

**PENGARUH CITRA, PROMOSI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN
PADA OBJEK WISATA ALAM BUKIT TIRO'SOE**

Skripsi

*Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo untuk
Melakukan Penelitian Skripsi dalam Rangka Penyelesaian Studi Jenjang Sarjana
Pada Program Studi Ekonomi Syariah*



Diajukan Oleh

Tiara Alia Ramadani

2004010234

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

2025

**PENGARUH CITRA, PROMOSI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN
PADA OBJEK WISATA ALAM BUKIT TIRO'SOE**

Skripsi

*Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo untuk
Melakukan Penelitian Skripsi dalam Rangka Penyelesaian Studi Jenjang Sarjana
Pada Program Studi Ekonomi Syariah*



Diajukan Oleh

Tiara Alia Ramadani

2004010234

Pembimbing:

Muhammad Ikram S, S. Ak.,M.Si

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

2025

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tiara Alia Ramadani
NIM : 20 0401 0234
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh dari bagian skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administrative atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 28 April 2025

Yang membuat pernyataan



Tiara Alia Ramadani

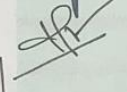
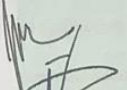
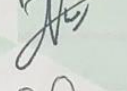
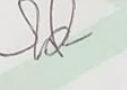
20 0401 0234

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Citra, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan pada Objek Wisata Alam Bukit Tiro'soe yang ditulis oleh Tiara Alia Ramadani (NIM) 2004010234, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Jum'at, tanggal 7 Februari 2025 bertepatan dengan 8 Sya'ban 1446 Hijriah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 25 April 2025

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Muzayyanah Jabani, S.T., M.M. | Penguji I | () |
| 4. A. Nurrahma Gaffar, S.E., M.Ak. | Penguji II | () |
| 5. Muhammad Ikram, S.Ak., M.Si. | Pembimbing | () |

Mengetahui:



Rektor IAIN Palopo
Rektor Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIM 198201242009012006



Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah

Dr. Muhammad Alwi, S.Sy., M.E.I.
NIM 198607152019081001

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ،
وَعَلَّاهُ وَأَصْحَابِهِ وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ، أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. Yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “ Pengaruh Citra, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Alam Bukit Tiro'soe Di Kec. Baebunta Kab. Luwu Utara.

Salawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw. Kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo . Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak.

Pertama-tama ucapan Terimakasih disampaikan kepada: Yang teristimewa kepada orang tua saya yang sangat saya cintai, Ibu kandung saya Ibunda Nasmiah dan Ayahanda Suriansa serta ayah kandung saya Ayahanda Halip Daud yang telah berjasa mengasuh, mendidik dan menyayangi saya sejak kecil yang penuh tulus dan ikhlas. jasa dan pengorbanan mulai dari segi materi maupun fisik , serta restu mereka menjadi sumber kekuatan menuju kesuksesan penulis, sehingga saya bisa sampai melangkah pada titik ini. Semoga Allah memberikan pahala yang berlipat ganda dan melimpahkan rahmat dan kasih sayang-nya kepada mereka.

Ucapan terima kasih yang tak terhingga juga penulis sampaikan kepada:

1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, Dr. Munir Yusuf M.Pd selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik dan pengembangan Kelembagaan, Dr. Alia Lestari, S.Si.,M.Si. selaku Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Dr. Mustamin, S.Ag.,M.HI. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan kerjasama.
2. Ilham, S. Ag., M.A, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Fasiha S.EI.,M.EI. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Muzayyanah Jabani ,S.T.,M.M. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan , Muhammad Ilyas,S.AG.,M.AG. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Dr. Muhammad Alwi, S.Sy.,M.EI.selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah IAIN Palopo, Hardianti Yusuf ,S.E.Sy.,M.E. selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah beserta para dosen, asisten dosen Prodi Ekonomi Syariah yang selama ini banyak memberikan ilmu pengetahuan khususnya dibidang Ekonomi Syariah.
4. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo Zainuddin S., S.E.,M.Ak., beserta staf yang telah menyediakan buku-buku /literature untuk keperluan studi kepustakaan dalam menyusun skripsi ini.
5. Muhammad Ikram, S. Ak.,M.Si. Selaku dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan memberi bimbingan, masukan dan mengarahkan dalam rangka menyelesaikan skripsi ini.

6. Muzayyanah Jabani, S.T., MM. Selaku penguji I yang telah banyak meluangkan waktu dan memberi arahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. A. Nurrahma Gaffar, S.E., M.Ak. Selaku penguji II yang telah banyak meluangkan waktu dan memberi arahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Dr.Muh.Ruslan Abdullah ,S.EI.,M.A.Selaku Penasihat Akademik.
9. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan serta arahan selama penyusunan skripsi ini.
10. Kepada Aparat Pemerintah Desa Baebunta Kecamatan Baebunta Kabupaten Luwu Utara yang telah memberikan izin dan bantuan dalam melakukan penelitian.
11. Kepada seluruh warga Desa Baebunta Kecamatan Baebunta Kabupaten Luwu Utara, khususnya yang telah bersedia dan bermurah hati untuk menjadi informan penelitian dalam penulisan skripsi.
12. Kepada kakak saya Alam Nuari, Asril Hendra Setiawan selaku saudara kandung dan juga adik-adik saya Nilva.s, Muh. Awal, Muh. Anwar. Ipar saya Mauliana Lorensa dan juga keponakan tercinta saya Aprilia Andara Nuari serta om dan tante Harlina, Halias, Arfa Haikal Maulana dan istri, Meming maupun segenap keluarga besar yang telah banyak membantu dalam hal materi maupun fisik serta mendukung penuh penulis sampai di tahap ini dalam menyelesaikan studi.
13. Kepada Ibu Fitriani Marsim dan Keluarga yang sangat-sangat banyak membantu memberikan arahan dan juga mebagikan ilmu yang telah dimiliki,

serta yang tidak pernah bosan-bosannya untuk selalu di repotkan oleh peneliti selama proses penyelesaian skripsi.

14. Teruntuk teman-teman saya tercinta Sefiya, Patigama Rustam, Riska Fuji Astuti, Reni Anggita, Surya Pradana, Muh. Sayyid Fahreza, Andi Dian Kurnia, Annisa Aulia, Nopa Yulianti yang telah membantu dan memberikan semangat serta dukungan yang tiada hentinya dan mendoakan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
15. Kepada semua teman seperjuangan, Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Palopo angkatan 2020 (Khususnya kelas i) yang selama ini berjuang bersama-sama.
16. Kepada seseorang yang masih menjadi rahasia Sang Pencipta, semoga kita bertemu di waktu yang tepat karena salah satu alasan penulis menyelesaikan studi ini untuk memantaskan diri.
17. Terakhir ucapan terimakasih kepada diri sendiri Tiara Alia Ramadani yang sudah mampu bertahan sejauh ini mengendalikan diri dari berbagai tekanan yang tak terduga yang tetap mejadi manusia yang selalu mau berusaha tanpa kenal lelah dalam mencoba untuk selesai sampai di titik ini. Terimakasih karna untuk tidak menyerah sesulit apapun proses yang di laluiselama proses penyelesaian skripsi ini. Hal ini tentunya menjadi pencapaian yang harus dibanggakan dan dirayakan untuk diri sendiri.

Semoga setiap bantuan doa, dukungan, motivasi, dorongan, kerjasama dan amal bakti yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang layal di sisi Allah swt.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi setiap yang memerlukan dan semoga Allah swt. Menuntun kearah yang benar dan lurus, Aamiin.

Palopo, 28 April 2025

Tiara Alia Ramadani



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	Ḥ	ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ya
ص	Šad	Š	es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	de dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	te dengan titik di bawah
ظ	Ža	Ž	zet dengan titik di bawah
ع	'Ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ya

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda papun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka di tukis dengan tanda (‘).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fatḥah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>ḍammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيّ	<i>fatḥah dan yā’</i>	ai	a dan i
اَوّ	<i>fatḥah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*
هَوْلَ : *hau-la*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ ... اِ ...	<i>fatḥah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā'</i>	ā	a dan garis di atas
اِ ...	<i>kasrah</i> dan <i>yā'</i>	ī	i dan garis di atas
اُ ...	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَاتَ : māta
رَمَى : rāmā
قِيلَ : qīla
يَمُوتُ : yamūtu

4. Tā'' marbūtah

Transliterasi untuk tā marbūtah ada dua yaitu *Tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat *harakat fatāh, kasrah, dan dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau ada pada kata berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu transliterasiya dengan (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl*
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fādilah*
الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. Syaddah (*Tasdīd*)

Syaddah atau *Tasdīd* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasdīd* (-), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbana*

نَجَّيْنَا : *najjaiinā*

الْحَقَّ : *al- haqq*

نُعَمَّ : *nu' ima*

عَدُوَّ : *'aduwwun*

Jika huruf ي ber-tasydid diakhiri sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah(ِ) maka ia ditransliterasi seperti huruf maddah menjadi i.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Ali (bukan ' Aliyy atau ' Aly)

عَرَبِيٌّ : ' Arabi (bukan ' Arabiyy atau ' Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (alif lam ma'rifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupu huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الْفَلَسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah merupakan (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta'marūna</i>
النَّوْعُ	: <i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	: <i>sai'un</i>
أُمِرْتُ	: <i>umirtu</i>

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'an*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut mejadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Syarh al-Arba' in al- Nawāwī

Risālah fī Ri' ayah- al-Maslahah

9. Lafz al-Jalalah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jar* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf Hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ : *dinullah*

بِاللَّهِ : *billāh*

Adapun *tā’ marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jālalah*, dirtansliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi 'a limaāsi lallazī Bakkata mubārakan

Syahru Ramadāan al-lazī unzila fihi al-Qurān.

Nasīr al-Dīn al-Tūsī Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūft

Al-Maslahah fī al-Tasyrī al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu (bapak dari) sebagaimana kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dari daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abu al- walid Muhammad Ibnu Rusyd, ditulis
menjadi Ibnu Rusyd, Abu al- Walid Muhammad
(bukan: Rusyd, Abu al-Wahid Muhammad Ibnu)
Nasr Hamid Abu Zaid, ditulis menjadi: Abu Zaid,
Nasr Hamid (bukan: Zaid, Nasr Hamid Abu)

B. *Daftar Singkatan*

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

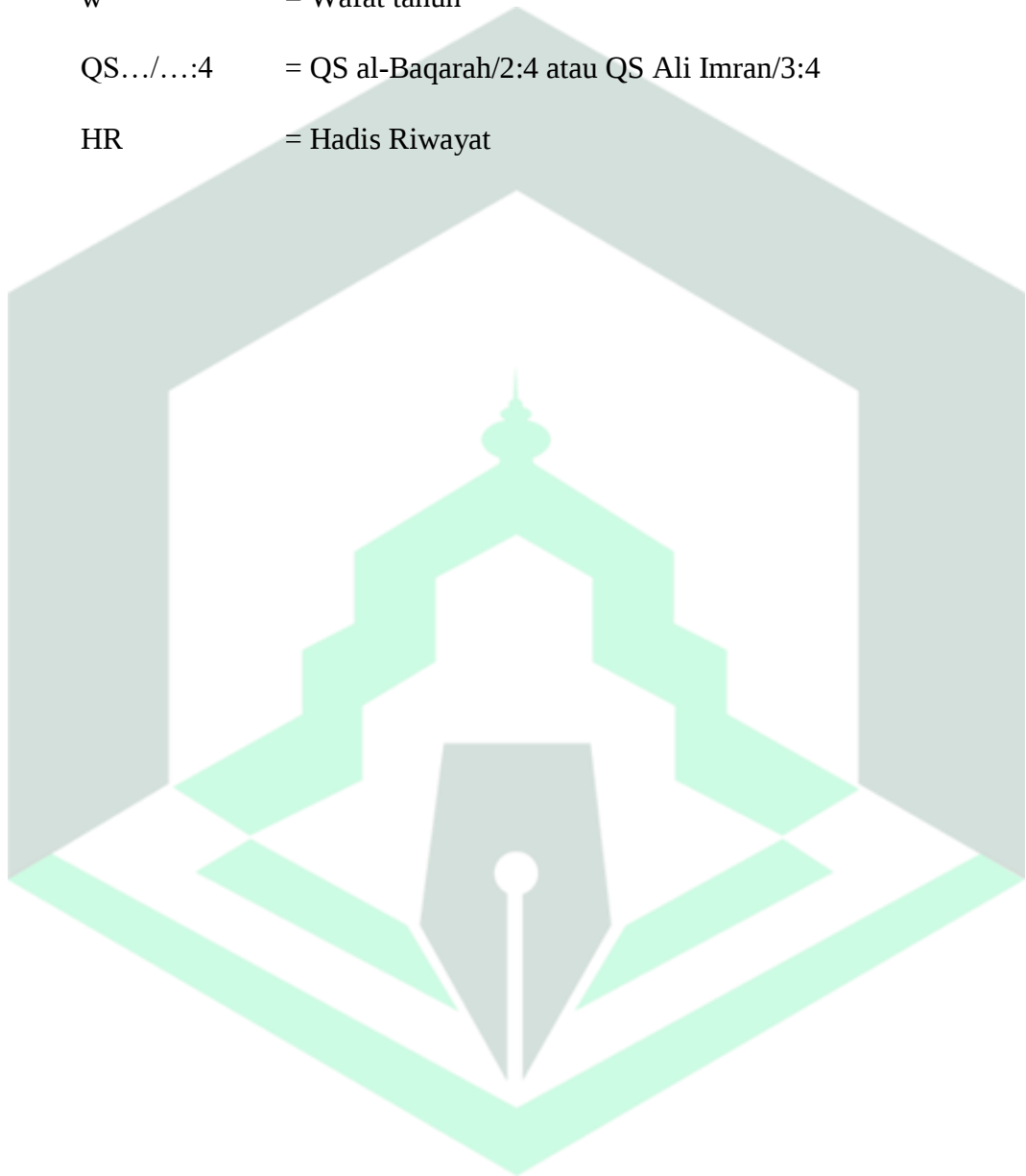
swt. = *subāhanahū wa taāla*

saw = *sallallāhu 'alaihi wa sallam*

as = *'alaihi al-salām*

H = Hijrah

M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
I	= Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w	= Wafat tahun
QS.../...:4	= QS al-Baqarah/2:4 atau QS Ali Imran/3:4
HR	= Hadis Riwayat



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PRAKATA	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	x
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
ABSTRAK	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang	1
B.Rumusan Masalah	7
C.Tujuan Penelitian	7
D.Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORI	9
A.Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	10
B.Landasan Teori	17
1.Kepuasan Wisatawan	17
2.Citra.....	19
3.Promosi.....	22
4.Kualitas Pelayanan.....	25
C.Kerangka Pikir.....	28

BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Jenis Penelitian.....	30
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	30
C. Definisi Operasional Variabel.....	30
D. Populasi Dan Sampel	33
E. Teknik Pengumpulan Data.....	35
F. Instrumen Penelitian.....	36
G. Uji Validitas Reliabilitas Instrumen.....	37
H. Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Hasil Penelitian	42
B. Pembahasan.....	61
BAB V PENUTUP	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	10
Tabel 3. 1 Definisi Operasioanl Variabel.....	31
Tabel 4. 1 Data Penduduk Menurut Golongan Umur	
Tabel 4. 2 Data Penduduk Menurut Tingkatan Pendidikan	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka fikir	28
----------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden

Lampiran 3 Hasil Uji Analisis Data

Lampiran 4 r Tabel

Lampiran 5 t Tabel

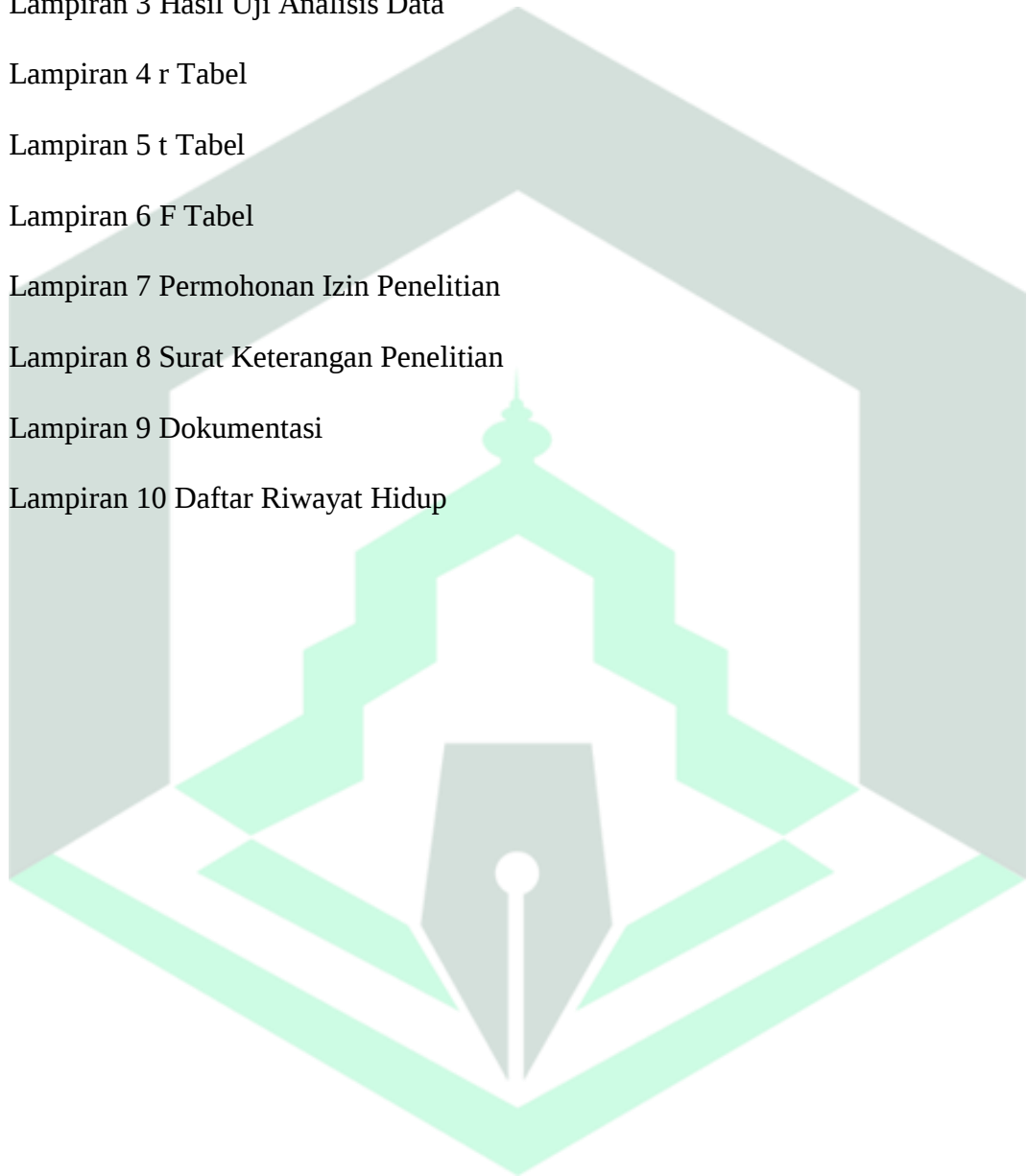
Lampiran 6 F Tabel

Lampiran 7 Permohonan Izin Penelitian

Lampiran 8 Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 9 Dokumentasi

Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup



ABSTRAK

Tiara Alia Ramadani, 2024. *“Pengaruh Citra, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Alam Bukit Tiro’soe Di Kec. Baebunta, Kab. Luwu Utara”*. Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Muhammad Ikram.

Skripsi ini membahas tentang Pengaruh Citra, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Alam Bukit Tiro’soe Di Kec. Baebunta, Kab. Luwu Utara. Penelitian ini bertujuan untuk; (1) Untuk mengetahui tentang bagaimana pengaruh citra wisata terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata alam Bukit Tiro’soe Di Kec. Baebunta, Kab. Luwu Utara, (2) Untuk mengetahui tentang bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata alam Bukit Tiro’soe Di Kec. Baebunta Kab. Luwu Utara, (3) Untuk mengetahui tentang bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata alam Bukit Tiro’soe Di Kec. Baebunta Kab. Luwu Utara. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, Sampel pada penelitian ini berjumlah 30 orang responden. Dengan pengambilan sampel menggunakan sampel jenuh pada penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa; (1) Hasil pengujian terhadap hipotesis pertama (H1) pada penelitian ini, menunjukkan bahwavariabel citra (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan objek wisata bukit tiro’soe di Kec. Baebunta Kab. Luwu Utara. (2) Hasil pengujian terhadap hipotesis kedua (H2) pada penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel promosi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan objek wisata bukit tiro’soe di Kec. Baebunta Kab. Luwu Utara. (3) Hasil pengujian terhadap hipotesis ketiga(H3) pada penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan objek wisata bukit tiro’soe di Kec. Baebunta Kab. Luwu Utara.

