



Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan di Koperasi Patuh (Pusat Tenun Dan Songket) Desa Sukarara, Lombok

Susi Ayunda Santika Sari¹, Kris Cahyani Ermawati², Dharmaesti³

¹Mahasiswa Kepariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid, Indonesia

²⁻³Dosen Kepariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid, Indonesia

*Penulis Korespondensi: susiayundasantikasari@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the effect of service quality on tourist satisfaction at Koperasi Patuh, Sukarara Village, and to identify the service dimensions that have the most dominant influence on tourist satisfaction. This research employed a quantitative approach with an associative research design using a survey method. The study population consisted of tourists visiting Koperasi Patuh, with a sample of 80 respondents selected using the Accidental Sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, partial tests (t-test), simultaneous tests (F-test), and the coefficient of determination. The results indicate that service quality, consisting of the dimensions of Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy, simultaneously has a significant effect on tourist satisfaction. Partially, the Tangibles, Reliability, and Assurance dimensions have a significant influence on tourist satisfaction, while Responsiveness and Empathy do not show a significant effect. The Reliability dimension is the most dominant factor influencing tourist satisfaction. The Adjusted R Square value of 0.818 indicates that service quality explains 81.8% of the variation in tourist satisfaction, while the remaining percentage is influenced by other factors outside the research model. These findings highlight the importance of continuously improving service quality to create better tourism experiences and enhance visitor satisfaction.*

Keywords: *Patuh Cooperative; Reliability; Service Quality; Sukarara Village; Tourist Satisfaction.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di Koperasi Patuh Desa Sukarara serta mengidentifikasi dimensi pelayanan yang paling dominan dalam memengaruhi tingkat kepuasan wisatawan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif melalui metode survei. Populasi penelitian adalah seluruh wisatawan yang berkunjung ke Koperasi Patuh, dengan jumlah sampel sebanyak 80 responden yang dipilih menggunakan teknik Accidental Sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji parsial (t-test), uji simultan (F-test), serta koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri atas dimensi Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Secara parsial, dimensi Tangibles, Reliability, dan Assurance terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan, sedangkan dimensi Responsiveness dan Empathy tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Dimensi Reliability menjadi faktor yang paling dominan dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,818 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mampu menjelaskan sebesar 81,8% variasi kepuasan wisatawan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya peningkatan kualitas pelayanan secara berkelanjutan untuk menciptakan pengalaman wisata yang lebih baik.

Kata kunci: Desa Sukarara; Kepuasan Wisatawan; Koperasi Patuh; Kualitas Pelayanan; Reliability.

1. LATAR BELAKANG

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi penting terhadap perkembangan ekonomi dan sosial suatu daerah. Pengembangan destinasi wisata tidak hanya diarahkan untuk meningkatkan aktivitas ekonomi, tetapi juga dapat menjadi sarana untuk mempertahankan nilai budaya dan memperkenalkan identitas lokal kepada wisatawan. Seiring meningkatnya minat masyarakat terhadap berbagai bentuk pengalaman wisata, pengembangan

pariwisata di Indonesia semakin beragam, termasuk wisata berbasis budaya yang mengintegrasikan daya tarik lokal dengan pengalaman edukatif bagi pengunjung (Laksono et al., 2023; Asmara, 2023).

Dalam pengelolaan destinasi wisata, kualitas pelayanan menjadi salah satu aspek yang menentukan pengalaman wisatawan. Pelayanan yang mampu memenuhi harapan wisatawan dapat mendorong terbentuknya kepuasan, keinginan untuk berkunjung kembali, serta kesediaan merekomendasikan destinasi kepada orang lain. Oleh karena itu, pengelola destinasi tidak cukup hanya menyediakan produk atau atraksi yang menarik, tetapi juga perlu memastikan bahwa wisatawan memperoleh pelayanan yang nyaman, responsif, andal, dan sesuai dengan kebutuhan mereka (Ermawati, 2021). Kualitas pelayanan umumnya dapat dilihat melalui beberapa dimensi, yaitu bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy). Pemenuhan aspek-aspek tersebut menjadi semakin penting pada destinasi wisata budaya karena pengalaman wisatawan terbentuk melalui interaksi langsung dengan pengelola dan masyarakat setempat.

