

Pengaruh *Destination Image*, *Travel Motivation* dan *Service Quality* terhadap Kepuasan Wisata di Jember

Moh. Sofianto¹, Abadi Sanosra², Wenny Murtaliningtyas³
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember
Email : sofianmelody@gmail.com,

ABSTRACT

Indonesia has diverse ethnic, cultural and religious groups. Indonesia also has potential in the tourism industry sector which is widespread in the archipelago. The purpose of this study was to determine the influence of *Destination Implications*, *Travel Motivation* and *Service Quality* on the *Wisdom of the Kingdom* in Jember. The population in this study were all 10 tourist destinations in Jember namely Malikan White Sand Beach (Papuma), Watu Ulo Beach, Love Bay, Payangan Beach, Sukorambi Botanical Garden, Dira Park Kencong, Dira Balung, Payangan Beach, Tancak Waterfall and Rembangan . The sampling technique used is Non probability with purposive sampling technique. So the size of the sample studied $10 \times 10 = 100$ respondents .. Data analysis techniques using multiple linear regression. The results of this study indicate that the influence of *Destiny Implication*, *Travel Motivation* and *Service Quality* has a positive effect on the *Wisdom of the Kingdom* in Jember.

ABSTRAK

Indonesia memiliki beranekaragam suku, budaya dan agama Indonesia juga memiliki potensi di sektor industri pariwisata yang tersebar luas di pulau-pulau nusantara. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Destination Image*, *Travel Motivation* dan *Service Quality* terhadap Kepuasan Wisata di Jember. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan 10 destinasi wisata di jember yaitu Pantai Pasir Putih Malikan (Papuma), Pantai Watu Ulo, Teluk Love, Pantai Payangan, Taman Botani Sukorambi, Dira Park Kencong, Dira Balung, Pantai Payangan, Air Terjun Tancak dan Rembangan. Teknik sampling yang digunakan yaitu Non probability dengan teknik purposive sampling. Sehingga besar sampel yang diteliti $10 \times 10 = 100$ responden.. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh *Destination Image*, *Travel Motivation* dan *Service Quality* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Wisata di Jember.

Kata Kunci :

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara beranekaragam suku dan budaya. Selain memiliki beranekaragam suku, budaya dan agama Indonesia juga memiliki potensi di sektor industri pariwisata yang tersebar luas di pulau-pulau nusantara.

Pariwisata adalah kegiatan rekreasi untuk melepaskan diri dari pekerjaan rutin atau mencari suasana lain. Sebagai suatu aktivitas, pariwisata telah menjadi bagian penting dari kebutuhan dasar masyarakat maju dan sebagian kecil masyarakat berkembang. Perkembangan pariwisata telah dipicu dari

perkembangan masyarakat yang ingin menikmati waktu luang dengan pendapatan yang diperoleh dan keinginan untuk keluar dari rutinitas melalui hal yang menyenangkan yang dapat dilakukan oleh masyarakat nusantara maupun mancanegara

Saat ini sektor industri pariwisata sedang menjadi industri yang giat dikembangkan karena sektor ini dapat memberikan dampak sosial, ekonomi maupun dari konteks pelestarian dan pengelolaan lingkungan, sumber daya alam dan budaya. Sektor wisatawan juga memberikan sumbangan yang cukup besar dalam peningkatan ekonomi

negara. Hal ini dapat dilihat dari kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB nasional sebesar 4,23% atau senilai Rp. 461,36 triliun, dengan peningkatan devisa yang dihasilkan mencapai US\$ 11,9 milyar, dan tenaga kerja pariwisata sebanyak 12,16 juta orang (Kementerian Pariwisata, 2016). Dari kenyataan tersebut, terlihat nilai manfaat ekonomi yang didorong oleh keberadaan sektor pariwisata. Sektor pariwisata berkontribusi secara signifikan terhadap pembangunan nasional maupun kesejahteraan masyarakat.

Dari sisi mikro, sektor pariwisata juga bertumbuh. Pada tahun 2015 telah terjadi peningkatan jumlah wisatawan mancanegara (wisman) sebanyak 10,4 juta wisman dan wisatawan nusantara (wisnus) sebanyak 255,20 juta perjalanan (Kementerian Pariwisata, 2016). Fakta tersebut membuktikan bahwa aspek daya saing kepariwisataan di Indonesia patut dibanggakan. Peningkatan jumlah wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara tentu berdampak positif pada banyak bidang usaha, misalnya jasa transportasi, hotel/penginapan, makanan, dan lain sebagainya. Dampak positif dari pertumbuhan sektor pariwisata juga sudah dirasakan hingga seluruh daerah yang ada di Indonesia.

