



Pengaruh Kualitas Layanan dan Atraksi Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Batu Parsidangan Siallagan Samosir

Sabam Fernando Simbolon^{1*}, Indra Safari², Oman Sukirman³

¹⁻³Program Studi Industri Pariwisata, Fakultas Kampus Daerah Sumedang,
Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

*Penulis Korespondensi: symbolonsabam87@gmail.com¹

Abstract. *This research was conducted based on the observation that Batu Parsidangan Siallagan is one of the main tourist destinations in Samosir Regency and consistently attracts many visitors. The site is highly rated on several travel platforms, confirming its strong potential as a cultural tourism icon. However, despite this popularity, some visitors provide negative feedback, particularly regarding inconsistent service quality, attractions that do not fully meet expectations, and inadequate supporting facilities. These conditions encourage further study to analyze tourists' perceptions of service quality and tourist attractions, as well as their influence on visitor satisfaction. A total of 99 respondents were selected using purposive non-probability sampling to ensure the data collected aligned with the research objectives. Data were gathered using a structured questionnaire tested for validity and reliability, then analyzed through descriptive statistics and inferential methods, including multiple regression, the coefficient of determination, t-test, and F-test. The findings show that service quality and attractions together account for 56.3% of the variation in visitor satisfaction. These results highlight the need to enhance service quality, create more engaging cultural attractions, improve supporting facilities, and provide continuous training for local human resources so that Batu Parsidangan Siallagan can maintain its status as a leading tourist destination.*

Keywords: *Batu Parsidangan; Cultural Tourism; Service Quality; Tourist Attraction; Tourist Satisfaction.*

Abstrak. Penelitian ini dilakukan berdasarkan pengamatan bahwa Batu Parsidangan Siallagan merupakan salah satu destinasi wisata utama di Kabupaten Samosir dan secara konsisten menarik banyak pengunjung. Situs ini mendapat peringkat tinggi di beberapa platform perjalanan, yang menegaskan potensinya yang kuat sebagai ikon wisata budaya. Namun, terlepas dari popularitas ini, beberapa pengunjung memberikan umpan balik negatif, terutama mengenai kualitas layanan yang tidak konsisten, objek wisata yang tidak sepenuhnya memenuhi harapan, dan fasilitas pendukung yang tidak memadai. Kondisi ini mendorong penelitian lebih lanjut untuk menganalisis persepsi wisatawan terhadap kualitas layanan dan objek wisata, serta pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung. Sebanyak 99 responden dipilih menggunakan purposive non-probability sampling untuk memastikan data yang dikumpulkan selaras dengan tujuan penelitian. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner terstruktur yang diuji validitas dan reliabilitasnya, kemudian dianalisis melalui statistik deskriptif dan metode inferensial, termasuk regresi berganda, koefisien determinasi, uji-t, dan uji-F. Temuan menunjukkan bahwa kualitas layanan dan objek wisata bersama-sama menyumbang 56,3% dari variasi dalam kepuasan pengunjung. Hasil ini menyoroti perlunya peningkatan kualitas layanan, menciptakan objek wisata budaya yang lebih menarik, meningkatkan fasilitas pendukung, dan memberikan pelatihan berkelanjutan bagi sumber daya manusia lokal sehingga Batu Parsidangan Siallagan dapat mempertahankan statusnya sebagai tujuan wisata unggulan.

Kata kunci: Atraksi Wisata; Batu Parsidangan; Kepuasan Wisatawan; Kualitas Layanan; Wisata Budaya.

1. LATAR BELAKANG

Indonesia dikenal sebagai negara yang memiliki kekayaan alam dan keragaman budaya yang melimpah. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2025), Indonesia memiliki kurang lebih 17.508 pulau dengan luas wilayah laut 3,1 juta km² serta daratan sekitar 1,91 juta km². Potensi geografis dan sumber daya tersebut menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara dengan destinasi wisata beragam dan menarik minat wisatawan domestik maupun mancanegara. Laporan Travel and Tourism Development Index (2024) menempatkan Indonesia pada peringkat ke-22 dunia dalam kinerja pengembangan pariwisata, yang

menunjukkan kontribusi signifikan sektor ini terhadap pertumbuhan ekonomi nasional (Ummah, 2019). Oleh karena itu, pariwisata menjadi salah satu elemen strategis dalam mendukung pembangunan ekonomi sekaligus mendorong daerah untuk mengoptimalkan potensi lokalnya.

Sumatera Utara merupakan salah satu provinsi dengan potensi pariwisata yang besar, ditunjang oleh kekayaan budaya dan keindahan alamnya. Berdasarkan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2021), provinsi ini masuk dalam lima destinasi prioritas nasional dan ditetapkan sebagai kawasan super prioritas pariwisata. Kabupaten Samosir sebagai pusat budaya Batak dan bagian dari kawasan Danau Toba memiliki peran strategis dalam pengembangan pariwisata. Setelah menjadi daerah otonom pada 2003, Samosir terus mengembangkan sektor pariwisata, termasuk melalui revitalisasi berbagai destinasi unggulan (Marizki et al., 2022).

Salah satu destinasi utama di Samosir adalah Batu Kursi Parsidangan Siallagan yang berlokasi di Desa Siallagan Pindaraya. Destinasi ini tidak hanya menjadi ikon budaya Batak Toba, tetapi juga tercatat dalam sepuluh besar destinasi dengan kunjungan tertinggi di Samosir. Revitalisasi kawasan ini pada tahun 2019–2022 dengan dukungan pemerintah daerah dan Kementerian PUPR menegaskan pentingnya situs budaya ini sebagai daya tarik unggulan (Hajar & Ramlan, 2022). Atraksi budaya yang ditawarkan, seperti pertunjukan tarian manortor, keberadaan patung Sigale-gale, serta pemanduan sejarah mengenai sistem hukum adat Batak, memberikan pengalaman yang khas bagi wisatawan. Namun demikian, data kunjungan wisatawan ke Batu Parsidangan Siallagan masih menunjukkan fluktuasi dalam lima tahun terakhir, dengan penurunan signifikan saat pandemi dan peningkatan kembali setelah revitalisasi pada 2022.

