

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Deskripsi Objek Penelitian

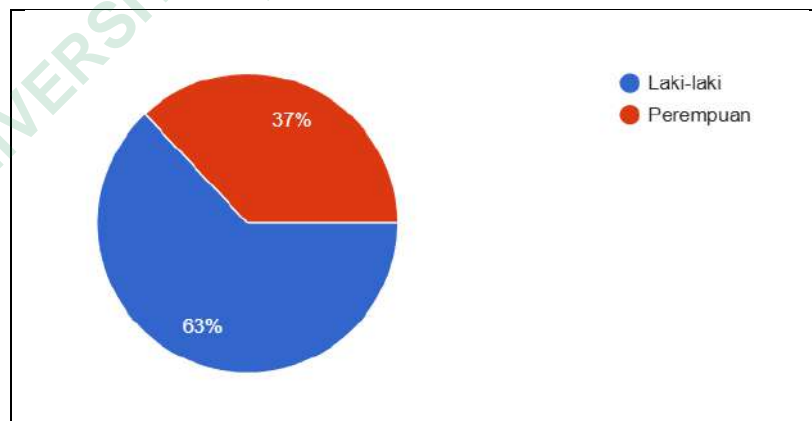
Pengunjung Ekowisata Sungai Mudal

2. Karakteristik Responden

Objek yang terlibat dalam penelitian ini adalah pengunjung yang pernah mengunjungi Ekowisata Sungai Mudal di Kulon Progo dan memenuhi kriteria yang telah ditentukan, seperti berusia minimal 17 tahun. Jumlah total responden yang berhasil dikumpulkan sebanyak 100 orang. Karakteristik responden dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori berikut:

a. Jenis Kelamin

Gambar 4. 1 Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

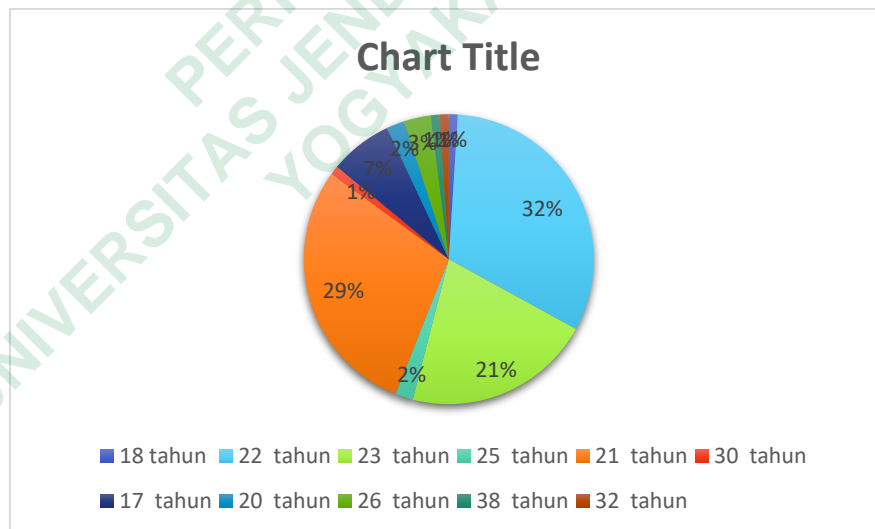


Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan data pada Gambar 4.1 terkait jenis kelamin responden, dapat diketahui bahwa sebanyak 63% responden adalah laki-laki dan 37% responden adalah perempuan. Jika dikonversi ke dalam jumlah, maka terdapat sekitar 63 responden laki-laki dan 37 responden perempuan dari total 100 responden. Data ini menunjukkan bahwa pengunjung Ekowisata Sungai Mudal dalam penelitian ini lebih banyak berasal dari kalangan laki-laki dibandingkan perempuan. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa destinasi wisata alam seperti Sungai Mudal cukup diminati oleh pengunjung laki-laki yang mungkin lebih tertarik pada aktivitas petualangan dan ekowisata.