Kata Kunci : Citra, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan

ABSTRACT

Tiara Alia Ramadani 2025 *"The Influence of Image, Promotion and Service Quality on Tourist Satisfaction at the Tiro'soe Hill Natural Tourism Object in Kec. Baebunta, Kab. North Luwu."* Sharia Economics Study Program Thesis, Faculty of Islamic Economics and Business, Palopo State Islamic Institute. Supervised by Muhammad Ikram.

This thesis discusses the Influence of Image, Promotion and Service Quality on Tourist Satisfaction at the Bukit Tiro'soe Natural Tourism Object in Baebunta District, North Luwu Regency. This study aims to; (1) To find out how the influence of tourism image on tourist satisfaction at the Bukit Tiro'soe natural tourism object in Baebunta District, North Luwu Regency, (2) To find out how the influence of promotion on tourist satisfaction at the Bukit Tiro'soe natural tourism object in Baebunta District, North Luwu Regency, (3) To find out how the influence of service quality on tourist satisfaction at the Bukit Tiro'soe natural tourism object in Baebunta District, North Luwu Regency. This research method uses a quantitative approach, the sample in this study amounted to 30 respondents. By taking samples using saturated samples in this study. The results of the study showed that; (1) The results of testing the first hypothesis (H1) in this study indicate that the image variable (X1) has a positive and significant effect on tourist satisfaction at the Bukit Tiro'soe tourist attraction in Baebunta District, North Luwu Regency. (2) The results of testing the second hypothesis (H2) in this study indicate that the promotion variable (X2) has a positive and significant effect on tourist satisfaction at the Bukit Tiro'soe tourist attraction in Baebunta District, North Luwu Regency. (3) The results of testing the third hypothesis (H3) in this study indicate that the service quality variable (X3) has a positive and significant effect on tourist satisfaction at the Bukit Tiro'soe tourist attraction in Baebunta District, North Luwu Regency.

Keywords: Image, Promotion, and Service Quality

BABI

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan bisnis di abad ke-21 semakin pesat, membuat setiap orang sibuk dengan pekerjaan dan aktivitas masing-masing. Rutinitas harian yang padat sering kali berpotensi menimbulkan stress, kejenuhan dan kebosanan. Oleh sebab itu, penting untuk meluangkan waktu seperti beristirahat, mengejar hobi, atau melakukan aktivitas yang dapat menyegarkan pikiran. guna menjaga keseimbangan dan kesejahteraan secara menyeluruh, serta mendapatkan inspirasi dan kesegaran baru. Salah satu cara yang efektif untuk mewujudkannya adalah dengan berwisata ke objek wisata Alam Bukit Tiro'soe Di kabupaten Luwu Utara. Dengan berwisata maka dapat memberikan kesempatan untuk keluar dari rutinitas, mengenal tempat dan budaya baru, serta menikmati keindahan alam yang berbeda.¹

Pariwisata dalam perspektif islam sendiri memiliki pengertian yang di kenal dengan istilah “rihlah” yang memiliki arti yaitu kegiatan atau perjalanan. Selain itu juga, istilah yang mengartikan perjalanan ialah di sebut dengan “safara” atau “sara” sedangkan menurut Aan Jaelani dan Hakim, ia mengemukakan pendapat bahwa pariwisata sendiri dalam perspektif Islam merupakan perjalanan umat islam dari satu tempat ke tempat lain, atau selama berada di lokasi yang bukan tempat tinggalnya, dengan durasi kurang dari satu tahun, dilakukan dengan

¹M. Adit Amirullah, *pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan wisatawan objek wisata alam punti kayu palembang/Pemasaran* (2021).http://repository.um-palembang.ac.id/id/eprint/17751/1/222016195M_BAB%20I_DAFTAR%20PUSTAKA.pdf.

tujuan untuk melaksanakan kegiatan yang sesuai dengan ajaran-ajaran islam. Selain itu, perlu dipahami bahwa kegiatan pariwisata dalam islam seharusnya mengikuti prinsip-prinsip dan nilai-nilai islam secara umum, terutama terkait dengan aspek kehalalannya. Dalam Islam, pariwisata juga sudah disebutkan dalam Al-Qur'an meskipun maknanya secara tidak langsung mendefinisikan pariwisata tersebut, yang mana telah dikemukakan dalam QS. Ar-Rum30: Ayat 42 yang berbunyi :

﴿٤٢﴾ مُشْرِكِينَ أَكْثَرُھُمْ كَانَ قَبْلَ مِنْ الذِّینَ عَاقِبَةُ كَانَ كَیْفَ فَانْظُرُوا الْأَرْضَ فِی سَیْرُوا قُلْ

Terjemahan: qul sîrû fil-ardli fandhurû kaifa kâna ‘âqibatulladzîna ming qabl, kâna aktsaruhum musyrikîn.

Artinya: *"Katakanlah (Muhammad), "Bepergianlah di bumi lalu lihatlah bagaimana kesudahan orang-orang dahulu. Kebanyakandari mereka adalah orang-orang yang menyekutukan (Allah)."*(QS.Ar-Rum 30: Ayat 42).²

Di sektor pariwisata Kabupaten Luwu Utara di Sulawesi Selatan dikenal memiliki berbagai potensi yang dapat dikembangkan, seperti wisata alam dan wisata budaya yang tak kalah unik. Berdasarkan persentase kunjungan wisatawan, jumlah pengunjung di Kabupaten Luwu Utara mengalami peningkatan yang signifikan, dimulai pada tahun 2017 dengan kenaikan sebesar 111%, kemudian meningkat lagi pada tahun 2018 sebesar 123%, meskipun terjadi penurunan pada tahun 2019. Peningkatan kunjungan wisata ini tidak hanya berdampak pada kontribusi sector pariwisata terhadap PDRB, tetapi juga pada peningkatan PAD Kabupaten Luwu Utara hingga tahun 2019. Namun, pada tahun 2020, terjadi penurunan akibat pembatasan fisik yang diterapkan selama pandemi COVID-19.

²Al-Qur'an nurkarim surah ar-Arum ayat 42 hal.409

Kondisi mulai kembali normal di akhir tahun 2021, meskipun belum sepenuhnya stabil. Pada tahun 2022, jumlah pengunjung kembali meningkat meskipun belum sepenuhnya mencapai kestabilan.

Seperti kita ketahui bersama bahwa semakin berkembangnya suatu sektor wisata tersebut maka semakin menguntungkan pula bukan hanya bagi pihak pemerintah atau pengelola sektor tersebut tetapi juga bagi suatu wilayah atau daerah tersebut. Kepuasan berwisata juga dipengaruhi dari beberapa destinasi wisata yang ada di Luwu Utara sendiri, diantaranya seperti wisata permandian Air Panas Pincara ini yang tepatnya di desa pincara kec.Masamba, Air Terjun Sarambu Alla yang berada di desa Kalotok Kec.Sabbang, Air Terjun Salu Bunto yang berada di desa Tandung Kec.Sabbang serta wisata yang paling ramai pengunjungnya yaitu Negri Berselimut Kabut tepatnya di Kec.Rongkong, serta tidak kalah menariknya wisata alam yang baru-baru ini telah diresmikan yaitu wisata alam bukit Tiro'soe yang merupakan wisata alam yang tidak kalah menarik dengan berbagai macam wahananya. Dan masih banyak lagi Destinasi Wisata-wisata yang ada di Luwu Utara yang bisa kita kunjungi untuk memanjakan mata serta berpose untuk mengambil gambar yang estetik dan unik yang akan membuat para pengunjungnya merasa puas. Maka dari itu, dari sekian banyaknya wisata-wisata tersebut kita bisa lebih meningkatkan sektor kepariwisataannya agar lebih meningkatkan ketertarikan para wisatawan dari berbagai manca negara serta dapat lebih membuat kepariwisataan yang ada di Luwu Utara ini lebih dikenal luas

dikalangan negara baik di dalam negara indonesia maupun di negara luar indonesia.³

Objek Wisata Alam Bukit Tiro'soe yang terletak Di Kec. Baebunta Kab. Luwu Utara ini mulai dikelola menjadi objek wisata sejak akhir tahun 2020 yang awalnya tempat wisata tersebut hanyalah sebuah kebun durian. Wisata ini mulai dikunjungi sejak tahun 2021 namun belum sepenuhnya diketahui banyak oleh para wisatawan, dimana awalnya pengunjung yang datang berkunjung hanya sebagian besar remaja yang masih duduk di bangku SMA dan sebagian pula ada yang masih SMP. Namun seiring berjalannya waktu wisata tersebut mulai dikenal banyak di berbagai kalangan dan mulai ramai dikunjungi oleh berbagai wisatawan mulai dari dalam daerah tersebut maupun luar daerah. Di Tahun 2022 sampai saat ini para pengunjung atau wisatawan mulai semakin banyak dan semakin tertarik berkunjung pada objek wisata tersebut karna dinilai cukup baik dan memuaskan, Bahkan sebagian Tokoh Pemuda dan Pengelola Wisata tersebut serta Pegiat Alam Basa (Baebunta-Sabbang Raya) Berkolaborasi membuat Event atau Acara Tahunan/Bulanan/Mingguan yaitu Camping Ground+Rongkong Rafting+Wisata Buah Durian. Perpaduan kolaborasi tersebut hingga saat ini sudah dijalankan dan mendapatkan respon yang cukup baik khususnya di kalangan para wisatawan dan para pecinta alam.

Namun pengunjung atau wisatawan tentunya tidak terlepas dari adanya daya tarik wisata yang menarik wisatawan untuk mengunjungi objek wisata. Daya tarik wisata meliputi kebahagiaan, kesenangan, keunikan, keindahan,

³Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab.Luwu Utara Tahun(2021). <https://portal.luwuutarakab.go.id/blog/page/potensi-pariwisata-kab-luwu-utara>

kenyamanan, kekayaan alam maupun budaya dan atraksi wisata serta yang menjadi faktor utamanya yaitu citra, promosi dan kualitas pelayanan objek wisata tersebut. Daya tarik wisata alam bukit Tiro'soe adalah kawasan yang ramah untuk habitat flora dan fauna yang dimana terdapat berbagai macam jenis tumbuhan maupun hewan di dalamnya, fasilitas serta kualitas layanan yang tersedia dan juga pengalaman yang di peroleh serta interaksi dengan orang-orang lokal atau wisatawan yang berkunjung lainnya juga berpengaruh. Kepuasan pengunjung merupakan indikator penting bagi industri wisata dalam meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman bagi para wisatawan.

Dengan adanya citra yang baik, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan guna sebagai faktor berkelanjutan dan tuntutan dalam meningkatkan ekonomi lokal melalui pariwisata serta memberikan rekomendasi strategi yang dapat membantu pengelola wisata bukit tiro'soe agar lebih meningkatkan wisata mereka. Menurut (Ahmad syarif iskandar, dkk) dilihat dari semakin maraknya persaingan dalam bisnis maka promosi memiliki peran penting dalam sebuah bisnis, kurangnya promosi juga dianggap menjadi salah satu penyebab menurunnya penjualan.⁴ Citra juga menjadi salah satu faktor memunculkan peningkatan sebuah bisnis dalam hal ini bagi wisata terhadap keputusan wisatawan atau konsumen dalam melakukan kunjungan berulang

⁴ Ahmad Syarif Iskandar, dkk. Pengaruh Promosi dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pigeonhole Coffee Di Bintaro Tangerang Selatan. Vol 2 No. 2, 2 Mei (2022) Hal.148-149.

(Nurdin Bajo, Akbar Sabani, Maheirana Disman).⁵ Adapun penelitian dari (Fasiha,dkk) menyatakan bahwa kualitas pelayanan juga menjadi dampak berkembangnya sebuah usaha dalam hal ini wisata, kualitas pelayanan dalam perspektif islam merupakan suatu bentuk evaluasi kognitif konsumen terhadap pemberian layanan oleh organisasi jasa yang setiap aktivitasnya berstandar pada nilai-nilai moral dan sesuai dengan kepatuhan yang telah dijelaskan oleh hukum islam.⁶

Namun hal tersebut tentunya memicu adanya dampak fenomena yang dapat terjadi seperti Over-Tourism (Pariwisata Berlebihan) akan berdampak terhadap kerusakan lingkungan serta konflik dengan penduduk lokal. Untuk mengatasi adanya over-tourism di perlukan upaya pengelolaan kunjungan wisatawan yang lebih bijaksana. Serta Dampak Lingkungan dan Keberlanjutan, akan berdampak besar pada lingkungan termasuk polusi, dan peningkatan limbah jika tidak dikelola dengan baik, pariwisata dapat mengancam keberlanjutan dan daya tarik wisata itu sendiri. Oleh sebab itu pratik pariwisata serta pendidikan tentang pentingnya melestarikan lingkungan saat mereka berwisata.⁷

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik dalam meneliti hal tersebut, dengan mengangkat penelitian yang berjudul **“Pengaruh Citra, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada**

⁵ Nurdin Bajo, Akbar Sabani, Maheirana Disman. Pengaruh Persepsi Kualitas dan Citra Merek Terhadap Putusan Pembelian Smartphone. Vol. 5 No.1 April (2022) hal.32. Journal of Islamic Managemen and Bussines (Institut Agama Islam Negeri Palopo).

⁶ Fasiha, dkk. The Effect of Product and Service Quality on Consumer Loyalty at Palopo Minimarkets. Vol.7 No.2 (2022) Journal Ekonomi dan Bisnis Islam.

⁷Pancawati. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. Vol. 2 No. 2 Nov 2020 e – ISSN : 2614–7181 DOI : 10.36985/ekuilnomi.v2i2.378 <https://jurnal.peneliti.net>

Objek Wisata Alam Bukit Tiro'soe Di Kecamatan Baebunta, Kabupaten Luwu Utara”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti menekankan atau mengangkat masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah Citra Wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata alam Bukit Tiro'soe Di Kec. Baebunta, Kab. Luwu Utara?
2. Apakah Promosi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata alam Bukit Tiro'soe Di Kec. Baebunta Kab. Luwu Utara?
3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata alam Bukit Tiro'soe Di Kec. Baebunta Kab. Luwu Utara?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang dikemukakan maka adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui tentang bagaimana pengaruh citra wisata terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata alam Bukit Tiro'soe Di Kec. Baebunta, Kab. Luwu Utara.
2. Untuk mengetahui tentang bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata alam Bukit Tiro'soe Di Kec. Baebunta Kab. Luwu Utara.

3. Untuk mengetahui tentang bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata alam Bukit Tiro'soe Di Kec. Baebunta Kab. Luwu Utara.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini merujuk pada keuntungan yang dapat dirasakan dan dimanfaatkan oleh individu maupun pihak-pihak yang memerlukannya. Penelitian ini memberikan manfaat baik dari sisi teoritis maupun praktis. Berikut adalah penjelasan mengenai manfaat teoritis dan praktis yang diharapkan dari penelitian ini :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperdalam pemahaman tentang objek wisata, khususnya dalam mengembangkan konsep ilmiah di bidang pengembangan destinasi wisata. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi peneliti lain dalam melaksanakan penelitian serupa dengan cakupan yang lebih luas dan mendalam.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis merujuk pada keuntungan yang dapat diterapkan secara langsung dalam kehidupan sehari-hari. Beberapa manfaat praktis yang diharapkan adalah

- a. Bagi pemerintah daerah, khususnya Dinas Pariwisata Kabupaten Luwu Utara, penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam upaya pengembangan pariwisata yang unggul dan berkualitas.

- b. Bagi pengelola objek wisata alam Tiro'soe, hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan untuk memahami pentingnya pengembangan, penataan, dan pemeliharaan yang lebih baik guna menarik lebih banyak wisatawan.
- c. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar untuk berperan serta dalam mengembangkan objek wisata, sehingga dapat berkembang lebih lanjut.
- d. Bagi penulis, yaitu sebagai salah satu dalam memenuhi syarat agar memperoleh gelar sarjana ekonomi serta dapat pula menjadi sumber dalam mengembangkan ide-ide maupun pengetahuan yang lebih luas lagi.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian sebelumnya atau penelitian terdahulu adalah penelitian yang relevan dan dapat dijadikan referensi jika topik yang diteliti berkaitan dengan topik yang sedang diteliti saat ini. Penelitian terdahulu ini juga bermanfaat sebagai acuan untuk penelitian yang sedang dilakukan. Berikut adalah beberapa penelitian yang telah dilakukan:

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu yang Relevan

NO.	Nama Peneliti, Tahun, Judul	Kesimpulan	Persamaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Saat Ini	Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Saat Ini
1.	Trisna Widjianto (2019) "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Wisata Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Objek Wisata Ketep Pass"	Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Ketep Pass. Citra wisata berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di	Adapun persamaan pada penelitian ini yaitu pada variabel X sama-sama menggunakan citra dan promosi serta sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif.	Perbedaan terletak pada jumlah variabel bebasnya, pada penelitian terdahulu menggunakan empat variabel sedangkan dalam penelitian saat ini menggunakan tiga variabel bebas. Kemudian pada penggunaan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 165 orang. ⁸

⁸ Trisna Widjianto, *Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Wisata Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Objek Wisata Ketep Pass* (2019) <https://eprints.uny.ac.id/66247/>

objek wisata
 Ketep Pass.
 Promosi
 berpengaruh
 positif terhadap
 minat
 berkunjung
 kembali
 wisatawan di
 objek wisata
 Ketep Pass.
 Kualitas
 pelayanan
 berpengaruh
 positif terhadap
 minat
 berkunjung
 kembali
 wisatawan di
 objek wisata
 Ketep Pass.
 Daya tarik
 wisata, citra
 wisata,
 promosi, dan
 kualitas
 pelayanan
 berpengaruh
 positif terhadap
 minat
 berkunjung
 kembali
 wisatawan di
 objek wisata
 Ketep Pass.