Salah satu destinasi yang memiliki potensi tersebut adalah Koperasi Patuh di Desa Sukarara, Lombok Tengah, yang dikenal sebagai salah satu sentra tenun dan songket. Kain tenun merupakan bagian dari warisan budaya yang memiliki nilai historis dan sosial serta diwariskan dari generasi ke generasi (Nuraini et al., 2022). Tenun dan songket Lombok memiliki karakteristik khas melalui penggunaan motif, teknik pembuatan, serta keterkaitannya dengan budaya masyarakat Sasak. Keberadaan sentra tenun tidak hanya memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk memperoleh produk kerajinan, tetapi juga menghadirkan pengalaman untuk mengenal dan mengamati proses pembuatan kain secara langsung.

Koperasi Patuh menawarkan pengalaman wisata yang memungkinkan pengunjung melihat proses menenun, berinteraksi dengan para penenun, serta mencoba secara langsung tahapan pembuatan kain tenun atau songket. Pengalaman tersebut menjadikan kualitas interaksi dan pelayanan sebagai bagian penting dari daya tarik wisata. Wisatawan lokal maupun mancanegara tidak hanya membutuhkan produk yang berkualitas, tetapi juga mengharapkan keramahan, informasi yang jelas, kenyamanan, serta pelayanan yang mampu mendukung pengalaman selama kunjungan. Interaksi yang baik antara wisatawan dan masyarakat lokal dapat memberikan pengalaman yang lebih berkesan sekaligus memperkuat nilai edukatif dari wisata budaya (Fifiyanti et al., 2023).

Kepuasan wisatawan menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan pengelolaan destinasi karena wisatawan yang memperoleh pengalaman sesuai atau melebihi harapannya cenderung memberikan penilaian positif terhadap destinasi. Sebaliknya, pelayanan yang tidak

sesuai dengan harapan dapat menurunkan tingkat kepuasan dan berpotensi memengaruhi keinginan wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali maupun merekomendasikan destinasi tersebut. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, yang mencakup aspek tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy, memiliki keterkaitan dengan penilaian wisatawan serta dukungan mereka terhadap keberlanjutan destinasi wisata (Purnama, 2023). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan merupakan bagian penting dalam mempertahankan daya saing dan keberlanjutan wisata berbasis budaya.

Meskipun demikian, kajian mengenai kualitas pelayanan pada wisata budaya berbasis koperasi, khususnya Koperasi Patuh sebagai pusat tenun dan songket di Desa Sukarara, masih terbatas. Penelitian yang ada lebih banyak membahas pelayanan pada destinasi wisata atau tempat penjualan produk kerajinan secara umum, sementara karakteristik Koperasi Patuh memiliki keunikan karena menggabungkan aktivitas ekonomi koperasi, produksi kerajinan, interaksi dengan penenun, dan pengalaman wisata budaya. Kondisi tersebut menjadi alasan penting untuk mengkaji sejauh mana pelayanan yang diberikan mampu membentuk kepuasan wisatawan serta aspek pelayanan yang paling dominan dalam memengaruhinya.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di Koperasi Patuh (Pusat Tenun dan Songket) Desa Sukarara, Lombok Tengah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai kualitas pelayanan yang dirasakan wisatawan sekaligus menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola dalam meningkatkan pengalaman kunjungan dan keberlanjutan wisata budaya berbasis tenun di Desa Sukarara.

2. KAJIAN TEORITIS

Pelayanan wisata merupakan rangkaian jasa yang diberikan kepada wisatawan untuk memenuhi kebutuhan selama melakukan aktivitas perjalanan dan kunjungan di suatu destinasi. Pelayanan tidak hanya berkaitan dengan tersedianya fasilitas, tetapi juga mencakup bagaimana pengelola dan petugas berinteraksi dengan wisatawan sehingga tercipta rasa nyaman, aman, dan puas. Dalam mengukur kualitas pelayanan, pendekatan Service Quality (SERVQUAL) dapat digunakan melalui lima dimensi utama, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy (Nahdi et al., 2022). Dimensi tangibles berkaitan dengan kondisi fisik destinasi, fasilitas, peralatan, serta penampilan petugas yang dapat diamati secara langsung oleh wisatawan. Reliability menunjukkan kemampuan penyedia layanan dalam memberikan pelayanan secara konsisten dan sesuai dengan yang dijanjikan. Sementara itu, responsiveness