Menurut (Gunn dan Mercer, 1971) dalam (Khairani, 2010), pembentukan citra sebelum terjadinya perjalanan adalah fase terpenting dalam proses pemilihan daerah tujuan wisata. Sedangkan citra yang dipersepsikan setelah terjadinya kunjungan wisata juga akan mempengaruhi kepuasan konsumen dan intensitas untuk melakukan kunjungan wisata kembali di masa mendatang, tergantung pada kemampuan daerah tujuan wisata dalam menyediakan pengalaman yang sesuai dengan kebutuhan dan citra yang wisatawan miliki tentang daerah wisata.

Bukan hanya destinasi image yang menjadi pendorong wisatawan Jember untuk melakukan tour wisata menjelajah nusantara, juga seorang wisatawan mempunyai keinginan untuk melakukan suatu kegiatan wisata tentu mempunyai suatu motivasi di dalam dirinya. *Travel motivation* seseorang dipengaruhi oleh faktor internal wisatawan itu sendiri dan faktor eksternal.

Menurut (Kotler dalam Sangadji dan Sopiha, 2013) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan

produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kepuasan wisatawan adalah sikap wisatawan secara keseluruhan terhadap penyedia layanan, atau reaksi emosional untuk perbedaan antara apa yang wisatawan mengantisipasi dan apa yang mereka terima, mengenai pemenuhan beberapa kebutuhan, tujuan atau keinginan (Hensenark dan Albinson dalam Emmanuel, 2015).

Dari pernyataan diatas jelas bahwa Jember memang kaya akan tempat wisata seperti Pantai Pasir Putih Malikan (Papuma), Pantai Pancer Pujer, Teluk Love, Pantai Payangan, Taman Botani Sukorambi, Dira Park Ambulu juga masih banyak air terjun dan pemandian. Wisata Jember pelan-pelan menjadi daya tarik wisatawan mulai dari wisatawan lokal sampai wisatawan asing datang ke Jember, semua ini berkat kehadiran Jember Fashion Carnaval (JFC) yang digagas oleh Dynand Fariz yang secara konsisten menyelenggarakan event tahunan ini, bahkan pada tahun 2017 presiden Joko Widodo didampingi Menteri Pariwisata Arif Yahya bersama Gubernur Jawa Timur bapak Soekarwo dan Bupati Jember Dr Faida, Presiden tidak hanya hadir tapi juga memberikan penghargaan kepada Jember sebagai kota karnaval terbaik se-Indonesia bukan hanya menjadi kota karnaval terbaik se-Indonesia, jember juga mengukuhkan reputasinya sebagai kota dengan karnaval tahunan paling heboh ketiga di dunia berkat Jember secara konsisten selama 17 tahun menggelar fashion show di jalan-jalan kota Jember sepanjang 3,6 km yang bisa disaksikan secara gratis di jalan-jalan kota Jember.

kunjungan jumlah wisata Jember tahun 2014-2017

Tahun	Jumlah pengunjung
2014	884.038,00
2015	1.050.000,00
2016	1.990.000,00
2017	2.300.000,00

Berdasarkan data yang diperoleh 4 lokasi objek wisata yang berada dibawah naungan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jember, objek wisata yang paling mendominasi yaitu wisata pantai dan wisata pemandian.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti mengidentifikasi beberapa

bahasan yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah *Destinasi Image* berpengaruh positif terhadap kepuasan wisata di Jember.
2. Apakah *Travel Motivation* berpengaruh positif terhadap kepuasan wisata di Jember.
3. Apakah *Service Quality* berpengaruh positif terhadap kepuasan wisata di Jember.
4. Apakah *Destination Image*, *Travel Motivation* dan *Service Quality* berpengaruh positif terhadap kepuasan wisata di Jember.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata

Pariwisata atau *tourisme* adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi atau liburan. Seorang wisatawan atau turis adalah seseorang yang melakukan perjalanan paling tidak sejauh 80 km (50 mil) dari rumahnya dengan tujuan rekreasi. Menurut UU No 10, 2009 wisata adalah kegiatan perjalanan oleh seseorang atau kelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata. Pariwisata adalah berbagai kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah (www.wisatakandi.com 2011).

