

**PENGARUH ATRIBUT DESTINASI WISATA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG TERAS
SAMARINDA**

Muhammad Reyza Pazry
Program Studi Administrasi Bisnis
Universitas Mulawarman
reyzapazry321321@gmail.com

Ahmad Firman Hakim
Universitas Mulawarman
ahmadfirmanhakim@fisip.unmul.ac.id

ABSTRAK

Tujuan diselenggarakannya penelitian ini guna mengidentifikasi serta menganalisis pengaruh parsial maupun simultan dari atribut destinasi pariwisata dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengunjung di Teras Samarinda. Data didapatkan dari kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Perolehan data dianalisis memanfaatkan perangkat lunak SPSS versi 25 melalui uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien korelasi (R), koefisien determinasi (R²), serta uji-t dan uji-F. Hasil dari uji-t memperlihatkan bahwasanya baik variabel atribut destinasi wisata maupun kualitas layanan terbukti memengaruhi kepuasan pengunjung secara positif serta signifikan. Bukan hanya itu, hasil uji F juga memperlihatkan bahwasanya kedua variabel ini terbukti bersama-sama memengaruhi kepuasan pengunjung di Teras Samarinda secara positif serta signifikan. Oleh karena itu, upaya terpadu untuk meningkatkan kualitas fasilitas, daya tarik destinasi, dan kualitas layanan merupakan aspek krusial dalam mengoptimalkan tingkat kenyamanan dan kepuasan wisatawan di kawasan tersebut.

Kata Kunci: *Atribut Destinasi Wisata; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pengunjung.*

A. PENDAHULUAN

Selama beberapa dekade terakhir, sektor pariwisata telah mengalami pertumbuhan pesat, berubah dari sekadar kegiatan eksklusif menjadi industri berskala besar yang memberikan kontribusi signifikan bagi perekonomian Indonesia. Sebagai bagian yang selalu berikatan dengan gaya hidup serta kebutuhan masyarakat, pariwisata mendorong jutaan orang untuk mengunjungi berbagai destinasi yang menawarkan keindahan alam dan kekayaan budaya di seluruh Indonesia (Syaiful, 2022). Selain itu, sektor pariwisata telah berkembang menjadi sektor strategis yang memainkan peran kunci dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Di tahun 2024, industri pariwisata berkontribusi dalam menyumbang hingga 4%, Produk Domestik Bruto (PDB), di mana meningkat dari kontribusi sebesar 3,9% yang tercatat pada tahun 2023 (Kemenko perekonomian, 2025). Sejalan dengan perkembangan ini, preferensi wisatawan juga telah bergeser

ke destinasi yang menonjolkan karakteristik lokal. Pergeseran tren pariwisata ini menuju pengembangan destinasi berdasarkan potensi lokal dan pelestarian budaya telah membentuk paradigma baru dalam industri pariwisata (Pravita, 2024). Pariwisata dengan basis masyarakat ini memberi masyarakat kesempatan untuk dapat terlibat aktif dalam pengembangan destinasi yang mencerminkan identitas daerah dan keunikan budaya lokal. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Hartaman dkk (2021) menunjukkan bahwa strategi untuk mempromosikan warisan budaya lokal melalui perencanaan dan penyajian yang sistematis dapat menarik wisatawan yang tertarik pada keragaman budaya suatu daerah.

Di tengah pertumbuhan pesat sektor pariwisata, kepuasan wisatawan yang dipengaruhi oleh atribut destinasi memainkan peran krusial dalam menentukan kesuksesan sebuah destinasi wisata. Bukan hanya itu, kepuasan pengunjung selama perjalanan juga dipengaruhi oleh kualitas layanan. Menurut data tahun 2024 dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Samarinda, total keseluruhan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kota Samarinda mencapai 22.362, sedangkan jumlah wisatawan domestik tercatat sebanyak 3,42 juta kunjungan. Angka-angka ini menunjukkan bahwa Kota Samarinda menyimpan potensi untuk dapat berkembang secara pesat sebagai destinasi wisata. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan juga telah meningkatkan ekspektasi terkait kualitas pengalaman wisata yang ditawarkan. Pemilihan Teras Samarinda sebagai objek penelitian didasarkan pada transformasi perkotaan yang sedang berlangsung, yang berfokus pada pengembangan ruang publik berdasarkan konsep “kota tepi air”. Dari sudut pandang praktis, wisata perkotaan menawarkan kemudahan akses dan efisiensi waktu perjalanan, sehingga menjadi alternatif yang tepat bagi penduduk perkotaan yang memiliki waktu terbatas namun tetap membutuhkan kesempatan rekreasi di tengah aktivitas sehari-hari mereka. Jumlah pengunjung ke objek wisata ini diperkirakan mencapai sekitar 1.000 orang per hari (Lydia Apriliani, 2025).