berkaitan dengan kesigapan petugas dalam membantu wisatawan dan memenuhi kebutuhan mereka secara cepat dan tepat. Dimensi assurance menggambarkan kemampuan, pengetahuan, kesopanan, dan profesionalitas petugas dalam menumbuhkan rasa percaya serta keamanan bagi wisatawan. Adapun empathy berkaitan dengan perhatian secara personal, kepedulian, dan kemampuan petugas dalam memahami kebutuhan maupun permasalahan wisatawan. Kelima dimensi tersebut menjadi dasar penting dalam menilai kualitas pelayanan yang diterima wisatawan selama berada di destinasi.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan erat dengan kepuasan wisatawan karena kepuasan terbentuk dari evaluasi wisatawan setelah membandingkan harapan dengan pengalaman yang diperoleh selama menerima layanan. Pelayanan yang mampu memenuhi atau melampaui harapan cenderung menghasilkan perasaan positif, sedangkan pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan dapat menimbulkan ketidakpuasan (Darmaesti, 2022). Kepuasan wisatawan juga dapat dipahami sebagai penilaian terhadap kesesuaian antara kualitas yang diharapkan dengan kualitas yang benar-benar dirasakan selama berada di destinasi (Khuzaimah et al., 2025). Dalam konteks pariwisata, kepuasan tidak hanya terlihat dari penilaian wisatawan terhadap layanan yang diterima, tetapi juga dapat tercermin melalui kesesuaian antara harapan dan kenyataan, keinginan untuk melakukan kunjungan kembali, serta kesediaan memberikan rekomendasi kepada orang lain. Dengan demikian, semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan, semakin besar peluang terbentuknya kepuasan wisatawan.

Konsep pelayanan dan kepuasan tersebut menjadi semakin relevan dalam pengelolaan wisata budaya. Wisata budaya merupakan bentuk kegiatan pariwisata yang menjadikan tradisi, seni, adat istiadat, kerajinan, serta warisan budaya masyarakat sebagai bagian dari pengalaman wisata. Selain memberikan hiburan, wisata budaya memiliki fungsi edukatif karena memungkinkan wisatawan mengenal nilai dan praktik budaya masyarakat lokal secara lebih dekat. Keterlibatan masyarakat dalam aktivitas wisata juga dapat memperkuat pengalaman wisatawan sekaligus mendukung pelestarian budaya. Pada kegiatan wisata tenun, misalnya, wisatawan tidak hanya melihat produk yang dihasilkan, tetapi dapat memperoleh pengalaman langsung melalui proses menenun dan berinteraksi dengan masyarakat yang memiliki keterampilan tersebut (Patria, 2021).

Koperasi Patuh di Desa Sukarara merupakan salah satu bentuk wisata budaya yang mengintegrasikan kegiatan ekonomi masyarakat dengan pengalaman wisata berbasis tenun dan songket. Koperasi ini menjadi wadah bagi masyarakat lokal untuk menghasilkan, memperkenalkan, dan mendistribusikan berbagai produk tenun, seperti kain songket, syal, sabuk, dan pakaian. Aktivitas wisata di dalamnya juga memberikan kesempatan kepada

pengunjung untuk mengenal proses pembuatan kain secara langsung dan mencoba menenun dengan pendampingan para penenun lokal. Produk tenun yang ditampilkan merupakan hasil keterampilan masyarakat Desa Sukarara yang secara kolektif mempertahankan keberlangsungan tradisi menenun (Sandi et al., 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pelayanan di Koperasi Patuh tidak hanya berkaitan dengan transaksi produk, tetapi juga mencakup kualitas interaksi, pemberian informasi, pendampingan, keramahan, dan kenyamanan wisatawan selama mengikuti pengalaman wisata budaya.

Pengelolaan wisata budaya yang melibatkan masyarakat juga memiliki kaitan dengan pemberdayaan lokal. Keterlibatan masyarakat dalam kegiatan pariwisata dapat memberikan peluang ekonomi sekaligus meningkatkan kesadaran untuk mempertahankan warisan budaya. Ketika masyarakat memperoleh manfaat secara langsung dari aktivitas wisata, keberadaan destinasi dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan dan keberlanjutan ekonomi lokal. Selain itu, keterlibatan masyarakat dalam memperkenalkan budaya kepada wisatawan dapat memperkuat upaya pelestarian tradisi dan identitas lokal (Savitri et al., 2024). Oleh sebab itu, pengembangan wisata tidak semata-mata diarahkan pada peningkatan jumlah kunjungan, tetapi juga perlu memperhatikan kualitas pengalaman wisatawan, pelestarian budaya, serta manfaat yang diterima masyarakat setempat.