2.	Meshy Mulyani, Feri Ferdian (2023) “Pengaruh Citra Destinasi Dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Revisit Intention Di Kota Padang (Studi Kasus	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa citra destinasi dan kepuasan wisatawan bersama-sama berkontribusi secara signifikan sekitar 20%	Adapun persamaan pada penelitian ini yaitu pada variabel X sama-sama menggunakan citra dan jenis penelitian kuantitatif.	Perbedaananya pada penelitian terdahulu menggunakan dua variabel bebas sedangkan pada penelitian saat ini terdapat tiga variabel bebas. Serta penentuan sampel terdiri dari 100 wisatawan yang dipilih melalui
----	---	--	--	---

	Daya Tarik Wisata Pantai Padang “.	terhadap niat untuk kembali mengunjungi Daya Tarik Wisata Pantai Padang.		purposive sampling. ⁹
3.	Cory Caroline R.M (2021) “Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dan Behavioral Intention.”	ming Pool Ambulu.	Sama-sama meneliti mengenai Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan yang dimana citra destinasi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan yang dimana arah hubungan yang positif berarti dengan semakin meningkatnya pula pengunjung untuk berkunjung kembali	Peneliti terdahulu meneliti mengenai Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dan Behavioral Intention menggunakan teori stimulus-organism-response model (SOR) yang dikemukakan oleh Russel (1974) yang menjelaskan antara tiga komponen utama, yaitu Rangsangan (stimulus), Mahkluk hidup (Organisme), dan Reaksi terhadap rangsangan (Response). Sedangkan peneliti saat ini meneliti mengenai Pengaruh Citra Promosi Dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Alam Bukit Tiro'soe di Kec. Baebunta, Kab. Luwu Utara untuk berkunjung kembali. ¹⁰
4.	Zauharoul Ma'nunah, Maheni Ika	Hasil penelitian ini menunjukkan	Persamaan penelitian saat ini dengan penelitian	Adapun perbedaannya terletak pada Jumlah

⁹Meshy Mulyani, Feri Ferdian, *Pengaruh Citra Destinasi Dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Revisit Intention Di Kota Padang (Studi Kasus Daya Tarik Wisata Pantai Padang* (2023) “. <https://journal.widyakarya.ac.id/index.php/jmpp-widyakarya/article/view/1124>

¹⁰Cory Caroline R.M, *Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dan Behavioral Intention* (2021). <https://profit.ub.ac.id/index.php/profit/article/download/1014/1271>

Sari, Pawestri Winahyu (2022) “Pengaruh Citra Destinasi, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Dira Swimming Pool Ambulu.”	pengujian regresi berganda menunjukkan bahwa citra destinasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Ini membuktikan bahwa citra destinasi yang baik akan meningkatkan kepuasan pengunjung Dira Swimming Pool Ambulu. Hasil pengujian regresi berganda menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Ini membuktikan bahwa promosi yang menarik akan meningkatkan kepuasan pengunjung Dira Swimming Pool Ambulu. Hasil pengujian regresi berganda menunjukkan	terdahulu yaitu pada variabel X sama-sama menggunakan citra, promosi dan kualitas pelayanan serta sama-sama memiliki tiga variabel bebas dan sama-sama menggunakan jenis penelitian metode kuantitatif.	responden sebanyak 80 orang, Laki-laki sebanyak 29 orang (36,2%) dan Perempuan sebanyak 51 orang (63,8%) . Sedangkan pada penelitian saat ini jumlah responden menurut jenis kelamin sebanyak 30 diantaranya 14 orang laki-laki dan 16 orang perempuan, serta pada lokasi penelitian. ¹¹
---	---	---	---

¹¹ Zauharoul Ma'nunah, Maheni Ika Sari, Pawestri Winahyu, *Pengaruh Citra Destinasi, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Dira Swimming Pool Ambulu* (2022). <https://unars.ac.id/ojs/index.php/growth-journal/article/view/1765>

bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pengunjung Dira Swimming Pool Ambulu.

- | | | | | |
|----|--|--|--|--|
| 5. | Ana Khuniyar , dan Dwi Prasetyo Hadi, (2023) “ Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan Pengunjung di Candi Gedong Songo Semarang.” | Hasil penelitian didapatkan motif tertinggi wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata adalah berekreasi sebesar 96% dan motif tertinggi dalam menentukan Candi Gedongsongo karena terkenal dikalangan wisatawan sebesar 84%. Fasilitas pariwisata yang sangat banyak digunakan adalah toilet umum sebesar 92% dan mereka menilai kondisinya dengan cukup puas. | Sama-sama meneliti mengenai citra dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan berkunjung kembali. | Peneliti terdahulu meneliti dan menarik kesimpulan jika Kepuasan pengunjung di Candi Gedong Songo Semarang tidak ada pengaruhnya dengan cara parsial kepada lokasi yang ada, Kepuasan pengunjung di Candi Gedong Songo Semarang memiliki kualitas yang baik dimana hal tersebut sangat signifikan berpengaruh dengancara parsial, Kepuasan pengunjung di Candi Gedong Songo Semarang dengan cara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan pada citra destinasi. Sedangkan Peneliti saat ini meneliti mengenai Pengaruh Citra Promosi Dan |
|----|--|--|--|--|

				Kualitas Pelayanan Objek Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Alam Bukit Tiro'soe di Kec. Baebunta, Kab. Luwu Utara untuk berkunjung Kembali ¹²
6.	Putri Andika, Rivera Pantro Sukma (2023) "Pengaruh Citra Destinasi, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Berkunjung Di Little Venice Bogor."	Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra destinasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan	Persamaan penelitian ini terletak pada variabel X yang sama-sama menggunakan citra, promosi dan sama-sama menggunakan jenis metode penelitian kuantitatif.	Adapun perbedaan dari penelitian ini pada variabel bebas pada penelitian terdahulu terdapat dua variabel sedangkan pada penelitian saat terdapat tiga variabel. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primermenggunakan teknik Purposive Sampling.kuesioner untuk pengunjung Little VeniceBogor sebanyak 100 responden danmenggunakan perhitungan skala likert. ¹³

¹²Ana Khuniyar , dan Dwi Prasetyo Hadi, *Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan Pengunjung di Candi Gedong Songo Semarang* (2023)<https://journal.upgris.ac.id/index.php/spiritedukasia/article/view/16436>

¹³Putri Andika, Rivera Pantro Sukma,*Pengaruh Citra Destinasi, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Berkunjung Di Little Venice Bogor*(2023). Journal homepage: <http://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/hcd>

		pengunjung melalui keputusan berkunjung, promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung melalui keputusan berkunjung, dan keputusan berkunjung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung	
7.	Della Asmaria Putri, Muhammad pondrinal, Idris Saputra, Vivi Yosefri Yanti, (2023) "Peran Citra Destinasi, City Branding, E-Wom Dan Travel Contrainst Pada Keputusan Berkunjung Objek Wisata Corocok Painan," Metode yang digunakan yaitu penelitian deskriptif dan kausal.	Kesimpulan pada penelitian ini diperoleh pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Lokasi terhadap Keputusan	Sama-sama meneliti bahwasannya citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Peneliti terdahulu meneliti mengenai Peran Citra Destinasi, City Branding, E-Wom Dan Travel Contrainst sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Corocok Painan. Sedangkan peneliti saat ini meneliti mengenai Pengaruh Citra Promosi Dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Alam Bukit Tiro'soe di Kec. Baebunta, Kab. Luwu Utara untuk

Pembelian.
Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Promosi terhadap Keputusan Pembelian.
Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian.

berkunjung kembali.¹⁴

B. Landasan Teori

1. Kepuasan Wisatawan

Grand theory dalam penelitian ini yaitu kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*), Menurut Rahmat Fajrin, A., Wijayanto, G., & Kornita, S. E. Kepuasan wisatawan dapat diartikan sebagai bagian dari adanya tempat atau lokasi yang baik dan kualitas pelayanan yang memadai serta wahana maupun segala bentuk sesuatu yang dapat membuat seseorang memiliki daya tarik atau kepuasan tersendiri. Selain itu, kepercayaan pengunjung terhadap destinasi juga sangat dibutuhkan, Loyalitas dan kepuasan dari wisatawan menjadi salah satu hal yang sangat penting untuk kesan dan nama baik dari sebuah destinasi. memperlihatkan perolehan kesan destinasi mengungkapkan dimana

¹⁴ Della Asmaria Putri, Muhammad pondrinal, Idris Saputra, Vivi Yosefri Yanti, *Peran Citra Destinasi, City Branding, E-Wom Dan Travel Contraint Pada Keputusan Berkunjung Objek Wisata Corocok Painan* (2023) 47.

wisatawan merasa puas menjadi salah satu tujuan. Selain itu destinasi wisata memiliki citra dan harapan yang baik dari wisatawan. Kepuasan wisatawan merujuk pada emosi bahagia atau kecewa yang dirasakan oleh setiap individu, perbandingan antara ekspektasi awal dan kinerja aktual yang diterima. Kepuasan wisatawan juga memiliki manfaat seperti menciptakan hubungan harmonis antara wisatawan dan tuan rumah pada destinasi wisata yang di kunjunginya, membangun loyalitas wisatawan, mendapatkan rekomendasi untuk destinasi tersebut dari pelanggan, dan memperkuat perilaku konsumen terhadap merek di masa depan.¹⁵

Adapun menurut Ana Khuniyar dan Dwi Prasetyo, Kepuasan wisatawan ialah keadaan dimana seseorang melakukan perbandingan antara kinerja yang baik dengan ekspektasi yang dirasakannya itulah yang dinamakan kepuasan.¹⁶

Menurut Meshy Mulyani dan Feri Ferdian, Kepuasan wisatawan memiliki lima faktor pokok yaitu mencakup:

- 1) Tercapainya harapan atau tujuan para wisatawan,
- 2) Terpenuhinya kebutuhan para wisatawan,
- 3) Terpenuhinya keinginan para wisatawan,
- 4) Niat untuk menggunakan kembali produk dan layanan tersebut,

¹⁵Rahmat Fajrin, A., Wijayanto, G., & Kornita, S. E. *Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Kota Kampar Kabupaten Kampar*. Jurnal Ekonomi Kiat Vol. 32, No. 1 (2021)40-41. <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat>

¹⁶Ana Khuniyar dan Dwi Prasetyo, *Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan Pengunjung di Candi Gedong Songo Semarang* Jurnal Spirit Edukasia, Volume 03, No. 02, Desember (2023), hal. 334-343.

5) bersedia untuk menyarankan produk dan layanan kepada publik.¹⁷

Selain itu, Alana, P. R., & Putro, T. A, juga mengamati bahwa indikator kepuasan wisatawan termasuk tercapainya tujuan atau harapan, serta keinginan untuk kembaliberkunjung, kemauan untuk menyarankan kepada individu lain dan keinginan untuk menggunakan barang dan jasa kembali.¹⁸

2. Citra

a. Pengertian Citra

Pengertian citra yaitu suatu kepercayaan yang dimiliki oleh wisatawan mengenai barang atau kebutuhan yang mereka ingin beli atau akan dibeli, citra juga merupakan suatu ekspresi atau tujuan, dugaan, imajinasi serta pemikiran emosional individu atau kelompok mengenai suatu lokasi tertentu. Adapun pengertian lain bahwasannya citra diidentifikasi kedalam hasil penilaian rasional (*citra kognitif*) dan penilaian emosional (*citra efektif*) terhadap suatu destinasi, citra kognitif merupakan keyakinan serta informasi maupun gambaran, pengetahuan dan juga pemahaman seseorang terhadap sesuatu, baik itu objek, konsep, atau situasi yang dimiliki seseorang mengenai suatu destinasi. Ia juga menjelaskan bahwa dimensi dari citra kognitif terdiri dari Atraksi Wisata (*Touristy Tradition*), Fasilitas Dasar (*Basic Facilities*), Atraksi Budaya (*Cultural Attractions*), Aksesibilitas dan Substruktur Pariwisata (*Touristy Substructures and Access*), Lingkungan Alam (*Natural Environment*), dan Faktor Ekonomi (*Variety*

¹⁷Meshy Mulyani, Feri Ferdian, *Pengaruh Citra Destinasi Dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Revisit Intention Di Kota Padang (Studi Kasus Daya Tarik Wisata Pantai Padang)* 124136 DOI : <https://doi.org/10.59581/jmpp-widyakattps://doi.org/10.59581/jmpp-widya>

¹⁸Alana, P. R., & Putro, T. A, *Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek*. Vol. 5(2),(2020) 180-194.

and Economical Factors) yang mana merujuk pada kesan positif dan daya tarik yang berhasil dibangun atau dipertahankan oleh destinasi tersebut (Coban, 2021). Menurut Pitana dan Gayatri (dalam Eryani: 5) terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan wisatawan, yaitu:

- a) Karakteristik wisatawan, meliputi karakteristik sosial (usia, pembelajaran, dan pengalaman sebelumnya), ekonomi (pendapatan), dan karakteristik perilaku (motivasi, sikap, kepercayaan, pengalaman, emosi dan nilai).
- b) Motivasi mengenai manfaat yang diperoleh dari perjalanan, pemahaman tentang destinasi yang akan dikunjungi, dan citra destinasi, serta pengaruh dari sekelompok budaya dan nilai.
- c) Kemudahan akses yang terdiri dari jarak, lama tinggal di daerah tujuan wisata, hambatan waktu dan biaya, bayangan akan resiko ketidakpastian dan tingkat kepercayaan terhadap biro perjalanan wisata yang dapat mempengaruhi minat dan keputusan perjalanan.
- d) Kelebihan mengenai daerah tujuan wisata, yang terdiri dari jenis serta sifat atraksi yang ditawarkan, kualitas layanan, lingkungan fisik dan sosial, situasi politik, aksesibilitas, dan perilaku masyarakat lokal terhadap wisatawan. Yang ikut berperan penting sebagai salah satu atribut daerah tujuan adalah citra (*image*) yang dimiliki.¹⁹

¹⁹ Junita Nurfaizi, Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Masjid Syaikhona Kholil Bangkalan (2023). Vol .4 No. 2, hal 224-231. DOI: <https://doi.org/10.21107/bep.v4i2.20700> <https://journal.trunojoyo.ac.id/bep>

Citra dari sebuah destinasi ialah persepsi individu terhadap karakteristik destinasi yang dapat dipengaruhi oleh beberapa informasi seperti pengalaman, promosi, media massa dan beberapa faktor lainnya. Adapun pengertian lainnya mengemukakan bahwa “citra” adalah sekumpulan kepercayaan, ide dan presentasi seseorang mengenai objek. Sikap dan tindakan konsumen terhadap suatu objek sangat dikondisikan oleh citra suatu objek. Tentu saja, citra yang ada dalam benak wisatawan tidak selamanya sesuai dengan kondisi riil dari destinasi itu sendiri. Jadi, citra dari destinasi sendiri memiliki potensi dalam mempengaruhi kompetitif tidaknya destinasi tersebut. Berdasarkan dari konsep-konsep tersebut maka dapat diambil kesimpulan bahwa pengertian citra dari destinasi adalah sejumlah ide, pengalaman, gambaran, kepercayaan, persepsi dan pikiran dari wisatawan terhadap suatu destinasi yang melibatkan berbagai produk dan atribut wisata dari destinasi itu sendiri.

Dengan adanya citra yang positif dari suatu destinasi maka akan menimbulkan sejumlah manfaat yang baik pula seperti:

- a) Daya tarik wisata, Citra yang positif dapat meningkatkan daya tarik destinasi dengan menarik lebih banyak pengunjung untuk menghabiskan waktu ditempat tersebut.
- b) Dukungan komunikasi, Citra yang baik dapat membangun dukungan dari masyarakat lokal terhadap industri pariwisata yang dapat menciptakan kerjasama dan pemahaman yang lebih baik.

- c) Investasi pariwisata, Citra positif yang baik dapat menarik minat para investor dan pengembang untuk berinvestasi dalam infrastruktur pariwisata yang dapat membantu pertumbuhan ekonomi lokal.²⁰

3. Promosi

a. Pengertian Promosi

Promosi Menurut (Fadli, 2023) merupakan usaha dalam memajukan maupun meningkatkan sesuatu. Kerap kali istilah promosi dihubungkan dengan misalnya kepariwisataan maupun perdagangan yang berarti usaha untuk memajukan kedua bidang tersebut. Promosi pariwisata juga bisa dilakukan oleh pengelola wisata secara langsung. Yang dimana mempunyai tujuan untuk mempengaruhi publik ataupun pasar wisatawan yang menjadi sasaran penjualan wisatanya. Terkadang juga promosi diaplikasikan menjadi arti promosi yang memiliki hubungan dengan kemampuan jasa-jasa seorang pekerja.

Ketepatan atau kesesuaian serta kualitas dan waktu sasaran promosi merupakan faktor yang diperlukan dalam mencapai target yang diinginkan agar menjadi lebih efektif dan efisien. Promosi juga bisa dilakukan tidak hanya oleh pihak pengelola tempat wisata langsung, akan tetapi secara tidak langsung promosi wisata terkadang dilakukan oleh pengunjung yang sedang menikmati wisata tersebut dengan mengabadikan momen ditempat itu yang kemudian di *upload* ke media sosial pribadinya. Hal ini tentunya menarik para wisatawan yang

²⁰Riska Yuliana Ekasari, dkk, Pengaruh Citra Destinasi, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pengunjung Wisata Curug Lawe Benowo Kalisidi Kabupaten Semarang (Studi Pada Wisata Curug Lawe Benowo Kalisidi Kabupaten Semarang)(2023). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 12, No. 1, 2023 e-ISSN 2746-1297 <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>

melihat dan tentu memiliki rasa penasar untuk berkunjung langsung dan menyaksikan destinasi wisata tersebut.

Gaya hidup zaman modern saat ini tentunya memudahkan dalam membantu segala sesuatu seperti halnya dengan melakukan promosi wisata dapat dilakukan dengan cepat dan tepat tanpa harus mengeluarkan biaya bagi pengelola untuk menggunakan *influencer* sebagai ambassador dalam melakukan promosi. Jika dilihat dari beberapa pengertian di atas baik pengertian promosi secara umum maupun secara spesifik promosi pariwisata, sama-sama memiliki tujuan yang sama yaitu supaya calon konsumen terpengaruh atau tertarik sehingga membeli produk atau jasanya. Dalam artian jika dalam konteks promosi pariwisata ini dilakukan supaya calon wisatawan terpengaruh sehingga bisa berkunjung ke wisata tersebut.²¹

b. Cara Promosi Destinasi Wisata

Menurut Dian Kagungan, Terdapat beberapa contoh cara yang biasa digunakan dalam mempromosikan destinasi wisata yaitu:

- 1) Menggunakan bahan-bahan cetak seperti brosur, pamflet, buku panduan perjalanan, dan sebagainya.
- 2) Melakukan pengiklanan dengan media elektronik maupun media cetak.
- 3) Ikut serta dalam mengikuti kegiatan pariwisata tingkat nasional, regional, maupun internasional.
- 4) Melakukan kegiatan komunikasi dengan publik (*public relations*)

²¹Fadli Faturrahman, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Pada Objek Wisata Pantai*, (2023). e-ISSN 2809-8099 | p-ISSN 2810-0484 Vol. 3 No. 1 (Januari 2024) 68-75. DOI: 10.55123/mamen.v3i1. <https://journal.literasisains.id/index.php/mamen/article/view/3132>

- 5) Penggunaan internet seperti sosial media, situs resmi, beranda, dan web global (www) sertas kampaye iklan online.
- 6) Kolaborasi dengan influencer lokal atau pelaku pariwisata.²²

c. Tujuan Promosi

Pada dasarnya tujuan utama promosi secara umum menurut Sumiyati, yaitu adalah untuk mencapai peningkatan penjualan dan keuntungan bagi produsen ataupun distributor. Namun, secara lebih rinci tujuan promosi yaitu sebagai berikut:

- 1) Pengembangan pariwisata berkelanjutan
- 2) Menyebarkan informasi mengenai produk pada calon konsumen.
- 3) Mendapatkan pelanggan baru dan menjaga pelanggan lama yang sudah setia.
- 4) Meningkatkan penjualan dan laba serta pembangunan ekonomi dan infrastruktur lokal guna menciptakan lapangan kerja baru.
- 5) Menampilkan perbedaan produk dan menonjolkan keunggulan dibandingkan produk lain.
- 6) Menyadarkan masyarakat dan pengunjung akan pentingnya melestarikan kekayaan budaya dan alam di suatu destinasi.
- 7) Meningkatkan citra destinasi sebagai tempat menarik dan ramah wisatawan.²³

²²Dian Kagungan, N. D. *Manajemen Pembangunan: Suatu Kajian Manajemen Pembangunan Bidang Kepariwisata* (2020). Yogyakarta: Graha Ilmu.

²³Sumiyati, S. *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, (2019).

4. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas layanan

Kualitas layanan merupakan acuan yang dapat digunakan dalam mengevaluasi sampai dimana pelanggan dapat menikmati tingkat pelayanan yang sesuai dengan apa yang diharapkannya. Dengan demikian, maka secara konsep sederhana namun tetap efektif adalah kualitas pelayanan berada pada kecocokan antara harapan pelanggan, kepuasan, kebermanfaatan yang diterima serta pengalaman yang mereka dapatkan (Suntoro). Maka dapat didefinisikan bahwasannya jika kualitas layanan secara umum maupun dalam konteks pariwisata mempunyai tujuan yang sama yaitu memberikan layanan yang baik agar konsumen atau wisatawan mendapatkan kepuasan, sehingga akan ada di dalam diri pengunjung atau konsumen timbul suatu keinginan untuk berkunjung lagi ke tempat usaha maupun destinasi wisata tersebut.²⁴

Kualitas layanan juga tentunya bisa dicapai dengan cara memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan, serta penyampaian yang tepat juga menjadi poin penting di dalam mengimbangi harapan pelanggan. Dalam konteks pariwisata, kualitas layanan mengacu pada tingkat kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan. Kepuasan ini bisa dinilai dengan membandingkan layanan yang telah diterima dengan standar kualitas yang diharapkan sebelumnya. Oleh karena itu,

²⁴Suntoro. *Fundamental Manajemen Logistik : Fungsi-Fungsi Logistik dalam Implementasi dan Operasi* (2020). Jakarta: Kencana.

kualitas layanan menjadi faktor utamadalam menentukan kepuasan wisatawan untuk minat berkunjung ulang, (Setijadi).²⁵

Adapun fungsi kualitas layanan adalah dengan memberikan pengalaman yang nyaman dan memuaskan bagi konsumen. Jadi, konsumen akan merasakan kebahagiaan ketika megunjungi tempat wisata tersebut untuk kedua kalinyaatau lebih. Hal ini juga akan membuat orang-orang melihat dengan sudut pandangan yang baik(Pertiwi). Dari definisi kualitas layanan tersebut, maka bisa kita lihat dari konteks pariwisataberarti pengalaman berkunjung yang baik dan memuaskanlah yang menjadi patokan dan pertimbangan pandangan masyarakat kepada destinasi wisata tersebutakan baik sehingga timbul rasa ingin berkunjung kembali.²⁶

2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Ada lima dimensi kualitas pelayanan yang digunakan konsumen untuk menilai kualitas pelayanan pada suatu objek wisata (Didi Riadi, dkk, 2023). Kelima dimensi tersebut adalah sebagai berikut:

- a) Bukti fisik (*Tangibles*), yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan sarana komunikasi serta materi promosi yang dapat memberikan kesan langsung kepada pelanggan tentang kualitas pelayanan yang diberikan.