Tabel 1. Data Wisatawan Ke Batu Parsidangan Siallagan 5 Tahun Terakhir.

Tahun	Jumlah Kunjungan		Total Kunjungan
	Jalur Darat	Jalur Danau	
2019	7.222 Wisatawan	8.318 Wisatawan	11.540 Wisatawan
2020	2.709 Wisatawan	2.086 Wisatawan	4.795 Wisatawan
2021	925 Wisatawan	711 Wisatawan	1.636 Wisatawan
2022	224 Wisatawan	7.714 Wisatawan	7.938 Wisatawan
2023	-	11.970 Wisatawan	11.970 Wisatawan
2024 (Oktober)	-	10.085 Wisatawan	10.085 Wisatawan

Sumber : Dinas Budaya Pariwisata Kabupaten Samosir, (2024)

Kunjungan wisatawan yang cukup tinggi di destinasi ini belum sepenuhnya berbanding lurus dengan kepuasan wisatawan. Beberapa ulasan menunjukkan kepuasan terhadap ragam

atraksi yang tersedia, tetapi ada pula kritik mengenai keterbatasan informasi atraksi, kurangnya kejelasan jadwal pertunjukan Sigale-gale, dan minimnya akses informasi bagi wisatawan tanpa pemandu. Kondisi ini mengindikasikan adanya gap antara kualitas layanan dan atraksi yang ditawarkan dengan ekspektasi wisatawan. Padahal, kepuasan wisatawan merupakan faktor penting dalam keberhasilan destinasi, yang berpengaruh terhadap kunjungan ulang dan rekomendasi kepada pihak lain (Putri, 2023).

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam mengenai pengaruh kualitas layanan dan atraksi wisata terhadap kepuasan. Yusril et al. (2021) menemukan kualitas layanan berpengaruh signifikan, sementara Priambudi et al. (2021) menekankan atraksi wisata. Alyani et al. (2022) menunjukkan keduanya berpengaruh secara simultan, namun Marnesia et al. (2023) menemukan atraksi wisata tidak signifikan, meskipun kualitas layanan tetap menjadi penentu utama. Perbedaan temuan ini menegaskan pentingnya penelitian lebih lanjut dalam konteks destinasi yang berbeda.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini memiliki kebaruan karena secara khusus mengkaji pengaruh kualitas layanan dan atraksi wisata terhadap kepuasan wisatawan di Batu Kursi Parsidangan Siallagan, sebuah destinasi budaya unggulan di Samosir yang belum banyak diteliti. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis sejauh mana kualitas layanan dan atraksi wisata memengaruhi kepuasan wisatawan, serta memberikan rekomendasi strategis bagi pengelolaan destinasi agar mampu meningkatkan pengalaman dan daya saing pariwisata budaya di Kabupaten Samosir, khususnya di Batu Parsidangan Siallagan.

2. KAJIAN TEORITIS

Kualitas Layanan

Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan salah satu faktor utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan serta mempertahankan loyalitas mereka. Istilah *service quality* sendiri berasal dari dua konsep, yaitu *service* yang merujuk pada aktivitas atau manfaat yang bersifat tidak berwujud, dan *quality* yang menunjukkan unsur strategis untuk meningkatkan efisiensi sekaligus daya saing (Ramya, 2019). Dengan demikian, kualitas layanan tidak hanya dipandang sebagai hasil dari suatu proses, melainkan juga strategi penting bagi keberlangsungan usaha jasa. Zeithaml et al. (1988) mendefinisikan kualitas layanan sebagai kemampuan penyedia untuk memberikan pelayanan yang unggul sehingga dapat memenuhi bahkan melampaui ekspektasi pelanggan. Definisi ini menekankan bahwa layanan yang baik harus selalu mengacu pada standar harapan konsumen. Pandangan tersebut diperkuat oleh

Furrer (2005) yang menyatakan bahwa kualitas layanan juga berfungsi membangun ikatan emosional antara penyedia jasa dan pelanggan, sehingga hubungan yang terjalin tidak sekadar transaksional tetapi juga bersifat jangka panjang. Sejalan dengan itu, Severt et al. (2007) menegaskan bahwa kepuasan pelanggan tercapai ketika kinerja layanan yang diberikan selaras dengan ekspektasi mereka.

Berdasarkan berbagai pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan mencakup kemampuan penyedia jasa dalam memberikan pelayanan yang konsisten, efektif, dan unggul, sekaligus berorientasi pada kepuasan pelanggan. Kualitas ini tidak hanya tercermin dari kinerja yang sesuai dengan harapan, tetapi juga dari upaya untuk menciptakan pengalaman positif yang membangun hubungan emosional dengan pelanggan.