Pemerintah Kota Samarinda telah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan daya tarik Teras Samarinda sebagai destinasi wisata perkotaan, termasuk revitalisasi kawasan tepi Sungai Mahakam, penyediaan ruang publik, pembangunan fasilitas pendukung, serta pengembangan kawasan untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun, berdasarkan pengamatan awal peneliti, beberapa aspek atribut destinasi wisata tersebut belum sepenuhnya memenuhi harapan pengunjung. Keluhan mengenai kebersihan toilet menunjukkan bahwa fasilitas pendukung yang tersedia masih memerlukan perbaikan dalam hal pengelolaan dan pemeliharaan. Selain itu, lokasi area parkir yang dianggap relatif jauh dari kawasan Teras Samarinda berpotensi mengurangi kenyamanan pengunjung dalam mengakses destinasi wisata ini.

Dalam menjelaskan proses terbentuknya kepuasan pengunjung, Richard A. Oliver mengemukakan Teori Ketidaksesuaian Ekspektasi (Expectation Disconfirmation Theory/EDT) pada tahun 1980. Teori ini menjelaskan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pengunjung ditentukan oleh perbandingan antara ekspektasi awal sebelum menerima layanan dan pengalaman aktual yang dirasakan setelah menerima layanan tersebut (Malinjasari., 2021). Dalam penelitian ini, Teori Ekspektasi-Diskonfirmasi (EDT) digunakan sebagai kerangka teoritis utama untuk menjelaskan pembentukan kepuasan pengunjung di Teras Samarinda. Penelitian ini

mengadopsi konsep atribut destinasi berdasarkan sumber teoritis utamanya, sedangkan indikator yang diukur secara langsung dalam penelitian ini meliputi objek wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, dan aksesibilitas. Dengan demikian, studi ini dilakukan guna menganalisis hubungan serta menguji pengaruh atribut destinasi wisata dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengunjung di Teras Samarinda.

B. TINJAUAN LITERATUR

Pariwisata

Istilah “pariwisata” berasal dari kata “wisata,” yang merujuk pada perjalanan dan berbagai kegiatan terkait. Pariwisata memiliki dampak sosial, ekonomi, dan budaya sebagai hasil dari kegiatan-kegiatan tersebut. Mengacu pada Undang-Undang (UU) Republik Indonesia (RI) Nomor 10 Tahun 2009, pariwisata adalah sektor strategis pendukung keberlanjutan kegiatan pariwisata lewat kolaborasi antara pelaku usaha, pemerintah daerah, serta pemerintah pusat. Selain berkontribusi terhadap perekonomian, sektor ini juga mencakup pengelolaan sumber daya alam, pelestarian keanekaragaman hayati, serta perlindungan nilai-nilai sejarah dan budaya. Oleh karena itu, alokasi sumber daya dan investasi dalam pengembangan pariwisata sangat penting untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan prinsip-prinsip Pancasila dan UUD NRI Tahun 1945.

Expectation Disconfirmation Theory (EDT)

Expectation Disconfirmation Theory (EDT) diperkenalkan oleh Richard A. Oliver pada tahun 1980. Teori ini merupakan pendekatan yang umum digunakan untuk menjelaskan terbentuknya kepuasan pelanggan atau pengunjung setelah menggunakan suatu produk atau layanan. Menurut teori ini, kepuasan atau ketidakpuasan pengunjung ditentukan oleh perbandingan antara ekspektasi awal dan pengalaman aktual yang dirasakan setelah menerima layanan (Malinjasari Ali., 2021).

Teori *Expectation Disconfirmation Theory (EDT)* digunakan sebagai kerangka teoritis untuk menjelaskan kepuasan pengunjung di Teras Samarinda. Sebelum berkunjung, pengunjung membentuk ekspektasi melalui media sosial, promosi digital, dan sumber informasi lainnya. Atribut destinasi seperti kelengkapan fasilitas, kebersihan, daya tarik visual, dan kualitas layanan (termasuk keramahan staf, keamanan, dan kemudahan akses) merupakan dimensi kinerja yang dirasakan yang dievaluasi selama kunjungan. Menurut kerangka kerja EDT, tingkat kepuasan yang tinggi akan tercipta jika kinerja destinasi dan kualitas layanan berhasil memenuhi bahkan melampaui harapan awal pengunjung.