²⁵ Setijadi, G. Z. *Pengaruh E-Wom, Kualitas Layanan Terhadap Citra Destinasi Berdampak Pada Minat Kunjung Wisatawan Ke The Picas Adventure Banjarnegara*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Vol. 17 No.2 Desember (2022)293.

²⁶ Pertiwi, R. D. *Pemasaran Jasa Pariwisata (Dilengkapi Dengan Model Penelitian Pariwisata Gedung Heritage di Bandung Raya)*. Sleman Yogyakarta: Deepublish Publisher (2021).

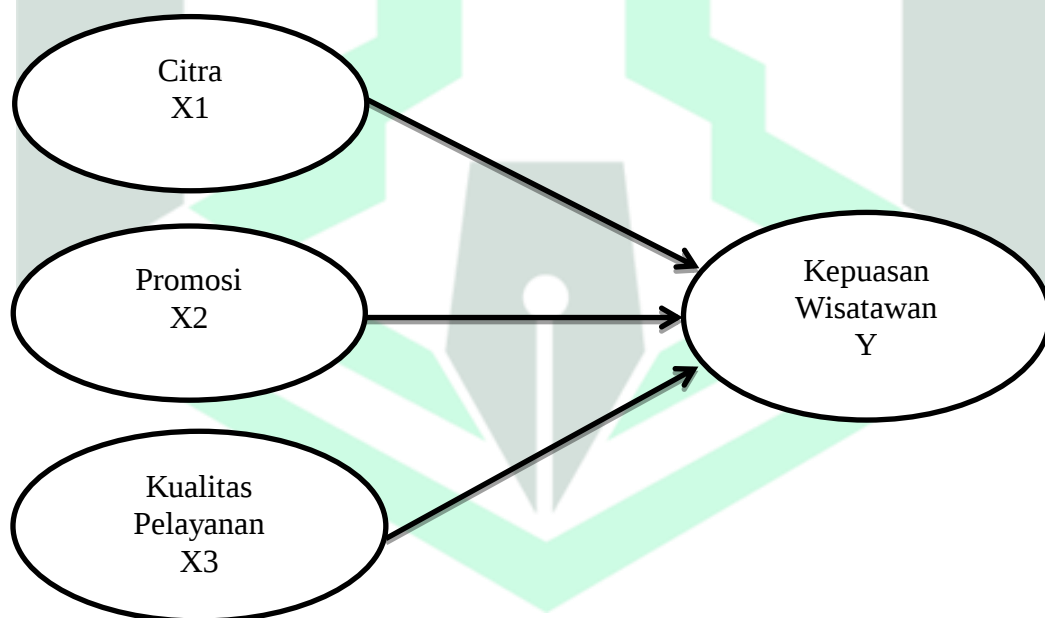
- b) Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan suatu organisasi dalam memberikan layanan atau produk dengan konsisten yang tepat dan memuaskan.
 - c) Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan secara cepat, sigap, dan tanggap dalam membantu kebutuhan atau permintaan pelanggan.
 - d) Jaminan (*Assurance*), yaitu kemampuan suatu organisasi dalam memberikan kepercayaan, pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat mudah dipercaya yang dapat memenuhi ekspektasi pelanggan.
 - e) Empati (*Emphaty*), yaitu kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi dengan baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan serta memberikan dukungan dan solusi yang tepat sesuai dengan yang dibutuhkan.
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap suatu wisata adalah sebagai berikut:
- a) Keramahan dengan memberikan sikap dan sifat yang menyenangkan dalam berinteraksi dengan pengunjung.
 - b) Komunikasi dari mulut ke mulut dengan cara menyampaikan informasi, komunikasi, atau berita dari satu individu ke individu lainnya melalui percakapan langsung.
 - c) Citra perusahaan mencakup persepsi dan reputasi yang dimiliki oleh suatu perusahaan di mata public, pelanggan, karyawan, maupun pemangku kepentingan lainnya.

- d) Kebutuhan konsumen mengenai kesejahteraan dan kepuasan pribadi.
- e) Kebersihan dan kenyamanan fasilitas mempengaruhi kepuasan pelanggan serta dapat menciptakan lingkungan yang menyenangkan untuk beraktivitas.

27

C. Kerangka Pikir

Berdasarkan penjelasan di atas mengenai pengaruh citra, promosi, dan kualitas pelayanan, objek wisata terhadap kepuasan wisatawan di objek wisata alam Bukit Tiro'soe di Kecamatan Baebunta, Kabupaten Luwu Utara, hal tersebut dapat digambarkan dalam sebuah kerangka fikir sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Kerangka fikir

²⁷ Didi Riadi, Lalu Adi Permadi, Weni Retnowati. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Desa Wisata Hijau Bilebante Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Wisatawan*. Vol. 2 No.2 juni (2023). Jurnal riset pemasaran. <https://journal.unram.ac.id>

Citra, Promosi dan Kualitas Pelayanan adalah faktor-faktor penting yang saling memengaruhi dalam menciptakan kepuasan wisatawan di objek wisata alam bukit Tiro'soe. Ketiga elemen ini harus dikelola dengan baik oleh pengelola wisata untuk memastikan bahwa pengalaman wisatawan yang mengunjungi objek wisata tersebut memuaskan dan berpotensi menarik lebih banyak pengunjung di masa depan.

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah pada penelitian yang telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan jawaban sementara karena jawabannya masih berdasarkan teori yang relevan, belum berdasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data.²⁸ Berdasarkan landasan teori dan kerangka berfikir yang telah dikemukakan di atas, maka hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. H_{01} : Citra wisata tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan.
 H_{11} : Citra wisata berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan.
2. H_{02} :Promosi tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan.
 H_{12} : Promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan.
3. H_{03} : Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan.
 H_{13} : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan.

²⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, edisi 6 (Bandung:Alfabeta, 2009), 64.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu Penelitian kuantitatif (*Quantitatif Research*) adalah metode penelitian yang bersifat induktif, objektif dan ilmiah dimana data yang diperoleh berupa angka-angka, (*scor*, nilai) atau pernyataan-pernyataan yang di nilai, dan dianalisis dengan analisis statistik.²⁹ Penelitian survei menggunakan pengambilan sampel ilmiah dan desain kuesioner untuk mengukur karakteristik populasi dengan ketepatan statistik.³⁰ Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis survei.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian dilakukan di objek wisataalam Bukit Tiro'soe di Kecamatan Baebunta, Kabupaten Luwu Utara. Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan September 2024.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variable merujuk pada penjelasan yang lebih spesifik dan konkret tentang suatu variable dalam konteks pengukuran atau observasi kegiatan atau variable tersebut. Definisi operasional dalam penelitian juga dapat diartikan sebagai atribut, sifat, atau nilai dari objek suatu kegiatan yang memiliki variasi tertentu, yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan dianalisis.

²⁹Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penelitian Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*, Edisi 1 (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 6.

³⁰Iwan Hermawan, *Metodologi Penelitian Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif & Mixed Methode*, Edisi 1 (Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan, 2019), 16.

Variable dalam penelitian pada dasarnya mencakup segala sesuatu yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dengan tujuan untuk memperoleh kejelasan dan akurasi informasi dalam menghasilkan kesimpulan.³¹

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan definisi operasional variable sebagai panduan dalam pelaksanaan penelitian definisi operasional variabel tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Definisi Operasioanl Variabel

Variabel Penelitian	Definisi Operasional Variabel	Indikator
Citra (X1)	Citra destinasi (destination image) merupakan keyakinan sertapengetahuan suatu destinasi mengenai apa yang dirasakan oleh wisatawan selama berwisata.	1. Akseibilitas; yaitu merujuk terhadap sejauh mana suatu lingkungan, produk atau layanan dapat diakses dan digunakan oleh semua orang. 2. Lingkungan; mengacu pada kondisi atau faktor-faktor yang ada di sekitar individu, termasuk elemen fisik, biologis dan sosial seperti udara, air, tanah, flora, fauna, dan interaksi antar mereka. 3. Reputasi destinasi; yaitu citra positif yang dibangun melalui ulasan, testimoni, dan pengalaman orang lain tentang wisata tersebut.³²
Promosi (X2)	Promosi (promotion) dilakukan untuk mendukung penjualan. Promosi bertujuan memberikan informasi yang bermanfaat tentang suatu produk atau jasa untuk mempengaruhi pengunjung.	1. Jumlah kunjungan wisatawan 2. Peningkatan pendapatan wisata 3. Evaluasi hasil survey wisatawan 4. Peningkatan dalam pemesanan paket wisata 5. Interaksi online

³¹Rap Pranyoto, *Metode Penelitian* (2021) <https://repository.stkippacitan.ac.id/id>

³²Ester Apriliyanti dkk, *Pengaruh daya tarik wisata, citra destinasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan citra niaga sebagai pusat cerminan budaya khas kota samarinda* VOL. 12 (1) (2020), 145-153 <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php>

		misalnya jumlah like, komen, ataupun share di media sosial. ³³
Kualitas Pelayanan (X3)	Kualitas pelayanan yang baik tentunya akan meninggalkan kesan baik juga terhadap yang dilayani dengan tujuan untuk menumbuhkan citra yang baik serta kepuasan.	1. Kehandalan, yaitu kemampuan suatu organisasi dalam memberikan layanan secara konsisten, kemampuan dalam menyelesaikan masalah serta memenuhi permintaan pelanggan dengan tepat dan efisien. 2. Daya tanggap, kemampuan organisasi dalam merespon kebutuhan atau permintaan pelanggan dengan cepat dan efisien. 3. Jaminan, yaitu kemampuan dalam memberikan layanan yang konsisten dan andal serta berkualitas kepada pelanggan. 4. Bukti fisik, mengacu pada semua elemen fisik atau material yang dirasakan atau dilihat dan juga yang digunakan oleh pelanggan. 5. Empati, yaitu memahami dan merasakan perasaan, pikiran serta kemampuan dalam merespon dengan pengertian dan kepedulian terhadap orang lain.³⁴
Kepuasan (Y)	Kepuasan wisatawan merupakan suatu keadaan atau kondisi seseorang merasa puas atau kecewa setelah melihat dan membandingkan hasil (kinerja) produk yang difikirkan sebelumnya terhadap hasil yang	1. Rating dan Reviuw: melacak dan menganalisis rating dan reviuw yang di berikan wisatawan di situs web, dan lain sebagainya. 2. Tingkat pengulangan

³³ Dinal Rahmat Alam, dkk. *Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mahasiswa UPG Pengguna Aplikasi Shopee)* Vol.2, No.1 Januari (2024) hal 313-323 DOI: <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i1.630>

³⁴ Rany Inggriany Br Sagala, Safaruddin Safaruddin. *Pengaruh Kualitas Layanan PT Perempatan Event Organizer terhadap Kepuasan Peserta Rapat Dinas Lintasarta Bali*. Vol. 2 No. 2 Juni (2024) Hal 16-23 DOI: <https://doi.org/10.54066/jurma.v2i2.1693>

didapatkan. Jika hasil yang di peroleh tidak sesuai dengan apa yang di harapkan merekamaka pelanggan tidak puas, Namun apabila kinerja sesuai dengan yang di harapkan maka pelanggan akan puas.	dalam berkunjung kembali
	3. Tingkat Rekomendasi: Mengukur seberapa banyak wisatawan merekomendasikannya.
	4. Waktu yang di habiskan selama berkunjung. ³⁵

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakter penelitian yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan tujuan mengetahui hasil yang kemudian ditarik kesimpulan. Pada penelitian ini para pengunjung wisata alam Bukit Tiro'soe yang menjadi populasinya sebanyak 30 Orang.³⁶

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono). Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *convenience sampling*, yaitu metode di mana sampel dipilih berdasarkan kemudahan dalam mengakses data yang diperlukan, atau unit sampel yang dipilih mudah dijangkau, sehingga mempermudah peneliti dalam proses pengumpulan sampel untuk penelitian. Responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah pengunjung objek wisata alam Bukit Tiro'soe yang terletak di kecamatan Baebunta, Kabupaten Luwu Utara. Menurut Sugiyono, jumlah sampel dapat ditentukan menggunakan rumus slovin. Dalam penelitian ini,

³⁵Nurul, Yudi, Asep. *Analisis Tingkat Kepuasan Wisatawan Terhadap Kualitas Sapta Pesona Di Kawasan Wisata Cihampelas Kota Bandung* Volume 12 Issue 1, February (2024) <https://jwm.ulm.ac.id/id/index.php/jwm>

³⁶ Sugiyono *Metode Penelitian Kauntitatif* (2019), 29

rumus slovin digunakan karena jumlah sampel yang diambil harus representatif agar hasil penelitian dapat digenerasikan. Selain itu, perhitungan jumlah sampel dapat dilakukan dengan rumus sederhana tanpa memerlukan tabel jumlah sampel.

Rumus slovin untuk untuk menentukan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:³⁷

$$n = \frac{N}{1 + (N e^2)}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

E = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel yang masih dapat di tolerir atau diinginkan

$$n = \frac{30}{1 + 30(0'1)^2}$$

$$n = \frac{30}{1 + 30(0,01)}$$

$$= \frac{30}{1,0}$$

$$= 23,07$$

Dibulatkan menjadi 23.

³⁷Sugiono Metode Penelitian Kombinasi Mixed Methods Cet 4 (Bandung:Alfabeta 2013) h. 119-120

Penelitian yang sampelnya terlalu kecil mungkin tidak dapat menggambarkan kondisi populasi yang sesungguhnya, Menurut Sugiyono (2019) Sampel jenuh adalah teknik pemilihan sampel apabila semua anggota populasi dijadikan sampel. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu teknik pengambilan sampling jenuh, dimana semua populasi dalam penelitian ini dijadikan sampel .

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang sering digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Kuesioner atau Angket

Merupakan metode pengumpulan data dengan memberikan serangkaian pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab seacara tertulis. Partisipasi responden diperlukan dalam bentuk meluangkan waktu dan mengikuti petunjuk dalam menjawab pertanyaan secara tertulis, karena koesioner bersifat kooperatif.

2. Observasi

Secara umum, observasi dilakukan untuk mengamati objek dan fenomena yang terjadi. Adapun tujuan dilakukannya observasi ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menggambarkan objek dan segala hal yang berkaitan dengan objek penelitian melalui pengamatan.
- b. Untuk memperoleh kesimpulan mengenai objek yang diamati, yang kemudian disusun dalam laporan yang relevan dan bermanfaat sebagai bahan pembelajaran.
- c. Untuk mengumpulkan dataatau informasi yang dapat dibagikan kepada pihak lain dalam bentuk karya ilmiah atau non-ilmiah.

3. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data yang telah terkumpul, baik berupa tulisan, gambar, foto, maupun buku-buku yang relevan dengan arsip atau dokumen penting yang menjadi bahan pendukung data dari hasil penelitian. Tujuannya adalah untuk membuktikan bahwa penelitian yang dilakukan memang ada dan benar-benar dilaksanakan oleh peneliti.³⁸

F. Instrumen Penelitian

Instumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan informasi. Istilah “instrument penelitian” juga dapat diartikan sebagai alat yang dipakai oleh peneliti untuk mengumpulkan data, yang disusun berdasarkan deskripsi variabel yang akan diuji dalam penelitian.³⁹

Dalam penelitian ini, digunakan kuesioner dengan skala Likert, di mana responden memberikan tanggapan yang dievaluasi berdasarkan skala 1 hingga 4. Skor yang diperoleh pada setiap pertanyaan dapat bervariasi. Berikut adalah kemungkinan hasil skor tersebut;

- a. Sangatsetuju (SS) : 4
- b. Setuju (S) : 3
- c. TidakSetuju (TS) : 2
- d. Sangattidaksetuju (STS) : 1

³⁸Ardiansyah, Risnita, M.Syahrani Jailani. *Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Volume 1 Nomor 2 Juli (2023) IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam -ISSN: 2987-1298. <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>

³⁹Wahidmurni, *Pemaparan Metode Kuantitatif* 2007

Skala Likert yang digunakan pada penyusunan instrumen penelitian dapat dibuat dalam bentuk Checklist ataupun pilihan ganda.⁴⁰

G. Uji Validitas Reliabilitas Instrumen

Sebelum melakukan analisis data, terlebih dahulu akan dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk mengukur dan memastikan keabsahan koefisien.

1. Uji Validitas

Validitas suatu alat ukur ditentukan oleh hasil uji validitasnya. Menurut Sugiyono, instrument yang valid adalah instrument yang digunakan untuk mengumpulkan atau menilai data yang digunakan untuk mengumpulkan atau menilai data yang reliabel. Instrument yang tepat hanya dapat mengukur hal-hal yang memang perlu diukur.⁴¹ Pengujian validitas alat ukur bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana alat tersebut reliabel atau valid (akurat). Pernyataan diterima jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (pada ambang batas substansial 10%), Pernyataan ditolak jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (pada tingkat substansial 10%).

2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana alat atau instrument dapat memberikan respons yang akurat terhadap evaluasi. Jika reliabilitasnya tinggi, berarti instrument evaluasi tersebut berfungsi dengan baik. Uji reliabilitas berperan dalam menilai konsistensi atau kesenjangan alat ukur, yang biasanya melibatkan kuesioner (untuk memastikan instrument memberikan hasil yang konsisten ketika pengukuran diulang). Salah satu teknik yang umum digunakan

⁴⁰IK Sukendra, *Atmaja Instrumen Penelitian* ISBN: 978-623-6567-28-9 (2020) repo.mahadewa.ac.id

⁴¹Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung : Alfabeta, CV. 2017).121

dalam penelitian akademik untuk mengevaluasi skala, seperti skala Likert 1-4, adalah Cronbach's Alpha.

Istilah “tidak reliable” merujuk pada variabel dengan koefisien Cronbach's Alpha di bawah 60% (0,60), sedangkan “reliable” mengacu pada kuesioner dengan koefisien Alpha yang lebih tinggi dari tingkat signifikansi 0,6.⁴²

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data statistik terhadap penelitian ini yaitu menggunakan software SPSS, dengan uji statistik yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Klasik

Untuk memastikan data yang diperoleh dapat diproses dan dianalisis dengan tepat, penelitian ini melakukan uji asumsi klasik yang mencakup :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengevaluasi normalitas residual atau variabel gangguan dalam model regresi. Uji-t dan Uji-f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini tidak terpenuhi, maka uji statistik untuk sampel kecil menjadi tidak valid. Analisis grafis dan uji statistik adalah dua pendekatan yang dapat digunakan untuk menentukan apakah residual terdistribusi normal. Untuk memverifikasi apakah data mengikuti distribusi normal atau tidak, digunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka residual dianggap terdistribusi normal.⁴³

⁴²Sujarweni Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*(Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2015) 109-110.