Indikator Kualitas Layanan

Menurut Tjiptono (2004 dalam Utomo & Walejo, 2018), layanan memiliki empat karakteristik utama yang membedakannya dari produk fisik, yaitu *intangibility*, *inseparability*, *variability*, dan *perishability*. Pertama, *intangibility* (tidak berwujud) berarti jasa tidak dapat dilihat, disentuh, atau dicoba sebelum dikonsumsi, sehingga kualitasnya baru bisa dinilai setelah pengalaman layanan berlangsung. Kedua, *inseparability* (tidak terpisahkan) menunjukkan bahwa produksi dan konsumsi jasa terjadi bersamaan, sehingga pelanggan ikut terlibat langsung dalam prosesnya. Ketiga, *variability* (bervariasi) menegaskan bahwa kualitas jasa mudah dipengaruhi siapa yang memberi, kapan, dan di mana layanan berlangsung. Keempat, *perishability* (tidak tahan lama) berarti jasa tidak bisa disimpan atau dijual kembali di kemudian hari.

Berdasarkan pembedaan tersebut, ditarik kesimpulan bahwa karakteristik jasa membuat pengelolaan kualitas layanan jauh lebih kompleks dibanding produk fisik. Diperlukan strategi yang tepat agar layanan tetap konsisten, meskipun sifatnya tidak berwujud, melibatkan interaksi langsung, bervariasi, dan tidak dapat disimpan.

Dimensi Kualitas Layanan

Berbagai model digunakan untuk mengevaluasi kualitas layanan, seperti Nordic Model, SERVQUAL Model, *Three-Component Model*, dan *Multi Model* (Tjiptono et al., 2004 dalam Natalius et al., 2021). SERVQUAL yang dikembangkan Parasuraman et al. (1988) menjadi pendekatan paling populer dengan lima dimensi utama, yaitu:

- a. *Reliability* (Keandalan) Kemampuan penyedia jasa dalam memberikan layanan sesuai janji dengan konsisten, tepat, dan dapat diandalkan.

- b. *Responsiveness* (Daya Tanggap) Kesiediaan dan kesiapan penyedia jasa dalam membantu pelanggan dengan cepat dan tepat
- c. *Assurance* (Jaminan) Pengetahuan, keterampilan, kesopanan, dan kemampuan karyawan dalam menumbuhkan rasa percaya pelanggan
- d. *Empathy* (Empati) Tingkat kepedulian dan perhatian personal terhadap pelanggan.
- e. *Tangible* (Bukti Fisik) Segala aspek fisik yang dapat dilihat, seperti fasilitas, peralatan, kebersihan, penampilan karyawan, dan materi komunikasi.

Atraksi Wisata

Pengertian Atraksi Wisata

Atraksi wisata merupakan elemen utama dalam industri pariwisata yang berfungsi sebagai daya tarik utama suatu destinasi. Atraksi mencakup keunikan, keindahan, dan kekayaan yang bersumber dari alam, budaya, maupun hasil karya manusia, sebagaimana didefinisikan dalam UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Menurut Andrasgoro (2018), keberadaan atraksi menjadi faktor penting yang memotivasi wisatawan untuk berkunjung. Hal ini sejalan dengan pandangan Noho et al. (2018) yang menyatakan bahwa atraksi menciptakan pengalaman berkesan bagi wisatawan. Sementara itu, Abdulhaji (2016) menekankan bahwa atraksi yang dirancang secara profesional tidak hanya meningkatkan kunjungan, tetapi juga memperpanjang masa tinggal wisatawan. Atraksi wisata tidak hanya dipahami sebagai objek fisik semata, tetapi juga sebagai pencipta pengalaman yang memberi kepuasan emosional bagi wisatawan (Kozak, 2020).

Berdasarkan pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa atraksi wisata dapat dipahami sebagai elemen inti dalam pariwisata yang tidak hanya terbatas pada objek fisik atau keindahan visual, tetapi juga mencakup kekayaan budaya, nilai-nilai lokal, serta pengalaman emosional yang dirasakan wisatawan. Lebih dari sekadar menarik kunjungan, atraksi wisata memainkan peran dalam membentuk persepsi, menciptakan kepuasan, mendorong loyalitas, serta memperkuat daya saing suatu destinasi dibandingkan dengan destinasi lain.

Ciri Khas Atraksi wisata

Menurut Saway et al. (2021), atraksi wisata memiliki ciri khas yang membentuk esensi sekaligus daya tarik utama dari suatu destinasi. Ciri khas tersebut meliputi panorama, keunikan, keindahan, dan kesenian, yang berkontribusi terhadap pengalaman berwisata. panorama dipahami sebagai representasi dari kualitas lingkungan dan lanskap alam yang ditawarkan oleh suatu destinasi. Panorama yang meliputi keindahan pegunungan, danau, laut, atau bentang alam

lainnya, berperan dalam menciptakan persepsi positif terhadap suasana destinasi. Keunikan menjadi dimensi diferensiasi yang membedakan suatu atraksi dari destinasi lainnya. Keunikan dapat berupa fenomena alam yang khas, praktik budaya yang otentik, maupun konsep dan tema yang dirancang secara kreatif. Unsur ini menciptakan nilai eksklusivitas, di mana wisatawan terdorong untuk mengunjungi destinasi karena adanya pengalaman yang tidak dapat diperoleh di tempat lain. Keindahan menekankan pada kualitas estetika yang dihadirkan melalui komposisi visual, arsitektural, maupun tata ruang destinasi. Kesenian merepresentasikan integrasi antara kreativitas, ekspresi budaya, dan dimensi edukatif dalam sebuah atraksi.

Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa atraksi wisata membentuk suatu kesatuan yang saling melengkapi. Panorama memberikan nilai lanskap, keunikan menegaskan identitas, keindahan memperkuat daya estetis, dan kesenian menambah dimensi kultural-edukatif. Keseluruhan elemen ini menjadikan atraksi wisata bukan sekadar objek kunjungan, melainkan pengalaman yang menghubungkan wisatawan dengan objek wisata yang dikunjungi.