b. Usia

Gambar 4. 2 Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Usia

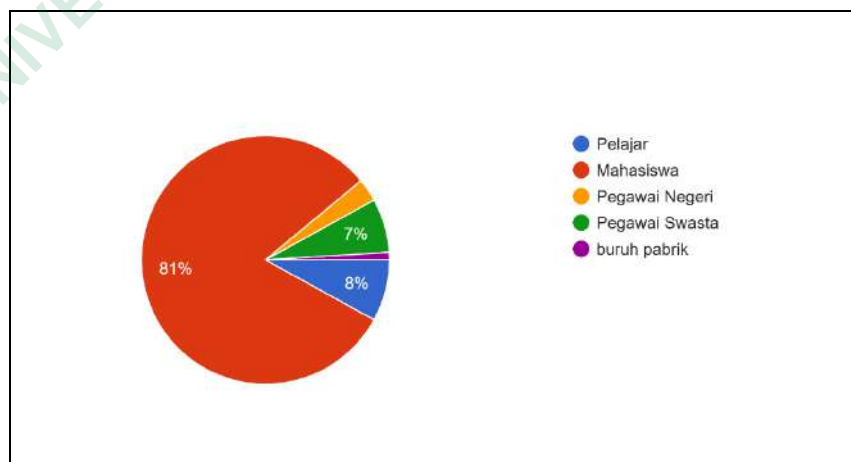


Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan Gambar 4.2, sebagian besar responden berusia 22 tahun, yang menunjukkan bahwa kelompok usia ini mendominasi karakteristik usia responden yaitu sebanyak 32 orang (sekitar 32%), diikuti oleh usia 21 tahun sebanyak 29 orang (sekitar 29%), dan usia 23 tahun sebanyak 21 orang (sekitar 21%). Usia lainnya yang cukup signifikan adalah 17 tahun (7 responden atau 7%) dan 26 tahun (3 responden atau 3%). Kemudian terdapat juga responden usia 20 tahun dan 25 tahun masing-masing 2 orang (sekitar 2%), serta masing-masing 1 responden untuk usia 18, 30, 32, dan 38 tahun (sekitar 1%). Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung Ekowisata Sungai Mudal berada pada kelompok usia produktif sekitar 21 hingga 23 tahun, yang secara umum merupakan kelompok mahasiswa dan dewasa muda. Hal ini mengindikasikan bahwa wisata alam seperti Sungai Mudal sangat diminati oleh generasi muda, khususnya mereka yang aktif dan memiliki ketertarikan terhadap wisata berbasis petualangan dan alam..

c. Pekerjaan/Profesi

Gambar 4. 3 Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan/Profesi

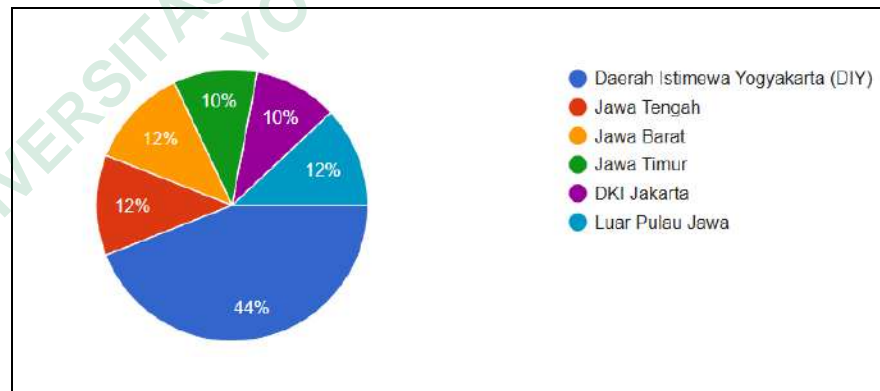


Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan Gambar 4.3, terlihat bahwa mayoritas responden berdasarkan pekerjaan atau profesi adalah mahasiswa, yang mendominasi dengan persentase sebesar 81%. Kemudian diikuti oleh pelajar sebesar 8%, pegawai swasta sebanyak 7%, pegawai negeri sebesar 3%, dan buruh pabrik sebanyak 1%. Komposisi ini mengindikasikan bahwa Ekowisata Sungai Mudal paling banyak diminati oleh kalangan muda yang masih menempuh pendidikan, khususnya mahasiswa. Namun, mulai terdapat ketertarikan dari kelompok masyarakat yang telah bekerja, baik di sektor swasta, pemerintahan, maupun buruh. Hal ini menunjukkan bahwa ekowisata tersebut menunjukkan ketertarikan yang besar dari berbagai kalangan serta memiliki peluang untuk terus dikembangkan dengan menasar segmen generasi muda yang aktif serta masyarakat umum.

d. Domisili

Gambar 4. 4 Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Domisili



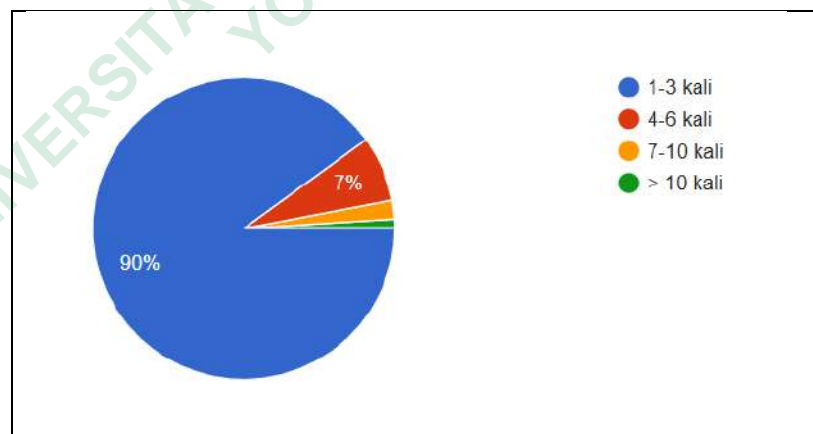
Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan Gambar 4.4 mengenai karakteristik responden berdasarkan asal domisili, mayoritas responden berasal dari wilayah Daerah Istimewa

Yogyakarta (DIY), yaitu sebanyak 60 orang (44%). Hal ini menunjukkan bahwa Ekowisata Sungai Mudal cukup populer di kalangan masyarakat lokal, khususnya warga DIY. Selain itu, terdapat pula responden dari berbagai daerah lain, seperti Jawa Tengah sebanyak 16 orang (12%), Jawa Barat 16 orang (12%), dan Luar Pulau Jawa juga sebanyak 16 orang (12%). Responden dari Jawa Timur dan DKI Jakarta masing-masing berjumlah 14 orang (10%). Komposisi ini menunjukkan bahwa Ekowisata Sungai Mudal memiliki daya tarik yang tidak hanya terbatas pada pengunjung lokal, tetapi juga menjangkau wisatawan dari berbagai wilayah di Indonesia, termasuk dari luar Pulau Jawa. Temuan ini mencerminkan potensi besar Ekowisata Sungai Mudal sebagai destinasi wisata alam yang diminati oleh berbagai kalangan secara geografis.