Berdasarkan uraian tersebut, kualitas pelayanan menjadi salah satu aspek penting dalam pengembangan wisata budaya di Koperasi Patuh Desa Sukarara. Pelayanan yang baik diharapkan mampu memberikan pengalaman yang sesuai dengan harapan wisatawan sehingga mendorong terbentuknya kepuasan. Dalam konteks ini, penerapan dimensi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy dapat digunakan untuk melihat bagaimana wisatawan menilai pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Patuh. Penilaian tersebut selanjutnya dapat dikaitkan dengan kepuasan wisatawan yang tercermin dari kepuasan terhadap layanan, kesesuaian antara harapan dan kenyataan, keinginan untuk berkunjung kembali, serta kesediaan merekomendasikan destinasi kepada orang lain.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di Koperasi Patuh (Pusat Tenun dan Songket) Desa Sukarara, Lombok Tengah. Penelitian dilaksanakan pada Maret–Juni 2026. Populasi penelitian adalah wisatawan yang berkunjung atau pernah berkunjung ke Koperasi Patuh. Sampel terdiri atas 80 responden yang dipilih menggunakan

teknik accidental sampling, yaitu wisatawan yang ditemui secara langsung dan memenuhi kriteria sebagai responden.

Data primer diperoleh melalui kuesioner, sedangkan data pendukung diperoleh melalui observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima tingkat. Kualitas pelayanan sebagai variabel independen diukur melalui lima dimensi SERVQUAL, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy, sedangkan kepuasan wisatawan sebagai variabel dependen diukur berdasarkan kepuasan keseluruhan, kesesuaian pelayanan dengan harapan, niat berkunjung kembali, dan rekomendasi kepada orang lain.

Data dianalisis menggunakan SPSS melalui statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan regresi linear berganda. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan kelayakan instrumen, sedangkan uji asumsi klasik mencakup normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Selanjutnya, uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan, sedangkan uji F digunakan untuk menguji pengaruh kelima dimensi secara simultan. Pengujian dilakukan pada tingkat signifikansi 5%.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 80 wisatawan yang berkunjung ke Koperasi Patuh Desa Sukarara. Berdasarkan karakteristik responden, mayoritas adalah perempuan sebanyak 53 orang (66,2%), berusia di bawah 25 tahun sebanyak 58 orang (72,5%), berasal dari Lombok sebanyak 61 orang (76,3%), dan melakukan kunjungan satu kali sebanyak 53 orang (66,3%). Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa responden penelitian didominasi wisatawan muda dan wisatawan lokal.

Deskripsi Variabel Penelitian

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa seluruh dimensi kualitas pelayanan memperoleh penilaian positif dari wisatawan. Dimensi tangibles memiliki rata-rata indikator 4,22–4,37, reliability 4,28–4,32, responsiveness 4,28–4,35, assurance 4,35–4,36, dan empathy 4,10–4,23. Sementara itu, kepuasan wisatawan memiliki rata-rata 4,26–4,37.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa kondisi fasilitas, keandalan pelayanan, ketanggapan karyawan, jaminan pelayanan, dan perhatian kepada wisatawan secara umum telah dipersepsikan baik. Penilaian kepuasan yang tinggi juga menunjukkan bahwa pengalaman pelayanan yang diterima wisatawan telah sesuai dengan harapan mereka.

Hasil Uji Instrumen

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel sebesar 0,220, sehingga seluruh pernyataan dinyatakan valid. Selanjutnya, nilai Cronbach's Alpha pada seluruh variabel berada pada rentang 0,819–0,927. Nilai tersebut menunjukkan bahwa instrumen memiliki konsistensi internal yang baik dan dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian.

Hasil Analisis Regresi dan Pengujian Hipotesis

Hasil analisis regresi linier berganda menghasilkan persamaan:

$$Y = -0,662 + 0,313X_1 + 0,639X_2 - 0,158X_3 + 0,673X_4 + 0,132X_5$$

Hasil pengujian parsial menunjukkan bahwa tangibles berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan ($\beta = 0,223$; $t = 2,245$; $p = 0,028$). Artinya, semakin baik kondisi fisik dan fasilitas pelayanan, semakin tinggi kepuasan wisatawan. Temuan ini menunjukkan bahwa aspek fisik Koperasi Patuh, seperti kebersihan, kerapian, penampilan karyawan, dan kelengkapan sarana, menjadi bagian penting dalam membentuk kepuasan wisatawan.