Dimensi Atraksi Wisata

Atraksi wisata merupakan salah satu elemen kunci dalam industri pariwisata karena menjadi alasan utama yang mendorong wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi. Menurut Preambudi et al. (2021), atraksi dirancang tidak hanya untuk memberikan hiburan, tetapi juga menghadirkan nilai edukasi serta pengalaman yang menyenangkan bagi wisatawan. Lebih lanjut, Yoeti (2008) menekankan bahwa atraksi wisata idealnya memenuhi tiga elemen pokok, yaitu:

- a. *Something to see*, yaitu keberadaan berbagai hal menarik yang dapat disaksikan wisatawan, dilengkapi dengan fasilitas rekreasi yang mampu membuat mereka betah berlama-lama di destinasi.
- b. *Something to do*, yang berarti destinasi harus menyediakan objek atau aktivitas khas dan berbeda dari daerah lain, sehingga wisatawan dapat terlibat langsung dalam pengalaman berwisata.
- c. *Something to buy*, yakni tersedianya fasilitas berbelanja berupa souvenir atau produk kerajinan lokal yang dapat dijadikan oleh-oleh bagi wisatawan untuk dibawa pulang.

Kepuasan Wisatawan

Pengertian Kepuasan Wisatawan

Kepuasan wisatawan pada dasarnya merupakan hasil evaluasi emosional yang muncul dari perbandingan antara harapan sebelum berkunjung dengan pengalaman nyata yang dirasakan di destinasi. Kotler (2001) menjelaskan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil konsumsi dengan ekspektasi, sementara Tjiptono (2012) menegaskan bahwa kepuasan merupakan respons terhadap kesesuaian antara harapan awal dan kinerja produk atau layanan. Lebih lanjut, Zeithaml et al. (2013) menambahkan bahwa kepuasan dipengaruhi oleh fitur layanan, kualitas, harga, serta faktor situasional seperti kondisi emosional dan pendapat orang sekitar. Dalam konteks pariwisata, kepuasan wisatawan menjadi kunci utama karena mampu mendorong kunjungan ulang serta rekomendasi positif kepada orang lain Putri (2023). Sejalan dengan hal tersebut, Zeithaml dan Bitner (2013) menegaskan bahwa wisatawan yang puas cenderung menunjukkan loyalitas dengan kembali menggunakan layanan yang sama di masa depan.

Berdasarkan defenisi diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan wisatawan merupakan evaluasi emosional yang timbul dari perbandingan antara harapan dengan pengalaman nyata di destinasi. Jika pelayanan dan pengalaman sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi, wisatawan akan merasa puas, sehingga terdorong untuk kembali berkunjung dan merekomendasikan destinasi tersebut dimasa mendatang.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan

Menurut Gasperz dalam Kalebos (2016), kepuasan dan ekspektasi pelanggan dipengaruhi oleh kebutuhan serta keinginan yang muncul dari pengalaman mereka ketika berinteraksi atau melakukan transaksi dengan penyedia layanan. Sejalan dengan itu, Ali Hasan dalam Suwena & Widyatmaja (2010) menegaskan bahwa terdapat sejumlah faktor yang memengaruhi kepuasan wisatawan, antara lain kualitas produk wisata yang ditawarkan serta penilaian wisatawan terhadap pengalaman yang mereka rasakan, baik terkait produk maupun layanan. Penilaian ini pada dasarnya berangkat dari persepsi wisatawan selama kunjungan mereka, yang kemudian menentukan tingkat kepuasan yang dirasakan.

Dimensi Kepuasan Wisatawan

Kepuasan pelanggan tidak muncul begitu saja, melainkan terbentuk dari berbagai faktor yang secara langsung memengaruhi bagaimana konsumen menilai pengalaman mereka terhadap suatu produk maupun layanan. Irawan (2004) menjelaskan bahwa terdapat lima dimensi utama dalam membentuk kepuasan pelanggan, yaitu:

- a. Harga (*price*), yaitu kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan dengan manfaat yang diperoleh. Pelanggan akan merasa puas apabila harga dianggap adil dan sebanding dengan nilai yang mereka terima.
- b. Kualitas layanan (*service quality*), yang mencakup cara penyedia jasa memberikan pelayanan kepada pelanggan. Dimensi ini melibatkan aspek keandalan, daya tanggap, empati, serta kemampuan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan secara konsisten.
- c. Kualitas produk (*product quality*), yakni mutu dari barang atau jasa yang diterima. Kualitas ini dapat dilihat dari ketahanan, keandalan, fitur, hingga desain yang ditawarkan, yang pada akhirnya menentukan kepuasan konsumen terhadap produk tersebut.
- d. Faktor emosional (*emotional factor*), yang berkaitan dengan perasaan positif yang timbul ketika pelanggan menggunakan produk atau layanan.
- e. Efisiensi atau kemudahan (*efficiency*), yang berfokus pada sejauh mana produk atau layanan mudah diakses dan digunakan.

Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian sebelumnya menegaskan bahwa kualitas layanan dan atraksi wisata sama-sama berperan penting dalam membentuk kepuasan wisatawan, meskipun pengaruh dominannya bervariasi sesuai konteks destinasi. Agustina dan Sulaiman (2024) serta Galang (2023) menemukan bahwa kualitas layanan lebih berpengaruh terhadap kepuasan dibandingkan atraksi di Pemandian Gunung Gajah dan Puncak Sosok Bantul. Sebaliknya, Rajagukguk et al. (2025) serta Alyani et al. (2022) menunjukkan bahwa atraksi wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, bahkan bersama kualitas layanan mampu menjelaskan sebagian besar variasi kepuasan wisatawan. Putri dan Widanti (2024) serta Risti (2023) juga menegaskan pentingnya layanan, terutama dalam meningkatkan niat kunjung ulang.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, diperoleh informasi bahwa atraksi wisata yang baik mampu menghadirkan pengalaman emosional yang berkesan bagi wisatawan, sedangkan

kualitas layanan berperan penting dalam menciptakan rasa nyaman serta menumbuhkan kepercayaan. Kedua aspek tersebut saling melengkapi dan berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kepuasan, loyalitas, dan keberlanjutan destinasi wisata. Dengan demikian, dapat diasumsikan dan diberikan dugaan sementara bahwa pada objek wisata budaya Batu Parsidangan Siallagan, atraksi budaya dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan.