Atribut Destinasi Wisata

Atribut destinasi pariwisata memainkan peran penting dalam membentuk kepuasan pengunjung dan niat untuk kembali. Secara umum, atribut-atribut ini meliputi objek wisata, fasilitas dan sarana, serta aksesibilitas, yang semuanya memengaruhi keputusan pengunjung untuk berkunjung dan tingkat kepuasan mereka.

Selain itu, kualitas atribut destinasi turut membentuk pengalaman wisatawan. Atribut destinasi bukan hanya meliputi fasilitas fisik, namun juga citra serta reputasi

destinasi, yang dapat meningkatkan kepuasan dan mendorong kunjungan ulang jika sesuai dengan harapan pengunjung (Arifin., 2023).

Kepuasan pengunjung merupakan hasil dari kualitas atribut destinasi dan berfungsi sebagai indikator utama niat untuk berkunjung kembali. Pengalaman positif, yang didukung oleh strategi pemasaran yang tepat, dapat meningkatkan daya tarik destinasi dan mendorong wisatawan untuk kembali (Warapsari & Rusfian, 2021).

Secara keseluruhan, pengelolaan atribut destinasi yang optimal termasuk atraksi, fasilitas, dan aksesibilitas dapat meningkatkan kepuasan serta niat pengunjung untuk datang kembali. Dengan demikian, pengembangan atribut destinasi harus dilakukan secara berkelanjutan untuk mendukung daya saing dan pertumbuhan sektor pariwisata.

Kualitas Pelayanan

Teori kualitas layanan dalam pariwisata menjelaskan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh suatu destinasi wisata memengaruhi kepuasan dan loyalitas wisatawan. Menyediakan layanan yang andal dan responsif dapat meningkatkan pengalaman pengunjung, mendorong kunjungan berulang, serta memperkuat citra destinasi tersebut.

Menurut Wilson (2016), kualitas layanan merupakan bentuk penilaian yang mencerminkan persepsi dan evaluasi subjektif pengunjung terhadap berbagai dimensi layanan yang mereka terima. Bukan hanya melihat dari hasil akhir layanan, namun penilaian ini didasarkan pada proses penyampaian layanan itu sendiri (Alan Wilson, 2016).

Kepuasan Pengunjung

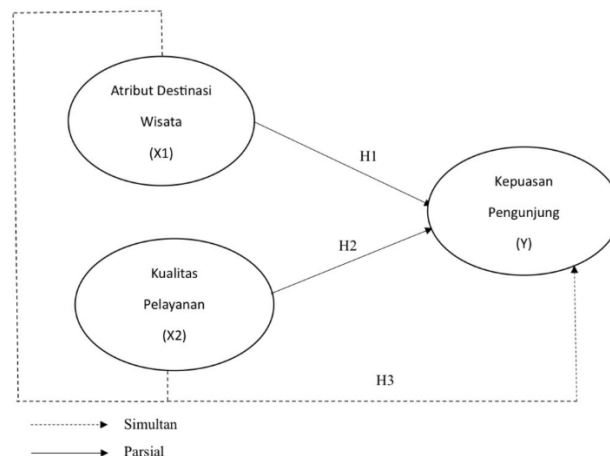
Kepuasan pengunjung adalah perasaan yang muncul setelah mengunjungi suatu destinasi wisata sebagai hasil dari penilaian terhadap pengalaman secara keseluruhan selama kunjungan tersebut. Dalam konteks pariwisata, kepuasan dipengaruhi oleh berbagai faktor, terutama kualitas pengalaman. Pengalaman yang komprehensif dan berkualitas tinggi cenderung meningkatkan kepuasan pengunjung serta mendorong keinginan untuk Kembali (Juliana et al., 2023).

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Maikel dkk. (2022) mengkaji pengaruh atribut destinasi wisata pada kepuasan pengunjung dengan memanfaatkan analisis regresi linier berganda. Temuan memperlihatkan bahwasanya atribut destinasi wisata terbukti memengaruhi kepuasan pengunjung secara positif serta signifikan. Penggunaan atribut destinasi wisata (X) dan kepuasan pengunjung (Y) sebagai variabel yang diteliti menjadi kesamaan antara studi ini dengan studi oleh Maikel dkk. (2022), sedangkan perbedaannya terlihat dari lokasi serta subjek yang diselidiki.