Reliability juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan ($\beta = 0,455$; $t = 3,747$; $p < 0,001$). Pengaruh ini merupakan yang paling kuat berdasarkan nilai Standardized Beta. Hal tersebut menunjukkan bahwa ketepatan pelayanan, konsistensi pelayanan, dan kejelasan informasi menjadi faktor penting dalam membangun kepuasan wisatawan. Dengan demikian, wisatawan cenderung merasa lebih puas ketika pelayanan yang diterima sesuai dengan informasi dan harapan yang diberikan.

Dimensi assurance terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan ($\beta = 0,319$; $t = 3,936$; $p < 0,001$). Hasil ini menunjukkan bahwa kesopanan karyawan, pengetahuan mengenai produk, serta rasa aman yang diberikan selama kunjungan mampu meningkatkan kepuasan wisatawan. Dalam konteks wisata budaya, rasa percaya terhadap pelayanan menjadi penting karena wisatawan tidak hanya membutuhkan informasi, tetapi juga kepastian dan kenyamanan selama berada di destinasi.

Sebaliknya, responsiveness tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan ($\beta = -0,078$; $t = -0,752$; $p = 0,454$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa kecepatan dan kesiapan karyawan dalam membantu wisatawan belum menjadi faktor yang secara nyata menentukan kepuasan dalam penelitian ini. Demikian pula, empathy tidak

berpengaruh signifikan ($\beta = 0,064$; $t = 0,751$; $p = 0,455$). Meskipun wisatawan memberikan penilaian positif terhadap perhatian personal dan pemahaman kebutuhan, kedua aspek tersebut belum terbukti memberikan pengaruh secara statistik terhadap kepuasan.

Secara simultan, kelima dimensi kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan dengan nilai $F = 72,091$ dan $p < 0,001$. Nilai R sebesar $0,911$ menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara kualitas pelayanan dan kepuasan wisatawan. Sementara itu, nilai Adjusted R Square sebesar $0,818$ menunjukkan bahwa $81,8\%$ variasi kepuasan wisatawan dapat dijelaskan oleh kelima dimensi kualitas pelayanan, sedangkan $18,2\%$ sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Pembahasan

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa tidak seluruh dimensi SERVQUAL memberikan pengaruh yang sama terhadap kepuasan wisatawan. Tangibles, reliability, dan assurance terbukti menjadi dimensi yang berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan responsiveness dan empathy tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan ini memperlihatkan bahwa wisatawan Koperasi Patuh lebih mempertimbangkan kondisi fisik, keandalan pelayanan, serta jaminan keamanan dan pengetahuan karyawan dalam membentuk kepuasan mereka.

Temuan tersebut memperkuat konsep kualitas pelayanan yang menempatkan kualitas interaksi dan pengalaman pelayanan sebagai bagian penting dalam pembentukan kepuasan pelanggan. Hasil ini juga menunjukkan bahwa penerapan dimensi kualitas pelayanan dapat menghasilkan pengaruh yang berbeda sesuai dengan karakteristik destinasi dan wisatawan. Pada Koperasi Patuh sebagai destinasi wisata budaya, kejelasan informasi mengenai produk budaya, keandalan pelayanan, kondisi fasilitas, serta rasa aman selama kunjungan menjadi aspek yang lebih menentukan.

Nilai Standardized Beta menunjukkan bahwa reliability merupakan dimensi yang paling dominan ($\beta = 0,455$), diikuti assurance ($\beta = 0,319$) dan tangibles ($\beta = 0,223$). Temuan ini memberikan implikasi praktis bahwa pengelola perlu memprioritaskan konsistensi pelayanan, ketepatan informasi, keamanan wisatawan, kompetensi karyawan, serta pemeliharaan fasilitas. Sementara itu, responsiveness dan empathy tetap perlu dipertahankan karena keduanya merupakan bagian dari kualitas pelayanan, meskipun dalam penelitian ini belum terbukti berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan wisatawan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan secara terpadu dapat menjadi strategi penting dalam mempertahankan kepuasan wisatawan di Koperasi Patuh. Tingginya nilai Adjusted R Square juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki kontribusi yang besar terhadap kepuasan, meskipun masih terdapat faktor