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner untuk memperoleh data numerik yang dapat dianalisis secara objektif Sugiyono, (2019). Metode ini dipadukan dengan analisis deskriptif, yang berfungsi memberikan gambaran sistematis mengenai fenomena penelitian Creswell, (2013), serta analisis verifikatif untuk menguji hubungan antarvariabel secara empiris Suharsimi dalam Aziz, (2018).

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Objek Wisata Batu Parsidangan Siallagan, berlokasi di MRHP+JG6, Jl. Lkr. Tuktuk, Desa Siallagan, Pindaraya, Kabupaten Samosir, Sumatera Utara 22395. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Februari 2025.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh pengunjung Objek Wisata Batu Parsidangan Siallagan pada tahun 2024 hingga bulan Oktober, yang tercatat sebanyak 10.085 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability* sampling dengan pendekatan *purposive sampling* untuk memastikan responden sesuai kriteria penelitian. Ukuran sampel ditentukan dengan rumus Slovin pada tingkat kesalahan 10%:

$$n = \frac{10.085}{1 + 10.085(0,1)^2} = 99$$

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam jurnal ini adalah skala Likert. Menurut Siagian (2020), skala Likert berfungsi sebagai alat untuk mengukur sikap maupun persepsi responden melalui serangkaian indikator pertanyaan yang telah disusun secara sistematis.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner tertutup, baik dalam bentuk cetak maupun *Google Form*. Data yang terkumpul kemudian diolah dan dianalisis menggunakan aplikasi SPSS 25 untuk memperoleh penjelasan yang lebih mendalam terkait variabel yang diteliti.

Uji Validitas-Reabilitas

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk memastikan instrumen penelitian, seperti kuesioner, benar-benar mengukur aspek yang dituju secara tepat sebagaimana dijelaskan Ghozali (2018), dan untuk memperoleh hasil yang layak dianalisis, instrumen sebaiknya diuji coba terlebih dahulu pada minimal 30 responden menurut Sugiyono (2019).

Uji Realibitas

Reliabilitas menilai konsistensi kuesioner sebagai indikator variabel (Ghozali, 2018). Instrumen dinyatakan reliabel bila respon konsisten meski diuji berulang, dengan pengujian menggunakan IBM SPSS Statistic 25 melalui Cronbach Alpha, dimana nilai $>0,70$ menunjukkan reliabilitas.

Teknik Analisis Data

Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi linier berganda merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis dan memprediksi perubahan pada variabel dependen dengan melihat pengaruh dari dua atau lebih variabel independen yang bertindak sebagai faktor prediktor (Sugiyono, 2017, hlm. 277).

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji dugaan sementara yang diajukan pada penelitian Sugiyono (2019). Adapun uji hipotesis yang digunakan adalah uji t, uji F dan Koefisien determinasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Batu Parsidangan Siallagan

Batu Kursi Parsidangan Siallagan merupakan situs budaya megalitik berusia lebih dari 200 tahun yang terletak di Huta Siallagan, Desa Ambarita, Kecamatan Simanindo, Kabupaten Samosir, sekitar 150 meter dari tepi Danau Toba, dengan luas area $\pm 2.400 \text{ m}^2$ dan dikelilingi tembok batu setinggi 1,5–2 meter Syahftri et al. (2021). Situs ini menjadi bukti adanya sistem

hukum adat Batak Toba pada masa lampau, dengan dua lokasi utama: kursi dalam huta untuk musyawarah raja dan tetua adat, serta kursi luar huta untuk pengadilan dan eksekusi pelanggar hukum berat Gurky (2020).

Selain aspek hukum adat, tempat ini juga lekat dengan kisah kanibalisme yang kini menjadi bagian narasi sejarah lisan. Wisatawan dapat menikmati atraksi budaya seperti pertunjukan tortor dengan patung Sigale-gale, serta menyaksikan langsung peninggalan tradisi hukum dan pemerintahan lokal. Pada 2019–2022, pemerintah bersama masyarakat melaksanakan revitalisasi berupa pembangunan Rumah Bolon, pusat souvenir, fasilitas umum, hingga amphitheater dengan total anggaran Rp30 miliar, guna memperkuat daya tarik dan fungsi edukatif situs.

Saat ini, pengelolaan dilakukan berbasis komunitas (*community-based tourism*) dengan melibatkan masyarakat lokal dalam promosi dan pelayanan wisata. Hal ini menjadikan Batu Parsidangan tidak hanya sebagai warisan budaya, tetapi juga sebagai *living laboratory* yang menyatukan nilai sejarah, pendidikan, kearifan lokal, serta pariwisata berkelanjutan.