⁴³ Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011),160-165.

b. Uji Multikolinieritas

Untuk menguji apakah model regresi dapat mengidentifikasi korelasi antara variabel independen (dependen), digunakan uji multikolinearitas. Jika nilai VIF (Variance Inflation Factor) untuk setiap variabel independen kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas dalam data, dan uji ini dapat dianggap valid.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk memastikan apakah residual dari model regresi memiliki varians yang tidak konsisten. Berbagai metode dapat digunakan untuk melakukan uji heteroskedastisitas, seperti uji graph plot test, uji glejser test, dan white test. Pada pengujian ini, residual (sresid) dan nilai prediksi variabel dependen (zpred) digambarkan secara grafis. Heteroskedastisitas tidak ada jika tidak ditemukan pola yang jelas, dan titik-titik residual tersebar secara merata di atas dan di bawah nilai 0 pada sumbu y.⁴⁴

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Metode statistic yang dikenal sebagai analisis regresi linear berganda digunakan untuk menunjukkan pengaruh variabel penjelas terhadap variabel respon. Secara umum, multikolinearitas, data yang hilang, dan regresi partial least square (PLS) adalah dua model yang sering digunakan dalam penerapan regresi linier. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan (Y), sedangkan faktor independen yang digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen

⁴⁴Ghozali, Imam Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, (Semarang:UNDIP, 2009), 45.

meliputi Sertifikasi Citra (X1) Promosi (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) yang dianalisis menggunakan program SPSS.

3. Uji Hipotesis

a. Uji parsial (Uji-t)

Uji t merupakan uji statistic yang digunakan untuk menguji atau menilai signifikansi pengaruh variabel independen, baik secara bersama-sama maupun terpisah, terhadap variabel dependen pada tingkat signifikansi 0,1. Penilaian dilakukan berdasarkan nilai t tabel dan t hitung.

b. Uji F

Uji f digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen, seperti Promosi (X2), Kualitas Pelayanan (X3), dan Citra (X1), terhadap variabel dependen. kriterianya yaitu jika $Sig < 0,05$, maka H_a diterima, yang dimana menunjukkan bahwa variabel independen dan dependen memiliki pengaruh yang cukup besar satu sama lain, tetapi Jika $Sig > 0,05$, maka H_a diabaikan, yang memperlihatkan jika variabel bebas dan variabel terikat tidak saling mempengaruhi.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinan merujuk pada persentase variabilitas data dalam model statistik. Definisi ini menyatakan bahwa koefisien determinasi mencerminkan proporsi variabilitas nilai yang digunakan oleh model untuk memberikan informasi mengenai sejauh mana model tersebut sesuai dengan variabel yang

dianalisis. Citra (X1) memiliki pengaruh simultan terhadap Promosi (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3), berdasarkan analisis penentuan secara simultan.⁴⁵



⁴⁵Sugiyono, *Metode Penelitian (Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R Dan D)*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 139.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Sejarah Singkat Lokasi Penelitian

a. Sejarah Desa Baebunta

Baebunta merupakan tanah atau tempat yang secukupnya di anggap keramat. Dimana Baebunta itu sendiri memiliki kekuatan tersendiri dibandingkan tempat – tempat lain yang ada di sekitarnya. Baebunta merupakan daerah sejarah yang termaksud sulit untuk di tembus oleh para penjajah Belanda pada dahulu kala, Opu dg. Na Tembo merupakan Opu Makole pertama yang ada di Baebunta pada zaman penjajahan. Baebunta merupakan suatu daerah tertua yang memiliki kekuatan tertentu yang merupakan bagian dari daerah Salassa. Dimana dahulu kala turunnya banua Salassa (rumah) yang di dalam isi Banua tersebut terdapat semua Tari Pajjaga. Menurut Opu Andi Masita selaku Makole. Baebunta berasal dari kata Bae yang berarti air dan Bunta yang berarti tenang penamaan Baebunta diartikan sebagai air tenang ini dimulai pertama kali ketika pada masa lampau daerah ini nyaris tenggelam, kisah ini selalu diceritakan secara turun-temurun pada masyarakat. Kisah tersebut diceritakan sebagai berikut:

*“iato pissa’ ngenanta naratuiki bae anu tae diissan umbanangei
ratunna. te bae lulako ludiomai uwai ratu ia ngasan to tau menteka.
madomi langngan buttu, saba’ buttu lowa. sola. buttu pinanto tae na.
tillin itiro ngenanta iaomai narammei ngasanmo bae ma’bunta. piran*

*ngallokan iao itiromo ma'baebunta te ngenanta, masai-masai rokkomo
bae iamo kisangai ngenan baebunta."*

Artinya: dulu itu disini tempatta datang air yang tidak diketahui dari manaasalnya, semua penduduk lari keatas gunung karena hanya gunung lowa dan gunung pinanto yang tidak terendam air, kami lihat tempat kami dari atas sudah terendam air yang sudah tenang lama kelamaan air sudah surut sehingga di beri nama Baebunta.

Seperti inilah kisah yang sering diceritakan secara turun-temurun kepada masyarakat.hal ini juga dikatakan oleh Dg Muhara (2022) selaku pembicara dalam struktur kemakolean, menyatakan menurut perkataan orang-orang tua terdahulu, bahwa daerah dataran rendah Baebunta pernah terendam air laut. Pada saat itu orangorang dulu mengungsi di daerah dataran tinggi yang sekarang dikenal sebagai daerah tua seperti sassa/limolang, gunung Pinanto dan sebagian lagi di Malimbu dan Mangkaluku. Mereka itu sebagian orang pindahan dari Baebunta.

b. Geografis Desa Baebunta

Desa Baebunta merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Baebunta, Kabupaten Luwu Utara, Provinsi Sulawesi selatan. Desa Baebunta terdiri dari (sepuluh) 10 Dusun dengan jumlah penduduk sebesar 6173 jiwa, merupakan salah satu dari 10 Desa dan 1 Kelurahan di Kecamatan Baebunta Secara geografis terletak pada Sebelah Utara Desa Kariango, Sebelah Selatan Desa Sassa, Sebelah Timur Kelurahan Salassa, dan Sebelah Barat Desa Radda. Adapun jarak Desa Baebunta dengan pusat pemerintahan adalah sebagai berikut :

- a) Jarak tempuh ke Ibu Kota Provinsi : 444 Km
- b) Jarak tempuh ke Ibu Kota Kabupaten : 10 Km
- c) Jarak tempuh ke Ibu Kota Kecamatan : 2 Km

Sedangkan secara administratif bahwa batas wilayah Desa Baebunta adalah sebagai berikut :

- a) Sebelah Utara : Desa Sassa
- b) Sebelah Selatan : Desa Kariango
- c) Sebelah Timur : Desa Radda
- d) Sebelah Barat : Kelurahan Salassa

Letak wilayah Desa Baebunta tidak terlalu jauh dari ibukota kecamatan. Waktu yang dapat ditempuh untuk sampai sekitar 10 menit, sedangkan untuk ke ibukota kabupaten sekitar 25 menit. Dengan jarak yang relatif agak dekat ditunjang dengan fasilitas jalan yang lumayan bagus, maka tidak terlalu menyulitkan masyarakat desa dalam melaksanakan kegiatan lintas desa. Luas wilayah Desa Baebunta adalah 16.760.000.000 (Ha), yang dipergunakan untuk berbagai macam kepentingan seperti : Lahan persawahan, lahan perkebunan, Pemukiman, sekolah, tempat ibadah, pasar, sarana kesehatan, bangunan pemerintah dan lain-lain. Keadaan topografi Desa Baebunta memiliki dataran rendah dengan ketinggian tanah 50 M dari permukaan laut. Desa Baebunta juga memiliki dua iklim tropis dengan suhu rata-rata 26-36°C dengan curah hujan 211 MM/HM per tahun serta memiliki dua tipe musim yakni musim kemarau dan musim hujan, dimana musim hujan terjadi mulai bulan Desember sampai

April dan musim kemarau terjadi pada bulan Mei sampai November yang berputar setiap tahunnya.

C. Sejarah Objek Wisata Alam Bukit tiro'soe

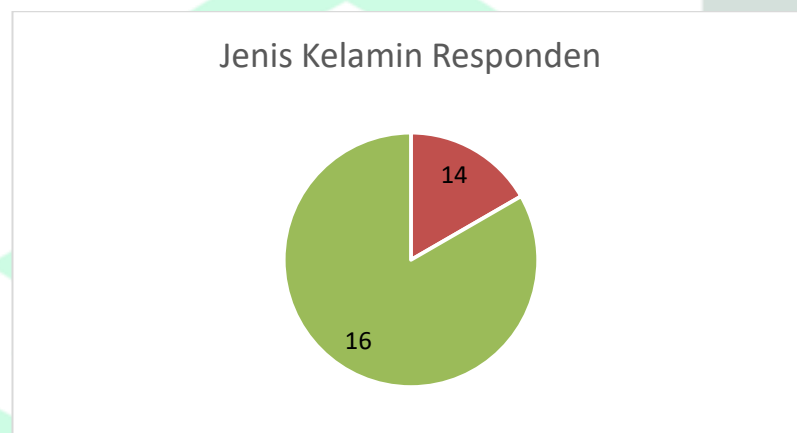
Objek Wisata Alam Bukit Tiro'soe yang di kelolah oleh pak Agung Irawan beserta istrinya yang terletak Di Kecamatan Baebunta Kabupaten Luwu Utara ini mulai dikelola menjadi objek wisata sejak akhir tahun 2020-2021 namun mulai di kembangkan pada pertengahan tahun 2022 yang awalnya tempat wisata tersebut hanyalah sebuah kebun durian. Sejarah nama Tiro'soe ini sendiri di ambil dari dua kata yaitu Tiro' yang artinya melihat dan Soe artinya Kucing, kedua nama tersebut diambil dari bahasa To Manurung Limolang, dalam kisahnya bukit tiro'soe ini pernah di huni oleh keluarga mandul dari tokoh adat limolang mereka memelihara kucing yang istimewa yang bertanduk emas. konon di bukit ini jika masyarakat datang atau melintas di bukit tiro'soe pada malam hari selalu melihat cahaya yang terang yang bersumber dari tanduk kucing (Soe) tersebut.

Singkat cerita saat kucing kesayangan tersebut mati tokoh adat tersebut memperlakukan kematian kucing itu dengan prosesi acara adat, Nah dari prosesi adat tersebut adat itulah nama Tiro'soe ini melekat menjadi nama sejarah bagi bangsa to Manurung limolang, Sumber kisah ini berasal dari Pj Kepala desa Baebunta yaitu Opu Andi pawiseang bin Opu tola Andi baso rahimahullah.

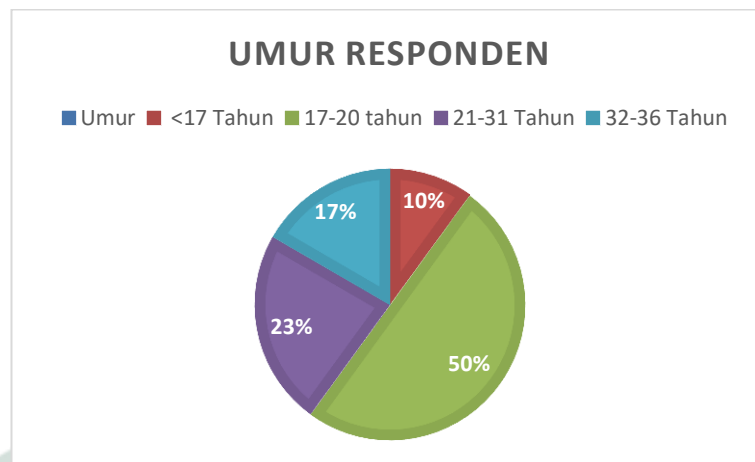
Wisata ini mulai di kunjungi sejak tahun 2021 namun belum sepenuhnya diketahui banyak oleh para wisatawan, dimana awalnya pengunjung yang datang berkunjung hanya sebagian besar remaja yang masih duduk di bangku SMA dan sebagian pula ada yang masih SMP. Namun seiring berjalannya waktu

wisatatersebut mulai dikenal banyak di berbagai kalangan dan mulai ramai di kunjungi oleh berbagai wisatawan mulai dari dalam daerah tersebut maupun luar daerah. Di Tahun 2022 sampai saat ini para pengunjung atau wisatawan mulai semakin banyak dan semakin tertarik berkunjung pada objek wisata tersebut karna dinilai cukup baik dan memuaskan, Bahkan sebagian Tokoh Pemudah dan Pengelolah Wisata tersebut serta Pegiat Alam Basa (Baebunta-Sabbang Raya) Berkolaborasi membuat Event atau Acara Tahunan/Bulanan/Mingguan yaitu Camping Ground+Rongkong Rafting+Wisata Buah Durian. Perpaduan kolaborasi tersebut hingga saat ini sudah di jalankan dan mendapatkan respon yang cukup baik khususnya di kalangan para wisatawan dan para pecintaalam.

2. Karateristik Responden



Berdasarkan table di atas karateristik responden menurut jenis kelamin sebanyak 30 orang yaitu 14 orang laki-laki dan 16 orang Perempuan.



Berdasarkan table di atas bahwa umur responden di bagi menjadi umur <17 tahun berjumlah 3 orang atau 10%, umur 17-20 tahun 15 orang atau 50%, umur 21-31 Tahun 7 orang atau 23% dan umur 32-36 tahun 5 orang atau 17%.

3. Uji Instrumen

Uji instrumentasi merupakan suatu uji yang digunakan untuk melakukan pengukuran variabel pada penelitian yang menggunakan kuesioner atau angket yang telah disebarakan kepada responden, guna melihat apakah kuesioner tersebut sudah benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti atau belum. Uji instrumentasi terbagi menjadi dua, yaitu uji validitas dan reliabilitas.

a. Uji Validitas

Pengujian validasi digunakan untuk mengukur tingkat valid atau sah nya pertanyaan suatu kuesioner. Kuesioner dianggap valid apabila pertanyaan tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur dari kuesioner. Uji validitas pada penelitian ini diolah menggunakan SPSS Version 26. Uji validitas pada penelitian digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner dengan skor total pada tingkat signifikansi 5% dan jumlah sampel sebanyak 30 responden. Untuk

pengujian validitasnya, maka peneliti membandingkan pearson correlation setiap butir soal dengan table r produk moment. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pernyataan tersebut dinyatakan valid. Hasil uji validitas dapat disajikan pada Tabel dibawah ini dengan $n = 30$, maka didapatkan df sebesar $30-2 = 28$ dan $\alpha = 5\%$ maka nilai

r_{tabel} sebesar 0.3610.

$r_i > 0.3610$ maka item pernyataan kuesioner valid

$r_i < 0.3610$ maka item pernyataan kuesioner tidak valid

Berikut merupakan hasil dari perhitungan uji validitas :

	<i>Variabel</i>	<i>Rhitung</i>	<i>Rtabel</i>	
1	Citra(X1)			
	1	0.875	0.3610	Valid
	2	0.820	0.3610	Valid
	3	0.812	0.3610	Valid
2	Promosi (X2)			
	1	0.533	0.3610	Valid
	2	0.674	0.3610	Valid
	3	0.666	0.3610	Valid
	4	0.822	0.3610	Valid
	5	0.614	0.3610	Valid
3	Kualitas Pelayanan (X3)			
	1	0.812	0.3610	Valid
	2	0.556	0.3610	Valid
	3	0.561	0.3610	Valid
	4	0.657	0.3610	Valid

4	5	0.497	0.3610	Valid
	Kepuasan Wisatawan			
	(Y)			
	1	0.700	0.3610	Valid
	2	0.710	0.3610	Valid
	3	0.760	0.3610	Valid
	4	0.621	0.3610	Valid

Sumber : *Output SPSS 2024*

Berdasarkan hasil uji validitas koefesiensi korelasi butir pertanyaan pada tabel diatas, didapatkan informasi bahwa semua item pertanyaan pada masing-masing variabel memiliki nilai rhitung $> r$ tabel berdasarkan hal tersebut maka dapat diputuskan bahwa masing-masing item pertanyaan telah valid dan dapat lanjut ke uji realibilitas.

b. Uji Reabilitas

Uji realibilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen penelitian yang digunakan, dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali atau paling tidak oleh responden yang sama. Perhitungan reliabilitas adalah perhitungan terhadap konsistensi data kuesioner dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Penggunaan rumus ini disesuaikan dengan teknik skoring yang dilakukan pada setiap item dalam instrumen. Nilai correlated item-total correlation dalam suatu indikator agar dinyatakan handal adalah minimal 0.60. Berikut merupakan hasil dari uji realibilitas dari masing-masing variable.

	<i>Variabel</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Keputusan</i>
1	Citra	0.780	Reliabel
2	Promosi	0.676	Reliabel
3	Kualitas Pelayanan	0.609	Reliabel
4	Kepuasan Wisatawan	0.647	Reliabel

Sumber : *Output SPSS 2024*

Berdasarkan hasil uji realibilitas pada tabel diatas, didapatkan informasi bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar > 0.60 . Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel tersebut reliabel.

4. Uji Asumsi Klasik

Uji ini dilakukan pada tahap awal setelah data diperoleh yang tujuannya untuk memperoleh perkiraan serta syarat awal agar uji regresi linier dapat dilakukan. Tahapan yang dilaksanakan pada uji ini yakni:.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dalam uji normalitas, yaitu dengan cara analisis grafik dan analisis statistik. Pada penelitian ini, uji normalitas secara analisis statistik menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, untuk melakukan pengambilan statistik dalam uji normalitas Kolmogorov Smirnov dapat dilakukan dengan membandingkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed), dengan signifikansi yang digunakan $\alpha=0,05$. Dasar pengambilan statistic adalah melihat angka probabilitas p , dengan ketentuan sebagai berikut:

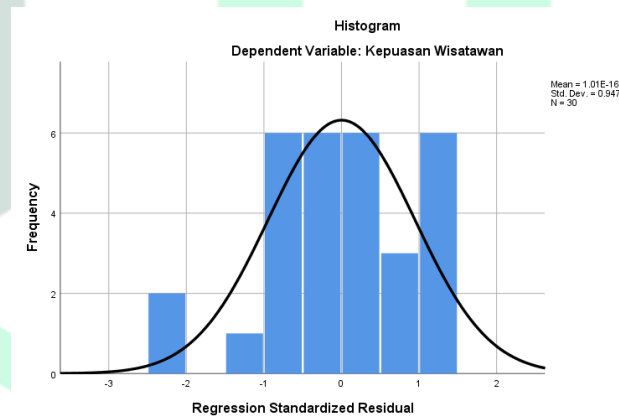
- a) Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > 0.05 maka asumsi normalitas terpenuhi.

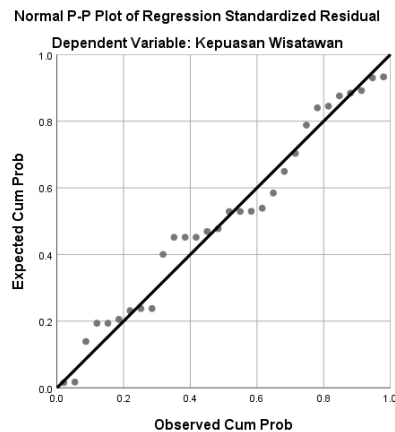
b) Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) < 0.05 maka asumsi normalitas tidak terpenuhi.

Berikut merupakan hasil uji Normalitas dengan menggunakan analisis statistik yang tersaji pada Tabel dibawah ini.

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov pada tabel diatas, diketahui nilai probabilitas p atau Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.200. Karena nilai probabilitas p, yakni 0.200 lebih besar dibandingkan tingkat signifikansi, yakni 0,05. Hal ini berarti asumsi normalitas dipenuhi. Selain menggunakan analisis statistik, uji normalitas juga dapat dilihat dengan menggunakan analisis grafik berupa histogram dan normal P-Plot. Berikut merupakan hasil dari analisis grafik.

Hasil Uji Grafik Normalitas





Berdasarkan grafik histogram diatas, dapat dilihat bahwa sebaran data berbentuk lonceng. Sedangkan pada grafik normal p-plot dapat dilihat bahwa titik-titik sampel mengikuti garis diagonal dari kiri bawah ke kanan atas. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan asumsi normalitas terpenuhi.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikoloniearitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen (Ghozali, 2018). Jika terjadi korelasi, maka dikatakan terdapat masalah multikolinieritas . Untuk memeriksaapakah terjadi multikolinearitas atau tidak dapat dilihat dari nilai variance inflation factor (VIF) dan nilai Tolerance. Model regresi yang baik jika nilai Tolerance $> 0,10$ dan $VIF < 10$. Berikut merupakan hasil uji multikoloniearitas tersaji pada Tabel dibawah.

