

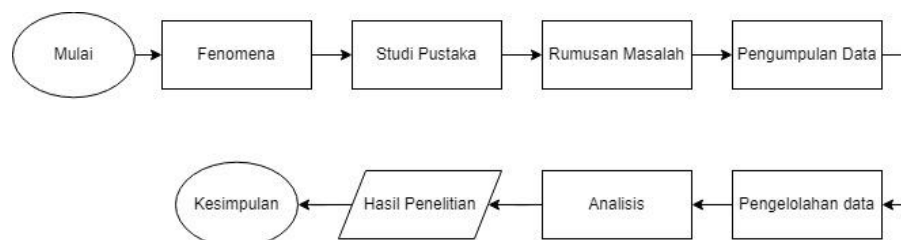
H5: Media sosial, sarana wisata, kualitas pelayanan dan keamann berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan wisatawan.

II. METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan metode survei. Adapun fokus dalam penelitian ini terdapat empat variabel, yaitu Media Sosial (X1), Sarana Wisata (X2), Kualitas Pelayanan (X3), dan Keamanan (X4) dengan Kepuasan Wisatawan sebagai variabel (Y). Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan data primer berupa kuisioner dan data sekunder sebagai sumber informasi data dari penelitian terdahulu. Pada penelitian ini, pengukuran variabel menggunakan skala likert untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena yang dibahas. Peneliti menggunakan lima alternative jawaban kepada responden untuk masing-masing variabel dengan menggunakan skala 1 sampai 5. Populasi adalah wilayah yang generalisasi terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya [32]. Dalam penelitian ini, populasi penelitian mengacu pada wisatawan yang pernah berkunjung ke Legok Asi Sukolegok di Sidoarjo. Teknik pengambilan sampel yang digunakan melalui pendekatan *non probability sampling* dengan teknik *accidental sampling* yaitu penentuan sampelnya berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, apabila dirasa orang yang ditemui tersebut cocok dijadikan responden. Karena dalam penelitian ini tidak diketahui jumlah populasi maka, besar kecilnya jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui. Dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui, maka penarikan jumlah sampel dapat dilakukan dengan menggunakan rumus Lemeshow.

Berdasarkan rumus tersebut, maka didapatkan jumlah sampel sebanyak 96,04 orang yang kemudian dibulatkan menjadi 100 orang. Jadi, jumlah responden yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden. Kemudian data tersebut akan dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas,

uji asumsi klasik, uji regresi linear, uji T, uji f, dan uji R^2 yang dioperasikan menggunakan program SPSS. Uji validitas ini digunakan untuk mengetahui valid tidaknya data dalam suatu kuisioner. Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur satu kuisioner dalam indikator agar dapat memperoleh informasi sebagai pengumpulan data. Uji normalitas untuk mengetahui seberapa diketahuinya data pada saat penyebaran kuisioner.



Gambar 2. Tahapan Penelitian

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Data dan Hasil Penelitian

Uji Validitas

Valid tidaknya suatu item Instrumen dapat diketahui dengan menghitung validitas menggunakan *Correlation Pearson Moment*. Analisis faktor dilakukan dengan cara mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total, dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika nilai koefisien korelasi (r hitung) lebih besar dari 0,3 maka dikatakan valid.

Jika nilai koefisien korelasi (r hitung) lebih kecil dari 0,3 maka dikatakan tidak valid.

Tabel 2. Uji Validitas

| Variabel | Variabel (r-hitung) | Kritis | Sig. | Keterangan |
|-----------------------------|------------------------|--------|------|------------|
| Variabel Media Sosial | X _{1.1} | 0,03 | 0,00 | Valid |
| | X _{1.2} | | 0,00 | Valid |
| | X _{1.3} | | 0,00 | Valid |
| | X _{1.4} | | 0,00 | Valid |
| | X _{1.5} | | 0,00 | Valid |
| Variabel Sarana Wisata | X _{2.1} | | 0,00 | Valid |
| | X _{2.2} | | 0,00 | Valid |
| | X _{2.3} | | 0,00 | Valid |
| | X _{3.1} | | 0,00 | Valid |
| Variabel Kualitas Pelayanan | X _{3.2} | | 0,00 | Valid |
| | X _{3.3} | | 0,00 | Valid |
| | X _{3.4} | | 0,00 | Valid |
| | X _{3.5} | | 0,00 | Valid |
| Variabel Keamanan | X _{4.1} | | 0,00 | Valid |
| | Y _{1.1} | | 0,00 | Valid |
| Variabel Kepuasan Wisatawan | Y _{1.2} | | 0,00 | Valid |
| | Y _{1.3} | | 0,00 | Valid |
| | Y _{1.4} | | 0,00 | Valid |
| | Y _{1.5} | | 0,00 | Valid |

Pada hasil pengujian validitas menyatakan bahwa seluruh item pernyataan kuesioner dari variabel (X) dan variabel (Y) memiliki nilai koefisien korelasi diatas 0,30 ($>0,30$) sehingga dapat dikatakan bahwa item pernyataan kuesioner dari varibel (X) dan Variabel (Y) dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang telah diteliti.