Karakteristik Responden

Responden penelitian berjumlah 99 orang wisatawan yang berkunjung ke Objek Wisata Budaya Batu Kursi Parsidangan Siallagan. Mayoritas responden adalah perempuan (57,4%), dengan dominasi wisatawan dalam negeri (98%). Dilihat dari kelompok usia, sebagian besar responden berusia 23–27 tahun (56,6%), menunjukkan pengunjung didominasi oleh generasi muda. Berdasarkan pendidikan terakhir, mayoritas responden merupakan lulusan SMA (63,6%), diikuti oleh sarjana (25,3%). Sebagian besar wisatawan berasal dari Kabanjaje, Medan, dan Pematang Siantar, meskipun ada juga yang berasal dari luar negeri seperti Jerman. Dari sisi pekerjaan, pengunjung terbanyak adalah pelajar/mahasiswa (40,6%), diikuti pegawai swasta/BUMN (31,3%). Hal ini berpengaruh terhadap tingkat pendapatan, di mana hampir setengah responden tidak berpenghasilan (48,5%). Sebagian besar wisatawan merupakan pengunjung pertama kali (83,8%), dengan tujuan utama berlibur (89,9%).

Hasil Analisis Validitas Reabilitas

Hasil Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan X1.

Variabel	Item	Rxy	Rhitung	P-Value	Alpha	Keputusan
Kualitas Layanan (X1)	1	0,694	0,361	0,000	0,05	Valid
	2	0,750	0,361	0,000	0,05	Valid
	3	0,693	0,361	0,000	0,05	Valid
	4	0,830	0,361	0,000	0,05	Valid
	5	0,767	0,361	0,000	0,05	Valid
	6	0,867	0,361	0,000	0,05	Valid
	7	0,756	0,361	0,000	0,05	Valid
	8	0,811	0,361	0,000	0,05	Valid
	9	0,821	0,361	0,000	0,05	Valid
	10	0,856	0,361	0,000	0,05	Valid
	11	0,789	0,361	0,000	0,05	Valid
	12	0,879	0,361	0,000	0,05	Valid
	13	0,812	0,361	0,000	0,05	Valid
	14	0,825	0,361	0,000	0,05	Valid

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan uji coba pada 30 responden, variabel X1 (kualitas layanan) yang diukur melalui 14 item pernyataan terbukti valid dan mampu merepresentasikan variabel secara tepat.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Atraksi Wisata X2.

Variabel	Item	Rxy	Rhitung	P-Value	Alpha	Keputusan
Atraksi Wisata (X2)	15	0,898	0,361	0,000	0,05	Valid
	16	0,818	0,361	0,000	0,05	Valid
	17	0,833	0,361	0,000	0,05	Valid
	18	0,806	0,361	0,000	0,05	Valid
	19	0,831	0,361	0,000	0,05	Valid
	20	0,808	0,361	0,000	0,05	Valid
	21	0,786	0,361	0,000	0,05	Valid
	22	0,709	0,361	0,000	0,05	Valid
	23	0,879	0,361	0,000	0,05	Valid

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2025)

Hasil uji coba pada 30 responden menunjukkan bahwa 9 item pernyataan variabel X2 (atraksi wisata) dinyatakan valid.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Wisatawan (Y).

Variabel	Item	Rxy	Rhitung	P-Value	Alpha	Keputusan
Kepuasan Wisatawan (Y)	24	0,818	0,361	0,000	0,05	Valid
	25	0,702	0,361	0,000	0,05	Valid
	26	0,834	0,361	0,000	0,05	Valid
	27	0,812	0,361	0,000	0,05	Valid
	28	0,840	0,361	0,000	0,05	Valid
	29	0,790	0,361	0,000	0,05	Valid
	30	0,870	0,361	0,000	0,05	Valid
	31	0,863	0,361	0,000	0,05	Valid

32	0,839	0,361	0,000	0,05	Valid
33	0,741	0,361	0,000	0,05	Valid
34	0,876	0,361	0,000	0,05	Valid
35	0,803	0,361	0,000	0,05	Valid
36	0,877	0,361	0,000	0,05	Valid
37	0,901	0,361	0,000	0,05	Valid
38	0,797	0,361	0,000	0,05	Valid

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2025)

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh 15 item pernyataan pada variabel kepuasan wisatawan dinyatakan valid. Secara keseluruhan, dari ketiga variabel penelitian—kualitas layanan (X1), atraksi wisata (X2), dan kepuasan wisatawan (Y)—seluruh 38 item pernyataan terbukti valid, sehingga layak digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti secara akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Hasil Uji Reabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reabilitas.

Variabel	Cronbach's Alpha	Reabilitas	Keputusan
Kualitas Layanan (X1)	0,955	0,70	Reliabel
Atraksi Wisata (X2)	0,937	0,70	Reliabel
Keputusan Wisatawan (Y)	0,965	0,70	Reliabel

Sumber: Diolah Oleh Penulis (2025)

Hasil uji reliabilitas pada 30 responden menunjukkan nilai Cronbach's Alpha untuk variabel kualitas layanan (0,955), atraksi wisata (0,937), dan kepuasan wisatawan (0,965). Seluruhnya melebihi batas minimum 0,7, sehingga dinyatakan reliabel.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0.652	5.836		0.112	0.911
Kualitas Layanan	0.251	0.061	0.294	4.138	0.000
Atraksi Wisata	1.177	0.139	0.602	8.464	0.000

Berdasarkan hasil uji regresi, diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,652 + 0,251X1 + 1,177X2$$

Dengan penjelasan sebagai berikut: (a) Konstanta (0,652): jika variabel kualitas layanan (X1) dan atraksi wisata (X2) bernilai 0 (nol), maka nilai kepuasan wisatawan (Y) sebesar 0,652. (b) $\beta_1 = 0,251$: variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan. Artinya, jika kualitas layanan meningkat, maka kepuasan wisatawan juga meningkat. (c) $\beta_2 =$

1,177: variabel atraksi wisata berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan. Artinya, semakin baik atraksi wisata yang ditawarkan, maka kepuasan wisatawan akan semakin tinggi.