Jenis-jenis pariwisata menurut (James J Spillane, Dewi, 2017) berdasarkan motif tujuan perjalanan dapat dibedakan menjadi beberapa jenis pariwisata yaitu ;

1. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*Pleasure Tourism*)
2. Pariwisata untuk rekreasi (*Recreation Tourism*)
3. Pariwisata untuk kebudayaan (*Cultural Tourism*)

Destinasi Image

Citra destinasi (*Destinatin image*) merupakan pengetahuan mengenai suatu destinasi dan apa yang dirasakan oleh wisatawan selama

berwisata (Coban 2012, arsyah hanif et al 2016) penelitiannya menjelaskan bahwa citra destinasi terdiri dari hasil penilaian rasional atau citra kognitif (*cognitive image*) dan penilaian emosional citra efektif (*affective image*) dari destinasi itu sendiri.

Citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan. Kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi. Image menurut (Kotler dan Keller 2009) adalah sejumlah keyakinan ide dan kesan sesuatu yang dipegang seseorang tentang sebuah objek. Sedangkan citra yang terdapat pada suatu destinasi wisata dikenal dengan istilah *detination image*. Dan menurut (Coshall, 2000) bahwa citra destinasi merupakan kesan wisata secara umum terhadap sesuatu destinasi wisata.

Travel Motivation

Travel Motivatin menurut (Pizam, Neumann, & Reichel) dalam (plangmarn, 2012), adalah motivasi yang mengacu pada set kebutuhan yang menyebabkan seseorang untuk berpartisipasi dalam kegiatan wisata.

Travel Motivatin menurut (Josiam dan Frazier) terdiri dari 4 faktor *novelty seeking*, *stress busting/fun*, *achievement*, *family orientied/education*.

1. *Novelty seeking*

Novelty seeking adalah motivasi wisata untuk mencari sesuatu hal yang bersifat baru, merasakan pengalaman baru, dan menikmati daya tarik wisata baru.

2. *Strees busting/fun*

Strees busting/fun adalah motivasi wisata untuk menghilangkan kejenuhan atau stres dalam rutinitas sehari-hari

3. *Achievement*

Achievement adalah motivasi wisata berkunjung untuk alasan gengsi (*prestige*). Wisatawan memiliki motivasi untuk mengunjungi daya tarik wisata yang belum pernah dituju teman, saudara atau kerabatnya.

4. *Family oriented/education*

Family oriented/education adalah motivasi wisata untuk berkumpul dan berwisata dengan keluarga.

2.3.1 Faktor pendorong *Travel Motivation*

Berdasarkan penelitian (Ryan Chris www.wisatakandi.com.2011) ditemukan beberapa faktor pendorong wisata yaitu :

1. *Escape*, keinginan melepaskan diri dari lingkungan yang dirasakan kejenuhan dari pekerjaan sehari-hari.
2. *Relaxation*, keinginan untuk penyegaran yang juga berhubungan dengan motivasi untuk *escape* diatas.
3. *Play* keinginan menikmati kegembiraan melalui berbagai permainan, yang merupakan pemunculan kembali dari sifat kekanak-kanakan dan melepaskan diri sejenak dari berbagai urusan yang serius.
4. *Strengthening family bonds* keinginan mempererat hubungan kekerabatan khususnya dalam konteks VFR (*Visiting Friends and Relations*). Keakraban hubungan kekerabatan ini juga terjadi antara anggota keluarga yang melakukan perjalanan bersama-sama, karena kebersamaan sulit diperoleh dalam suasana kerja sehari-hari di negara industri.
5. *Prestige* keinginan untuk menunjukkan gengsi dengan mengunjungi destinasi yang juga merupakan dorongan untuk meningkatkan status dan derajat sosial.
6. *Social interaction* keinginan untuk dapat melakukan interaksi sosial dengan teman sejawat, atau dengan masyarakat lokal yang dikunjungi.
7. *Romance* keinginan untuk bertemu dengan orang-orang yang bisa memberikan suasana romantis, atau untuk memenuhi kebutuhan seksual, khususnya dalam pariwisata seks.
8. *Educational opportunity* keinginan untuk melihat sesuatu yang baru, mempelajari daerah lain atau mengetahui kebudayaan etnis lain. Ini merupakan pendorong yang paling dominan dalam pariwisata.

9. *Self-Fulfilment* keinginan untuk menemukan diri sendiri (Self-Discovery) karena diri sendiri biasanya bisa ditemukan pada saat kita menemukan daerah orang baru.