Uji Reabilitas

Sebuah kuesioner dikatakan reliabel apabila responden menjawab suatu pertanyaan dari kuesioner dengan benar. Dalam menghitung reliabilitas menggunakan *Alpha Cronbach*. Dengan ketentuan sebagai berikut :

Jika nilai *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,6 maka instrumen dikatakan mempunyai reliabilitas.

Jika nilai *Alpha Cronbach* lebih kecil dari 0,6 maka instrumen dikatakan mempunyai reliabilitas.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

| Variabel | Nilai Alpha Cronbach | Nilai Kritis | Keterangan |
|--------------------|----------------------|--------------|------------|
| Media Sosial | 0,659 | 0,6 | Reliabel |
| Sarana Wisata | 0,798 | 0,6 | Reliabel |
| Kualitas Pelayanan | 0,787 | 0,6 | Reliabel |
| Keamanan | 1,000 | 0,6 | Reliabel |
| Kepuasan Wisata | 0,783 | 0,6 | Reliabel |

Berdasarkan tabel diatas, dapat diperoleh nilai koefisien reliabilitas *Cronbach alpha* pada variabel media social sebesar 0,659, variabel sarana wisata sebesar 0,798, variabel kualitas pelayanan 0,787, variabel keamanan 1,000 dan variabel kepuasan wisata sebesar 0,783. Dari seluruh variabel tersebut diketahui nilai koefisien reliabilitas *Cronbach alpha* lebih besar 0,6, maka dapat dikatakan bahwa instrument kuisioner yang digunakan dikatakan memiliki reliabilitas.

Pengujian Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Adapun ketentuan yang digunakan sebagai berikut:

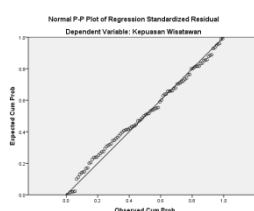
Angka signifikansi uji *Kolmogorov-Smirnov* Sig. > 0,05 maka data berdistribusi normal.

Angka signifikansi uji *Kolmogorov-Smirnov* Sig. < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 4. Hasil Pengujian Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|-------------------------|
| N | 100 |
| Normal Parameters ^{a,b} | |
| Mean | ,0000000 |
| Std. Deviation | 1,58824164 |
| Most Extreme Differences | |
| Absolute | ,062 |
| Positive | ,040 |
| Negative | ,062 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | ,619 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | ,838 |

Dari hasil pengujian diperoleh nilai asymp.sig dari uji *Kolmogorov Smirnov* sebesar 0,838 (0,838 > 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Untuk mengetahui normal atau tidaknya menggunakan *Plot Of Regression Standardized Residual*. Data dikatakan berdistribusi normal jika sebaran data membentuk titik – titik yang mendekati garis diagonal.



Gambar 3. Normal Probability Plot

Dari hasil pengujian normalitas pada penelitian ini menunjukkan bahwa grafik normal probability plot yang mensyaratkan jika sebaran data tersebut harus terletak pada wilayah garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Berdasarkan gambar diatas maka hasil yang didapat memenuhi syarat normal *probability plot*, yang artinya data dalam penelitian tersebut berdistribusi normal.

Uji Linieritas

Jika nilai signifikansi pada *Linearity* lebih kecil dari 0,05 (<0,05) maka hubungan antar variabel dinyatakan linier, sebaliknya apabila *Linearity* lebih besar dari 0,05 (>0,05) maka hubungan antara variabel dinyatakan tidak linier. Seperti yang ada di tabel berikut:

Tabel 5. Hasil Pengujian Linieritas

| <i>Variabel</i> | <i>F</i> | <i>Sig.</i> <i>Linearity</i> | <i>Kondisi</i> | <i>Kesimpulan</i> |
|-----------------|----------|---------------------------------|----------------|-------------------|
| X1 → Y | 4,996 | 0,000 | Sig. < 0,05 | Linier |
| X2 → Y | 48,437 | 0,000 | Sig. < 0,05 | Linier |
| X3 → Y | 69,802 | 0,000 | Sig. < 0,05 | Linier |
| X4 → Y | 11,080 | 0,000 | Sig. < 0,05 | Linier |

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai *sig. linearity* untuk variabel kepuasan wisatawan dengan media social sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$), variabel kepuasan wisatawan dengan sarana wisata sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$), kepuasan wisatawan dengan kualitas pelayanan sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan variabel kepuasan wisatawan dengan keamanan 0,000 ($0,000 < 0,05$). Dari keempat variabel diatas yakni media social, sarana wisata, kualitas pelayanan, dan keamanan menunjukkan bahwa nilai *sig linearity* < 0,05, maka dikatakan hubungan antar variabel bersifat linear, yang artinya jika ada kenaikan skor variabel bebas diikuti kenaikan skor variabel terikat.