Uji Hipotesis Penelitian

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 7. Uji t.

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	0.652	5.836		0.112	0.911
Kualitas Layanan	0.251	0.061	0.294	4.138	0.000
Atraksi Wisata	1.177	0.139	0.602	8.464	0.000

Sumber: Data Diolah Penulis, (2025)

Berdasarkan asil uji t penelitian diatas, diperoleh hasil sebagai berikut:

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Wisatawan Berdasarkan hasil pada tabel menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,050$ sehingga dapat disimpulkan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.

Pengaruh Atraksi Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan Berdasarkan hasil pada tabel menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,050$ sehingga dapat disimpulkan atraksi wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Uji Simultan (Uji-F)

Tabel 8. Hasil Uji F.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	756,676	2	378.338	64,226	0.000
	Residual	565,506	96	5,891		
	Total	1322,182	98			

Sumber: Diolah Penulis, (2025)

Tabel 8 memperlihatkan bahwa nilai signifikansi uji F sebesar 0,000, yang berada di bawah batas 0,050. Hal ini mengindikasikan adanya pengaruh simultan antara variabel kualitas layanan dan atraksi wisata terhadap kepuasan wisatawan.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 9. Uji Koefisien Determinasi Model Summary.

Model	R	R Square	Adjusted R	Std Error estimate
1	.757	.572	.563	2,42707
a:predictors : (Constant)		Atraksi Wisata	Kualitas layanan	

Sumber: Diolah Penulis (2025)

Berdasarkan nilai Adjusted R Square, dapat diketahui bahwa variabel atraksi wisata dan kualitas layanan secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 56,3% terhadap tingkat kepuasan wisatawan di Objek Wisata Batu Kursi Parsidangan Siallagan. Sementara itu, sisanya sebesar 43,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian, seperti kondisi fasilitas, cuaca, strategi promosi, karakteristik pribadi wisatawan, harga tiket, aksesibilitas, serta aspek eksternal lainnya.

Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan di Objek Wisata Budaya Batu Kursi Parsidangan Siallagan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan (t hitung = 4,138; sig. = 0,000). Aspek keramahan, profesionalitas petugas, perhatian terhadap wisatawan, serta kepedulian pada pengunjung berkebutuhan khusus menjadi keunggulan yang meningkatkan pengalaman berkunjung. Namun, masih terdapat kelemahan pada kesesuaian layanan dan akurasi informasi yang perlu diperbaiki. Temuan ini sejalan dengan pandangan Tjiptono (2016) yang menegaskan bahwa kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan akan memberikan kepuasan yang tinggi, serta Furrer (2005) yang menyatakan bahwa kepuasan muncul ketika layanan mampu memenuhi bahkan melampaui ekspektasi pelanggan. Secara empiris, hasil penelitian ini juga didukung oleh temuan Sitepu et al. (2022) di Pelabuhan Telaga Punggur dan Mahmud et al. (2021) di Pantai Bulukumba bahwa layanan berpengaruh pada kepuasan.

Selain itu, atraksi wisata juga terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan (t hitung = 8,464; sig. = 0,000). Keberagaman atraksi budaya, seperti pertunjukan tioro sigale-gale dan atraksi bernilai edukatif, menjadi daya tarik utama destinasi. Indikator interaksi wisatawan dengan masyarakat lokal serta keberadaan souvenir memberikan kontribusi besar dalam menciptakan pengalaman berkesan, meskipun aspek narasi sejarah dan penyampaian informasi masih perlu ditingkatkan. Hal ini menguatkan pandangan Abdulhaji (2016) yang menekankan bahwa atraksi wisata yang dikelola dengan baik tidak hanya meningkatkan jumlah kunjungan tetapi juga memperkaya pengalaman emosional wisatawan,

serta Kozak (2020) yang menegaskan bahwa atraksi yang berkualitas mampu menciptakan pengalaman mendalam yang berdampak pada kepuasan wisatawan. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Salsabila (2023) dan Priambudi et al. (2021) yang menegaskan pengaruh positif atraksi wisata terhadap kepuasan pengunjung

Secara simultan, kualitas layanan dan atraksi wisata bersama-sama memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wisata Budaya Batu Kursi Parsidangan Siallagan (F hitung = 64,226; sig. = 0,000). Namun, terdapat indikator yang masih lemah, khususnya transparansi biaya, kesesuaian harga tiket, dan niat untuk melakukan kunjungan ulang. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kepuasan wisatawan tidak hanya ditentukan oleh pelayanan dan atraksi, tetapi juga oleh faktor lain seperti harga, fasilitas, promosi, maupun loyalitas wisatawan. Temuan ini konsisten dengan penelitian Rajagukguk & Tarigan (2025), Sulaiman (2024), serta Alyani et al. (2022) yang membuktikan adanya pengaruh signifikan kualitas layanan dan atraksi wisata terhadap kepuasan pengunjung. Secara teoritis, hasil ini juga mendukung pandangan Zeithaml et al. (2013) yang menjelaskan bahwa kepuasan adalah respon emosional atas kesesuaian antara harapan dan kenyataan, serta Rosmayati et al. (2020) yang menyatakan bahwa kepuasan menjadi indikator penting keberhasilan destinasi.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian di Objek Wisata Budaya Batu Parsidangan Siallagan dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dan atraksi wisata berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Kualitas layanan yang diukur melalui lima dimensi SERVQUAL dinilai sangat baik, khususnya pada aspek keramahan dan profesionalitas petugas, perhatian terhadap wisatawan, serta kepedulian kepada pengunjung dengan kebutuhan khusus, yang menjadi keunggulan destinasi ini. Atraksi wisata juga mendapat penilaian sangat positif melalui tiga dimensi utama, yaitu *something to see*, *something to do*, dan *something to buy*, dengan interaksi wisatawan bersama pemandu maupun masyarakat lokal serta keberagaman oleh-oleh sebagai daya tarik utama.