Dalam studi yang diselenggarakan oleh Ramadhani (2021), metode Structural Equation Modeling-AMOS (SEM-AMOS) diterapkan guna mengujikan pengaruh atribut destinasi terhadap kepuasan pengunjung. Temuan memperlihatkan terdapat pengaruh yang positif serta signifikan. Adapun pembeda studi ini dengan studi yang diselenggarakan oleh Ramadhani (2021), terdapat pada metode analisis, lokasi dan subjek penelitian, serta peran variabel kepuasan pengunjung yang bertindak sebagai variabel mediasi.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, sebagian besar studi mengenai atribut destinasi wisata dan kepuasan pengunjung telah dilakukan di berbagai destinasi wisata dengan karakteristik lokasi dan daya tarik yang berbeda-beda. Namun, masih sangat minim penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh atribut destinasi wisata kepada kepuasan pengunjung di ruang wisata umum di Samarinda, khususnya Teras Samarinda. Dengan demikian, tujuan dari studi ini guna mengisi celah *gap* yang ada dengan cara menganalisis pengaruh atribut destinasi wisata kepada kepuasan pengunjung di Teras Samarinda.



Gambar 1. Model Hipotesis

- H1 : Diduga atribut destinasi wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Teras Samarinda
- H2 : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Teras Samarinda
- H3 : Diduga atribut destinasi wisata dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Teras Samarinda

C. METODE PENELITIAN

Hubungan antara seluruh variabel pada studi ini dianalisis melalui pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini dipilih guna menguji besarnya pengaruh atribut destinasi wisata serta kualitas layanan terhadap tingkat kepuasan pengunjung di Teras Samarinda. Menurut Sulianta (2024), penelitian kuantitatif merupakan metode yang berorientasi pada pengumpulan serta pengolahan data berbentuk angka secara sistematis dengan memanfaatkan teknik statistik sebagai dasar pengujian hipotesis maupun penyelesaian permasalahan penelitian.

Populasi adalah total seluruh individu atau objek yang mempunyai karakteristik atau ciri khas sesuai dengan tujuan penelitian. Rasyid (2022) menjelaskan bahwa populasi terdiri dari sekelompok individu, peristiwa, maupun objek yang mempunyai suatu karakteristik yang relevan dengan fokus penelitian. Populasi dalam studi ini ialah seluruh pengunjung Teras Samarinda. Namun demikian, jumlah pasti pengunjung tidak dapat ditentukan karena Teras Samarinda

adalah ruang publik yang dapat diakses bebas oleh masyarakat tanpa mekanisme pendaftaran maupun pungutan biaya masuk.

Jumlah responden dalam studi ini ditetapkan berdasarkan kondisi populasi yang tidak pasti. Dengan demikian, ukuran sampel dihitung dengan memanfaatkan tingkat kepercayaan 95% ($Z = 1,96$), tingkat ketelitian 5%, tingkat kesalahan 10% (0,1), serta penerimaan dan penolakan masing-masing sebesar 50% (0,5). Merujuk dari hasil berhitung memanfaatkan rumus Bernoulli, jumlah minimum sampel yang diperlukan adalah 96 responden. Untuk mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahan dalam mengisi kuesioner, ukuran sampel dibulatkan ke atas menjadi 100 responden.

Data primer selanjutnya dihimpun dari 100 pengunjung Teras Samarinda yang diambil lewat teknik *purposive sampling*. Proses penghimpunan data dilakukan dengan membagikan kuesioner, baik secara langsung maupun secara daring menggunakan *Google Forms*. Instrumen penelitian disusun dengan memanfaatkan skala Likert sebagai alat guna mengukur pendapat, sikap, serta persepsi responden terhadap variabel yang diteliti (Sugiyono, 2023). Variabel penelitian kemudian dirumuskan dalam bentuk pernyataan kuesioner yang diberi skor berdasarkan tingkat kesepakatan responden pada skala 1-5.

Hubungan antara atribut destinasi wisata dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Teras Samarinda dianalisis melalui analisis regresi linier berganda dengan berbantuan *software* IBM SPSS versi 25. Sebelum menyelenggarakan uji hipotesis, kualitas instrumen terlebih dahulu dievaluasi melalui uji validitas memanfaatkan *Pearson Correlation* dengan ketentuan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, serta memanfaatkan nilai *Cronbach's Alpha* yang didapat dari hasil pengujian reliabilitas dengan nilai $> 0,60$. Tahap berikutnya melibatkan uji asumsi klasik, yang mencakup pengujian normalitas memanfaatkan prosedur *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan nilai sig. $> 0,05$, uji multikolinearitas melalui nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 , serta uji heteroskedastisitas dengan memanfaatkan grafik scatterplot guna menilai kestabilan varians residual. Kebaikan model (*goodness of fit*) dievaluasi melalui nilai koefisien korelasi (R) untuk mengukur kekuatan hubungan serta koefisien determinasi (R^2) guna mengukur proporsi variasi variabel dependen yang mampu diterangkan oleh variabel independennya. Selanjutnya, diselenggarakan pengujian hipotesis dengan memanfaatkan uji t serta uji F pada taraf signifikansi 5%. Hipotesis secara parsial dinyatakan diterima apabila nilai $t_{hitung} > 1,6605$ dan nilai signifikansi $p < 0,05$, sedangkan secara simultan dinyatakan diterima jika nilai $f_{hitung} > 3,09$ dan nilai signifikansi $p < 0,05$. Rangkaian analisis tersebut diselenggarakan guna mengevaluasi pengaruh parsial maupun simultan dari variabel atribut destinasi wisata serta kualitas pelayanan pada kepuasan pengunjung Teras Samarinda.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Teras Samarinda ialah kawasan ruang terbuka publik modern yang diresmikan pada 9 September 2024 dan membentang sepanjang 400 meter di tepi Sungai Mahakam, di Jalan Gajah Mada, Kota Samarinda, Kalimantan Timur.