lain yang dapat dikaji pada penelitian selanjutnya, seperti harga, daya tarik wisata, pengalaman wisatawan, dan promosi.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 80 wisatawan di Koperasi Patuh (Pusat Tenun dan Songket) Desa Sukarara, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri atas Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Secara parsial, Tangibles, Reliability, dan Assurance berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan, sedangkan Responsiveness dan Empathy tidak berpengaruh signifikan. Di antara seluruh dimensi pelayanan, Reliability merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan wisatawan, sehingga ketepatan, konsistensi, dan kejelasan informasi pelayanan menjadi aspek yang perlu diprioritaskan oleh pengelola Koperasi Patuh.

Berdasarkan temuan tersebut, pengelola Koperasi Patuh disarankan untuk mempertahankan keandalan pelayanan dengan memastikan ketepatan waktu, konsistensi pelayanan, serta penyampaian informasi yang jelas dan akurat. Kondisi fasilitas fisik juga perlu dipelihara secara berkala agar tetap bersih, nyaman, dan lengkap. Selain itu, kemampuan karyawan dalam memberikan rasa aman, berkomunikasi dengan baik, serta melayani secara profesional perlu terus ditingkatkan. Meskipun Responsiveness dan Empathy belum terbukti berpengaruh signifikan, kedua aspek tersebut tetap perlu diperhatikan melalui pelatihan pelayanan secara berkala agar kualitas pelayanan kepada wisatawan semakin merata. Dukungan pemerintah daerah juga diperlukan melalui pengembangan infrastruktur, promosi wisata budaya, peningkatan kompetensi sumber daya manusia, dan pelestarian tenun tradisional Desa Sukarara. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel lain, seperti harga, kualitas produk, citra destinasi, pengalaman wisata, promosi, dan minat berkunjung kembali, serta memperluas jumlah responden dan objek penelitian agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR REFERENSI

- Agung, I. G. A. (2021). Peran kepemimpinan, lingkungan kerja dan kompetensi terhadap perilaku kinerja dengan motivasi sebagai variabel intervening. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan*. <https://doi.org/10.36587/probank.v6i2.1026>
- Amruddin, Muskananfol, I. L., Febriyanti, E., & dkk. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Medsan.

- Ardista, R. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Langit Membiru Wisata Bogor. *Jurnal Parameter*, 6(1), 38–49. <https://doi.org/10.37751/parameter.v6i1.160>
- Asmara, S. (2023). Tinjauan kritis kendala dan dampak pengembangan pariwisata Indonesia. *Prosiding Webinar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan*.
- Azizah, B. P., & Udayana, I. B. N. (2022). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah bank syariah. *Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)*. <https://doi.org/10.32529/jim.v6i1.1504>
- Darmaesti. (2022). Pelayanan GYM reception yang berkualitas mempengaruhi tingkat kepuasan tamu di Swiss-Belhotel Solo. *Jurnal Hotelier*, 8(2), 11–17.
- Dinasty, U. O., Baharta, E., & Gusnadi, D. (2019). Inovasi churros berbasis wortel.
- Ermawati, K. C. (2021). Peranan produk wisata dan brand strategy terhadap minat kunjungan wisatawan di The Heritage Palace Sukoharjo. *Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 2(2). <https://doi.org/10.53565/sabbhatayatra.v2i2.366>
- Fifiyanti, D., Taufiq, M. L., & Ermawati, K. C. (2023). Penerapan konsep *community based tourism* dalam pengembangan Desa Wisata Burai. *Jurnal Industri Pariwisata*, 5(2). <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v5i2.1425>
- Grehasty, A. T., Nurlena, & Gusnadi, D. (2020). Penggunaan gatot singkong sebagai pengganti gluten dan pewarna alami. *e-Proceeding of Applied Science*, 7(5).
- Khuzaimah, N., Saputra, E., Gunawan, A. A., & Ilham, W. (2025). Pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan di Pantai Bale-Bale.
- Laksono, D. A., Darmaesti, & Mintarjo, B. H. (2023). Manajemen promosi melalui media sosial Instagram dapat menambah minat berkunjung ke The Lawu Park. *Jurnal Pariwisata*, 8(1).
- Maulida, R. F., & Sari, N. R. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, *good corporate governance*, dan strategi pemasaran terhadap loyalitas nasabah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 3(1), 29–42. <https://doi.org/10.46367/jps.v3i1.510>
- Nahdi, M. R., Anggraeni, K., & Putri, S. (2022). Peran *service quality* terhadap kepuasan wisatawan pada Taman Nasional Baluran. *Jurnal DMS*, 11, 484–499. <https://doi.org/10.33373/dms.v11i3.4252>
- Nugroho, A. P. (2022). *Metode pengumpulan data*. ResearchGate.
- Nuraini, S., Asep, & Falah, M. (2022). Eksistensi kain tenun di era modern. *Jurnal ATRAT*, 10(2).
- Nurhalimah, Wijaya, I. G. P. S., & Bimantoro, F. (2020). Klasifikasi kain songket Lombok berdasarkan fitur GLCM dan moment invariant dengan teknik Linear Discriminant Analysis (LDA). *Jurnal JTIKA*, 2(2). <https://doi.org/10.29303/jtika.v2i2.98>
- Patabang, M., Nabila, S. A., Hardhanto, & Iswati, A. (2023). Motivasi pengunjung terhadap pengembangan wisata budaya di Kota Tangerang Selatan Provinsi Banten. *Jurnal Sosial Terapan*, 1(1), 12–17. <https://doi.org/10.29244/jstr.1.1.12-17>
- Patria, T. A. (2021). Dinamika perkembangan pariwisata pusaka: Tinjauan dari sisi penawaran dan permintaan di Kota Bandung. *BINUS Business Review*, 6(2). <https://doi.org/10.21512/bbr.v6i2.960>