e. Jumlah Kunjungan

Gambar 4. 5 Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan



Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan Gambar 4.5 mengenai karakteristik responden berdasarkan frekuensi kunjungan, mayoritas responden, yaitu sebanyak 90% merupakan pengunjung yang telah mengunjungi Ekowisata Sungai Mudal sebanyak 1–3 kali. Kemudian, terdapat 7% responden yang telah berkunjung sebanyak 4–6 kali, disusul oleh 2% yang pernah berkunjung sebanyak 7–10 kali, serta 1% responden yang telah mengunjungi lebih dari 10 kali. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung masih tergolong baru atau belum terlalu sering berkunjung. Kondisi ini dapat menjadi peluang strategis bagi pengelola untuk meningkatkan loyalitas dan kunjungan ulang melalui peningkatan kualitas pelayanan, penyediaan fasilitas yang menarik, serta promosi yang berkelanjutan.

3. Deskripsi Variabel Independen (X) dan Variabel Dependen (Y)

Pada penelitian ini digunakan statistik deskriptif untuk menjelaskan gambaran dari masing-masing variabel, seperti kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pengunjung di Ekowisata Sungai Mudal. Dengan menggunakan statistik deskriptif, data yang kompleks dapat disusun secara sistematis agar lebih mudah dianalisis dan dimengerti.

Tabel 4. 1 Statistik Deskripsi Item Variabel

Variabel	Statistik Deskriptif					
	Item	N	Min	Max	Mean	Std Deviation
Kualitas Pelayanan (X1)	KP1	100	1	5	2.99	1.275
	KP2	100	1	5	3.52	1.344
	KP3	100	1	5	3.27	1.406
	KP4	100	1	5	3.50	1.345
	KP5	100	1	5	3.41	1.319
	KP6	100	1	5	3.37	1.308
	KP7	100	1	5	3.31	1.308
	KP8	100	1	5	3.66	1.249
	KP9	100	1	5	3.35	1.395
	KP10	100	1	5	3.35	1.351
	KP11	100	1	5	3.26	1.383
	KP12	100	1	5	3.79	1.282
Harga (X2)	H1	100	1	5	3.46	1.352
	H2	100	1	5	3.28	1.408
	H3	100	1	5	3.39	1.456
	H4	100	1	5	3.70	1.352
	H5	100	1	5	3.37	1.338
	H6	100	1	5	3.10	1.481
	H7	100	1	5	3.27	1.377
	H8	100	1	5	3.46	1.329
Kepuasan pengunjung (Y)	KPg1	100	1	5	3.28	1.371
	KPg2	100	1	5	3.44	1.358
	KPg3	100	1	5	3.29	1.395
	KPg4	100	1	5	3.33	1.429
	KPg5	100	1	5	3.51	1.480
	KPg6	100	1	5	3.48	1.460
	KPg7	100	1	5	3.35	1.359

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

- a. Variabel kualitas pelayanan diukur melalui 12 pernyataan yang mencerminkan aspek seperti kebersihan fasilitas, keramahan petugas, kejelasan informasi, hingga kenyamanan pengunjung. Analisis data

menunjukkan bahwa pernyataan dengan rata-rata tertinggi adalah “Petugas mampu menyampaikan informasi atau arahan dengan jelas dan mudah dipahami” dengan skor 3,79, menandakan bahwa komunikasi petugas dianggap sangat membantu oleh pengunjung. Sebaliknya, skor terendah (2,99) ditemukan pada pernyataan terkait kebersihan dan perawatan fasilitas umum, yang mengindikasikan adanya kelemahan dalam pengelolaan fasilitas. Secara keseluruhan, rata-rata variabel ini adalah 3,39, yang berada pada kategori netral. Artinya, penilaian pengunjung terhadap kualitas pelayanan masih berada di titik tengah, menunjukkan bahwa sebagian pengunjung setuju dan sebagian lainnya ragu atau kurang puas. Peningkatan pada aspek kebersihan dan perawatan fasilitas akan membantu menggeser persepsi ke arah yang lebih positif.

- b. Variabel harga memiliki rata-rata keseluruhan 3,38, yang menunjukkan penilaian netral terhadap keterjangkauan dan kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima. Pernyataan dengan skor tertinggi (3,70) adalah “Dibandingkan dengan objek wisata serupa, harga yang ditawarkan oleh Sungai Mudal tergolong kompetitif”. Hal ini menandakan bahwa pengunjung menganggap harga tiket relatif bersaing dibanding destinasi serupa. Namun, skor terendah (3,10) terdapat pada pernyataan “Harga tiket masuk sebanding dengan kenyamanan yang dirasakan selama kunjungan”, yang mengindikasikan adanya kesenjangan antara biaya yang dibayarkan dan kenyamanan yang dialami. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun

harga sudah cukup kompetitif, peningkatan kenyamanan dan fasilitas masih diperlukan agar pengunjung merasa manfaat yang didapat benar-benar sepadan dengan harga yang dibayarkan.