Namun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah responden dan waktu pengumpulan data yang relatif singkat. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dilakukan dengan cakupan waktu yang lebih panjang, tingkat signifikansi yang lebih ketat, serta menambahkan variabel lain agar dapat memberikan gambaran yang lebih baik mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan wisatawan di Batu Parsidangan Siallagan.

Saran

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menyoroti 43,7% faktor lain di luar kualitas layanan dan atraksi wisata yang berpotensi memengaruhi kepuasan wisatawan, seperti fasilitas pendukung, citra destinasi, promosi, aksesibilitas, dan harga, agar hasil kajian lebih baik lagi. Selain itu, jumlah responden perlu ditingkatkan sehingga hasil penelitian lebih representatif dan dapat digeneralisasikan dengan baik. Bagi pengelola objek wisata, kualitas atraksi dan layanan yang sudah menjadi keunggulan perlu dipertahankan, namun tetap perlu evaluasi pada aspek yang dinilai lebih rendah, seperti akurasi informasi, transparansi biaya, kesesuaian harga tiket, serta strategi untuk mendorong minat kunjungan ulang wisatawan di masa depan.

DAFTAR REFERENSI

- Al Dakheel, J., Del Pero, C., Aste, N., & Leonforte, F. (2020). Smart buildings features and key performance indicators: A review. *Sustainable Cities and Society*, 61, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.scs.2020.102328>
- Andrianto, H., Susanthi, Y., & Jonathan, V. (2024). Platform sistem pemantauan penggunaan energi listrik berbasis IoT. *Techné Jurnal Ilmiah Elektroteknika*, 23(2), 199–212. <https://doi.org/10.31358/techne.v23i2.422>
- Hakim. (2010). Evaluasi sistem bangunan pintar pada pusat perbelanjaan Senayan City di Jakarta. *Arsitron*, 1(2), 84.
- Hendrawan, A. P. W., & Agustini, N. P. (2022). Simulasi kendali dan monitoring daya listrik peralatan rumah tangga berbasis ESP32. *Alinier Jurnal*, 3(1), 55–68. <https://doi.org/10.36040/alinier.v3i1.4855>
- Inggi, R., & Pangala, J. (2021). Perancangan alat pendeteksi kebocoran gas LPG menggunakan sensor MQ-2 berbasis Arduino. *SIMKOM*, 6(1), 12–22. <https://doi.org/10.51717/simkom.v6i1.51>
- Islam, H. I., Nabilah, N., Atsaurry, S. S., Saputra, D. H., Pradipta, G. M., Kurniawan, A., Syafutra, H., Irmansyah, I., & Irzaman, I. (2016). Sistem kendali suhu dan pemantauan kelembaban udara ruangan berbasis Arduino Uno dengan menggunakan sensor DHT22 dan passive infrared (PIR). *Prosiding Seminar Nasional Fisika (E-Journal) SNF2016*, SNF2016-CIP-119–SNF2016-CIP-124. <https://doi.org/10.21009/0305020123>
- Juliansyah, A., & Nadiani, D. (2021). Sistem pendeteksi gerak menggunakan sensor PIR dan Raspberry Pi (Motion detection system using PIR sensors and Raspberry Pi). *JTIM: Jurnal Teknologi Informasi dan Multimedia*, 2(4), 199–205. <https://doi.org/10.35746/jtim.v2i4.113>
- Najib, W., Sulistyono, S., & Kunci, K. (2020). Tinjauan ancaman dan solusi keamanan pada teknologi Internet of Things (Review on security threat and solution of Internet of Things technology). *Jurnal Nasional Teknik Elektro dan Teknologi Informasi*, 9(4), 375–384. <https://doi.org/10.22146/jnteti.v9i4.539>
- Pratama, E. W., & Kiswantono, A. (2023). Electrical analysis using ESP-32 module in realtime. *JEECS (Journal of Electrical Engineering and Computer Sciences)*, 7(2), 1273–1284. <https://doi.org/10.54732/jeeecs.v7i2.21>

- Puriyanto, R. D., & Rosyady, P. A. (2021). *Pengukuran besaran listrik* (B. Ashari, Ed.). UAD Press.
- Rachmadi, T. (2020). *Mengenal apa itu Internet of Things: Cara menghadapi industry 4.0 dimana kita diharuskan serba digital terus mempelajari teknologi baru atau anda akan tertinggal oleh zaman* (1st ed.). Tiga Ebook.
- Royhan, M. (2020). Pemasangan lampu penerangan di ruang dengan sensor passive infrared receiver (PIR) terintegrasi Arduino. *Journal of Informatics and Communications Technology (JICT)*, 2(2), 8–16. https://doi.org/10.52661/j_ict.v2i2.54
- Susanto, A. T., & Purwoko, H. (2023). Perancangan proyek kantor Mitra Surya dengan pendalaman smart building system. *Kreasi*, 8(2), 16–29. <https://doi.org/10.37715/kreasi.v8i2.4490>
- Zalfin, A. (2021). *Studi pengaruh lekukan kabel terhadap arus listrik*. Politeknik Negeri Ujung Pandang.
- Zulkifli, Z., Muhallim, M., & Hasnahwati, H. (2024). Pengembangan sistem alarm dan pemadam kebakaran otomatis menggunakan Internet of Things. *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan*, 12(3), 2444–2460. <https://doi.org/10.23960/jitet.v12i3.4774>