Lokasi yang dekat dengan pusat kota membuat kawasan ini mudah dijangkau oleh masyarakat. Dibangun sebagai bagian dari program penataan kota oleh Pemerintah Kota Samarinda, Teras Samarinda menjadi ikon baru yang menghadirkan ruang publik dengan konsep modern, estetis, dan ramah lingkungan melalui perpaduan desain minimalis serta penghijauan yang mendukung keindahan kawasan Sungai Mahakam.

Sebagai ruang interaksi sosial, Teras Samarinda menyediakan berbagai fasilitas umum yang dapat dimanfaatkan oleh semua kalangan, termasuk penyandang disabilitas. Daya tarik utama kawasan ini terletak pada area amfiteater terbuka yang berfungsi sebagai ruang pertunjukan seni, kegiatan komunitas, dan tempat rekreasi masyarakat. Selain itu, jalur pejalan kaki yang luas, nyaman, serta dilengkapi pencahayaan taman menjadikan kawasan ini sebagai lokasi favorit untuk bersantai dan menikmati pemandangan sungai.

Selain berfungsi sebagai ruang rekreasi, Teras Samarinda juga mendukung pengembangan ekonomi kreatif dengan menyediakan area bagi UMKM kuliner dan kerajinan lokal. Penerapan sistem pembayaran non-tunai, fasilitas parkir cerdas, serta pengelolaan sanitasi yang efektif semakin meningkatkan kenyamanan pengunjung. Dengan berbagai keunggulan tersebut, Teras Samarinda tidak hanya menjadi ruang publik yang membanggakan bagi masyarakat, tetapi juga telah berkembang menjadi objek wisata dan simbol modernisasi Samarinda.

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Indikator	rhitung	rtabel	Keterangan
Atribut Destinasi Wisata (X1)	X1.1	0.509	0.196	Valid
	X1.2	0.531	0.196	Valid
	X1.3	0.518	0.196	Valid
	X1.4	0.537	0.196	Valid
	X1.5	0.557	0.196	Valid
	X1.6	0.554	0.196	Valid
	X1.7	0.618	0.196	Valid
	X1.8	0.639	0.196	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0.339	0.196	Valid
	X2.2	0.511	0.196	Valid
	X2.3	0.667	0.196	Valid
	X2.4	0.674	0.196	Valid
	X2.5	0.671	0.196	Valid
	X2.6	0.678	0.196	Valid
	X2.7	0.695	0.196	Valid
	X2.8	0.570	0.196	Valid
	X2.9	0.557	0.196	Valid
	Y1.1	0.574	0.196	Valid
	Y1.2	0.628	0.196	Valid
	Y1.3	0.456	0.196	Valid
	Y1.4	0.614	0.196	Valid

Kepuasan Pengunjung (Y)	Y1.5	0.629	0.196	Valid
	Y1.6	0.609	0.196	Valid
	Y1.7	0.683	0.196	Valid
	Y1.8	0.663	0.196	Valid

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2026

Merujuk dari hasil uji validitas pada tabel 1, diperoleh simpulan bahwasanya semua indikator variabel atribut destinasi wisata, kualitas pelayanan, kepuasan pengunjung memiliki rhitung > rtabel. Sehingga, validitas dimiliki oleh semua item kuesioner dan kuesioner dapat dipakai pada tahap uji berikutnya.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach alpha	N of item	Keterangan
1	Atribut Destinasi Wisata (X1)	0.679	8	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan (X2)	0.770	9	Reliabel
3	Kepuasan Pengunjung (Y)	0.757	8	Reliabel

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2026

Konsistensi instrumen penelitian dapat dievaluasi menggunakan uji reliabilitas. Hasil pengujian memperlihatkan bahwasanya ketiga variabel yang diukur melalui sejumlah butir pernyataan memperoleh nilai koefisien melebihi angka 0,60. Perolehan tersebut mengindikasikan bahwa seluruh kuesioner memiliki tingkat reliabilitas yang memadai sehingga layak digunakan.

Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

Sampel	Nilai Kolmogorov Smirnov	Signifikasi	Keterangan
100	0.047	0.200	Normal

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2026

Mengacu dari hasil analisis data pada tabel 3, diperoleh angka 0,200 sebagai nilai signifikansinya. Data studi juga dinilai telah lolos asumsi distribusi normal karena angka 0,200 lebih besar dari angka 0,05.

Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

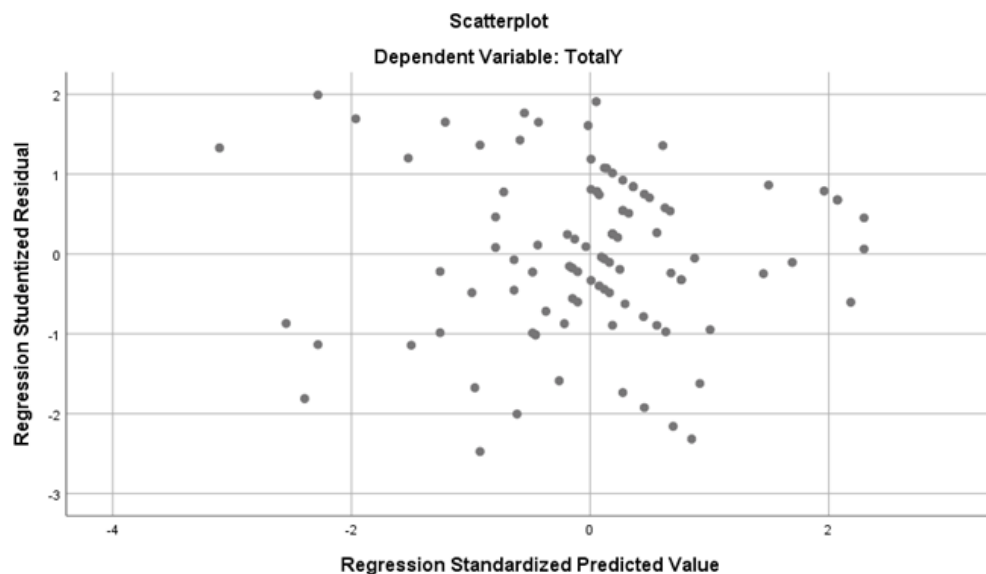
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.995	2.481		3.625	.000		
	TotalX1	.291	.079	.309	3.666	.000	.730	1.369
	TotalX2	.404	.069	.494	5.871	.000	.730	1.369

a. Dependent Variable: TotalY

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2026

Mengacu dari hasil uji multikolinearitas di atas, variabel X1 serta X2 mempunyai nilai Tolerance yang melebihi 0,10 serta nilai VIF kurang dari 10. Temuan tersebut mengonfirmasi bahwasanya hubungan linear yang kuat antarvariabel independen tidak ditemukan, sehingga tidak ada gejala multikolinearitas yang muncul di antara variabel-variabel independen.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2 Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2026

Gambar 2 memperlihatkan terdapatnya penyebaran titik residual yang berlangsung acak di sekeliling area pengamatan tanpa membentuk suatu pola spesifik. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwasanya gejala heteroskedastisitas tidak dialami oleh model penelitian.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 5. Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.995	2.481		3.625	.000
	Atribut destinasi wisata	.291	.079	.309	3.666	.000
	Kualitas pelayanan	.404	.069	.494	5.871	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan pengunjung

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2026

1. Nilai konstan sebesar 8,995 memperlihatkan apabila nilai nol dimiliki oleh variabel Atribut Destinasi Wisata (X1) dan Kualitas Layanan (X2), maka tingkat kepuasan pengunjung Teras Samarinda diperkirakan sebesar 8,995.

2. Koefisien untuk variabel Atribut Destinasi Wisata (X1) memiliki nilai positif sebesar 0,291. Hal tersebut memperlihatkan bahwasanya apabila terjadi peningkatan atribut destinasi wisata sejumlah satu satuan, maka kepuasan pengunjung di Teras Samarinda akan meningkat sejumlah 0,291, dengan anggapan semua variabel yang lain konstan.
3. Koefisien dari variabel Kualitas Layanan (X2) bernilai 0,404. Hal tersebut memperlihatkan bahwa apabila terjadi peningkatan pada variabel kualitas layanan sejumlah satu satuan, maka kepuasan pengunjung di Teras Samarinda juga akan meningkat sejumlah 0,404, dengan anggapan semua variabel lainnya konstan.