- c. Variabel kepuasan pengunjung memiliki rata-rata 3,38, juga berada pada kategori netral. Nilai tertinggi (3,51) diperoleh dari pernyataan “Yakin bahwa Sungai Mudal layak untuk disarankan kepada teman atau kerabat”, menunjukkan bahwa secara umum pengunjung bersedia merekomendasikan destinasi ini kepada orang lain. Sementara itu, skor terendah (3,28) berasal dari pernyataan mengenai kesesuaian fasilitas dengan harapan pengunjung. Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun pengalaman kunjungan cukup positif, masih terdapat keraguan terkait pemenuhan harapan wisatawan, khususnya pada aspek fasilitas. Peningkatan kualitas fasilitas, kenyamanan, serta daya tarik wisata diyakini dapat mendorong tingkat kepuasan pengunjung menjadi lebih tinggi di masa mendatang.

B. Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas suatu kuesioner diuji untuk memastikan bahwa instrumen tersebut benar-benar mengukur aspek yang dimaksud. Sebuah data dikatakan valid apabila menunjukkan kesesuaian dengan keadaan nyata

dari objek penelitian. Dasar dalam mengambil keputusan uji validitas adalah nilai r hitung yang dibandingkan dengan r tabel. Jika r hitung $>$ r tabel, maka pertanyaan dianggap valid, namun jika r hitung $<$ r tabel, maka pertanyaan tersebut tidak valid. nilai Sig $<$ 0,05. R Tabel diperoleh dari r table dengan tingkat signifikansi 5%. Sedangkan r hitung diperoleh dari table *pearson correlation*.

Tabel 4. 2 Uji Validitas

Variabel	Item Soal	Pearson Corerelation (r hitung)	R tabel (Sig. 0,05)	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	KP1	0,538	0.1966	Valid
	KP2	0,570	0.1966	Valid
	KP3	0,546	0.1966	Valid
	KP4	0,520	0.1966	Valid
	KP5	0,614	0.1966	Valid
	KP6	0,540	0.1966	Valid
	KP7	0,593	0.1966	Valid
	KP8	0,561	0.1966	Valid
	KP9	0,486	0.1966	Valid
	KP10	0,552	0.1966	Valid
	KP11	0,468	0.1966	Valid
	KP12	0,463	0.1966	Valid
Harga (X2)	H1	0,459	0.1966	Valid
	H2	0,658	0.1966	Valid
	H3	0,528	0.1966	Valid
	H4	0,478	0.1966	Valid
	H5	0,509	0.1966	Valid
	H6	0,692	0.1966	Valid
	H7	0,602	0.1966	Valid
	H8	0,619	0.1966	Valid
Kepuasan Pengunjung (Y)	KPg1	0,603	0.1966	Valid
	KPg2	0,562	0.1966	Valid
	KPg3	0,558	0.1966	Valid
	KPg4	0,569	0.1966	Valid
	KPg5	0,443	0.1966	Valid
	KPg6	0,541	0.1966	Valid
	KPg7	0,568	0.1966	Valid

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dalam variabel Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pengunjung memiliki nilai r-hitung lebih tinggi daripada r-tabel sebesar 0,1966. Hal ini menandakan bahwa masing-masing item memiliki tingkat validitas yang signifikan. Hasil tersebut menegaskan bahwa semua item pada ketiga variabel telah lolos uji validitas dan dinyatakan layak sebagai instrumen penelitian. Dengan demikian, instrumen tersebut dinilai layak dan dapat digunakan untuk mengukur persepsi responden terkait kualitas pelayanan, persepsi terhadap harga, serta tingkat kepuasan pengunjung.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan guna memastikan bahwa suatu instrumen dikatakan memiliki reliabilitas tinggi apabila mampu memberikan hasil yang serupa dalam kondisi dan pengukuran yang konsisten. Sebuah instrumen dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha-nya melampaui batas minimum sebesar 0,6.

Tabel 4. 3 Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Item	Kriteria
Kualitas Pelayanan (X1)	.776	12	Reliabel
Harga (X2)	.702	8	
Kepuasan Pengunjung (Y)	.611	7	

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 4.3 hasil yang diperoleh, seluruh variabel menunjukkan nilai *alpha* di atas 0,60, yang menandakan bahwa masing-masing item dalam kuesioner memiliki tingkat keandalan yang dapat diterima. Variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai tertinggi sebesar 0,776, diikuti oleh variabel harga dengan angka 0,702. Sementara itu, kepuasan pengunjung memperoleh nilai 0,611, meskipun nilai pada variabel terakhir tergolong paling rendah, angka tersebut tetap melewati ambang batas minimal reliabilitas, sehingga masih dapat dinyatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali, (2018), uji normalitas dilakukan untuk mengevaluasi apakah data yang digunakan dalam penelitian mengikuti distribusi normal. Salah satu metode statistik yang umum digunakan dalam pengujian ini adalah uji Kolmogorov-Smirnov. Data dianggap terdistribusi normal apabila nilai signifikansi (Sig.) yang dihasilkan melebihi 0,05. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai Sig.>0,05, yang mengindikasikan bahwa data memenuhi asumsi normalitas dan layak digunakan dalam model regresi.

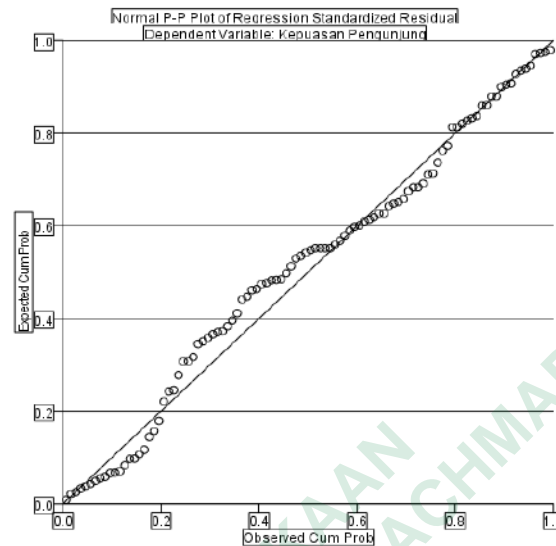
Tabel 4. 4 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	3.11639721	
Most Extreme Differences	Absolute	.081	
	Positive	.056	
	Negative	-.081	
Test Statistic		.081	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.103	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.103	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.95
		Upper Bound	.111
	a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.			

