

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Akses Lokasi terhadap Kepuasan Wisatawan di Glamping Kareumbi Cicalengka

Ajeng Nurazijah ^{a*}, Wenti Merdiani ^b

^{a,b}Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Bisnis, Universitas Wanita Internasional, Bandung.
email: ajengnurazijah2@gmail.com *

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received : 3 Januari 2026

Revised : 3 Februari 2026

Accepted : 10 Februari 2026

Keywords:

Service Quality, Location Access, Tourist Satisfaction

Kata Kunci:

Kualitas Pelayanan, Akses Lokasi, Kepuasan Wisatawan

DOI: 10.62335

ABSTRACT

The tourism sector in Bandung City has experienced significant growth with an increase in the number of tourists from 2022 to 2023. One of the tourist destinations that also receives tourist visits is Glamping Kareumbi Cicalengka. This condition encourages Glamping Kareumbi to increase its competitiveness, especially through improving the quality of service and ease of location access. This study aims to identify and analyze the effect of service quality and location access on the satisfaction of tourists visiting Glamping Kareumbi Cicalengka. The method used in this study is quantitative with a descriptive and verification approach, supported by primary and secondary data. Data were collected by distributing questionnaires via Google Form using an ordinal scale. The population in this study was 214 tourists, and based on the Slovin formula, a sample of 139 respondents was obtained, selected using a simple random sampling technique. Data testing includes validity and reliability tests, normality tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing with the help of SPSS version 26 software. The analysis results show that service quality has a positive and significant effect on tourist satisfaction, while location access has a significant negative effect. Although the service at Glamping Kareumbi Cicalengka is considered good, accessibility issues such as inadequate roads and minimal directions reduce tourist comfort. Simultaneously, these two variables have a significant effect on tourist satisfaction, with a contribution of 32,7%. Thus, improving location access needs to be a priority to improve the overall tourist experience.

ABSTRAK

Sektor pariwisata di Kota Bandung mengalami pertumbuhan signifikan dengan peningkatan jumlah wisatawan dari tahun 2022 hingga 2023. Salah satu destinasi wisata yang turut menerima kunjungan wisatawan adalah Glamping Kareumbi Cicalengka. Kondisi ini mendorong Glamping Kareumbi untuk meningkatkan daya saingnya, terutama melalui perbaikan kualitas pelayanan dan kemudahan akses lokasi. Penelitian

ini bertujuan untuk mengidentifikasi serta menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan akses lokasi terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Glamping Kareumbi Cicalengka. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif, yang didukung oleh data primer dan sekunder. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner via Google Form menggunakan skala ordinal. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 214 wisatawan, dan berdasarkan rumus Slovin diperoleh sampel sebanyak 139 responden, yang dipilih dengan teknik simple random sampling. Pengujian data meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi linear berganda, serta uji hipotesis dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan, sedangkan akses lokasi berpengaruh negatif secara signifikan. Meskipun pelayanan di Glamping Kareumbi Cicalengka tergolong baik, masalah aksesibilitas seperti jalan yang kurang memadai dan petunjuk arah yang rendah menurunkan kenyamanan wisatawan. Secara simultan, kedua variabel ini berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan, dengan kontribusi sebesar 32,7%. Dengan demikian, perbaikan akses lokasi perlu menjadi prioritas untuk meningkatkan pengalaman wisata secara menyeluruh.

LATAR BELAKANG

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional dan daerah di Indonesia. Pengembangan sektor pariwisata tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan asli daerah dan penciptaan lapangan kerja, tetapi juga menjadi sarana pengembangan potensi wilayah melalui pemanfaatan sumber daya alam dan budaya secara berkelanjutan. Pemerintah terus mendorong penguatan destinasi wisata melalui peningkatan kualitas layanan, aksesibilitas, serta daya tarik wisata untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas wisatawan (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2023; Badan Pusat Statistik, 2024). Dalam konteks ini, kualitas pengalaman wisatawan menjadi indikator penting keberhasilan pengelolaan destinasi wisata, karena kepuasan wisatawan akan memengaruhi niat berkunjung kembali dan rekomendasi kepada wisatawan lain.

Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu wilayah dengan perkembangan pariwisata yang cukup pesat karena memiliki beragam potensi wisata alam, budaya, dan rekreasi. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan di wilayah ini menunjukkan bahwa sektor pariwisata memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, namun di sisi lain juga menimbulkan persaingan antar destinasi wisata yang semakin kompetitif. Kabupaten Bandung sebagai bagian dari kawasan wisata di Jawa Barat memiliki potensi wisata alam yang besar, terutama wisata berbasis alam terbuka seperti hutan pinus, perbukitan, dan kawasan pegunungan. Meskipun demikian, dinamika kunjungan wisatawan masih mengalami fluktuasi, khususnya pada masa pandemi Covid-19 yang

berdampak pada penurunan jumlah kunjungan wisatawan secara signifikan, sebelum akhirnya mengalami pemulihan pada tahun-tahun berikutnya (BPS Kabupaten Bandung, 2022; Dinas Pariwisata Jawa Barat, 2023). Kondisi tersebut menuntut pengelola destinasi wisata untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kemudahan akses guna mempertahankan minat kunjungan wisatawan.

Glamping Kareumbi Cicalengka merupakan salah satu destinasi wisata berbasis alam yang menawarkan konsep glamour camping dengan pengalaman berkemah yang nyaman di kawasan hutan dan perbukitan. Destinasi ini memiliki daya tarik berupa suasana alam yang asri, fasilitas pendukung yang cukup lengkap, serta harga tiket yang relatif terjangkau dibandingkan destinasi wisata lain di sekitarnya. Namun demikian, hasil pengamatan awal dan data kunjungan menunjukkan bahwa masih terdapat sejumlah permasalahan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan akses menuju lokasi wisata. Beberapa wisatawan menilai bahwa pelayanan yang diberikan belum optimal, khususnya terkait responsivitas dan keramahan staf, sementara kondisi jalan menuju lokasi serta kemudahan menemukan lokasi wisata dinilai belum sepenuhnya memadai. Permasalahan tersebut berpotensi memengaruhi persepsi dan tingkat kepuasan wisatawan terhadap pengalaman berkunjung.

Dalam kajian manajemen pemasaran jasa, kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang memengaruhi kepuasan konsumen karena berkaitan dengan kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan secara konsisten (Tjiptono, 2019; Lupiyoadi, 2018). Selain itu, akses lokasi yang meliputi kemudahan transportasi, kondisi infrastruktur jalan, serta kejelasan informasi lokasi juga menjadi faktor penting dalam menentukan keputusan berkunjung dan kepuasan wisatawan (Sunnyoto, 2015). Hasil prasarvei awal terhadap wisatawan Glamping Kareumbi Cicalengka menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai kualitas pelayanan dan akses lokasi belum sepenuhnya memuaskan, yang berdampak pada tingkat kepuasan kunjungan. Temuan ini mengindikasikan bahwa keberhasilan pengelolaan destinasi wisata tidak hanya ditentukan oleh daya tarik alam dan harga yang kompetitif, tetapi juga oleh kualitas pelayanan dan kemudahan akses yang dirasakan wisatawan selama proses kunjungan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini difokuskan pada analisis pengaruh kualitas pelayanan dan akses lokasi terhadap kepuasan wisatawan di Glamping Kareumbi Cicalengka. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan ilmu administrasi bisnis dan manajemen pariwisata, khususnya terkait faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan wisatawan pada destinasi wisata berbasis alam. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan rekomendasi praktis bagi pengelola destinasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kemudahan aksesibilitas guna mendukung keberlanjutan dan daya saing destinasi wisata.

KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Kajian Pustaka

Penelitian ini berlandaskan pada kerangka keilmuan administrasi bisnis yang menempatkan organisasi sebagai sistem kerja sama untuk mencapai tujuan melalui pengelolaan sumber daya secara efektif dan efisien. Administrasi bisnis dipahami sebagai rangkaian aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan dalam suatu organisasi atau perusahaan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan, termasuk tujuan pelayanan kepada konsumen atau wisatawan. Dalam konteks industri pariwisata, administrasi bisnis berperan dalam mengelola layanan, fasilitas, serta pengalaman wisata agar mampu memberikan nilai tambah bagi pengunjung dan mendukung keberlanjutan usaha (Darmanto, 2020; Syukur & Setiawan, 2021). Dengan demikian, keberhasilan pengelolaan destinasi wisata sangat dipengaruhi oleh kemampuan manajemen dalam mengelola pelayanan dan aksesibilitas secara terpadu.

Pariwisata sebagai industri jasa memiliki karakteristik yang menekankan pada pengalaman dan kepuasan wisatawan. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata menegaskan bahwa kegiatan pariwisata berfungsi untuk memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual wisatawan serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pariwisata tidak hanya berorientasi pada daya tarik destinasi, tetapi juga pada kualitas pelayanan dan kemudahan akses yang memengaruhi persepsi dan kepuasan pengunjung. Oleh karena itu, pengelolaan destinasi wisata perlu memperhatikan faktor pelayanan dan aksesibilitas sebagai bagian dari upaya meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan (Enden, 2021; Pebriana, Mulyawan, & Sutrisno, 2021).