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Citra	.604	1.657
	Promosi	.683	1.463

	Kualitas Pelayanan	.616	1.624
a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan			

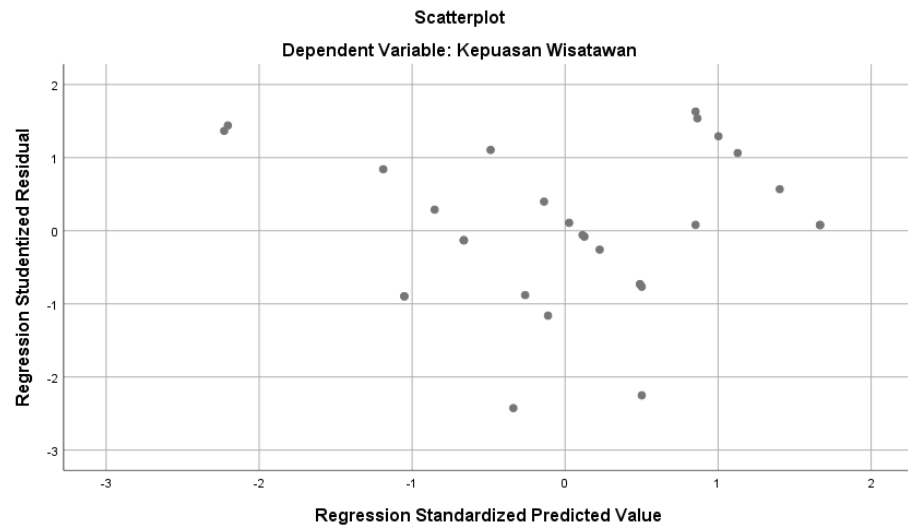
Sumber : Output SPSS 2024

Dalam penelitian ini data yang digunakan dalam uji multikolinearitas ini adalah data dari variabel independen. Berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil sebagai berikut.

1. Nilai VIF untuk variabel Citra adalah $1.657 < 10$ dengan nilai Tolerance adalah $0.604 > 0.10$ maka variabel Independent Citra dapat dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.
2. Pada variabel Promosi diperoleh nilai VIF sebesar $1.463 < 10$ dengan nilai Tolerance adalah $0.683 > 0.10$ maka variabel Independent Promosi dapat dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.
3. Pada variabel Kualitas Pelayanan diperoleh nilai VIF sebesar $1.624 < 10$ dengan nilai Tolerance adalah $0.616 > 0.10$ maka variabel Independent Kualitas Pelayanan dapat dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak adanya heteroskedastisitas. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan scatter plot dan uji glesjer. Berikut merupakan hasil dari analisis scatter plot yang tertera pada gambar dibawah ini.



Sumber: Output SPSS 2024

Terlihat pada tampilan grafik scatterplot diatas, bahwa titik-titik menyebar diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, dan data tersebut menyebar secaraacak. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi, analisis dengan menggunakan scatter plot memiliki kelemahan yang cukup signifikan karena jumlah pengamatan mempengaruhi hasil *plotting*. Semakin sedikit jumlah sampel pengamaan, maka semakin sulit pula menginterpretasikan hasil scatter plot. Oleh karena itu diperlukan uji statistik yang lebih akurat untuk menjamin keakuratan hasil yang didapatkan yaitu menggunakan uji glesjer. Uji glesjer dilakukan dengan meregresikan nilai absolute residual (AbsRes) terhadap variabel independen, berikut merupakan dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas melalui uji glesjer.

- a) Jika nilai Sig. > 0.05 maka Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
- b) Jika nilai Sig. < 0.05 Terjadi gejala heteroskedastisitas

Berikut merupakan hasil dari Uji Heteroskedastisitas yang tersaji pada Tabel dibawah ini.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.935	.734		1.273	.214
	Citra	.085	.069	.297	1.239	.226
	Promosi	-.065	.044	-.330	-1.466	.155
	Kualitas Pelayanan	-.013	.048	-.064	-.268	.791
a. Dependent Variable: absres						

Sumber : *Output SPSS 2024*

Nilai probabilitas (Sig) untuk variabel Citra adalah 0.226, untuk variabel Promosi adalah 0.155, dan untuk variabel Kualitas Pelayanan adalah 0.791. Karena nilai probabilitas (Sig) dari semua variabel lebih besar dari 0.05 atau 5%, dapat disimpulkan bahwa asumsi homoskedastisitas terpenuhi, yang berarti tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah metode yang digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua atau lebih variabel, serta menunjukkan arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen (Ghozali). Berikut ini adalah hasil dari analisis regresi linier berganda yang disajikan dalam tabel di bawah ini.

Hasil Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.581	1.224		2.108	.045
	Citra	.292	.114	.307	2.557	.017
	Promosi	.324	.074	.497	4.401	.000
	Kualitas Pelayanan	.169	.079	.254	2.133	.043

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Sumber : *Output SPSS 2024*

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada Tabel diatas, diperoleh model regresi sebagai berikut:

$$Y = 2.581 + 0.292X_1 + 0.324X_2 + 0.169X_3$$

Dimana :

Y = Kepuasan Wisatawan

X1 = Citra

X2 = Promosi

X3 = Kualitas Pelayanan

Berdasarkan model regresi linear berganda diatas, didapatkan informasi sebagai berikut.

1. Konstanta sebesar 2.581 yang berarti apabila tidak terdapat perubahan pada nilai variabel independen (Citra, Promosi dan Kualitas Pelayanan)maka variabel dependent (Kepuasan Wisatawan) nilainyaadalah 2.581
2. Koefisien regresi pada variabel Citra(X1) sebesar 0.292 dan positif artinya jika variabel Citramengalami kenaikan sebesar 1 poin secara signifikan, dan

variabel independen lainnya bernilai tetap. Maka variabel Citra akan meningkatkan nilai dari variabel Kepuasan Wisatawan sebesar 0.292

3. Koefisien regresi pada variabel Promosi (X_2) sebesar 0.324 dan positif artinya jika variabel Promosi mengalami kenaikan sebesar 1 poin secara signifikan, dan variabel independen lainnya bernilai tetap. Maka variabel Promosi akan meningkatkan nilai dari variabel Kepuasan Wisatawan sebesar 0.324
4. Koefisien regresi pada variabel Kualitas Pelayanan (X_3) sebesar 0.169 dan positif artinya jika variabel Kualitas Pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1 poin secara signifikan, dan variabel independen lainnya bernilai tetap. Maka variabel Kualitas Pelayanan akan meningkatkan nilai dari variabel Kepuasan Wisatawan sebesar 0.169

6. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan, serta seberapa besar pengaruh variabel independen tersebut dalam model regresi. Dalam penelitian ini menggunakan uji analisis regresi linear berganda untuk memprediksi seberapa besar pengaruh antara Citra, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan. Perhitungan uji ini dilakukan dengan bantuan SPSS 26. Adapun hasil dari uji hipotesis terbagi menjadi dua yaitu uji simultan dengan menggunakan f dan uji parsial dengan menggunakan uji t . Berikut merupakan hasil dari pengujian hipotesis.

a. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel independen secara bersama-sama terhadap satu variabel dependen, dasar untuk pengambilan keputusan Uji F ini adalah sebagai berikut :

- a) Jika nilai Sig. < 0.05 atau Fhitung $> F_{tabel}$ maka variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen
- b) Jika nilai Sig. > 0.05 atau Fhitung $< F_{tabel}$ maka variabel independen tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Dengan menggunakan sampel sebanyak 30, variabel independen 3 dan taraf nyata 5%, maka didapatkan F_{tabel} sebesar $(k; n-k-1) = (3, 26) = 2.975$.

Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	43.859	3	14.620	29.601	.000 ^b
	Residual	12.841	26	.494		
	Total	56.700	29			
a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Promosi, Citra						

Sumber : Output SPSS 2024

Berdasarkan Tabel diatas didapatkan informasi nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai Fhitung sebesar $29.601 > F_{tabel}$ sebesar 2.975 yang artinya variabel independen berupa Citra, Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap variabel dependent Kepuasan Wisatawan . Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dari variabel independen yang berupa Citra, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap variabel dependent berupa Kepuasan Wisatawan .

b. Uji Parsial (Uji-t)

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah. Uji ini dapat dilakukan dengan menggunakan statistic uji t, yang membandingkan nilai sig.t dengan nilai alpha 0.05, serta membandingkan t-hitung dengan t-tabel. Berikut adalah dasar pengambilan keputusan :

- a) Jika Sig.< 0.05, atau jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ untuk nilai positif dan $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ untuk nilai negative, maka variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.
- b) Jika Sig. > 0.05, atau jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ untuk nilai positif dan $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ untuk nilai negative, maka variabel independen tidak terpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

Dengan sampel sebanyak 30,3 variabel independen, dan tingkat signifikansi 5%, diperoleh nilai ttabel sebesar $((\alpha/2; n-k) = (0.025; 27) = 2.051$.

Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.581	1.224		2.108	.045
	Citra	.292	.114	.307	2.557	.017
	Promosi	.324	.074	.497	4.401	.000
	Kualitas Pelayanan	.169	.079	.254	2.133	.043

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Sumber :Output SPSS 2024

Berdasarkan hasil uji t, yang tersaji pada Tabel diatas diperoleh informasi sebagai berikut:

1. Variabel Citra memiliki nilai signifikansi sebesar 0.017, nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. Sedangkan untuk t hitung didapatkan nilai sebesar 2.557 > ttabel (2.051) maka variabel Citra berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Wisatawan. Sehingga hipotesis pertama, H_1 : variabel Citra berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel Kepuasan Wisatawan “diterima”.
2. Variabel Promosi memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000, nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. Sedangkan untuk t hitung didapatkan nilai sebesar 4.401 > ttabel (2.051) maka variabel Promosi berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Wisatawan . Sehingga hipotesis kedua, H_2 : variabel Promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel Kepuasan Wisatawan “diterima”.
3. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.043, nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. Sedangkan untuk t hitung didapatkan nilai sebesar 2.133 > ttabel (2.051) maka variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Wisatawan. Sehingga hipotesis ketiga, H_3 : variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel Kepuasan Wisatawan “diterima”.

a. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh model dalam rangka menerangkan variansi variabel dependen (Ghozali, 2018). Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Jika angka koefisien determinasi semakin mendekati 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

semakin tinggi. Berikut merupakan hasil dari koefisien determinasi (R^2) yang tersaji pada Tabel dibawah ini.

Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.880 ^a	.774	.747	.70277
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Promosi, Citra				
b. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan				

Sumber : Output SPSS 2024

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diatas, nilai R^2 (*Adjusted R Square*) dari model regresi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas (independen) dalam menerangkan variabel terikat (dependen). Berdasarkan Tabel diatas diketahui bahwa nilai R^2 sebesar 0.747 hal ini berarti bahwa 74.7% variasi dari variabel dependent Kepuasan Wisatawan dapat dijelaskan oleh variasi dari tiga variabel independen yaitu Citra, Promosi dan Kualitas Pelayanan . Sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 74.7\% = 25.3\%)$ dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

B. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan pada pengunjung wisata Alam Bukit tiro'soe yang ada di Kecamatan Baebunta Kabupaten Luwu, dengan objek utama penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari citra promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata alam bukit tiro'soe Di Kecamatan Baebunta Kabupaten Luwu Utara.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan membagikan kuesioner kepada para pengunjung yang telah berkunjung.

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Citra, Promosi dan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Alam Bukit Tiro'soe Di Kecamatan Baebunta Kabupaten Luwu Utara secara parsial maupun secara simultan. Penjelasan penelitian ini akan dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

1. Pengaruh citra wisata terhadap Keputusan wisata pada objek wisata alam Bukit Tiro'soe Di Kecamatan Baebunta Kabupaten Luwu Utara

Citra wisata merupakan gambaran atau persepsi yang terbentuk dalam benak wisatawan terhadap suatu destinasi wisata, yang meliputi berbagai elemen seperti keindahan alam, fasilitas yang tersedia, budaya setempat, serta pengalaman yang diperoleh saat berkunjung. Dalam konteks objek wisata alam Bukit Tiro'soe di Kecamatan Baebunta, Kabupaten Luwu Utara, citra wisata memainkan peran penting dalam membentuk keputusan wisatawan untuk mengunjungi destinasi tersebut.

Dari hasil pengujian yang dilakukan dengan uji regresi berganda menunjukkan bahwa H_1 (koefisien korelasi X_1) sebesar 0,292 yang menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai variable citra, maka nilai variable keputusan wisata akan naik sebesar 0,292, maka dapat dikatakan bahwa besar pengaruh citra terhadap keputusan wisata adalah 2,29%. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, variabel Citra memiliki nilai signifikansi sebesar 0.017, nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. Sedangkan untuk t hitung didapatkan nilai sebesar

2.557 > t.tabel (2.051) maka variabel Citra berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Wisatawan. Sehingga hipotesis pertama, H_1 : variabel Citra berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel Kepuasan Wisatawan “diterima”.

Penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan Coban (2021) dimana ia menjelaskan bahwa dimensi dari citra terdiri dari atraksi wisata (*Touristy Tradition*), Fasilitas Dasar (*Basic Facilities*), Atraksi Budaya (*Culturaln Attactions*), Aksesibilitas dan Substruktur Pariwisata (*Touristy Substructure And Access*), Lingkungan Alam (*Natural Environment*), dan Faktor Ekonomi (*Variety and Economical Factors*) yang mana merujuk pada kesan positif dan daya tarik yang berhasil dibangun atau dipertahankan oleh destinasi tersebut. Citra yang ada dalam benak wisatawan tidak selamanya sesuai dengan kondisi riil dari destinasi itu sendiri. Jadi, citra dari destinasi sendiri memiliki potensi dalam mempengaruhi kompetitif tidaknya destinasi tersebut. Berdasarkan dari konsep-konsep tersebut maka dapat di ambil kesimpulan bahwa pengertian citra dari destinasi adalah sejumlah ide, pengalaman, gambaran, kepercayaan, persepsi dan pikiran dari wisatawan terhadap suatu destinasi yang melibatkan berbagai produk dan atribut wisata dari destinasi itu sendiri.⁴⁶

2. Pengaruh promosi terhadap Keputusan wisata pada objek wisata alam Bukit Tiro'soe Di Kecamatan Baebunta Kabupaten Luwu Utara

Promosi merupakan salah satu faktor penting dalam dunia pariwisata yang berfungsi untuk memperkenalkan dan menarik perhatian wisatawan terhadap

⁴⁶ Junita Nurfaizi, *Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Masjid Syaikhona Kholil Bangkalan*. Vol .4 No. 2 (2023) 224-231. DOI: <https://doi.org/10.21107/bep.v4i2.20700> <https://journal.trunojoyo.ac.id/bep>

suatu destinasi wisata. Promosi yang dilakukan oleh pengelola destinasi dapat berbentuk berbagai macam, seperti iklan, promosi di media sosial, kerja sama dengan agen perjalanan, hingga penyelenggaraan event atau kegiatan yang dapat memperkenalkan objek wisata tersebut. Dalam konteks objek wisata alam Bukit Tiro'soe di Kecamatan Baebunta, Kabupaten Luwu Utara, promosi yang efektif dapat sangat berpengaruh dalam mempengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi destinasi tersebut.

Dari hasil pengujian yang dilakukan dengan uji regresi berganda menunjukkan bahwa H_2 (koefisien korelasi X_2) sebesar 0,324 yang menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai variable promosi, maka nilai variable keputusan wisata akan naik sebesar 0,324, maka dapat dikatakan bahwa besar pengaruh citra terhadap keputusan wisata adalah 3,24%. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, variabel Promosi memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000, nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. Sedangkan untuk t hitung didapatkan nilai sebesar $4.401 > t_{tabel} (2.051)$ maka variabel Promosi berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Wisatawan . Sehingga hipotesis kedua, H_2 : variabel Promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel Kepuasan Wisatawan “diterima”.

Penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan Fadli (2023) Promosi pariwisata juga bisa dilakukan oleh pengelola wisata secara langsung. Yang dimana mempunyai tujuan untuk mempengaruhi publik ataupun pasar wisatawan yang menjadi sasaran penjualan wisatanya, terkadang juga promosi diaplikasikan sebagai arti yang memiliki hubungan dengan kemampuan jasa-jasa

seorang pekerja. Ketepatan atau kesesuaian serta kualitas dan waktu sasaran promosi merupakan faktor yang diperlukan dalam mencapai target yang diinginkan agar menjadi lebih efisien dan efektif.⁴⁷

3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan wisatawan pada objek wisata alam Bukit Tiro'soe Di kecamatan Baebunta Kabupaten Luwu Utara

Kualitas pelayanan adalah salah satu faktor yang sangat penting dalam industri pariwisata, karena dapat langsung mempengaruhi pengalaman wisatawan selama berada di suatu destinasi wisata. Pelayanan yang baik dapat menciptakan kesan positif, meningkatkan kepuasan, dan mendorong wisatawan untuk kembali mengunjungi destinasi tersebut atau merekomendasikannya kepada orang lain. Sebaliknya, kualitas pelayanan yang buruk dapat merusak citra destinasi wisata dan mengurangi minat pengunjung. Dalam konteks objek wisata alam Bukit Tiro'soe di Kecamatan Baebunta, Kabupaten Luwu Utara, kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola destinasi berperan sangat besar dalam mempengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi dan memilih destinasi tersebut.

Dari hasil pengujian yang dilakukan dengan uji regresi berganda menunjukkan bahwa H_3 (koefisien korelasi X_3) sebesar 0,169 yang menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai variable kualitas pelayanan maka nilai variable keputusan wisata akan naik sebesar 0,169. Maka dapat dikatakan bahwa

⁴⁷Fadli Faturrahman, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Pada Objek Wisata Pantai*. e-ISSN 2809-8099 | p-ISSN 2810-0484 Vol. 3 No. 1 (Januari 2024) 68-75. DOI: 10.55123/mamen.v3i1. <https://journal.literasisains.id/index.php/mamen/article/view/3132>

besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan wisata adalah 1,69%. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.043, nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. Sedangkan untuk t hitung didapatkan nilai sebesar $2.133 > t_{\text{tabel}} (2.051)$ maka variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Wisatawan. Sehingga hipotesis ketiga, H_3 : variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel Kepuasan Wisatawan “diterima”.

Penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan Suntoro (2020) kepuasan wisatawan merupakan acuan yang dapat digunakan dalam mengevaluasi sampai dimana pelanggan dapat menikmati tingkat pelayanan yang sesuai dengan apa yang diharapkannya. Dengan demikian, maka secara konsep sederhana namun tetap efektif adalah kualitas pelayanan berada pada kecocokan antara harapan pelanggan, kepuasan, kebermanfaatan yang di terima serta pengalaman yang mereka dapatkan.⁴⁸

⁴⁸Suntoro. *Fundamental Manajemen Logistik : Fungsi-Fungsi Logistik dalam Implementasi dan Operasi* (Jakarta: kencana 2020).

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini, untuk mengetahui pengaruh literasi citra, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata bukit tiro'soe di Kec. Baebunta Kab. Luwu Utara. Berdasarkan uraian data yang telah dianalisis dan dipaparkan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian terhadap hipotesis pertama (H1) pada penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel citra (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan objek wisata bukit tiro'soe di Kec. Baebunta Kab. Luwu Utara.
2. Hasil pengujian terhadap hipotesis kedua (H2) pada penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel promosi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan objek wisata bukit tiro'soe di Kec. Baebunta Kab. Luwu Utara.
3. Hasil pengujian terhadap hipotesis ketiga (H3) pada penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan objek wisata bukit tiro'soe di Kec. Baebunta Kab. Luwu Utara.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, saran penulis yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola wisata agar lebih meningkatkan citra objek wisatanya seperti pada peningkatan fasilitas dan infrastruktur serta pengelolaan kebersihan juga sangat berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Meningkatkan promosi seperti pemanfaatan media sosial atau bahkan pembuatan konten menarik yang dapat menarik pengunjung atau dengan melakukan kerjasama dengan influencer atau travel blogger yang memiliki koneksi sosial promosi yang banyak. Meningkatkan kualitas pelayanan dengan melakukan pelatihan untuk staf mengenai sikap yang ramah, profesional dan cara berkomunikasi yang baik dengan wisatawan, penyediaan layanan pelanggan yang lebih baik, kecepatan dan ketelatenan dalam melakukan pelayanan.
2. Sebaiknya pihak yang berwenang seperti pemerintah daerah dan dinas pariwisata melakukan kontribusi yang baik dengan melakukan pengelolaan berkelanjutan salah satunya seperti penerapan prinsip ekowisata dan program konservasi yang melibatkan masyarakat lokal.
3. Bagi para pengunjung disarankan untuk berbagi pengalaman yang positif, baik melalui media sosial ataupun melalui testimoni langsung. Pengunjung juga bisa turut berperan menyebarkan informasi seperti membagikan foto maupun video yang menarik pada saat melakukan kunjungan wisata, pengunjung juga dapat memberikan masukan yang positif terhadap layanan

yang diterima dalam hal kebersihan area, kenyamanan dan pelayanan dari staf selama berkunjung.