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Tabel 4.4 mencantumkan hasil uji normalitas dengan nilai signifikansi $0,103 > 0,05$, yang mengindikasikan bahwa distribusi residual tergolong normal.

Tabel 4. 5 Grafik P-Polt



Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Pola sebaran pada grafik Normal P–P Plot yang mengikuti garis diagonal menunjukkan bahwa residual memiliki distribusi yang mendekati normal. Hal ini mengindikasikan bahwa asumsi normalitas regresi telah dipenuhi.

b. Uji Multikolonieritas

Multikolonieritas diuji guna memastikan bahwa tidak terdapat korelasi yang kuat antar variabel bebas, sehingga masing-masing variabel dapat memberikan kontribusi yang unik terhadap variabel dependen. Ketidakhadiran multikolonieritas ditandai dengan nilai VIF di bawah 10, sedangkan nilai yang melebihi batas tersebut menunjukkan adanya masalah dalam model (Ghozali, 2018).

Tabel 4. 6 Uji Multikolonieritas

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.034	1.609		1.264	.209		
	Kualitas Pelayanan	.243	.049	.214	4.943	<.001	.562	1.780
	Harga	.434	.067	.508	6.492	<.001	.562	1.780

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

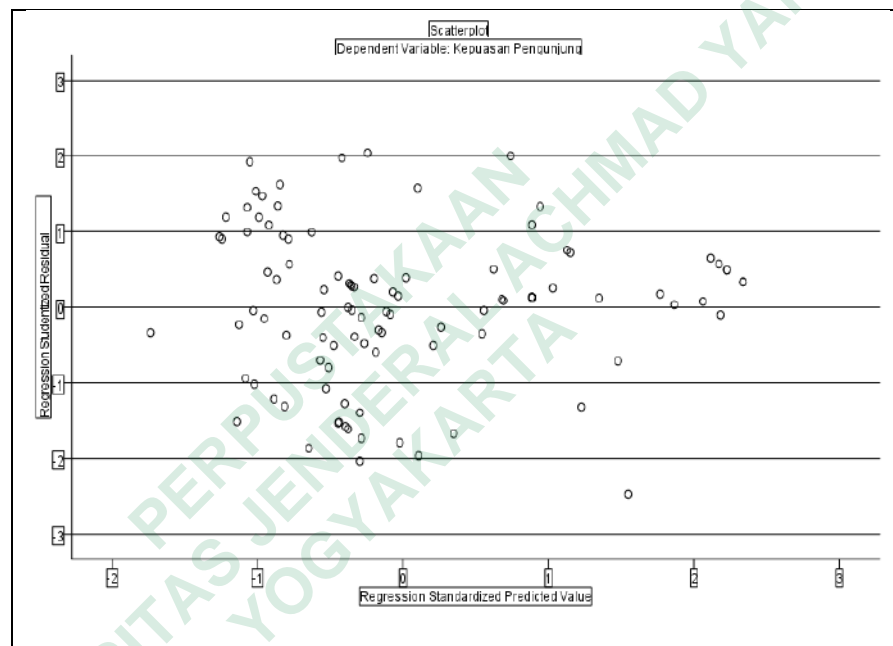
Hasil dari Tabel Coefficients memperlihatkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Harga memiliki nilai tolerance sebesar 0,562 dan VIF sebesar 1,780. Karena nilai tolerance $> 0,1$ dan VIF < 10 , maka kedua variabel tersebut tidak mengalami multikolonieritas dan layak digunakan dalam analisis regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan varians error antar pengamatan dalam model regresi. Pengujian dilakukan melalui scatterplot, di mana titik-titik residual yang tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu menunjukkan bahwa varians error antar pengamatan relatif sama, sehingga asumsi bebas heteroskedastisitas terpenuhi. Sebaliknya, jika titik-titik tersebut membentuk pola tertentu seperti menyempit, melebar, atau bergelombang, maka mengindikasikan adanya heteroskedastisitas. Sebagai pelengkap,

dilakukan pula uji Glejser dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Hasil uji Glejser menyatakan bahwa jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model regresi.

Tabel 4. 7 Uji Scatterplot Heteroskedastisitas



Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 4.7 *scatterplot* di atas, dari *scatterplot* yang ditemukan titik-titik residual tampak menyebar secara acak di sekitar garis horizontal nol pada sumbu Y, tanpa membentuk pola tertentu seperti mengerucut, melebar, atau bergelombang. Pola sebaran acak ini menunjukkan bahwa varians error antar pengamatan bersifat konstan atau homogen. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi

memenuhi asumsi homoskedastisitas, yang berarti tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4. 8 Uji Glejster

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.055	.353		5.828	<.001
KP	-.052	.031	-.341	-1.682	.096
Harga	.000	.023	.004	.021	.983

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan hasil pengujian Glejser yang ditampilkan pada tabel, nilai signifikansi untuk variabel Kualitas Pelayanan (KP) sebesar 0,096 dan variabel Harga sebesar 0,983. Kedua nilai tersebut berada di atas ambang batas 0,05, sehingga dapat diartikan bahwa model regresi ini bebas dari masalah heteroskedastisitas. Dengan demikian, varians dari residual bersifat relatif stabil pada seluruh rentang nilai variabel independen. Artinya, asumsi klasik mengenai homoskedastisitas terpenuhi dan model regresi dapat digunakan untuk analisis lanjutan tanpa khawatir adanya bias akibat perbedaan varians error.