Uji Autokorelasi

Adapun standart yang biasanya digunakan dalam sebuah penetian dapat dikatakan bahwa tidak terjadi autokorelasi jika nilai yang didapatkan dari *Durbin-Watson* ini dibawah 5.

Tabel 6. Hasil Pengujian Autokorelasi

| <i>Model Summary^b</i> | | | | | |
|---|----------|-------------------|--------------------------|-----------------------------------|----------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| Dimension 0 | 1 | ,720 ^a | ,518 | ,498 | 1,621 |
| Predictors: (Constant), Keamanan, Media Sosial, Kualitas Pelayanan, Sarana Wisata | | | | | |
| Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan | | | | | |

Berdasarkan hasil pengujian autokorelasi diperoleh nilai *Durbin Watson* sebesar 1,697 menunjukkan bahwa nilai *Durbin-Watson* dibawah 5. Yang artinya, regresi linier yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilihat dari besaran *VIF* (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance*. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai *VIF* tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* > 0,01 atau sama dengan nilai *VIF* < 10.

Tabel 7. Hasil Pengujian Multikolinearitas

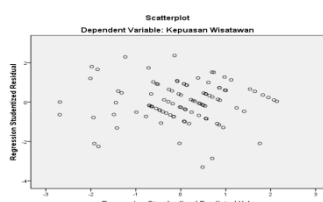
| <i>Coefficients^a</i> | | | |
|---------------------------------|--------------------------------|------------|-------|
| Model | Collinearity Statistics | | |
| | Tolerance | VIF | |
| 1 | (Constant) | | |
| | Media Sosial | ,981 | 1,019 |
| | Sarana Wisata | ,644 | 1,553 |
| | Kualitas Pelayanan | ,674 | 1,484 |
| | Keamanan | ,926 | 1,080 |

Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Dari hasil pengujian diperoleh nilai *VIF* untuk variabel media sosial sebesar 1,019 (< 10), variabel sarana wisata sebesar 1,553 (<10), variabel kualitas pelayanan sebesar 1,484 (<10) dan variabel keamanan sebesar 1,080 (<10). Berdasarkan hasil yang diperoleh maka dapat dinyatakan bahwa regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari multikolinieritas. Artinya bahwa diantara variabel bebas (media social, sarana wisata, kualitas pelayanan, dan keamanan) tidak saling mempengaruhi.

Uji Heteroskedastisitas

Dasar analisisnya Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 4. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar yang ada diatas, menunjukkan bahwa tidak terjadi pola tertentu dan scatterplot titik - titik menyebar secara acak, baik di bagian atas angka 0 atau dibagian bawah angka 0 dari sumbu vertical atau sumbu Y, maka dapat menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk meramalkan pengaruh dua atau lebih *variable predictor* (variable bebas) terhadap satu kriterium (variable terikat) atau untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsional antara dua buah variable bebas (X) atau lebih dengan sebuah variable terikat (Y). Didalam penelitian ini, varibel tersebut adalah media social (X1), sarana wisata (X2), kualitas pelayanan (X3), keamanan (X4) dalam mempengaruhi variabel kepuasan wisatawan (Y) pengunjung legok asri sukolegok di Sidoarjo.

Tabel 8. Tabel Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

| Model | <i>Unstandardized Coefficients</i> | | <i>Standardized Coefficients</i> | | <i>Collinearity Statistics</i> | |
|--------------------|------------------------------------|------------|----------------------------------|-------|--------------------------------|---------------|
| | B | Std. Error | Beta | t | Sig. | Tolerance VIF |
| 1 (Constant) | 3,966 | 1,821 | | 2,178 | ,032 | |
| Media Sosial | ,103 | ,050 | ,148 | 2,064 | ,042 | ,981 1,019 |
| Sarana Wisata | ,465 | ,144 | ,286 | 3,219 | ,002 | ,644 1,553 |
| Kualitas Pelayanan | ,395 | ,080 | ,426 | 4,904 | ,000 | ,674 1,484 |
| Keamanan | ,315 | ,133 | ,176 | 2,373 | ,020 | ,926 1,080 |

a Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Berdasarkan hasil yang ada pada tabel diatas dapat diketahui model regresinya dari keempat variabel sebagai berikut:

$$Y_1 = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e_1$$

$$Y = 3,966 + 0,103 X_1 + 0,465 X_2 + 0,395 X_3 + 0,315 X_4 + e$$

Berdasarkan hasil perolehan persamaan dapat dijelaskan makna dan arti dari koefisien regresi sebagai berikut:

Konstanta (a)

Nilai konstanta yang bernilai positif 3,966. Hal ini menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh variabel bebas yaitu media sosial (X₁), sarana wisata (X₂), kualitas pelayanan (X₃), dan keamanan (X₄), maka nilai variabel terikat yaitu kepuasan wisatawan (Y) tetap konstan sebesar 3,966.