4. Bagi peneliti selanjutnya mungkin bisa menggunakan variabel lain diluar dari penelitian ini atau juga dapat memakai metode lain seperti metode kualitatif untuk mendapatkan hasil yang lebih mendalam mengenai kepuasan wisatawan pada objek wisata alam Bukit Tiro'soe Di Kecamatan Baebunta Kabupaten Luwu Utara.



DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Syarif Iskandar,dkk. *Pengaruh Promosi dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pigeonhole Coffee Di Bintaro Tangerang Selatan*. Vol 2 No. 2, 2 Mei (2022) Hal.148-149.

Alana, P. R., & Putro, T. A, *Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek*. Vol. 5(2),(2020) 180-194.

Ana Khuniyar dan Dwi Prasetyo, *Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan Pengunjung di Candi Gedong Songo Semarang*Jurnal Spirit Edukasia, Volume 03, No. 02, Desember (2023), hal. 334-343.

Ardiansyah, Risnita, M.Syahrani Jailani.*Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Volume 1 Nomor 2 Juli (2023)IHSAN:JurnalPendidikanIslam-ISSN:2987-1298.

Al-Qur'an nurkarim surah ar-Arum ayat 42 hal.409

Cory Caroline R.M, *Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan WisatawanDanBehavioralIntenion*(2021).<https://profit.ub.ac.id/index.php/profit/article/download/1014/1271>

Della Asmaria Putri, Muhammad pondrinal,Ildris Saputra, Vivi Yosefri Yanti, *Peran Citra Destinasi, City Branding, E-Wom Dan Travel Contrainst Pada Keputusan Berkunjung Objek Wisata Corocok Painan*(2023) 47.

Dian Kagungan, N. D. *Manajemen Pembangunan :suatu Kajian Manajemen Pembangunan Bidang Kepariwisata*(2020). Yogyakarta: Graha Ilmu.

Didi Riadi, Lalu Adi Permadi, Weni Retnowati. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke desa Wisata Hijau Bilebante yang Dimediasi oleh Kepuasan Wisatawan*, Vol. 2 No.2 juni (2023). Jurnal riset pemasaran, <https://journal.unram.ac.id>

Dinal Rahmat Alam, dkk. *Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian(Studi Kasus pada Mahasiswa UPG Pengguna Aplikasi Shopee)* Vol.2, No.1 Januari (2024) hal 313-323 DOI: <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i1.630>

Ester Apriliyatti dkk, *Pengaruh daya tarik Wisata, Citra destinasi wisata terhadap kepuasan wisatawan citra niaga sebagai pusat cerminan budaya khas kota samarinda*. Vol.12(1)(2020), 145-153

Fadli Faturrahman, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Pada Objek Wisata Pantai*,(2023).e-ISSN 2809-8099 | p-ISSN 2810-0484 Vol. 3 No. 1 (Januari 2024)68-75.

Fasiha, dkk. *The Effect of Product and Service Quality on Consumer Loyalty at Palopo Minimarkets*. Vol.7 No.2 (2022) Journal Ekonomi dan Bisnis Islam.

Ghozali, Imam, *Analisis Aplikasi Multivariate Dengan Prgram SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011),160-165.

IK Sukendra, Atmaja, *Instrumen Penelitian* ISBN: 978-623-6567-28-9
(2020) repo.mahadewa.ac.id

Iwan Hermawan, *Metodologi Penelitian Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif & Mixed Methode*, Edisi 1 (Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan, 2019), 16.

Junita Nurfaizi, Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Masjid Syaikhona Kholil Bangkalan (2023). Vol .4 No. 2, hal 224-231. DOI: <https://doi.org/10.21107/bep.v4i2.20700> <https://journal.trunojoyo.ac.id/bep>

M. Adit Amirullah, *pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan wisatawan objek wisata alam punti kayu Palembang/Pemasaran* (2021). <http://repository.umpalembang.ac.id>

Meshy Mulyani, Feri Ferdian, *Pengaruh Citra Destinasi Dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Revisit Intention Di Kota Padang (Studi Kasus Daya Tarik Wisata Pantai Padang* (2023) “. <https://journal.widyakarya.ac.id/index.php/jmpp-widyakarya/article/view/1124>

Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penelitian Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*, Edisi 1 (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 6.

Nurdin Bajo, Akbar Sabani, Maheirana Disman. *Pengaruh Persepsi Kualitas dan Citra Merek Terhadap Putusan Pembelian Smartphone*. Vol. 5 No.1 April (2022) hal.32. Journal of Islamic Managemen and Bussines (Institut Agama Islam Negeri Palopo).

Nurul, Yudi, Asep. *Analisis Tingkat Kepuasan Wisatawan Terhadap Kualitas Sapta Pesona Di Kawasan Wisata Cihampelas Kota Bandung* Volume 12 Issue 1, February (2024) <https://jwm.ulm.ac.id/id/index.php/jwm>

Pancawati. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*.Vol. 2 No. 2 Nov 2020 e – ISSN : 2614–7181 DOI : 10.36985/ekuilnومي.v2i2.378 <https://jurnal.peneliti.net>

Pertiwi, R. D. *Pemasaran Jasa Pariwisata (Dilengkapi Dengan Model Penelitian Pariwisata Gedung Heritage di Bandung Raya)*. Sleman Yogyakarta: Deepublish Publisher (2021).

Putri Andika, Rivera Pantro Sukma, *Pengaruh Citra Destinasi, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Berkunjung Di Little Venice Bogor*(2023).

RapPranyoto, *Metode Penelitian* (2021) Rany Inggriany, Br.Sagala, Safaruddin. *Pengaruh Kualitas Layanan PT Perempatan Event Organizer terhadap Kepuasan Peserta Rapat Dinas LintasartaBali*. Vol. 2 No. 2 Juni (2024) Hal 16-23 DOI: <https://doi.org/10.54066/jurma.v2i2.1693>

Rahmat Fajrin, A., Wijayanto, G., & Kornita, S. E. *Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Kota Kampar Kabupaten Kampar*. *Jurnal Ekonomi Kiat* Vol. 32, No. 1 (2021) 40-41. <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat>

RiskaYulianaEkasari, dkk, *Pengaruh Citra Destinasi, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pengunjung Wisata Curug Lawe Benowo Kalisidi Kabupaten Semarang (Studi Pada Wisata Curug Lawe Benowo Kalisidi*

Kabupaten Semarang)(2023). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 12, No. 1, 2023 e-ISSN 2746-1297 <https://ejournal.3.undip.ac.id/index.php/jiab>

Sumiyati, S. *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan* Akutansi dan Keangan Lembaga Jakarta: PT Gramedia Widiasaran Indonesia, (2019).

Setijadi, G. Z. *Pengaruh E-Wom, Kualitas Layanan Terhadap Citra Destinasi Berdampak pada Minat Kunjung Wisatawan Ke The Picas Adventure Banjarnegara*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi* Vol. 17 No.2 Desember (2022) 293.

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab.Luwu Utara Tahun(2021). <https://portal.luwuutarakab.go.id/blog/page/potensi-pariwisata-kab-luwu-utara>

Suntoro. *Fundamental Manajemen Logistik : Fungsi-Fungsi Logistik dalam Implementasi dan operasi*(Jakarta: kencana 2020).

Sugiyono, *Metode Penelitian (Penelitian kuantitatif, Kuantitatif dan R Dan D)*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 139.

Sugiyono *Metode Penelitian Kauntitatif* (2019), 29

Sugiyono, *Teknik Pengumpulan Data Metode Kuantitatif Populasi dan Sampel* (2019), 29-30.

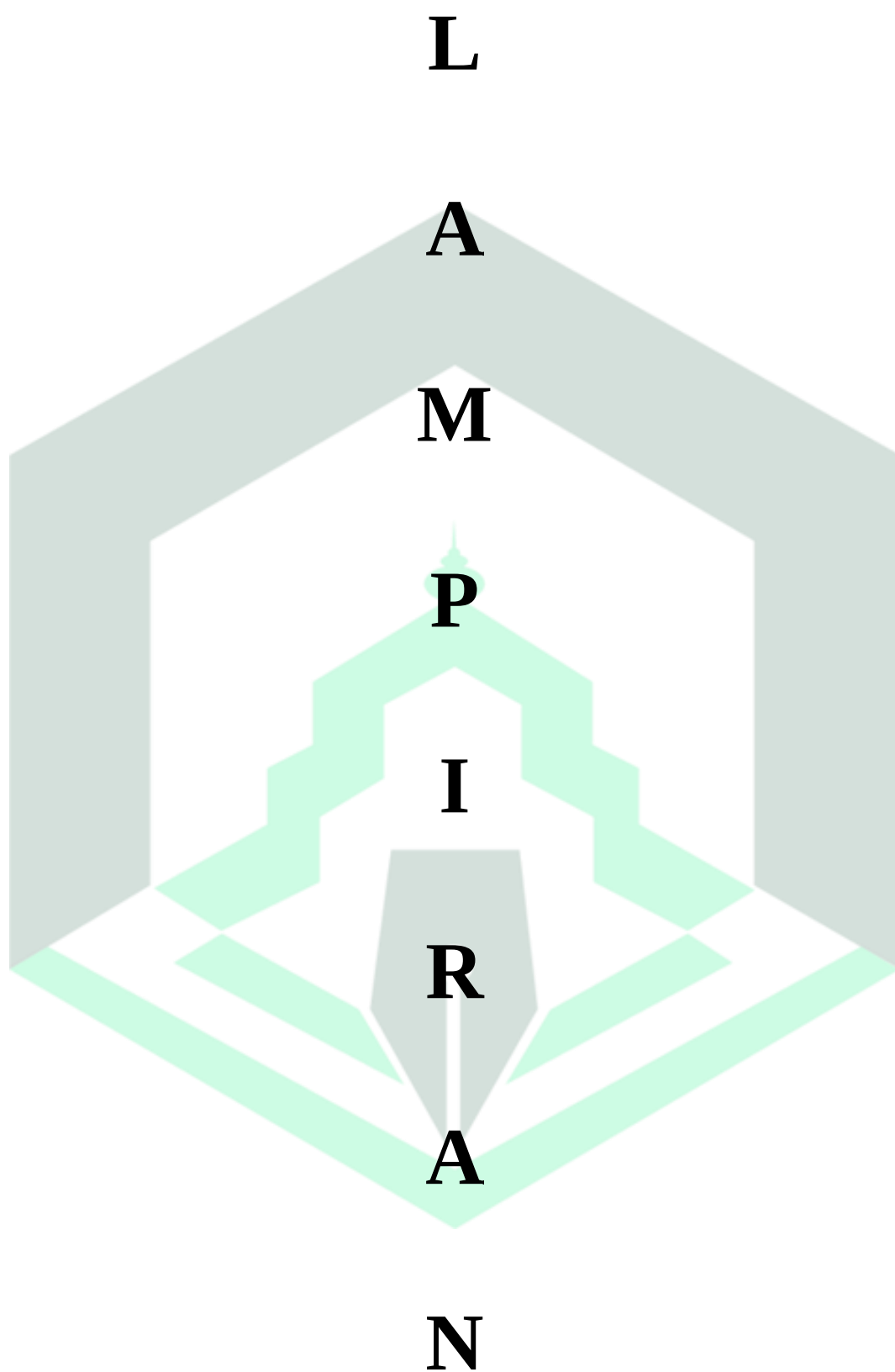
Sujarweni Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*(Yogyakarta: PT. Pustaka baru, 2015) 109-110.

Trisna Widjianto, *Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Wisata Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Objek Wisata Ketep Pass* (2019)<https://eprints.uny.ac.id/66247/>

Wahidmurni, *Pemaparan Metode Kuantitatif* 2007

Zauharoul Ma'nunah, Maheni Ika Sari, Pawestri Winahyu, *Pengaruh Citra Destinasi, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Dira Swimming Pool Ambulu* (2022). <https://unars.ac.id/ojs/index.php/growth-journal/article/view/1765>





Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

A. Petunjuk Pengisian

1. Baca dan cermati pertanyaan dalam kuesioner dengan teliti sebelum memilih jawaban
2. Jawablah pertanyaan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya dengan memberitanda centang (v) didalam kotak yang telah disediakan

Keterangan :

Sangat setuju (SS) : 4

Setuju (S) : 3

Tidak Setuju (TS) : 2

Sangat tidak setuju (STS) : 1

A. Identitas Responden

1. Nama responden :

2. Jenis kelamin Laki-laki

Perempuan

3. Umur : <17 tahun/

17-20 tahun

21-31 tahun

32-36 tahun

B. Item Pernyataan

1. Citra (X1)

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Akses menuju destinasi wisata alam bukit Tiro'soe ini mudah ditemukan.				
2	Saya merasa bahwa destinasi wisata alam bukit Tiro'soe ini menjaga keindahan alam dan ekosistem lokal dengan baik.				
3	Reputasi destinasi atau layanan wisata alam bukit Tiro'soe ini mempengaruhi keputusan saya untuk berkunjung.				

2. Promosi (X2)

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Promosi destinasi wisata ini membuat saya tertarik untuk lebih sering mengunjungi wisata alam bukit Tiro'soe.				
2	Promo pada wisata ini membuat saya lebih cenderung menghabiskan lebih banyak uang selama berkunjung di wisata alam bukit Tiro'soe.				
3	Saya merasa aman selama berkunjung ke destinasi wisata alam bukit Tiro'soe.				
4	Promo yang ditawarkan oleh pihak wisata Tiro'soe mempengaruhi saya untuk berkunjung.				
5	Jumlah interaksi (like, komen, ataupun share) pada postingan tentang kunjungan wisata mempengaruhi pandangan saya untuk mengunjungi wisata tersebut.				

3. Kualitas Pelayanan (X3)

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Setiap masalah dan keluhan yang saya sampaikan selama berwisata ditangani dengan cepat.				
2	Saya puas dengan tingkat responsifitas layanan saat berkunjung di wisata alam bukit Tiro'soe.				
3	Penyelenggara wisata memberikan jaminan kualitas terhadap fasilitas dan layanan yang disediakan.				
4	Fasilitas fisik di lokasi seperti bangunan dan infrastruktur terawat dengan baik dan sesuai dengan keinginan.				
5	Pemandu wisata alam bukit Tiro'soe bersedia mendengarkan dan memahami keluhan atau masalah yang disampaikan.				

4. Kepuasan (Y)

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya merasa terdorong dalam memberikan rating setelah mengunjungi destinasi wisata alam bukit iro'soe ini.				
2	Saya merasa bahwa ada cukup variasi dan aktivitas menarik yang membuat saya tertarik ingin berkunjung kembali ke wisata alam bukit Tiro'soe ini.				
3	Saya akan merekomendasikan destinasi wisata alam bukit Tiro'soe ini kepada teman dan keluarga.				
4	Waktu yang saya habiskan di destinasi wisata ini sangat cukup untuk menikmati semua aktivitas yang tersedia.				

Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Responden

Resp	X1.1	X1.2	X1.3	Citra
1	3	3	3	9
2	3	3	3	9
3	4	4	4	12
4	3	4	2	9
5	4	4	4	12
6	4	4	4	12
7	4	4	4	12
8	3	3	3	9
9	3	3	3	9
10	2	3	3	8
11	4	4	4	12
12	4	4	4	12
13	3	3	3	9
14	4	4	4	12
15	4	4	4	12
16	4	4	4	12
17	4	4	4	12
18	3	4	3	10
19	3	2	3	8
20	3	4	3	10
21	3	3	4	10
22	4	3	4	11
23	3	4	4	11
24	3	3	3	9
25	3	3	3	9
26	4	4	3	11
27	3	4	4	11
28	4	4	3	11
29	3	2	3	8
30	3	3	3	9

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Promosi
3	3	3	4	4	17
3	3	3	4	4	17
4	4	4	4	3	19
3	4	4	3	3	17
4	4	4	4	3	19
4	4	4	4	3	19
4	4	4	4	3	19
4	4	3	3	1	15

3	3	4	3	2	15
3	3	3	2	2	13
4	4	4	3	3	18
3	4	4	4	3	18
3	3	3	3	3	15
4	3	2	3	3	15
4	4	4	4	4	20
3	2	3	2	2	12
4	4	4	4	4	20
4	3	3	4	3	17
2	4	3	4	4	17
3	4	3	4	4	18
3	3	3	3	4	16
4	4	3	3	3	17
3	3	4	4	3	17
4	3	3	4	3	17
4	3	3	4	3	17
3	4	4	4	3	18
4	4	3	3	3	17
4	3	3	4	4	18
2	3	2	2	2	11
4	4	4	3	3	18



X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Kualitas Pelayanan
2	3	3	3	3	14
2	3	3	3	3	14
4	4	4	4	4	20
2	3	4	2	3	14
3	4	4	2	3	16
3	4	4	2	3	16
3	4	4	3	4	18
3	3	3	2	3	14
2	3	4	2	4	15
1	3	3	2	3	12
3	4	4	3	4	18
4	4	4	4	3	19
3	3	3	3	3	15
2	4	2	3	4	15
4	4	4	4	4	20
4	3	3	3	4	17
4	4	4	4	4	20
4	3	4	4	3	18
4	4	3	4	2	17
4	3	3	3	3	16
3	4	3	4	4	18
4	4	4	3	4	19
4	3	4	4	4	19
4	4	4	3	4	19
4	3	4	3	4	18
3	3	4	4	3	17
4	3	3	4	3	17
3	3	3	4	4	17
2	3	3	4	4	16
3	3	3	3	3	15

Y1	Y2	Y3	Y4	Kepuasan Wisatawan
3	4	3	3	13
3	4	3	3	13
4	4	4	4	16
4	3	3	3	13
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16
3	3	4	3	13
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
3	3	3	4	13
4	4	4	4	16
4	4	3	3	14
4	4	3	3	14
3	3	4	4	14
4	3	3	4	14
4	4	3	3	14
3	3	3	4	13
3	4	3	4	14
3	3	3	4	13
3	4	3	4	14
4	4	3	3	14
3	3	4	4	14
3	3	3	3	12
3	3	3	4	13

Lampiran 3 : Hasil Uji Analisis Data

2. Uji Validitas Citra (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	Citra
X1.1	Pearson Correlation	1	.583**	.625**	.875**
	Sig. (2-tailed)		0,001	0,000	0,000
	N	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.583**	1	.434*	.820**
	Sig. (2-tailed)	0,001		0,017	0,000
	N	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.625**	.434*	1	.812**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,017		0,000
	N	30	30	30	30
Citra	Pearson Correlation	.875**	.820**	.812**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3. Uji Validitas Promosi (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Promosi
X2.1	Pearson Correlation	1	0,287	0,256	0,279	0,005	.533**
	Sig. (2-tailed)		0,124	0,173	0,135	0,979	0,002
	N	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	0,287	1	.539**	0,354	0,163	.674**
	Sig. (2-tailed)	0,124		0,002	0,055	0,390	0,000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	0,256	.539**	1	.400*		0,096 .66**
	Sig. (2-tailed)	0,173	0,002		0,028		0,614 0,000
	N	30	30	30	30		30 30

X2.4	Pearson Correlation	0,279	0,354	.400*	1	.620**	.822**
	Sig. (2-tailed)	0,135	0,055	0,028		0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	0,005	0,163	0,096	.620**	1	.614**
	Sig. (2-tailed)	0,979	0,390	0,614	0,000		0,000
	N	30	30	30	30	30	30
Promosi	Pearson Correlation	.533**	.674**	.666**	.822**	.614**	1
	Sig. (2-tailed)	0,002	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

4. Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X3)

Correlations							Kualitas Pelayanan
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
X3.1	Pearson Correlation	1	0,300	.379*	.518**	0,115	.812**
	Sig. (2-tailed)		0,107	0,039	0,003	0,545	0,000
	N	30	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	0,300	1	0,299	0,126	0,232	.556**
	Sig. (2-tailed)	0,107		0,109	0,508	0,218	0,001
	N	30	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.379*	0,299	1	0,000	0,211	.561**
	Sig. (2-tailed)	0,039	0,109		1,000	0,263	0,001
	N	30	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	.518**	0,126	0,000	1	0,174	.657**
	Sig. (2-tailed)	0,003	0,508	1,000		0,357	0,000
	N	30	30	30	30	30	30
X3.5	Pearson Correlation	0,115	0,232	0,211	0,174	1	.497**
	Sig. (2-tailed)	0,545	0,218	0,263	0,357		0,005

	N	30	30	30	30	30	30
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.812**	.556**	.561**	.657**	.497**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,001	0,001	0,000	0,005	
	N	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

5. Uji Validitas Kepuasan Wisatawan (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Kepuasan Wisatawan
Y1	Pearson Correlation	1	.548**	0,312	0,086	.700**
	Sig. (2-tailed)		0,002	0,094	0,651	0,000
	N	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.548**	1	0,296	0,126	.710**
	Sig. (2-tailed)	0,002		0,113	0,508	0,000
	N	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	0,312	0,296	1	.526**	.760**
	Sig. (2-tailed)	0,094	0,113		0,003	0,000
	N	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	0,086	0,126	.526**	1	.621**
	Sig. (2-tailed)	0,651	0,508	0,003		0,000
	N	30	30	30	30	30
Kepuasan Wisatawan	Pearson Correlation	.700**	.710**	.760**	.621**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 4 : r Tabel

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Lampiran 5 : t Tabel

Tabel Titik Kritis Distribusi t

df	α	0.1	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0025	0.001
1	3.077684	6.313752	12.706205	31.820516	63.656741	127.321336	318.308839	
2	1.885618	2.919986	4.302653	6.964557	9.924843	14.089047	22.327125	
3	1.637744	2.353363	3.182446	4.540703	5.840909	7.453319	10.214532	
4	1.533206	2.131847	2.776445	3.746947	4.604095	5.597568	7.173182	
5	1.475884	2.015048	2.570582	3.364930	4.032143	4.773341	5.893430	
6	1.439756	1.943180	2.446912	3.142668	3.707428	4.316827	5.207626	
7	1.414924	1.894579	2.364624	2.997952	3.499483	4.029337	4.785290	
8	1.396815	1.859548	2.306004	2.896459	3.355387	3.832519	4.500791	
9	1.383029	1.833113	2.262157	2.821438	3.249836	3.689662	4.296806	
10	1.372184	1.812461	2.228139	2.763769	3.169273	3.581406	4.143700	
11	1.363430	1.795885	2.200985	2.718079	3.105807	3.496614	4.024701	
12	1.356217	1.782288	2.178813	2.680998	3.054540	3.428444	3.929633	
13	1.350171	1.770933	2.160369	2.650309	3.012276	3.372468	3.851982	
14	1.345030	1.761310	2.144787	2.624494	2.976843	3.325696	3.787390	
15	1.340606	1.753050	2.131450	2.602480	2.946713	3.286039	3.732834	
16	1.336757	1.745884	2.119905	2.583487	2.920782	3.251993	3.686155	
17	1.333379	1.739607	2.109816	2.566934	2.898231	3.222450	3.645767	
18	1.330391	1.734064	2.100922	2.552380	2.878440	3.196574	3.610485	
19	1.327728	1.729133	2.093024	2.539483	2.860935	3.173725	3.579400	
20	1.325341	1.724718	2.085963	2.527977	2.845340	3.153401	3.551808	
21	1.323188	1.720743	2.079614	2.517648	2.831360	3.135206	3.527154	
22	1.321237	1.717144	2.073873	2.508325	2.818756	3.118824	3.504992	
23	1.319460	1.713872	2.068658	2.499867	2.807336	3.103997	3.484964	
24	1.317836	1.710882	2.063899	2.492159	2.796940	3.090514	3.466777	
25	1.316345	1.708141	2.059539	2.485107	2.787436	3.078199	3.450189	
26	1.314972	1.705618	2.055529	2.478630	2.778715	3.066909	3.434997	
27	1.313703	1.703288	2.051831	2.472660	2.770683	3.056520	3.421034	
28	1.312527	1.701131	2.048407	2.467140	2.763262	3.046929	3.408155	
29	1.311434	1.699127	2.045222	2.462021	2.756386	3.038047	3.396240	
30	1.310415	1.697261	2.042272	2.457262	2.749996	3.029798	3.385185	
31	1.309464	1.695519	2.039513	2.452824	2.744042	3.022118	3.374899	
32	1.308573	1.693889	2.036933	2.448678	2.738481	3.014949	3.365306	
33	1.307737	1.692360	2.034515	2.444794	2.733277	3.008242	3.356337	
34	1.306952	1.690924	2.032245	2.441150	2.728394	3.001954	3.347934	
35	1.306212	1.689572	2.030108	2.437723	2.723806	2.996047	3.340045	
36	1.305514	1.688298	2.028094	2.434494	2.719485	2.990487	3.332624	
37	1.304854	1.687094	2.026192	2.431447	2.715409	2.985244	3.325631	
38	1.304230	1.685954	2.024394	2.428568	2.711558	2.980293	3.319130	
39	1.303639	1.684875	2.022691	2.425841	2.707913	2.975609	3.312788	
40	1.303077	1.683851	2.021075	2.423257	2.704459	2.971171	3.306878	
41	1.302543	1.682878	2.019541	2.420803	2.701181	2.966961	3.301273	
42	1.302035	1.681952	2.018082	2.418470	2.698066	2.962962	3.295951	
43	1.301552	1.681071	2.016692	2.416250	2.695102	2.959157	3.290890	
44	1.301090	1.680230	2.015368	2.414134	2.692278	2.955534	3.286072	
45	1.300649	1.679427	2.014103	2.412116	2.689585	2.952079	3.281480	
46	1.300228	1.678660	2.012896	2.410188	2.687013	2.948781	3.277098	
47	1.299825	1.677927	2.011741	2.408345	2.684556	2.945630	3.272912	
48	1.299439	1.677224	2.010635	2.406581	2.682204	2.942616	3.268910	
49	1.299069	1.676551	2.009575	2.404892	2.679952	2.939730	3.265079	
50	1.298714	1.675905	2.008559	2.403272	2.677793	2.936964	3.261409	
51	1.298373	1.675285	2.007584	2.401718	2.675722	2.934311	3.257890	
52	1.298045	1.674689	2.006647	2.400225	2.673734	2.931765	3.254512	
53	1.297730	1.674116	2.005746	2.398790	2.671823	2.929318	3.251268	
54	1.297426	1.673565	2.004879	2.397410	2.669985	2.926965	3.248149	
55	1.297134	1.673034	2.004045	2.396081	2.668216	2.924701	3.245149	
56	1.296853	1.672522	2.003241	2.394801	2.666512	2.922521	3.242261	
57	1.296581	1.672029	2.002465	2.393568	2.664870	2.920420	3.239478	
58	1.296319	1.671553	2.001717	2.392377	2.663287	2.918394	3.236795	
59	1.296066	1.671093	2.000995	2.391229	2.661759	2.916440	3.234207	
60	1.295821	1.670649	2.000298	2.390119	2.660283	2.914553	3.231709	
61	1.295585	1.670219	1.999624	2.389047	2.658857	2.912729	3.229296	
62	1.295356	1.669804	1.998972	2.388011	2.657479	2.910967	3.226964	
63	1.295134	1.669402	1.998341	2.387008	2.656145	2.909262	3.224709	
64	1.294920	1.669013	1.997730	2.386037	2.654854	2.907613	3.222527	
65	1.294712	1.668636	1.997138	2.385097	2.653604	2.906015	3.220414	
66	1.294511	1.668271	1.996564	2.384186	2.652394	2.904468	3.218368	
67	1.294315	1.667916	1.996008	2.383302	2.651220	2.902968	3.216386	
68	1.294126	1.667572	1.995469	2.382446	2.650081	2.901514	3.214463	
69	1.293942	1.667239	1.994945	2.381615	2.648977	2.900103	3.212599	
70	1.293763	1.666914	1.994437	2.380807	2.647905	2.898734	3.210789	
71	1.293589	1.666600	1.993943	2.380024	2.646863	2.897404	3.209032	
72	1.293421	1.666294	1.993464	2.379262	2.645852	2.896113	3.207326	
73	1.293256	1.665996	1.992997	2.378522	2.644869	2.894857	3.205668	
74	1.293097	1.665707	1.992543	2.377802	2.643913	2.893637	3.204056	
75	1.292941	1.665425	1.992102	2.377102	2.642983	2.892450	3.202489	
76	1.292790	1.665151	1.991673	2.376420	2.642078	2.891295	3.200964	
77	1.292642	1.664888	1.991254	2.375757	2.641198	2.890171	3.199480	

Lampiran 6 : F Tabel

F $\alpha = 0.05$

df1	1	2	3	4	5	6
df2						
1	161.447639	199.500000	215.707345	224.583241	230.161878	233.986000
2	18.512821	19.000000	19.164292	19.246794	19.296410	19.329534
3	10.127964	9.552094	9.276628	9.117182	9.013455	8.940645
4	7.708647	6.944272	6.591382	6.388233	6.256057	6.163132
5	6.607891	5.786135	5.409451	5.192168	5.050329	4.950288
6	5.987378	5.143253	4.757063	4.533677	4.387374	4.283866
7	5.591448	4.737414	4.346831	4.120312	3.971523	3.865969
8	5.317655	4.458970	4.066181	3.837853	3.687499	3.580580
9	5.117355	4.256495	3.862548	3.633089	3.481659	3.373754
10	4.964603	4.102821	3.708265	3.478050	3.325835	3.217175
11	4.844336	3.982298	3.587434	3.356690	3.203874	3.094613
12	4.747225	3.885294	3.490295	3.259167	3.105875	2.996120
13	4.667193	3.805565	3.410534	3.179117	3.025438	2.915269
14	4.600110	3.738892	3.343889	3.112250	2.958249	2.847726
15	4.543077	3.682320	3.287382	3.055568	2.901295	2.790465
16	4.493998	3.633723	3.238872	3.006917	2.852409	2.741311
17	4.451322	3.591531	3.196777	2.964708	2.809996	2.698660
18	4.413873	3.554557	3.159908	2.927744	2.772853	2.661305
19	4.380750	3.521893	3.127350	2.895107	2.740058	2.628318
20	4.351244	3.492828	3.098391	2.866081	2.710890	2.598978
21	4.324794	3.466800	3.072467	2.840100	2.684781	2.572712
22	4.300950	3.443357	3.049125	2.816708	2.661274	2.549061
23	4.279344	3.422132	3.027998	2.795539	2.639999	2.527655
24	4.259677	3.402826	3.008787	2.776289	2.620654	2.508189
25	4.241699	3.385190	2.991241	2.758710	2.602987	2.490410
26	4.225201	3.369016	2.975154	2.742594	2.586790	2.474109
27	4.210008	3.354131	2.960000	2.727765	2.571886	2.459108
28	4.195972	3.340386	2.946685	2.714076	2.558128	2.445259
29	4.182964	3.327654	2.934030	2.701399	2.545386	2.432434
30	4.170877	3.315830	2.922277	2.689628	2.533555	2.420523
31	4.159615	3.304817	2.911334	2.678667	2.522538	2.409432
32	4.149097	3.294537	2.901120	2.668437	2.512255	2.399080
33	4.139252	3.284918	2.891564	2.658867	2.502635	2.389394
34	4.130018	3.275898	2.882604	2.649894	2.493616	2.380313
35	4.121338	3.267424	2.874187	2.641465	2.485143	2.371781
36	4.113165	3.259446	2.866266	2.633532	2.477169	2.363751
37	4.105456	3.251924	2.858796	2.626052	2.469650	2.356179
38	4.098172	3.244818	2.851741	2.618988	2.462548	2.349027
39	4.091279	3.238096	2.845068	2.612306	2.455831	2.342262
40	4.084746	3.231727	2.838745	2.605975	2.449466	2.335852
41	4.078546	3.225684	2.832747	2.599969	2.443429	2.329771
42	4.072654	3.219942	2.827049	2.594263	2.437693	2.323994
43	4.067047	3.214480	2.821628	2.588836	2.432236	2.318498
44	4.061706	3.209278	2.816466	2.583667	2.427040	2.313264
45	4.056612	3.204317	2.811544	2.578739	2.422085	2.308273
46	4.051749	3.199582	2.806845	2.574035	2.417356	2.303509
47	4.047100	3.195056	2.802355	2.569540	2.412837	2.298956
48	4.042652	3.190727	2.798061	2.565241	2.408514	2.294601
49	4.038393	3.186582	2.793949	2.561124	2.404375	2.290432
50	4.034310	3.182610	2.790008	2.557179	2.400409	2.286436
51	4.030393	3.178799	2.786229	2.553395	2.396605	2.282603
52	4.026631	3.175141	2.782600	2.549763	2.392953	2.278923
53	4.023017	3.171626	2.779114	2.546273	2.389444	2.275388
54	4.019541	3.168246	2.775762	2.542918	2.386070	2.271989
55	4.016195	3.164993	2.772537	2.539689	2.382823	2.268717
56	4.012973	3.161861	2.769431	2.536579	2.379697	2.265567
57	4.009868	3.158843	2.766438	2.533583	2.376684	2.262532
58	4.006873	3.155932	2.763552	2.530694	2.373780	2.259605
59	4.003983	3.153123	2.760767	2.527907	2.370977	2.256780
60	4.001191	3.150411	2.758078	2.525215	2.368270	2.254053
61	3.998494	3.147791	2.755481	2.522615	2.365656	2.251418
62	3.995887	3.145258	2.752970	2.520101	2.363128	2.248871
63	3.993365	3.142809	2.750541	2.517670	2.360684	2.246408
64	3.990924	3.140438	2.748191	2.515318	2.358318	2.244024
65	3.988560	3.138142	2.745915	2.513040	2.356028	2.241716
66	3.986269	3.135918	2.743711	2.510833	2.353809	2.239480
67	3.984049	3.133762	2.741574	2.508695	2.351658	2.237312
68	3.981896	3.131672	2.739502	2.506621	2.349573	2.235210
69	3.979807	3.129644	2.737492	2.504609	2.347550	2.233171
70	3.977779	3.127676	2.735541	2.502656	2.345586	2.231192
71	3.975810	3.125764	2.733647	2.500760	2.343680	2.229271
72	3.973897	3.123907	2.731807	2.498919	2.341828	2.227404
73	3.972038	3.122103	2.730019	2.497129	2.340028	2.225590
74	3.970230	3.120349	2.728280	2.495388	2.338278	2.223826
75	3.968471	3.118642	2.726589	2.493696	2.336576	2.222110
76	3.966760	3.116982	2.724944	2.492049	2.334920	2.220441
77	3.965094	3.115366	2.723343	2.490447	2.333308	2.218817
78	3.963472	3.113792	2.721783	2.488886	2.331739	2.217235
79	3.961892	3.112260	2.720265	2.487366	2.330210	2.215694

Lampiran 7 : Permohonan Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Tokasirang, Kelurahan Balandi, Kecamatan Bara, Kota Palopo
Email: febi@iainpalopo.ac.id; Website: https://febi.iainpalopo.ac.id/

Nomor : B 483n.19/FEBI/HM.01/10/2024 Palopo, 18 Oktober 2024
Lampiran : 1 (satu) dokumen
Perihal : **Permohonan Surat Izin Penelitian**

Yth. Kepala DPMPSTP Kab. Luwu Utara
Di Masamba

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat disampaikan bahwa mahasiswa (i) kami, yaitu :

Nama	: Tiara Alia Ramadani
NIM	: 2004010234
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Semester	: IX (Sembilan)
Tahun Akademik	: 2024/2025

akan melaksanakan penelitian dalam rangka penulisan skripsi pada lokasi Wisata Alam Bukit Tiro'soe, Kecamatan Baebunta, Kab. Luwu Utara dengan judul: "**Pengaruh Citra, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan pada Objek Wisata Alam Bukit Tiro'soe di Kecamatan Baebunta Kabupaten Luwu Utara**". Oleh karena itu dimohon kiranya Bapak/Ibu berkenan menerbitkan Surat Izin Penelitian.

Demikian surat permohonan ini diajukan, atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.



Dekan,
Hj. Anika Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP 19820124 200901 2 006

Lampiran 8 : Surat Keterangan Penelitian



PEMERINTAH KABUPATEN LUWU UTARA
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
(DPMPTSP)

Jl. Simpursiang Nomor.27 Masamba, Telp : (0473) 21000 Fax : (0473) 21000 Kode Pos : 92966
Email : dpmptsp@luwuutarakab.go.id Website : http://dpmptsp.luwuutarakab.go.id

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 02840/01602/SKP/DPMPTSP/X/2024

Membaca : Permohonan Surat Keterangan Penelitian an. Tiara Alia Ramadani beserta lampirannya.
Menimbang : Rekomendasi Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Luwu Utara
Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2008 tentang Kementrian Negara;
2. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2007 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Pemerintah Daerah;
4. Peraturan Presiden Nomor 97 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;
5. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 3 tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
6. Peraturan Bupati Nomor 17 Tahun 2020 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Bupati Luwu Utara Nomor 11 Tahun 2018 tentang Pelimpahan Kewenangan Perizinan, Non Perizinan dan Penanaman Modal Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

MEMUTUSKAN

Menetapkan : Memberikan Surat Keterangan Penelitian Kepada :
Nama : Tiara Alia Ramadani
Nomor Telepon : 082292699523
Alamat : Dsn. Benteng Kel. Salassa Kec. Baebunta
Sekolah / Instansi : Institut Agama Islam Negeri Palopo
Judul Penelitian : Pengaruh Citra, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Alam Bukit Tirosoe di Kec. Baebunta Kab. Luwu Utara
Lokasi Penelitian : Kec. Baebunta Kab. Luwu Utara

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Surat Keterangan Penelitian ini mulai berlaku pada tanggal 2024-09-27 s/d 2024-09-30.
2. Mematuhi semua peraturan Perundang-Undangan yang berlaku.
3. Surat Keterangan Penelitian ini dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila pemegang surat ini tidak mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surat Keterangan Penelitian ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya dan batal dengan sendirinya jika bertentangan dengan tujuan dan/atau ketentuan berlaku.

Diterbitkan di : Masamba
Pada Tanggal : 28 Oktober 2024

An. BUPATI LUWU UTARA
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU



Ditanda tangan secara elektronik oleh:
Kepala Dinas Penanaman Modal Dan
Pelayanan Terpadu Satu Pintu Luwu Utara
Ir. Alauddin Sukri, M.Si
28/10/2024 10:27:44

Ir. Alauddin Sukri, M.Si
NIP : 196512311997031060



Disampaikan kepada :

1. Lembar Pertama yang bersangkutan yang diterbitkan oleh Badan Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siper dan Sarnet Negara (BSN)
2. Lembar Kedua Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;

Lampiran 9 : Dokumentasi







Lampiran 10 : Daftar Riwayat Hidup



Tiara Alia Ramadani, lahir di Lamasi pada tanggal 30 Januari 2002, Penulis merupakan anak ketiga dari 3 bersaudara, dari pasangan seorang ayah bernama Halip Daud dan ibu Nasmia dan memiliki 3 saudara lainnya dari pasangan seorang ayah bernama Suriansa dan Ibu Nasmia.

Saat ini penulis bertempat tinggal di Dusun Benteng Kelurahan/Desa Salassa, Kec. Baebunta, Kab. Luwu Utara. Pendidikan dasar penulis di selesaikan pada tahun 2014 di SDN 587 Mataluntun. Kemudian di tahun yang sama menempuh aktif pendidikan di SMPN Negeri 1 Baebunta hingga tahun 2017. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan Pendidikan di SMA Negeri 1 Karossa. Setelah lulus pada tahun 2020, penulis melanjutkan Pendidikan di salah satu perguruan tinggi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, dan memilih Program Studi Ekonomi Syariah Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.