C. Pengujian Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda tidak hanya bertujuan untuk mengamati arah dan kuatnya hubungan antar variabel, tetapi juga dimanfaatkan untuk meramalkan nilai dari variabel terikat berdasarkan perubahan pada variabel independen.

Tabel 4. 9 Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.034	1.609		1.264	.209
	Kualitas Pelayanan	.243	.049	.387	4.943	<.001
	Harga	.434	.067	.508	6.492	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh persamaan regresi:

$$Y = 2.034 + 0.243X_1 + 0.434X_2 + \varepsilon$$

Nilai konstanta sebesar 2.034 menunjukkan bahwa ketika variabel kualitas pelayanan dan harga berada pada nilai nol, tingkat kepuasan pengunjung diperkirakan sebesar 2.034. Koefisien kualitas pelayanan sebesar 0.243 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada kualitas pelayanan, dengan harga tetap, akan meningkatkan kepuasan pengunjung sebesar 0.243. Sementara itu, koefisien harga sebesar 0.434 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada persepsi harga, dengan kualitas pelayanan tetap, akan menaikkan kepuasan pengunjung sebesar 0.434. Uji signifikansi menunjukkan bahwa kedua variabel, baik kualitas pelayanan maupun harga, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, yang berarti semakin baik kualitas pelayanan dan semakin tepat harga yang dirasakan, maka tingkat kepuasan pengunjung akan semakin tinggi.

2. Uji Parsial (t)

Uji t adalah metode statistik untuk mengetahui seberapa signifikan dalam model regresi, kontribusi masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dianalisis secara terpisah melalui uji parsial. Tujuan dari uji ini adalah untuk menguji apakah suatu variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat, dengan melihat nilai signifikansi (Sig). Jika nilai Sig < 0,05 maka variabel tersebut dianggap berpengaruh signifikan, sedangkan jika > 0,05 maka tidak signifikan.

Tabel 4. 10 Uji Parsial (t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.034	1.609		1.264	.209
Kualitas Pelayanan	.243	.049	.214	4.943	<.001
Harga	.434	.067	.508	6.492	<.001

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel hasil uji t diatas diperoleh sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 diterima karena hasil uji menunjukkan nilai signifikansi sebesar < 0,001 pada variabel Kualitas Pelayanan, yang lebih kecil dari 0,05, serta nilai t hitung sebesar 4,943 > t tabel 1,985. Hal ini menandakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

2. Hipotesis 2 diterima karena hasil uji menunjukkan nilai signifikansi sebesar $< 0,001$ pada variabel Harga, yang lebih kecil dari 0,05, serta nilai t hitung sebesar $6,492 > t$ tabel 1,985. Hal ini menandakan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

3. Uji Simultan (F)

Melalui uji F, dapat dianalisis apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah jika nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen secara bersama-sama memiliki dampak yang signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 11 Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1924.279	2	962.139	97.066	<.001 ^b
	Residual	961.481	97	9.912		
	Total	2885.760	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung						
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan						

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel (ANOVA), diketahui bahwa nilai F sebesar 97,066 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang berada di bawah batas signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-

sama memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung. Dengan demikian, hipotesis H3 diterima.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menilai seberapa baik model regresi dalam menjelaskan kontribusi kolektif dari variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai adjusted *R-Square* menjadi indikator utama untuk melihat kekuatan hubungan tersebut secara simultan (Ghozali, 2018).

Tabel 4. 12 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.817 ^a	.667	.660	3.148
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan				

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Dari hasil yang tercantum dalam Tabel , nilai koefisien determinasi yang telah disesuaikan (*Adjusted R²*) sebesar 0,660 mencerminkan kemampuan model dalam menjelaskan 66% variasi pada variabel dependen. Hal ini mengindikasikan bahwa kombinasi variabel Harga dan Kualitas Pelayanan mampu menjelaskan sebesar 66,0% variasi dalam Kepuasan Pengunjung, sementara 34,0% variasi yang tidak terjelaskan berasal dari variabel-variabel eksternal yang tidak tercakup dalam model.

D. Pembahasan

Penelitian ini menguraikan temuan yang diperoleh dari data hasil penyebaran kuesioner kepada para pengunjung Ekowisata Sungai Mudal. Tujuan utama dari studi ini adalah untuk menjawab tiga pertanyaan penelitian yang berkaitan dengan sejauh mana pengaruh variabel Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pengunjung, baik secara parsial maupun simultan. Adapun paparan hasil penelitian disajikan pada bagian berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Pengunjung di Ekowisata Sungai Mudal

Hipotesis H1 diterima karena hasil uji t menunjukkan nilai t-hitung sebesar 4,943 yang lebih besar dari t-tabel sebesar 1,985, dengan nilai signifikansi $< 0,001$. Hal ini membuktikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung. Temuan ini sejalan dengan *Expectation Disconfirmation Theory (EDT)* yang dikemukakan Oliver (1997), yang menyatakan bahwa kepuasan tercipta ketika harapan pelanggan terhadap pelayanan sesuai atau bahkan melebihi kenyataan yang mereka alami. Hasil ini juga didukung oleh penelitian Abdul Gofur, (2019) yang menunjukkan bahwa peningkatan indikator kualitas pelayanan, seperti keandalan, responsivitas, empati, jaminan, dan bukti fisik, berkontribusi signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian Zakaria, (2017) turut membuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, di mana mutu layanan yang semakin

baik akan menghasilkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Selanjutnya, Dewi et al., (2024) juga menemukan bahwa dalam sektor pariwisata, kualitas pelayanan memiliki peran krusial dalam membentuk pengalaman dan persepsi positif wisatawan.