Kualitas pelayanan merupakan salah satu determinan utama kepuasan konsumen dalam sektor jasa, termasuk pariwisata. Kualitas pelayanan dipahami sebagai kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen melalui penyampaian layanan yang optimal dan konsisten. Pelayanan yang berkualitas akan menimbulkan rasa puas dan mendorong konsumen untuk melakukan kunjungan ulang serta memberikan rekomendasi kepada orang lain (Aprillia & Fatihah, 2021; Mahe et al., 2023). Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan diukur melalui dimensi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, yang mencerminkan bagaimana layanan diberikan secara nyata kepada wisatawan. Dimensi-dimensi tersebut menjadi indikator penting dalam menilai sejauh mana pelayanan mampu memenuhi harapan wisatawan selama berkunjung.

Selain kualitas pelayanan, akses lokasi juga menjadi faktor penting dalam menentukan kepuasan wisatawan. Lokasi yang mudah dijangkau, memiliki visibilitas yang baik, kondisi lalu lintas yang mendukung, serta fasilitas parkir yang memadai akan mempermudah wisatawan dalam mengakses destinasi wisata. Pemilihan lokasi yang strategis berpengaruh terhadap keberhasilan usaha karena berkaitan dengan kemudahan konsumen untuk mencapai tempat tersebut dan memanfaatkan layanan yang tersedia (Tjiptono, 2020; Sugiyono, 2020). Dalam konteks destinasi wisata berbasis alam seperti glamping, aksesibilitas menjadi aspek penting karena kondisi geografis seringkali memengaruhi kenyamanan perjalanan wisatawan. Akses lokasi yang baik diharapkan dapat meningkatkan persepsi positif terhadap destinasi dan mendorong kepuasan wisatawan.

Kepuasan wisatawan merupakan respons emosional yang muncul setelah wisatawan

membandingkan antara harapan sebelum berkunjung dengan pengalaman yang diperoleh selama berada di destinasi wisata. Kepuasan yang tinggi akan meningkatkan minat berkunjung kembali dan kesediaan untuk merekomendasikan destinasi kepada orang lain, sedangkan ketidakpuasan dapat menurunkan minat kunjungan di masa depan (Kusmadeni, 2021; Yanti & Puja, 2021). Kepuasan wisatawan dalam penelitian ini diukur melalui indikator kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Ketiga indikator tersebut mencerminkan evaluasi menyeluruh wisatawan terhadap pengalaman berkunjung.

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan akses lokasi merupakan faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, baik secara parsial maupun simultan. Beberapa penelitian menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan, sementara penelitian lain menunjukkan bahwa aksesibilitas lokasi juga berperan dalam meningkatkan kepuasan dan minat kunjungan ulang. Temuan tersebut memperkuat asumsi bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan kemudahan akses menuju destinasi wisata akan berdampak pada peningkatan kepuasan wisatawan. Namun demikian, terdapat perbedaan hasil penelitian pada beberapa konteks destinasi, sehingga diperlukan kajian lebih lanjut pada objek penelitian yang berbeda, khususnya pada destinasi glamping berbasis alam di Glamping Kareumbi Cicalengka.

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, dapat dipahami bahwa kualitas pelayanan dan akses lokasi merupakan variabel penting yang memengaruhi kepuasan wisatawan. Pengelolaan destinasi wisata yang mampu memberikan pelayanan optimal dan akses yang mudah dijangkau diharapkan dapat meningkatkan pengalaman wisatawan serta memperkuat daya saing destinasi wisata.

Perumusan Hipotesis

Kualitas pelayanan merupakan faktor yang secara langsung memengaruhi persepsi dan kepuasan wisatawan terhadap suatu destinasi wisata. Pelayanan yang baik akan meningkatkan kenyamanan dan pengalaman positif wisatawan, sehingga berdampak pada tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Berdasarkan kajian teori dan hasil penelitian terdahulu, maka dirumuskan hipotesis pertama sebagai berikut:

Hipotesis penelitian adalah suatu dugaan sementara atau prediksi mengenai permasalahan yang ada dalam penelitian, yang akan diuji kebenarannya melalui data yang terkumpul dan diuji secara empiris. Berdasarkan penjelasan kerangka pemikiran diatas, hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

- H1 : Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan.
- H11 : Ada pengaruh akses lokasi terhadap kepuasan wisatawan.
- H12 : Ada pengaruh kualitas pelayanan dan akses lokasi terhadap kepuasan wisatawan.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan mengukur hubungan dan pengaruh antarvariabel secara objektif melalui analisis statistik. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi kualitas pelayanan, akses lokasi, dan kepuasan wisatawan, sedangkan pendekatan verifikatif digunakan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan akses lokasi terhadap kepuasan wisatawan melalui pengujian hipotesis (Sugiyono, 2020).