Media Sosial (X1)

Koefisien bernilai positif (0,103) antara variabel media sosial (X₁) dengan variabel kepuasan wisatawan (Y). Dapat diartikan bahwa variabel tersebut memiliki hubungan positif. Maka dapat disimpulkan bahwa jika variabel media sosial mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel kepuasan wisatawan akan mengalami kenaikan sebesar 0,103 satuan.

Sarana Wisata (X2)

Nilai koefisien bernilai positif (0,465) antara variabel sarana wisata (X₂) dan variabel kepuasan wisatawan (Y) yang artinya variabel tersebut memiliki hubungan positif. Maka dapat disimpulkan bahwa Jika variabel sarana wisata mengalami kenaikan satu satuan maka variabel kepuasan wisatawan akan mengalami kenaikan sebesar 0,465 satuan.

Kualitas Pelayanan (X3)

Koefisien bernilai positif (0,395) antara variabel kualitas pelayanan (X₃) dan variabel kepuasan wisatawan (Y) yang artinya variabel tersebut memiliki hubungan positif. Maka dapat disimpulkan bahwa Jika variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan satu satuan maka variabel kepuasan wisatawan akan mengalami kenaikan sebesar 0,395 satuan.

Keamanan (X4)

Koefisien bernilai positif (0,315) antara variabel keamanan (X_4) dan variabel kepuasan wisatawan (Y) yang artinya variabel tersebut memiliki hubungan positif. Maka dapat disimpulkan bahwa Jika variabel keamanan mengalami kenaikan satu satuan maka variabel kepuasan wisatawan akan mengalami kenaikan sebesar 0,315 satuan.

Pengujian Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Uji t (Parsial) digunakan untuk menguji pengaruh media sosial (X_1), sarana wisata (X_2), kualitas pelayanan (X_3), dan keamanan (X_4) secara parsial terhadap kepuasan wisatawan (Y) menggunakan uji t. Berikut adalah hasil uji parsial dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 9. Uji t
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 3,966 | 1,821 | | 2,178 | ,032 |
| Media Sosial | ,103 | ,050 | ,148 | 2,064 | ,042 |
| Sarana Wisata | ,465 | ,144 | ,286 | 3,219 | ,002 |
| Kualitas Pelayanan | ,395 | ,080 | ,426 | 4,904 | ,000 |
| Keamanan | ,315 | ,133 | ,176 | 2,373 | ,020 |

a. Dependent Variable : Kepuasan Wisatawan

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 5% ($\alpha = 0,05$) dan *degree of freedom* sebesar $k=4$ dan $df_2 = n-k-1$ ($100-4-1=95$) sehingga diperoleh t_{tabel} sebesar 1,66105, maka dapat disimpulkan:

Pengaruh media sosial terhadap kepuasan wisatawan

H_0 = variabel media sosial secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

H_1 = variabel media sosial secara parsial berpengaruh signifikan terhadapkepuasan wisatawan.

Berdasarkan tabel uji t diperoleh t_{hitung} sebesar 2,064 hal ini menunjukkan t_{hitung} 2,064 lebih besar dari t_{tabel} 1,66105. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel media sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan pengunjung legok asri suko legok di Sidoarjo.

Pengaruh sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan

H_0 = variabel sarana wisata secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

H_2 = variabel sarana wisata secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Berdasarkan tabel uji t diperoleh t_{hitung} sebesar 3,219 hal ini menunjukkan t_{hitung} 3,219 lebih besar dari t_{tabel} 1,66105. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_2 diterima, artinya variabel sarana wisata mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan pengunjung legok asri suko legok di Sidoarjo.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan.

H_0 = variabel kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

H_3 = variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Berdasarkan tabel uji t diperoleh t_{hitung} 4,904, hal ini menunjukkan t_{hitung} 4,904 lebih besar dari t_{tabel} 1,66105. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_3 diterima, artinya variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan pengunjung legok asri suko legok di Sidoarjo.

Pengaruh keamanan terhadap kepuasan wisatawan

H_0 = variabel keamanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

H_4 = variabel keamanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Berdasarkan tabel uji t diperoleh t_{hitung} 2,373, hal ini menunjukkan t_{hitung} 2,373 lebih besar dari t_{tabel} 1,66105. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_3 diterima, artinya variabel keamanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan pengunjung legok asri suko legok di Sidoarjo.

Uji Simultan (F)

Uji Simultan (Uji F) bertujuan untuk menguji pengaruh variabel kepercayaan (X_1), media sosial (X_2) dan sarana wisata (X_3), keamanan (X_4) secara simultan terhadap kepuasan wisatawan (Y) Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

$H_0 = F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak.

Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh secara simultan antara variabel X1, X2, X3 dan X4 terhadap variabel Y.

$H_a = F_{hitung} > F_{tabel}$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel X1, X2, X3, dan X4 terhadap variabel Y.

Berikut adalah hasil uji simultan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Uji F

| ANOVA ^b | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 268,631 | 4 | 67,158 | 25,548 | ,000 ^a |
| | Residual | 249,729 | 95 | 2,629 | | |
| | Total | 518,360 | 99 | | | |

Predictors : (Constant), Keamanan, Media Sosial, Kualitas Pelayanan, Sarana Wisata

Dependent Variable : Kepuasan Wisatawan

Dari hasil pengujian secara simultan menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 25,548 sedangkan F_{tabel} 2,47 pada tingkat kepercayaan signifikansi sebesar 5% dan df sebesar k=4 dan df2 = n-k-1 (100-4-1=95) maka didapat nilai F_{tabel} sebesar 2,47. Oleh karena itu F_{hitung} 25,548 lebih besar dari F_{tabel} 2,47 dan tabel diatas juga menunjukkan nilai sig = 0,000 yang lebih kecil dari $\alpha=0,05$ maka dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel bebas mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

Jadi dapat disimpulkan bahwa media sosial (X1), sarana wisata (X2) kualitas pelayanan (X3) dan keamanan (X4) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan wisatawan (Y) pengunjung legok asri suko legok di Sidoarjo.

Koefisien Korelasi Berganda (Uji R)

Digunakan untuk menghitung tingkat keeratan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Berikut adalah tabel hasil pengujian uji R:

Tabel 11. Uji R
Model Summary^b

| Model Summary | | | | | | |
|---------------|---|-------------------|-------------------|----------------------------|---------------|-------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson | |
| Dimension 0 | 1 | .720 ^a | .518 | .498 | 1.621 | 1.697 |

Predictors: (Constant), Keamanan, Media Sosial, Kualitas Pelayanan, Sarana Wisata

Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Jangkauan nilai R adalah berkisar antara 0 – 1. Semakin mendekati 1 berarti hubungan antara variable bebas secara bersama-sama dan variable terikat adalah semakin kuat. Semakin mendekati 0 berarti hubungan antara variable bebas secara bersama-sama dan variabel terikat semakin lemah atau bahkan tidak ada sama sekali. Dapat dilihat pada tabel uji R, nilai R sebesar 0,720 (72,0%) hal ini menunjukkan bahwa hubungan variabel independen dan variabel dependen cukup kuat karena nilainya lebih dari 28%.

Koefisien Determinan Berganda (Uji R²)

Uji R Square digunakan untuk menghitung kemampuan model regresi dalam menjelaskan perubahan variabel terikat akibat variasi variabel bebas. Berikut ini adalah tabel dari hasil pengujiannya :

Tabel 12. Hasil Uji R²
Model Summary^b

| Model Summary | | | | | | |
|---------------|---|-------------------|-------------------|----------------------------|---------------|-------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson | |
| Dimension 0 | 1 | ,720 ^a | ,518 | ,498 | 1,621 | 1,697 |

Predictors: (Constant), Keamanan, Media Sosial, Kualitas Pelayanan, Sarana Wisata

Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Berdasarkan tabel uji R Square dapat dijelaskan bahwa koefisien determinan pada penelitian ini sebesar 0,518 atau 51,8% sehingga media sosial (X1), sarana wisata (X2), kualitas pelayanan (X3), dan keamanan (X4) dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap kepuasan wisatawan (Y). dan sisanya 48,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Hasil dari penelitian yang ada di atas dapat diketahui seberapa besar pengaruh media social, sarana wisata, kualitas pelayanan, dan keamanan terhadap kepuasan wisatawan dengan menggunakan aplikasi pengolahan data SPSS statistik versi 22.

Hipotesis Pertama : media social berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan

Berdasarkan analisis membuktikan bahwa media sosial berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Sehingga dapat dinyatakan bahwa media sosial dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan pengunjung legok asri suko legok di Sidoarjo.

Hal ini dibuktikan dengan pengukuran indikator yang paling berpengaruh yaitu keterlibatan. Keterlibatan media sosial ini dapat menyebabkan pengunjung mengetahui wisata legok asri suko legok dari media sosial. Kemudian ketahanan terhadap pengaruh media, media sosial akan memberikan pengaruh yang lengkap mengenai informasi legok asri suko legok. Di media sosial memberikan semua informasi mengenai yang ada di legok asri suko legok. Untuk indikator kesengajaan, media sosial sengaja dimanfaatkan oleh legok asri suko legok untuk mempromosikan semua yang ada di legok asri suko legok. Sehingga dapat mempengaruhi pengunjung untuk berkunjung ke wisata legok asri suko legok. Indikator pemanfaatan, media sosial memberikan informasi jika pengaruh komentar yang positif yang ada di media sosial sangat mempengaruhi pengunjung untuk berkunjung ke legok asri suko legok, karena komentar positif dapat menjadi bahan pertimbangan pengunjung. Dan yang terakhir kemampuan memilih, di media sosial juga membagikan wahana yang ada di legok asri suko legok, yaitu wahana kolam renang, kolam pancing, flying fox, dan wisata outbond untuk anak-anak dan dewasa. Sehingga pengunjung dapat memilih untuk berkunjung karena kelengkapan wahana dan fasilitas yang diberikan.