Variabel kualitas pelayanan diukur melalui 12 pernyataan yang mencakup aspek kebersihan fasilitas, keramahan petugas, kejelasan informasi, hingga kenyamanan pengunjung. Analisis deskriptif menunjukkan bahwa skor tertinggi (3,79) terdapat pada indikator “Petugas mampu menyampaikan informasi atau arahan dengan jelas dan mudah dipahami”, yang mengindikasikan bahwa komunikasi petugas dianggap sangat membantu oleh pengunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator kebersihan dan perawatan fasilitas umum memperoleh nilai rata-rata terendah, yakni 2,99, yang mengindikasikan adanya kelemahan dalam pengelolaan fasilitas fisik di Ekowisata Sungai Mudal.

Kondisi ini penting untuk segera dibenahi karena kebersihan dan pemeliharaan merupakan bagian dari kualitas layanan yang berpengaruh langsung terhadap kenyamanan dan kepuasan pengunjung (Garrod et al., 2022). Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah menetapkan jadwal perawatan rutin agar fasilitas seperti toilet, gazebo, jalur pejalan kaki, dan area parkir tetap bersih, aman, dan berfungsi optimal (Cherapanukorn et al., 2022). Penerapan teknik *site hardening* pada jalur menuju area wisata juga dapat menjadi solusi untuk meminimalkan kerusakan akibat penggunaan intensif. Misalnya, jalur

tanah yang rawan licin saat hujan dapat diperkuat dengan material seperti batu alam atau papan kayu anti-slip, dilengkapi sistem drainase agar tetap aman dilalui dan lebih tahan lama (Garrod et al., 2022). Selain itu, pengelola dapat memaksimalkan mekanisme umpan balik pengunjung, seperti kotak saran atau survei singkat, guna memetakan titik-titik yang sering dikeluhkan terkait kebersihan dan perawatan (Oliveri et al., 2019). Upaya tersebut sebaiknya dibarengi dengan perencanaan jangka panjang yang adaptif, sehingga fasilitas dapat menyesuaikan diri dengan perubahan jumlah pengunjung dari waktu ke waktu (Gao et al., 2013). Kolaborasi antara pengelola, pemerintah desa, dan kelompok sadar wisata (Pokdarwis) juga menjadi kunci dalam memperkuat pemeliharaan fasilitas. Selain itu, keterlibatan masyarakat lokal melalui program gotong royong dan edukasi pengunjung mengenai pentingnya menjaga kebersihan dapat menumbuhkan rasa memiliki terhadap fasilitas, sehingga keberlanjutan perawatan lebih terjamin (Hikmah et al., 2024).

2. Pengaruh Harga terhadap Tingkat Kepuasan Pengunjung di Ekowisata Sungai Mudal

Hipotesis H2 diterima karena hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Harga memiliki nilai t-hitung sebesar 6,492 yang lebih besar dari t-tabel sebesar 1,985, dengan nilai signifikansi $< 0,001$. Hal ini membuktikan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung. Temuan ini selaras dengan pandangan Handoko, (2016) yang menyatakan bahwa harga merupakan akumulasi biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang atau

jasa, di mana kepuasan dirasakan ketika manfaat yang diperoleh setara atau lebih besar dibandingkan biaya tersebut. Penelitian Yanuar et al., (2017) juga memperkuat temuan ini dengan membuktikan bahwa harga yang sesuai ekspektasi konsumen berkontribusi positif terhadap kepuasan dan loyalitas. Demikian pula, Artini & Yulianthini, (2024) menemukan bahwa harga tiket berimplikasi signifikan terhadap kepuasan pengunjung objek wisata air terjun. Dalam kerangka *Expectation Disconfirmation Theory (EDT)*, jika harga yang dibayarkan sesuai atau lebih rendah dari ekspektasi terhadap manfaat yang diterima, akan terjadi *positive disconfirmation* yang memicu kepuasan. Sebaliknya, jika harga dinilai lebih tinggi daripada manfaat yang dirasakan, akan timbul *negative disconfirmation* yang mengarah pada ketidakpuasan.

Variabel harga memiliki rata-rata keseluruhan 3,38 yang menunjukkan penilaian netral terhadap keterjangkauan dan kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima. Skor tertinggi (3,70) terdapat pada indikator “Dibandingkan dengan objek wisata serupa, harga yang ditawarkan oleh Sungai Mudal tergolong kompetitif”, yang menunjukkan bahwa pengunjung menilai harga tiket relatif bersaing. Namun, skor terendah (3,10) ada pada indikator “Harga tiket masuk sebanding dengan kenyamanan yang dirasakan selama kunjungan”, yang menunjukkan bahwa sebagian pengunjung menilai harga tiket masuk di Ekowisata Sungai Mudal belum sepenuhnya sepadan dengan tingkat kenyamanan yang mereka peroleh. Temuan ini mengindikasikan adanya

kesenjangan antara value for money yang diharapkan dan yang dirasakan oleh pengunjung.