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Glamping Kareumbi Cicalengka, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Waktu penelitian berlangsung selama kurang lebih lima bulan, mulai dari tahap persiapan, pengumpulan data, hingga pengolahan dan analisis data pada tahun 2025.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang pernah berkunjung ke Glamping Kareumbi Cicalengka pada tahun 2025, dengan jumlah 214 wisatawan. Penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik probability sampling dengan metode simple random sampling, sehingga setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai responden. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga diperoleh sampel sebanyak 139 responden. Jumlah tersebut dinilai telah mewakili karakteristik populasi dan memungkinkan hasil penelitian untuk digeneralisasikan.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada wisatawan yang pernah berkunjung ke Glamping Kareumbi Cicalengka. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber pendukung, seperti buku teks metodologi, jurnal ilmiah nasional, artikel penelitian terdahulu, serta dokumentasi yang relevan dengan topik penelitian (Sugiyono, 2022).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui:

1. Kuesioner, sebagai instrumen utama penelitian untuk mengukur persepsi wisatawan mengenai kualitas pelayanan, akses lokasi, dan kepuasan wisatawan.
2. Observasi langsung, untuk memperoleh gambaran faktual terkait kondisi pelayanan dan aksesibilitas lokasi destinasi.
3. Studi kepustakaan, untuk memperkuat landasan teori dan mendukung pembahasan hasil penelitian.

Pengukuran jawaban responden menggunakan skala Likert lima tingkat, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju, yang bertujuan mengukur sikap dan persepsi responden secara

kuantitatif (Sugiyono, 2020).

Variabel Penelitian

Penelitian ini melibatkan tiga variabel utama, yaitu:

- Kualitas Pelayanan (X_1), yang diukur melalui dimensi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.
- Akses Lokasi (X_2), yang diukur melalui aspek kemudahan akses, visibilitas, kondisi lalu lintas, ketersediaan parkir, dan potensi ekspansi.
- Kepuasan Wisatawan (Y), yang diukur melalui kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan destinasi.

Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk memastikan setiap butir pernyataan mampu mengukur variabel yang diteliti, dengan kriteria nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi instrumen menggunakan koefisien Cronbach's Alpha, dengan ketentuan nilai lebih besar dari 0,60 menunjukkan instrumen reliabel (Elvera, 2021).

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan melalui dua tahap, yaitu analisis deskriptif dan analisis verifikatif. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden serta kecenderungan jawaban terhadap masing-masing variabel penelitian. Analisis verifikatif digunakan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan akses lokasi terhadap kepuasan wisatawan menggunakan analisis regresi linear berganda.

Sebelum dilakukan analisis regresi, data diuji melalui uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi untuk memastikan model regresi memenuhi syarat kelayakan analisis (Sujarweni, 2020).

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan melalui:

- Uji simultan (Uji F) untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan akses lokasi secara bersama-sama terhadap kepuasan wisatawan.
- Uji parsial (Uji t) untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap kepuasan wisatawan.
- Koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel kualitas pelayanan dan akses lokasi dalam menjelaskan variasi kepuasan wisatawan.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis

1. Gambaran Lokasi Penelitian

Glamping Kareumbi Cicalengka merupakan destinasi wisata alam yang terletak di kawasan Taman Buru Gunung Masigit Kareumbi, yang secara administratif berada di perbatasan Kabupaten Bandung, Sumedang, dan Garut. Kawasan ini memiliki karakteristik alam pegunungan yang asri dengan suhu sejuk serta lanskap hutan konservasi yang masih terjaga. Status kawasan ini ditetapkan sebagai Taman Buru melalui Keputusan Menteri Kehutanan Republik Indonesia Nomor 298/Kpts-II/1998 dengan luas $\pm 12.420,70$ hektar.