Uji Koefisien Korelasi (R)

Tabel 6. Uji Koefisien Korelasi (R) & Koefisien determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.706 ^a	.498	.488	2.646

a. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan, Atribut destinasi wisata

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2026

Merujuk pada Tabel 6, didapat angka 0,706 sebagai nilai koefisien korelasi (R). Nilai ini menandakan terdapatnya hubungan yang simultan antara variabel independen Atribut Destinasi Wisata (X1) serta Kualitas Layanan (X2) dengan variabel dependen Kepuasan Pengunjung (Y). Koefisien korelasi ini termasuk dalam kategori kuat dan bersifat positif. Dengan demikian, dapat ditarik simpulan bahwasanya Atribut Destinasi Wisata dan Kualitas Layanan mempunyai hubungan yang kuat dan positif dengan Kepuasan Pengunjung di Teras Samarinda.

Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan Tabel 6, diperoleh angka 0,498 sebagai nilai koefisien determinasi (R²). Nilai tersebut menunjukkan bahwasanya variabel independen dalam studi ini mampu secara bersamaan menjelaskan 49,8% variasi yang dimiliki oleh variabel dependennya. Adapun sisanya yang berjumlah 50,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor selain yang dibahas pada studi ini.

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

**Tabel 7. Uji t
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.586	2.563		6.081	.000
	Atribut destinasi wisata	.533	.079	.565	6.785	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan pengunjung

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.740	2.247		6.114	.000
	Kualitas pelayanan	.535	.062	.655	8.571	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan pengunjung

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2026

1. Mengacu pada Tabel 7 mengenai hasil uji t parsial, nilai signifikansi untuk variabel Atribut Destinasi Pariwisata ialah $0,000 < 0,05$, dengan nilai t hitung $6,785 > 1,6605$. Dengan demikian, dapat ditarik simpulan bahwasanya H_a memperoleh penerimaan sementara H_0 memperoleh penolakan. Hal tersebut memperlihatkan bahwasanya variabel Atribut Destinasi Pariwisata berpengaruh positif serta signifikan kepada kepuasan pengunjung di Teras Samarinda.
2. Berdasarkan Tabel 7 mengenai hasil uji t parsial, diperoleh nilai sig. $0,000 < 0,05$ serta nilai t sejumlah $8,571 > 1,6605$ untuk variabel Kualitas Layanan. Dengan demikian, dapat ditarik simpulan bahwasanya H_a memperoleh penerimaan sementara H_0 memperoleh penolakan. Hal tersebut memperlihatkan bahwasanya variabel Kualitas Layanan berpengaruh positif serta signifikan kepada Kepuasan Pengunjung di Teras Samarinda.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 8. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	673.631	2	336.815	48.108	.000 ^b
	Residual	679.119	97	7.001		
	Total	1352.750	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan pengunjung

b. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan, Atribut destinasi wisata

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2026

Merujuk pada Tabel 8 mengenai hasil uji-F, didapatkan nilai sig. $0,000 < 0,05$ serta nilai F sejumlah $48,108 > 3,09$. Dengan demikian, dapat ditarik simpulan bahwasanya H_0 mendapat penolakan sedangkan H_1 mendapat penerimaan. Hal ini memperlihatkan bahwasanya variabel “Atribut Destinasi Wisata” serta “Kualitas Layanan” terbukti memengaruhi kepuasan pengunjung di Teras Samarinda secara simultan dengan arah hubungan yang positif dan signifikan.