Keterlibatan informasi wahana, tempat, dan harga yang di informasikan di media sosial membuat wisatawan ingin berkunjung di legok asri suko legok. Selain itu jika kesesuaian yang di informasikan di media sosial juga dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan dalam berkunjung. Ketika pengunjung sudah merasakan apa yang di sampaikan di media sosial secara tidak langsung pengunjung akan merasakan kepuasan berkunjung di wisata legok asri suko legok di Sidoarjo.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh [9], [10], [11], dan [12] yang menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Hipotesis Kedua : sarana wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan

Berdasarkan analisis membuktikan bahwa sarana wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Sehingga dapat dinyatakan bahwa sarana wisata dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan pengunjung legok asri suko legok di Sidoarjo.

Hal ini dibuktikan dengan pengukuran indikator yang berkontribusi paling besar yaitu kondisi dan fungsi fasilitas. Wisata legok asri suko legok merupakan wisata yang mempunyai kondisi dan fungsi yang terawat. Legok asri juga mengusung tema alam yang bersifat edukatif dan rekreatif. Kemudahan dalam penggunaan fasilitas juga mempengaruhi kepuasan wisatawan. Sehingga pengunjung yang berkunjung merasakan kepuasan atas fasilitas yang ada di legok asri suko legok. Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian yang ada di legok asri suko legok tertata. Kelengkapan yang ada berupa sarana parkir, tempat makan, tempat ibadah, juga toilet yang bersih dan nyaman untuk digunakan. Kelengkapan, kebersihan, kerapian sarana wisata yang ditawarkan oleh legok asri suko legok sangat memadai sehingga pengunjung merasakan kepuasan setelah berkunjung di legok asli suko legok. Dengan adanya fasilitas, wahana permainan dan pelayanan yang memuaskan pengunjung akan senang untuk berkunjung kembali di legok asri suko legok di Sidoarjo. Jika pengunjung merasakan kepuasan secara tidak langsung pengunjung akan merekomendasikan wisata legok asri kepada pengunjung lainnya.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh [16], [17], dan [18] yang menunjukkan bahwa variabel sarana wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.

Hipotesis Ketiga : kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan

Berdasarkan analisis membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Sehingga dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan pengunjung legok asri suko legok di Sidoarjo.

Hal ini dibuktikan dengan pengukuran indikator yang paling berkontribusi yaitu Empati, legok asri suko legok memberikan pelayanan yang memudahkan wisatawan untuk merasakan kepuasan berwisata di legok asri. Selain itu bukti langsung pelayanan yang diberikan juga memperhatikan kebutuhan para

pengunjung legok asri suko legok. Pengelola wisata legok asri suko legok memberikan pelayanan yang baik, dimana pelayanan ini meliputi fasilitas perlengkapan, pegawai yang ramah, sopan, dan sarana komunikasi yang baik sehingga memudahkan untuk pengunjung dapat berkomunikasi dengan para petugas jika mengalami kendala ketika berwisata di legok asri suko legok di Sidoarjo.

Legok asri suko legok mempunyai jaminan bahwa petugas yang sopan dalam melayani pengunjung, sehingga membuat pengunjung percaya dengan tempat wisata legok asri. Daya tanggap petugas yang ada di legok asri memberikan pelayanan yang cepat tanggap dan memuaskan sehingga pengunjung akan merasakan kepuasan dalam berwisata di legok asri suko legok di Sidoarjo. Reliabilitas petugas yang ada di legok asri juga siap membantu wisatawan dalam berkunjung jika ada yang membutuhkan jasa petugas

Hal didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh [22], [23], dan [24] yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan.

Hipotesis Keempat : keamanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.

Berdasarkan analisis membuktikan bahwa keamanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Sehingga dapat dinyatakan bahwa keamanan dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan pengunjung legok asri suko legok di Sidoarjo.

Hal ini dibuktikan dengan pengukuran indikator jaminan keamanan, Legok asri suko legok mempunyai jaminan keamanan yang bagus. Selain itu legok asri juga memberikan perlindungan kepada wisatawan. Jaminan keamanan yang diberikan legok asri misalnya di dalam legok asri ada wahana kolam renang dan outbond. Petugas akan menjamin keamanan selama berada di kolam renang. Petugas tetap memantau para pengunjung yang berenang sehingga jika terjadi sesuatu dengan pengunjung maka petugas dengan sigap membantu pengunjung. Begitupun sebaliknya petugas wahana yang ada di outbond. Dengan begitu kepuasan akan dirasakan oleh wisatawan pengunjung legok asri suko legok di Sidoarjo. Pengunjung juga akan merasakan kepuasan sesuai dengan harapan berwisata di legok asri.