Seiring dengan pengembangan pariwisata alam, kawasan ini kini difokuskan pada wisata konservatif dan rekreasi alam, salah satunya melalui pengembangan Glamping Kareumbi. Konsep glamping (glamorous camping) menawarkan pengalaman berkemah dengan fasilitas modern dan harga yang relatif terjangkau, sehingga menjadi daya tarik utama bagi wisatawan. Tarif yang dikenakan berkisar Rp250.000 pada hari biasa dan Rp350.000 pada akhir pekan.

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form kepada wisatawan yang pernah berkunjung ke Glamping Kareumbi Cicalengka. Pengumpulan data dilakukan selama ± 21 hari dengan jumlah responden sebanyak 139 orang.

2. Karakteristik Responden

Karakteristik responden disajikan untuk memberikan gambaran umum mengenai profil wisatawan yang menjadi objek penelitian. Rekapitulasi karakteristik responden dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Tabel 1. Rekapitulasi Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori Dominan	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Perempuan	74	53%
Usia	18-25 Tahun	71	52%
Domisili	Kabupaten Bandung	84	62%
Kunjungan	1-3 Kali/Tahun	94	68%
Penghasilan	Rp1-3 Juta	51	48%
Transportasi	Kendaraan Pribadi	126	84%
Profesi	Pelajar	59	57%
Pendidikan	SMA	76	54%
Tujuan	Liburan	96	73%

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas wisatawan Glamping Kareumbi Cicalengka adalah perempuan berusia 18-25 tahun, berdomisili di Kabupaten Bandung, dengan

frekuensi kunjungan 1–3 kali dalam setahun. Wisatawan umumnya menggunakan kendaraan pribadi, berasal dari kalangan pelajar dengan pendidikan terakhir SMA, serta memiliki tujuan utama berlibur.

3. Uji Instrumen Penelitian

3.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kelayakan item pernyataan dalam mengukur variabel penelitian. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pada variabel Kualitas Pelayanan (15 item), Akses Lokasi (8 item), dan Kepuasan Wisatawan (3 item) memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,1666). Dengan demikian, seluruh instrumen dinyatakan valid dan layak digunakan.

3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,926	Reliabel
Akses Lokasi	0,853	Reliabel
Kepuasan Wisatawan	0,759	Reliabel

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2025

Seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang baik.

4. Analisis Deskriptif

4.1 Kualitas Pelayanan

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memperoleh nilai interpretasi skor sebesar **80%** yang termasuk dalam kategori **kuat**. Skor tertinggi terdapat pada indikator kondisi fasilitas yang terjaga, sedangkan skor terendah terdapat pada indikator kejelasan informasi pelayanan. Secara umum, kualitas pelayanan Glamping Kareumbi Cicalengka dinilai baik oleh wisatawan.

4.2 Akses Lokasi

Variabel Akses Lokasi memperoleh nilai interpretasi skor sebesar 60% yang termasuk dalam kategori cukup. Skor tertinggi terdapat pada indikator luas area wisata, sedangkan skor terendah terdapat pada kondisi akses jalan menuju lokasi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kawasan wisata memiliki ruang yang luas, aspek kemudahan akses masih perlu ditingkatkan.

4.3 Kepuasan Wisatawan

Variabel Kepuasan Wisatawan memperoleh nilai interpretasi skor sebesar **80%** dengan kategori **kuat**. Skor tertinggi terdapat pada indikator kesediaan wisatawan untuk merekomendasikan Glamping Kareumbi kepada orang lain, yang mencerminkan tingkat kepuasan yang relatif tinggi.

5. Analisis Verifikatif

5.1 Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200 ($>0,05$), sehingga data berdistribusi normal. Uji multikolinearitas menunjukkan nilai VIF sebesar 2,717 (<10) dan nilai Tolerance 0,368 ($>0,1$), yang berarti tidak terdapat multikolinearitas. Uji autokorelasi dengan nilai Durbin-Watson sebesar 2,135 berada di antara dU dan 4-dU, sehingga tidak terjadi autokorelasi. Uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai signifikansi $>0,05$, yang menandakan tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

5.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 3.654 + 0.209X_1 - 0.190X_2 + \epsilon \quad 0,673$$

Hasil ini menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 3,654 menunjukkan bahwa ketika semua variabel independen bernilai nol, maka nilai variabel dependen adalah 3,654. Koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_1) adalah positif sebesar 0,209, yang mengindikasikan bahwa peningkatan pada Kualitas Pelayanan akan diikuti dengan peningkatan pada variabel Y, dan sebaliknya. Sementara itu, koefisien regresi variabel Akses Lokasi (X_2) adalah negatif sebesar -0,190, yang berarti jika Akses Lokasi meningkat, maka variabel Y cenderung menurun, dan sebaliknya.