E. KESIMPULAN

1. Atribut destinasi wisata dan kualitas layanan terbukti memengaruhi kepuasan pengunjung di Teras Samarinda secara positif serta signifikan. Hal tersebut dikarenakan hasil uji-F memperlihatkan nilai $\text{sig. } 0,000 < 0,05$ serta nilai F yang dihitung $>$ nilai F tabel. Dengan demikian, semakin baik atribut destinasi wisata dan kualitas layanannya, semakin tinggi pula kepuasan pengunjung.
2. Atribut destinasi wisata terbukti memengaruhi kepuasan pengunjung di Teras Samarinda secara parsial, positif, serta signifikan. Ketersediaan fasilitas, kebersihan, keindahan, dan kenyamanan area merupakan faktor-faktor yang meningkatkan kepuasan pengunjung.
3. Kualitas layanan terbukti memengaruhi kepuasan pengunjung di Teras Samarinda secara parsial, positif, serta signifikan. Keramahan staf, responsivitas, keandalan manajemen, dan jaminan keamanan berkontribusi pada pengalaman pengunjung yang memuaskan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alan Wilson, V. Z. M. J. B. D. D. G. (2016). *SERVICES MARKETING INTEGRATING CUSTOMER FOCUS ACROSS THE FIRM*.
- Arifin, S., Eka, M. D., Arifiana, A., Fitaloka, E. D., Fitri, R., Sinambela, E. A., Halizah, S. N., & Lestari, U. P. (2023). Exploring Determining Factors: Revisitation Intention Influenced by Environmental Knowledge, Accessibility Quality, Attractiveness, and Social Media. *Sustainable Environmental and Optimizing Industry Journal*, 5(1), 32–45. <https://doi.org/10.36441/seoi.v5i1.1798>
- hartaman. (2021). *Strategi Pemerintah Dalam Pengembangan Wisata Budaya Dan Kearifan Lokal Di Kabupaten Majene*.
- Juliana, J., Sianipar, R., Lemy, D. M., Pramezwary, A., Pramono, R., & Djakasaputra, A. (2023). Factors Influencing Visitor Satisfaction and Revisit Intention in Lombok Tourism: The Role of Holistic Experience, Experience Quality, and Vivid Memory. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 18(8), 2503–2511. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.180821>
- Kemenko prekonomian. (2025). *Menjadi Salah Satu Sektor Strategis Dorong Pertumbuhan Ekonomi, Pariwisata Gencar Dikembangkan Pemerintah - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia*. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/6164/menjadi-salah-satu-sektor-strategis-dorong-pertumbuhan-ekonomi-pariwisata-gencar-dikembangkan-pemerintah>
- Lydia Apriliani. (2025, April 7). *Pengunjung Teras Samarinda Rata-rata 1000 Orang/Hari*.
- Malinjasari Ali, N., Rashid, R. A., Mat Salleh, S., Mohamed Nor, R., Fatimah Mardiah Hamzah, S., Hasmdia Mohd Noor, D., & Pengurusan dan Perniagaan, F. (2021). KUPASAN AWAL MENGENAI KEPUASAN PELANGGAN DAN KUALITI PERKHIDMATAN PENGANGKUTAN REL DI MALAYSIA DAN KAITANNYA

- DENGAN TEORI EDT (AN OVERVIEW ON SERVICE QUALITY OF RAIL TRANSPORT IN MALAYSIA AND CUSTOMERS SATISFACTION AND ITS CONNECTION WITH EDT THEORY). In *Borneo Akademika* (Vol. 5, Number 2).
- Pravita, V. D., & Pribudi, A. (2024). Pergeseran Kebijakan Destinasi Wisata Massal Ke Wisata Alternatif di Kabupaten Magelang. *Journal of Indonesian Rural and Regional Government*, 8(2), 165–177. <https://doi.org/10.47431/jirreg.v8i2.444>
- Prof.DR.Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. www.cvalfabeta.com
- Ramadhani, P. S. (2021). *PENGARUH PENGALAMAN EMOSIONAL DAN ATRIBUT DESTINASI TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN SERTA LOYALITAS WISATAWAN*. 6.
- Rasyid. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF DAN KUANTITATIF*. IAIN Jawa Timur.
- Sulianta. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Syaiful Bahri, A., & Abdillah, F. (2022). Potensi Sumber Daya Manusia Bidang Pariwisata di Kawasan Strategis Pariwisata Nasional Labuan Bajo, Nusa Tenggara Timur. In *Destinesia Jurnal Hospitaliti & Pariwisata* (Vol. 3, Number 2). <http://ojs.stiami.ac.id>
- Tungga, S., Spegptp, A., Poluan, J., Maikel Tungga, S., Supandi Soegoto, A., Grace Poluan, J., Ekonomi dan Bisnis, F., & Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, J. (2022). *INFLUENCE OF TOURIST DESTINATION ATTRIBUTES AND QUALITY OF SERVICE TO THE SATISFACTION OF VISITORS TETETANA KUMELEMBUI TOMOHON TOURIST PARK*. 10(2), 641–650.
- Warapsari, D., & Rusfian, E. Z. (2021). Electronic Word-of-Mouth Turis Muslim Mengenai Pariwisata Halal di Lombok, Nusa Tenggara Barat, Indonesia. *Religious: Jurnal Studi Agama-Agama Dan Lintas Budaya*, 5(1), 97–110. <https://doi.org/10.15575/rjsalb.v5i1.10755>