Hal didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh [27] dan [28] yang menyatakan variabel keamanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.

Hipotesis Kelima : media social, sarana wisata, kualitas pelayanan, dan keamanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan

Berdasarkan analisis membuktikan bahwa media social, sarana wisata, kualitas pelayanan, dan keamanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Sehingga dapat dinyatakan bahwa social media, sarana wisata, kualitas pelayanan, dan keamanan dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan pengunjung legok asri suko legok di Sidoarjo.

Pengunjung mengetahui wisata legok asri suko legok dari media social. Di media social memberikan semua informasi mengenai yang ada di legok asri suko legok sehingga dapat mempengaruhi pengunjung untuk berkunjung ke wisata legok asri suko legok.

Wisata legok asri suko legok merupakan wisata yang mempunyai kondisi dan fungsi yang terawat. Legok asri juga mengusung tema alam yang bersifat edukatif dan rekreatif. Sehingga pengunjung yang berkunjung merasakan kepuasan atas fasilitas yang ada di legok asri suko legok. Selain itu sarana parkir, tempat makan, tempat ibadah, juga toilet yang bersih dan nyaman untuk digunakan.

Legok asri suko legok memberikan pelayanan yang memudahkan wisatawan untuk merasakan kepuasan berwisata di legok asri. Selain itu pelayanan yang diberikan juga memperhatikan kebutuhan para pengunjung legok asri suko legok. Pengelola wisata legok asri suko legok memberikan pelayanan yang baik, dimana pelayanan ini meliputi fasilitas perlengkapan, pegawai yang ramah, sopan, dan sarana komunikasi yang baik sehingga memudahkan untuk pengunjung dapat berkomunikasi dengan para petugas jika mengalami kendala ketika berwisata di legok asri suko legok di Sidoarjo.

Legok asri suko legok mempunyai jaminan keamanan yang bagus. Selain itu legok asri juga memberikan perlindungan kepada wisatawan. Jaminan keamanan yang diberikan legok asri misalnya di dalam legok asri ada wahana kolam renang dan outbond. Petugas akan menjamin keamanan selama berada di kolam renang. Petugas tetap memantau para pengunjung yang berenang sehingga jika terjadi sesuatu dengan pengunjung maka petugas dengan sigap membantu pengunjung. Begitupun sebaliknya petugas wahana yang ada di outbond.

Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh [9], [10] yang menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh [16], [17] yang menunjukkan bahwa variabel sarana wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Penelitian yang dilakukan oleh [22], [23] menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Dan penelitian yang dilakukan oleh [27] dan [28] yang menyatakan variabel keamanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.

IV. SIMPULAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis membuktikan bahwa variabel media sosial berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pengunjung legok asri suko legok di Sidoarjo. Sarana wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pengunjung legok asri suko legok di Sidoarjo. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pengunjung legok asri suko legok di Sidoarjo. Keamanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pengunjung legok asri suko legok di Sidoarjo. Secara simultan media social, sarana wisata, kualitas pelayanan, dan keamanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pengunjung legok asri suko legok di Sidoarjo.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini dapat selesai dengan baik dan tepat waktu sebab adanya bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terima kasih untuk Bapak/Ibu dosen dan staff Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing penelitian.