5.3 Koefisien Determinasi

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,327 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan akses lokasi secara bersama-sama mampu menjelaskan 32,7% variasi kepuasan wisatawan, sementara sisanya sebesar 67,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

6. Uji Hipotesis

6.1 Uji Simultan (Uji F)

Tabel 3. Hasil Uji Simultan (Uji F)

		ANOVA ^a				
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	265.096	2	132.548	33.043	.000 ^b
	Residual	545.551	136	4.011		
	Total	810.647	138			

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Akses Lokasi

Sumber: Data Diolah SPSS 26, 2025

H Hasil yang ditampilkan pada Tabel 4.26, nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai ambang batas 0,05. Hal ini menandakan bahwa secara bersama-sama, variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan akses lokasi, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan wisatawan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut secara simultan memberikan kontribusi yang nyata terhadap tingkat kepuasan pengunjung Glamping Kareumbi Cicalengka.

6.2 Uji Parsial (Uji t)

Tabel 4. Hasil Uji Parsial (Uji t)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.654	.885		4.129	.000
	Kualitas Pelayanan	.209	.028	.827	7.374	.000
	Akses Lokasi	-.190	.053	-.403	-3.594	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Sumber: Data Diolah SPSS 26, 2025

Hasil uji t menunjukkan bahwa:

- Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Sig. 0,000).
- Akses lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Sig. 0,000).

Pembahasan

1. Analisis Karakteristik Responden

Karakteristik responden menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung Glamping Kareumbi Cicalengka didominasi oleh perempuan, kelompok usia 18–25 tahun, berdomisili di Kabupaten Bandung, berstatus pelajar/mahasiswa, serta memiliki tingkat pendapatan relatif rendah hingga menengah. Pola ini memperlihatkan bahwa destinasi glamping tersebut lebih banyak menarik wisatawan muda lokal dengan orientasi rekreasi jangka pendek dan berbiaya terjangkau. Dominasi kelompok usia muda mengindikasikan bahwa preferensi wisata yang berkembang di destinasi ini cenderung mengarah pada wisata alam ringan, aktivitas rekreasi sosial, dan pengalaman visual yang sesuai dengan karakter generasi muda.

Dari sisi mobilitas, mayoritas wisatawan menggunakan kendaraan pribadi. Hal ini menunjukkan bahwa aksesibilitas destinasi masih sangat bergantung pada transportasi mandiri, sehingga kualitas infrastruktur jalan dan petunjuk arah menjadi faktor penting dalam membentuk pengalaman perjalanan wisatawan. Kedekatan geografis antara lokasi destinasi dengan domisili wisatawan juga berpengaruh terhadap tingginya kunjungan wisatawan lokal, yang umumnya melakukan kunjungan singkat atau kunjungan ulang dalam rentang waktu dekat.

Temuan ini memperlihatkan bahwa segmentasi pasar utama Glamping Kareumbi Cicalengka adalah wisatawan lokal muda dengan preferensi wisata rekreasi alam yang ekonomis. Dengan demikian, strategi pengelolaan destinasi seharusnya tidak hanya menekankan pada daya tarik alam, tetapi juga pada kualitas pengalaman wisata yang sesuai dengan karakteristik segmen tersebut, seperti pelayanan yang responsif, fasilitas yang bersih, serta akses yang aman dan mudah dijangkau.

2. Analisis Variabel Penelitian

a. Kualitas Pelayanan

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Glamping Kareumbi Cicalengka berada pada kategori cukup baik, namun belum sepenuhnya optimal. Aspek kebersihan fasilitas memperoleh penilaian tertinggi, sedangkan aspek penyampaian informasi dan kejelasan pelayanan masih memperoleh penilaian lebih rendah. Temuan ini menunjukkan bahwa dimensi bukti fisik telah berjalan baik, tetapi dimensi keandalan, daya tanggap, dan empati masih perlu diperkuat.

Dalam konteks pariwisata, kualitas pelayanan merupakan komponen utama dalam membentuk pengalaman wisatawan secara keseluruhan. Pelayanan yang responsif, ramah, dan informatif tidak hanya meningkatkan kenyamanan wisatawan selama berada di lokasi, tetapi juga memengaruhi persepsi mereka terhadap nilai destinasi. Ketika pelayanan belum sepenuhnya optimal, wisatawan tetap dapat menikmati daya tarik alam, tetapi tingkat kepuasan yang terbentuk cenderung belum maksimal.