10. *WishFulfilment* keinginan untuk merealisasikan mimpi-mimpi yang lama dicita-citakan sampai mengorbankan diri dengan cara hemat supaya bisa melakukan perjalanan. Hal ini juga sangat jelas dalam perjalanan wisata religius sebagai bagian dari keinginan atau dorongan yang kuat dari dalam diri.

Service Quality

Menurut (Tjiptono dan Chandra, 2011) kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan konsumen/pengunjung. Kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan.

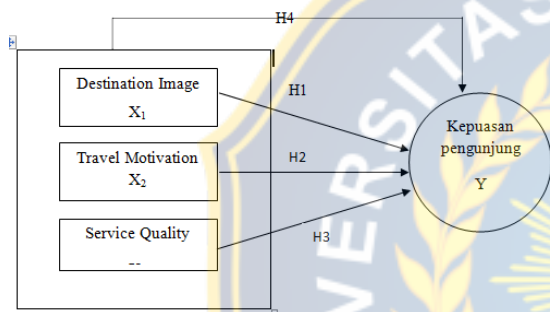
Istilah pelayanan didefinisikan oleh (Lopiyoadi, 2013) sebagai seluruh aktifitas yang berusaha mengkombinasikan nilai dari pemesanan, pemrosesan hingga pemberian hasil melalui komunikasi untuk mempercepat kerja sama dengan pengunjung. Secara singkat, istilah pelayanan merupakan suatu kerja sama yang dilakukan penyedia jasa dengan pengunjung. Menurut (Kotler dan Keller, 2016) bahwa kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekpektasi pengunjung, kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan pengunjung serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pengunjung.

Kepuasan wisatawan

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin "*satis*" (artinya cukup baik, memadai) dan "*facio*" (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa dartikan sebagai "upaya pemenuhan sesuatu" atau "membuat sesuatu memadai". Menurut Kotler yang dikutip kembali oleh (Fandy Tjiptono, 2011) kepuasan wisatawan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya.

Menurut (Lovelock, 2015) pengertian kepuasan memiliki indikator seperti mendorong orang kembali dan mendorong loyalitas, mempromosikan cerita positif dari mulut ke mulut, menurunkan biaya untuk menarik wisatawan baru, dapat menciptakan keunggulan yang berkelanjutan, dan mendorong orang kembali. Menurut (Kotler dan Amstrong 2012) kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan product (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, wisatawan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, wisatawan akan puas. Jika kinerja melebihi ekpektasi, wisatawan akan sangat puas dan senang.

HIPOTESA



Keterangan :

- > : menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.
-> : menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan

Berdasarkan latar belakang dan tinjauan teori diatas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- H_1 : *Destination Image* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung
- H_2 : *Travel Motivation* berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung wisata Jember
- H_3 : *Service Quality* berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung wisatawan Jember

3.METODE PENELITIAN

Jenis yang digunakan dalam penelitian adalah data kuantitatif. populasi dalam

penelitian ini adalah seluruh wisatawan 10 destinasi wisata di jember yaitu Pantai Pasir Putih Malikan (Papuma), Pantai Watu Ulo, Teluk Love, Pantai Payangan, Taman Botani Sukorambi, Dira Park Kencong, Dira Balung, Pantai Bandialit, Air Terjun Tancak dan Rembangan,

Pengambilan sampel disini menggunakan nonprobability dengan teknik purposive sampling. Sehingga jumlah sampel untuk mewakili jumlah populasi, maka peneliti mengambil 10 responden di setiap destinasi wisata dengan pertimbangan bahwa jumlah tersebut dinilai cukup untuk mewakili populasi yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan menggunakan uji progam SPSS yang dilihat berdasarkan *corrected item-total correlation*. Dengan kriteria penilaian uji validitas bila korelasi faktor tersebut adalah positif dan jumlahnya $\geq 0,3$, maka pertanyaan yang diajukan valid, tetapi sebaliknya bila korelasinya $<0,3$ maka pertanyaan yang diajukan tersebut tidak valid (Sugiyono,2014). Pengujian reliabilitas dapat dilakukan setelah semua butir pernyataan valid. Untuk mengetahui reliabilitas kuesioner dilakukan pengujian reliabilitas *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel apabila mempunyai nilai *Cronbach Alpha* $> 0,06$.