REFERENSI

- [1] Kusuma, Kumara Adji. 2018. *Pengantar Ilmu Ekonomi Islam*. Sidoarjo: UMSIDA PRESS.
- [2] Setiawan Priatmoko. 2017. Pengaruh Atraksi, Mediasosial, Dan Infrastruktur Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Desa Wisata Pentingsari Yogyakarta. *Jurnal Khasanah Ilmu*. STIE Pariwisata API Yogyakarta.
- [3] Hasan, Ali. (2015). *Tourism Marketing*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- [4] Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- [5] Tjiptono. 2012. *Service Management*. Yogyakarta: Andi.
- [6] Maxmanroe. 2019. Pengertian Media Sosial Secara Umum, Fungsi, Tujuan, Jenis Sosmed. Diakses pada 28 September 2019. dari <https://www.maxmanroe.com/vid/teknologi/internet/pengertian-media-sosial.html>.
- [7] Nur Rahmat, Y. 2018. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Frozento Homemade Ice Cream and Café Di Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis*. Universitas Mulawarman.
- [8] Gohil, N. (2015). Role and Impact of Social Media in Tourism: A Case Study on the Initiatives of Madhya Pradesh State Tourism Introduction: Review of Literature:, 5(4), 8–15.
- [9] Arpan, Yunada. 2023. Pengaruh Destination Image, Social Media Marketing dan Daya Tarik, terhadap Kepuasan Wisatawan Melalui Keputusan Berkunjung (Studi pada Kebun Raya Liwa, Lampung Barat). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, Vol. 7, No. 1. DOI: 10.33087/ekonomis.v7i1.1075.
- [10] Wahyono, Indra Siam. 2022. Media Sosial Dan Kualitas Layanan Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Media Sosial Toko Buku Online Redaksi Loveable). *Jurnal Inspirasi Ilmu Manajemen*, Vol. 1, No. 1.
- [11] Azzahra, Annisa., B. MH Nainggolan. 2022. Pengaruh media social, e-wom, citra merek, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di R hotel rancmaya. *Sinomika journal*, vol. 1, no. 3.
- [12] Jaya, Chairman Lawvandy et al. 2022. Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Di The Wrappers, Medan. *Politeknik Cendana Medan*.
- [13] Athika S., Achmad F., dan Inggang P. Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Dengan Citra Destinasi Sebagai Variabel. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Universitas Brawijaya.
- [14] Hary Hermawan. 2017. Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Media Wisata*. Dosen Sekolah Tinggi Pariwisata ARS Internasional Bandung.
- [15] Meizannur dan Christine Wulandari. 2015. Analisis Pengembangan Obyek Wisata Alam di Resort Balik Bukit Taman Nasional Bukit Barisan Selatan. *Jurnal Sylva Lestari. Jurusan Kehutanan Fakultas Pertanian Universitas Lampung*.
- [16] Sjukriana, Juke et al. 2023. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung. *JHT : Journal of Hospitality and Tourism*, Vol. 1, No. 2. <https://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/>
- [17] Nugraha, Rizki Nurul et al. 2022. Kajian Kelengkapan Fasilitas , Sarana ,Dan Prasarana Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Destinasi Wisata Museum Di Tengah Kebun Jakarta. *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol.3 No.6.

- [18] Idris, Fahmy dan Salju. 2023. Pengaruh Budaya Kerja, Kualitas Pelayanan, Sarana Dan Prasarana Terhadap Kepuasan Masyarakat. *Kelola: Journal of Islamic Education Management*, Vol. 8, No.1. <https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/kelola>.
- [19] Kiswanto, Anjar Hari. 2011. Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Dampo Awang Beach Rembang. *Eprint:UNNES*.
- [20] Yulia Larasati Putri dan Hardi Utomo. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Among Makart*. STIE AMA Salatiga.
- [21] Poppy Margaretith, N.S. ,Altje Tumbel. 2016. Pelayanan , Keamanan dan Daya Tarik Mempengaruhi Minat Wisatawan yang Berkunjung Ke Objek Wisata Alam Gunung Mahawu, Tomohon. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Universitas Sam Ratulangi Manado.
- [22] Sagala, Feronika Clara Natalia., Fareis Althalets. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Kyriad Sadurengas Kabupaten Paser. *ETNIK : Jurnal Ekonomi – Teknik*, vol. 1, No. 4. <https://etnik.rifainstitute.com>
- [23] Maulana, Fariz Rachmat. 2022. Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Gor Bulutangkis Gunper Tasikmalaya. *ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, Vol.1, No.8.
- [24] Suyatno, Rekawati et al. 2022. Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi pada Wisata Jurang Senggani (Buper) Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Edueco*, Vol. 5, No. 2.
- [25] Sopyan. 2015. Analisa Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pengunjung dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening. Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang.
- [26] Suryadana, M. Liga dan Vanny Octavia. 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- [27] Haqiqi, Irfan Maulana et al. 2023. Pengaruh Tingkat Keamanan Dan Pelayanan Petugas Avsec Pasca Event Motogp Terhadap Kepuasan Penumpang Di Bandar Udara Internasional Zainuddin Abdul Madjid Lombok. *Jurnal Mahasiswa*, Vol.5, No.1.
- [28] Zainuddin M et al. 2022. Analisis Pengaruh Faktor Transportasi, Keamanan, Dan Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Wisatawan Pulau Derawan Kabupaten Berau Kalimantan Timur. *Jurnal Pembangunan Perikanan dan Agribisnis*, Vol. 9 No. 1
- [29] Raman, Arasu., dan Viswanathan, A. 2011. Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer. *IJCA Special Issue on: Wireless Information Networks & Business Information System*, hal.54-60.
- [30] D. of E. and S. Affairs, “THE 17 GOALS,” United Nations, 2022. <https://sdgs.un.org/goals> (accessed Nov. 02, 2022).
- [31] D. of E. and S. Affairs, “Build resilient infrastructure, promote inclusive and sustainable industrialization and foster innovation,” United Nations, 2022. <https://sdgs.un.org/goals/goal9> (accessed Nov. 02, 2022).
- [32] Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.