Hasil analisis verifikatif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan wisatawan. Temuan ini konsisten dengan penelitian Aprillia dan Fatimah (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam memenuhi

harapan konsumen dan meningkatkan kepuasan. Penelitian Riadi, Permadi, dan Retnowati (2023) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata alam di Indonesia. Kesamaan hasil ini menguatkan bahwa kualitas pelayanan merupakan determinan utama kepuasan wisatawan pada berbagai jenis destinasi, termasuk wisata glamping berbasis alam.

Dengan demikian, kesesuaian antara hasil penelitian ini dan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan tetap menjadi strategi kunci dalam pengelolaan destinasi wisata. Pengelola perlu memprioritaskan peningkatan komunikasi pelayanan, kejelasan informasi, serta responsivitas staf terhadap kebutuhan wisatawan guna meningkatkan pengalaman wisata yang lebih menyeluruh.

b. Akses Lokasi

Analisis deskriptif menunjukkan bahwa persepsi wisatawan terhadap akses lokasi masih beragam. Meskipun luas area dan suasana lingkungan dinilai baik, akses menuju lokasi masih menjadi kendala bagi sebagian wisatawan. Kondisi jalan, keterbatasan transportasi umum, serta petunjuk arah yang belum optimal menjadi faktor yang memengaruhi kenyamanan perjalanan menuju destinasi.

Hasil analisis verifikatif menunjukkan bahwa akses lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan dengan arah pengaruh negatif. Temuan ini menunjukkan bahwa kendala akses menuju lokasi berpotensi menurunkan tingkat kepuasan wisatawan. Namun demikian, dalam konteks wisata alam, lokasi yang relatif jauh dan tersembunyi tidak selalu dipersepsikan negatif. Sebagian wisatawan justru menganggap suasana yang tenang, alami, dan jauh dari keramaian sebagai nilai tambah. Oleh karena itu, pengaruh negatif lebih berkaitan dengan aspek kenyamanan perjalanan, bukan pada karakter lokasi itu sendiri.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Fauzi, Suryana, dan Oktavia (2023) yang menyatakan bahwa aksesibilitas lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hasil serupa juga ditemukan dalam penelitian Khil Wailmi dan Tamam (2022) yang menunjukkan bahwa lokasi dan kemudahan akses merupakan faktor penting dalam membentuk pengalaman wisatawan. Meskipun demikian, penelitian lain pada destinasi wisata alam menunjukkan bahwa akses yang jauh dapat diterima wisatawan selama memberikan pengalaman yang unik dan suasana yang nyaman. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh lokasi terhadap kepuasan bersifat kontekstual, tergantung pada karakter destinasi dan preferensi wisatawan.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memiliki kesesuaian dengan penelitian sebelumnya, namun juga memberikan nuansa temuan bahwa akses lokasi yang kurang optimal dapat ditoleransi wisatawan selama pengalaman yang ditawarkan di lokasi tetap menarik. Oleh karena itu, perbaikan akses sebaiknya difokuskan pada kenyamanan perjalanan, seperti perbaikan jalan dan penambahan petunjuk arah, tanpa menghilangkan karakter alami destinasi.

c. Kepuasan Wisatawan

Analisis deskriptif menunjukkan bahwa tingkat kepuasan wisatawan berada pada kategori cukup tinggi. Wisatawan cenderung memiliki keinginan untuk merekomendasikan destinasi kepada orang lain dan berpotensi melakukan kunjungan ulang. Namun, masih terdapat kesenjangan antara harapan dan pengalaman yang dirasakan, khususnya pada aspek pelayanan dan akses. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan yang terbentuk belum sepenuhnya optimal.

Dalam literatur pariwisata, kepuasan wisatawan dipandang sebagai indikator keberhasilan destinasi dalam memberikan pengalaman yang sesuai dengan harapan pengunjung. Kepuasan tidak hanya ditentukan oleh daya tarik destinasi, tetapi juga oleh kualitas interaksi pelayanan, kemudahan akses, serta persepsi nilai yang diterima wisatawan. Ketika pengalaman yang dirasakan mendekati atau melampaui harapan, wisatawan akan menunjukkan loyalitas dan kecenderungan untuk merekomendasikan destinasi kepada orang lain.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Yanti dan Puja (2021) yang menyatakan bahwa kepuasan wisatawan berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali dan rekomendasi destinasi. Penelitian Kusmadeni (2021) juga menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung merupakan faktor penting dalam menjaga keberlanjutan destinasi wisata. Kesamaan hasil ini memperkuat bahwa kepuasan wisatawan merupakan outcome utama yang harus dicapai melalui pengelolaan destinasi yang berorientasi pada kualitas pengalaman.