Keterangan : Untuk asumsi klasik menggunakan uji normalitas dan multikolinieritas. Pembuktian hipotesis regresi linier berganda serta uji t (parsial) dan uji F (simultan) peneliti menggunakan alat bantu program aplikasi computer yaitu SPSS.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Suatu instrumen dapat digunakan dalam penelitian jika instrumen tersebut dikatakan valid dan reliabel. Untuk mengetahui instrumen dalam penelitian valid atau tidak dilakukan dengan uji validitas. Berdasarkan hasil uji validitas seluruh pernyataan dalam kuesioner mengenai variabel *Destination Image*, *Travel Motivation*, *Service Quality*, Kepuasan Pengunjung telah memenuhi syarat validitas. Dan untuk mengetahui instrumen reliabel dilakukan dengan uji reliabilitas. Hasilnya menunjukkan instrumen konsisten bila digunakan.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui data yang terjaring dari masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak.

Hasil Uji Normalitas

Variabel	Nilai <i>Kolmogorov</i> <i>Smirnov</i>	Keterangan
<i>Unstandarized Residual</i>	0,200	Berdistribusi normal

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.5 tersebut, dapat diketahui bahwa nilai probabilitas atau signifikansi adalah 0,200. Dari semua nilai itu lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat dinyatakan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Gejala adanya multikolinearitas dapat dideteksi dengan menggunakan Pearson Correlation dan Tolerance Value serta Variance Inflation Factor (VIF). Batas Tolerance Value adalah 0.10 dan batas VIF adalah 10. Apabila nilai Tolerance $\geq 0,10$ atau sama dengan VIF ≤ 10 , dapat diartikan tidak terjadi multikolinearitas, dan sebagainya apabila nilai Tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan VIF ≥ 10 maka dapat dipastikan telah terjadi multikolinearitas.

Hasil Uji Multikolinieritas

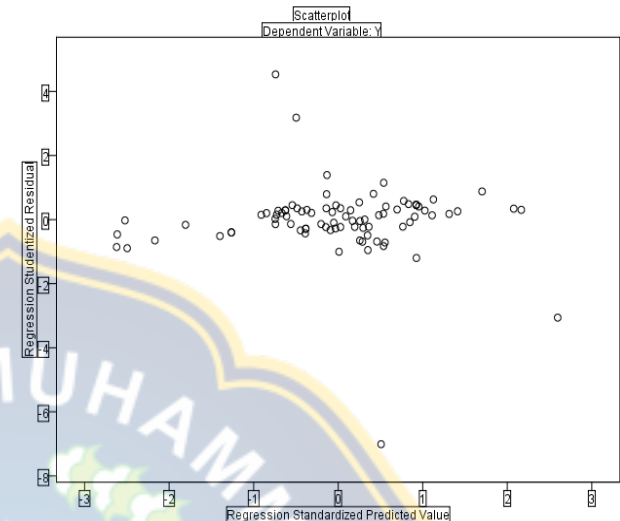
Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
<i>Destination Image (X1)</i>	0,916	1,092	Tidak terjadi multikolinieritas
<i>Travel Motivation (X2)</i>	0,383	2,612	Tidak terjadi multikolinieritas
<i>Service Quality (X3)</i>	0,193	5,190	Tidak terjadi multikolinieritas

Berdasarkan hasil analisis *Collinearity Statistics* yang dapat dilihat pada tabel 4.6, diketahui bahwa model tidak terjadi multikolinieritas. Hal tersebut ditandai dengan

nilai VIF dari masing-masing variabel kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,10.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual antara satu pengamatan dengan lainnya.

Hasil Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan Gambar menunjukkan hasil Uji Heteroskedastisitas dengan menggunakan *scatter plot* yaitu titik-titik yang dihasilkan pada gambar tersebut menyebar dan berbentuk tidak beraturan sehingga dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Analisis Linier Berganda

Variabel	Beta Standardized	p-value	Keterangan
<i>Destination Image (X1)</i>	0,203	0,040	Signifikan
<i>Travel Motivation (X2)</i>	0,233	0,024	Signifikan
<i>Service Quality (X3)</i>	0,402	0,002	Signifikan

Berdasarkan Tabel tersebut diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel *destination image (X1)* sebesar 0,203, *travel motivation (X2)* sebesar 0,233, *service quality (X3)* sebesar 0,402. Persamaan garis regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,203X_1 + 0,233X_2 + 0,402X_3$$

Hasil Uji F

F	p-value	Keterangan
---	---------	------------

29,445	0,000	Positif dan signifikan
--------	-------	------------------------

Berdasarkan hasil uji F pada tabel diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 29,445 yang berarti bernilai positif dan p -value sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut membuktikan bahwa secara simultan (keseluruhan/bersama-sama) variabel *Destination Image* (X1), *Travel Motivation* (X2), *Service Quality* (X3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung wisata di Jember.