- Purnama, I. (2023). Recreational value of mangrove ecotourism: A case study in Jerowaru East Lombok, Indonesia. *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 6(9). <https://doi.org/10.47191/ijmra/v6-i9-45>
- Purnomo, M. D. B., Nurbaiti, N., & Rahmadi, N. A. B. (2023). Pengaruh hasil audit pelayanan terhadap citra perusahaan dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Puduarta Insani. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2876. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8967>
- Putri, I. K. (2023). Peranan atribut destinasi wisata dalam meningkatkan *revisit intention* yang dimediasi oleh kepuasan pengunjung pada Wisata Geopark Merangin, Jambi. *Journal of Comprehensive Science*, 2(8). <https://doi.org/10.59188/jcs.v2i8.478>
- Rostiyani, M., Pattaray, A., & Ratmaja. (2024). Pengembangan paket wisata dalam mendukung pemasaran Desa Wisata Sukarara Kecamatan Jonggat Lombok Tengah. 4(1). <https://doi.org/10.57250/ajsh.v4i1.353>
- Sandi, S. A., Eka, G., Koriawan, H., Suartini, L., & Seni, D. (2025). Kerajinan kain tenun tradisional di Desa Sukarara Kabupaten Lombok Tengah. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha*, 15(2), 141–158. <https://doi.org/10.23887/jppsp.v15i2.102002>
- Savitri, A. A. D., Wijaya, K. A. S., & Prabawati, N. P. A. (2024). Pengembangan pariwisata berbasis budaya melalui collaborative governance di Desa Wisata Penglipuran. *Socio-Political Communication and Policy Review*, 1(5). <https://doi.org/10.61292/shkr.169>
- Septiana, N. M., Artiningsih, D. W., & Hairudinor. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening (PT Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Cabang Banjarmasin Samudera). *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 10(2). <https://doi.org/10.20527/jbp.v10i2.10955>
- Subarkah, A. R. (2019). Potensi dan prospek wisata halal dalam meningkatkan ekonomi daerah (Studi kasus: Nusa Tenggara Barat). *Jurnal Sospol*, 4(2). <https://doi.org/10.22219/sospol.v4i2.5979>
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian pariwisata (kuantitatif, kualitatif, kombinasi, R&D)*. Alfabeta.
- Winata, G. A. S., Diarta, I. K. S., & Sari, N. P. R. (2023). The effect brand awareness, brand association, and perceived quality on brand loyalty through guest satisfaction as mediation variable at Hotel Le Grande Bali. *Jurnal Kepariwisata*, 22(1), 70–87. <https://doi.org/10.52352/jpar.v22i1.985>