PENUTUP / KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan akses lokasi terhadap kepuasan wisatawan di Glamping Kareumbi Cicalengka. Berdasarkan hasil analisis deskriptif dan verifikatif, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Wisatawan menilai aspek pelayanan, seperti sikap ramah dan profesional staf, kenyamanan fasilitas, serta kemudahan memperoleh informasi, sebagai faktor utama dalam membentuk pengalaman wisata yang memuaskan. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan secara konsisten berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pengunjung.

Akses lokasi juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan, namun dengan arah pengaruh yang berbeda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik lokasi yang sejuk, tenang, alami, dan jauh dari keramaian justru meningkatkan kepuasan wisatawan, meskipun akses fisik menuju lokasi belum sepenuhnya mudah. Hal ini mengindikasikan bahwa pada destinasi wisata berbasis alam seperti glamping, suasana dan kualitas lingkungan menjadi bagian penting dari pengalaman wisata, sehingga keterbatasan akses tidak selalu menurunkan tingkat kepuasan pengunjung.

Secara simultan, kualitas pelayanan dan akses lokasi berkontribusi signifikan terhadap kepuasan wisatawan, dengan kemampuan menjelaskan sebagian variasi kepuasan yang dirasakan pengunjung. Kualitas pelayanan muncul sebagai variabel dengan pengaruh paling dominan, sedangkan akses

lokasi berperan sebagai faktor pendukung yang bersifat kontekstual. Temuan ini menegaskan bahwa kepuasan wisatawan di destinasi glamping tidak hanya ditentukan oleh kemudahan akses, tetapi juga oleh kualitas interaksi layanan dan pengalaman suasana alam yang ditawarkan.

Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengelola Glamping Kareumbi Cicalengka perlu memprioritaskan peningkatan kualitas pelayanan sebagai strategi utama dalam menjaga dan meningkatkan kepuasan wisatawan, sekaligus mempertahankan karakter alami dan ketenangan lokasi sebagai keunggulan kompetitif destinasi. Selain itu, optimalisasi faktor pendukung lain seperti kebersihan, keamanan, dan kenyamanan lingkungan perlu dilakukan secara terpadu untuk menciptakan pengalaman wisata yang berkesan dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprillia, D., & Fatihah, N. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada destinasi wisata alam. *Jurnal Manajemen Pariwisata Indonesia*, 6(2), 85–94.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik pariwisata Indonesia 2024*. BPS.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung. (2022). *Kabupaten Bandung dalam angka 2022*. BPS Kabupaten Bandung.
- Darmanto. (2020). *Administrasi bisnis*. Deepublish.
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat. (2023). *Laporan kinerja sektor pariwisata Jawa Barat*. Disparbud Jabar.
- Elvera. (2021). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Alfabeta.
- Enden, M. (2021). Pengelolaan destinasi wisata berbasis pengalaman pengunjung. *Jurnal Kepariwisataaan Indonesia*, 15(1), 33–44.
- Fauzi, R., Suryana, A., & Oktavia, D. (2023). Pengaruh aksesibilitas dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung objek wisata alam. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 5(1), 45–57.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2023). *Laporan kinerja sektor pariwisata 2023*. Kemenparekraf.
- Khil Wailmi, M., & Tamam, A. (2022). Pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 27(2), 120–130.
- Kusmadeni. (2021). Kepuasan pengunjung sebagai indikator keberlanjutan destinasi wisata. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Pariwisata*, 3(1), 15–25.
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen pemasaran jasa* (Edisi 3). Salemba Empat.
- Mahe, R., Sari, D., & Putra, A. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan pada wisata alam. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 52–63.
- Pebriana, N., Mulyawan, R., & Sutrisno. (2021). Pengembangan destinasi wisata berbasis pelayanan dan

- aksesibilitas. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 5(2), 101–110.
- Riadi, A., Permadi, R., & Retnowati, S. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata alam. *Jurnal Administrasi Bisnis Indonesia*, 14(1), 67–78.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian bisnis*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2020). *Metodologi penelitian bisnis dan ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku konsumen dan pemasaran*. CAPS.
- Syukur, M., & Setiawan, R. (2021). Administrasi bisnis dalam pengelolaan usaha pariwisata. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2), 90–102.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran jasa*. Andi.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi pemasaran*. Andi.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.
- Yanti, N., & Puja, I. (2021). Pengaruh kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung kembali. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 16(1), 55–64.