Untuk mengatasi permasalahan ini, strategi yang dapat diterapkan meliputi komunikasi yang transparan sejak pra-kunjungan hingga saat kunjungan berlangsung. Informasi yang jelas mengenai fasilitas, layanan, dan aktivitas yang tersedia akan membantu membentuk ekspektasi yang realistis, sehingga harga tiket dipersepsikan lebih wajar. Selain itu, pembaruan informasi secara real-time di lokasi wisata, misalnya terkait kondisi fasilitas atau kepadatan pengunjung, dapat mengurangi potensi kekecewaan (Kaewnuch, 2019). Peningkatan kualitas pelayanan juga menjadi faktor kunci untuk membuat harga terasa sepadan. Hal ini dapat dilakukan melalui pelatihan petugas agar lebih responsif dan ramah, serta pemeliharaan fasilitas agar tetap nyaman digunakan (Rehman & Pal, 2021). Selain itu, penambahan elemen nyata yang dapat langsung dirasakan pengunjung, seperti penyediaan kursi atau gazebo tambahan di area strategis, perbaikan jalur pijakan di sekitar kolam, serta penambahan titik teduh atau payung untuk melindungi dari panas matahari, dapat meningkatkan kenyamanan secara signifikan. Lingkungan yang bersih, tertata, dan menarik secara visual juga akan memperkuat persepsi bahwa harga tiket layak dengan manfaat yang diterima (Kaewnuch, 2019).

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Tingkat Kepuasan pengunjung

Hipotesis ketiga (H3) diterima didukung oleh hasil uji simultan melalui analisis ANOVA yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, dengan F-hitung sebesar 97,066 yang jauh lebih besar daripada F-tabel sebesar 3,09 dan nilai signifikansi $< 0,001$. Temuan ini sejalan dengan penelitian Falaq et al. (2022) yang menegaskan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hal serupa diungkapkan oleh Purba & Miswan (2024) yang menyatakan bahwa kedua variabel tersebut berperan penting, baik secara simultan maupun parsial, dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. Dalam konteks Ekowisata Sungai Mudal, hasil ini mengindikasikan bahwa pengalaman pengunjung tidak hanya ditentukan oleh kualitas pelayanan yang mereka terima, seperti kebersihan fasilitas, keramahan staf, kenyamanan tempat, dan keteraturan pelayanan, tetapi juga oleh penilaian terhadap kesesuaian harga yang dibayarkan dengan manfaat yang dirasakan. Temuan ini juga memperkuat *Expectation Disconfirmation Theory (EDT)* yang menyatakan bahwa kepuasan akan tercapai apabila harapan awal pengunjung terpenuhi atau bahkan terlampaui oleh kenyataan yang dialami, sehingga mampu mendorong loyalitas dan niat untuk berkunjung kembali.

Gambaran statistik deskriptif menunjukkan bahwa ketiga variabel berada pada kategori netral, namun dengan kecenderungan positif pada beberapa indikator. Variabel kualitas pelayanan memiliki rata-rata 3,39, dengan skor tertinggi pada kejelasan informasi yang diberikan petugas (3,79) dan terendah pada kebersihan fasilitas (2,99), menandakan bahwa komunikasi menjadi kekuatan utama sementara pengelolaan fasilitas masih perlu ditingkatkan. Variabel harga memiliki rata-rata 3,38, dengan skor tertinggi pada aspek kompetitif dibanding destinasi serupa (3,70) dan terendah pada kesesuaian harga dengan kenyamanan (3,10), yang berarti harga cukup bersaing namun peningkatan kenyamanan akan membuatnya terasa lebih sepadan. Sementara itu, kepuasan pengunjung memiliki rata-rata 3,38, dengan kecenderungan positif pada kesediaan merekomendasikan destinasi (3,51) meskipun masih ada keraguan terkait kesesuaian fasilitas dengan harapan (3,28). Sejumlah penelitian sebelumnya menegaskan bahwa kepuasan pengunjung di destinasi wisata sangat dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu mutu pelayanan serta kecocokan harga dengan manfaat yang dirasakan. Upaya peningkatan kualitas pelayanan dapat dilakukan melalui perbaikan alur layanan, peningkatan kebersihan, jaminan keamanan, dan ketersediaan fasilitas pendukung yang secara langsung berdampak pada kepuasan wisatawan (Setegn & Japee, 2025). Dari sisi harga, penelitian menunjukkan bahwa penetapan tarif yang sesuai dengan ekspektasi wisatawan menjadi penting agar tidak menimbulkan kekecewaan (Setegn & Japee, 2025). Meskipun aspek harga

sendiri belum cukup untuk meningkatkan kepuasan secara signifikan, kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan kenyamanan dan fasilitas yang diperoleh tetap menjadi pertimbangan utama (Ansari et al., 2023). Selain pelayanan dan harga, aspek fisik destinasi seperti kebersihan, keindahan alam, serta aksesibilitas juga memberikan kontribusi terhadap kepuasan. Lingkungan wisata yang tertata, bersih, dan mudah dijangkau akan semakin memperkuat penilaian positif wisatawan (Wang et al., 2023). Sementara itu, strategi promosi dan pemasaran digital dapat membantu membentuk ekspektasi yang realistis sebelum kunjungan, sehingga wisatawan menilai harga dan layanan lebih sepadan dengan pengalaman yang diperoleh.