Pembahasan

Diketahui bahwa nilai koefisien regresi *destination image* sebesar 0,203 dengan p -value 0,040 ($<0,05$) sehingga *destination image* (X1) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Y). Nilai koefisien regresi *travel motivation* (X2) sebesar 0,233 dengan p -value 0,024 ($<0,05$) sehingga *travel motivation* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Y). Nilai koefisien *service quality* sebesar 0,402 dengan p -value 0,002 ($<0,05$) sehingga *service quality* (X3) berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung (Y). Nilai F sebesar 29,445 dengan p -value 0,000 ($<0,05$) sehingga secara simultan (bersama-sama) *destination image* (X1), *travel motivation* (X2), dan *service quality* (X3) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Y).

5.KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Destination Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung wisata Jember.
2. *Travel Motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung wisata Jember.
3. *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung wisata Jember.
4. *Destination image*, *travel motivation* dan *service quality* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung wisata Jember.

Saran

Bagi Pemerintah Kabupaten Jember

Sebagai pemegang kebijakan utama tingkat kabupaten penelitian ini diharapkan bisa menjadai salah satu acuan pengambilan kebijakan pemerintah Kabupaten Jember.

Bagi Dinas Pariwisata

Dinas kebudayaan dan pariwisata sebaiknya memperbaiki dimensi-dimensi dari citra destinasi (*destination image*) yang masih perlu diperbaiki, misalnya saja perolehan nilai terendah yaitu dimensi infrastruktur dan fasilitas keamanan dan kenyamanan wisatawan

Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan dan pengetahuan pada peneliti seputar Destinasi Wisata (*Destination Image*), Motivasi Wisata (*Travel Motivation*) dan Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) terhadap kepuasan wisatawan di suatu tempat.

Bagi peneliti selanjutnya

Pihak yang akan melakukan penelitian berikutnya lebih baik memilih sampel/responden penelitian menjadi wisatawan mancanegara sebagai sampel dalam penelitian selanjutnya. Sampel yang digunakan sebaiknya juga lebih banyak dari pada sampel dalam penelitian ini. Dengan demikian penelitian lanjutan tersebut dapat semakin memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai pengaruh *destination image*, *travel motivation* dan *service quality* terhadap kepuasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011. *Manajemen pemasaran*, Edisi 13
- Dinas Pariwisata Jember. 2019. *Statistik Pariwisata 2019*. Jember: Dinas Pariwisata Jember.
- Kunjungan wisman ke Indonesia <https://databoks.katadata.co.id/>(2017)
- Lupiyoadi, Rambat, 2013, *manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: salemd Empat
- Tjiptono, dan Gregorius Chandra, 2007. *Service quality satisfaction*. ANDI OFSET. yogyakarta
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.

Sunyoto, Danang. 2012. *Validitas dan Reliabilitas*. Nuha Medika, Yogyakarta.

Jason Harjanto

Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi analisis multivariate dengan program spss. Badan penerbit Universitas Diponegoro, Jakarta

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Yarnest, 2010. *Tours And Travel Marketing*.

Jakarta: Pradnya Paramita.

Harjanto, Hason. 2015. Pengaruh destination awareness, destination image, motivasi dan work of month terhadap kunjungan wisata di Batu screet zoo.

Rahmadi Deksono, Favian. 2017. Pengaruh motivasi wisata dan E-WOM terhadap minat berkunjung ke daya tarik wisata Goa Pindul.

Mustofa, Damar. 2015. Kota-kota Wisata di Indonesia yang Jadi Tujuan Favorit Turis Mancanegara.

<http://www.hipwee.com/travel/kota-kota-wisata-di-indonesia-yang-jadi-tujuan-favorit-turis-mancanegara/>.

Diakses tanggal 27 Oktober 2019.

<https://www.eurekapedidikan.com/2015/09/pengertian-dan-jenis-jenis-variabel-penelitian-evaluasi.html>

<http://www.realita.co/potensi-wisata-Jember,2017.html>

<https://kontan.co.id/wisata-jember,2016.html>

Tjiptono, F. 2010. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. 2010. *Service Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

