

ABSTRAK

PENGARUH EKSPEKTASI PERSEPSI DAN CITRA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN PADA OBYEK WISATA PANTAI KERANG MAS LAMPUNG TIMUR

OLEH

MERIANA HERINDA GUSTA

Lampung sebagai salah satu provinsi di Indonesia juga memiliki potensi alam dan budaya yang bisa dikembangkan sebagai objek wisata. Salah satu destinasi atau tujuan wisata unggulan di Kabupaten Lampung Timur adalah Pantai Kerang Mas di Labuhan Maringgai. Objek wisata ini memadukan konsep alam yang masih alami dengan lingkungan yang terjaga merupakan konsep pengembangan wisata Pantai Kerang Mas.

Permasalahan penelitian ini adalah selama 4 tahun jumlah wisatawan yang berkunjung hanya sebanyak 9134 orang pertahun, artinya rata-rata hanya 761 orang perbulan wisatawan yang berkunjung ke Pantai Kerang Mas. Rata-rata pertumbuhan jumlah wisatawan hanya sebesar 8,3%. Jumlah pertumbuhan ini jauh di bawah standar pertumbuhan yang ditetapkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Lampung Timur yaitu sebesar 15% pertahun. Sehingga rumusan masalah sebagai berikut : Apakah persepsi kualitas, citra tujuan wisata dan ekspektasi wisatawan berpengaruh terhadap kepuasan. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 wisatawan dan analisis dengan menggunakan regresi linear berganda.

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa persepsi kualitas, citra tujuan wisata, dan ekspektasi wisatawan memiliki berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan wisatawan objek wisata Pantai Kerang Mas Kabupaten Lampung Timur. Faktor pengaruh dominan terdapat pada ekspektasi sebesar 41,8%, kemudian disusul pada persepsi kualitas sebesar 36,9% dan disusul pada citra tujuan wisata sebesar 21,4%. Namun demikian masih terdapat ketidakpuasan wisatawan terutama pada keasrian ada pada objek wisata Pantai Kerang Mas dan sebagian wisatawan setelah berkunjung tidak memperoleh pengalaman yang menyenangkan.

Saran yang diajukan pada penelitian ini adalah ekspektasi wisatawan yang sudah baik tentang obyek wisata perlu dipertahankan. Upaya yang dapat dilakukan dengan memperbaiki sarana transportasi menuju pantai yaitu memperbaiki kualitas jalan sehingga akses menuju pantai lancar dan menyediakan alternatif angkutan secara regular sehingga masyarakat yang akan berkunjung mudah mencapai tujuan destinasi.

Kata kunci : persepsi kualitas, citra tujuan wisata, ekspektasi dan kepuasan

ABSTRAK

THE EFFECT OF PERCEPTION AND IMAGE EXPECTATIONS ON TOURIST SATISFACTION ON TOURISM OBJECTS OF KERANG MAS BEACH EAST LAMPUNG

BY

MERIANA HERINDA GUSTA

Lampung as one of the provinces in Indonesia also has natural and cultural potential that can be developed as a tourist attraction. One of the leading tourist destinations in East Lampung Regency is Kerang Mas Beach in Labuhan Maringgai. This tourist attraction combines the concept of unspoiled nature with a protected environment, which is the concept of developing Kerang Mas Beach tourism.

The problem of this research is that for 4 years the number of tourists who visit is only 9134 people per year, meaning that on average only 761 tourists per month visit Kerang Mas Beach. The average growth in the number of tourists is only 8.3%. This amount of growth is far below the growth standard set by the East Lampung Regency Tourism Office, which is 15% per year. So that the formulation of the problem is as follows: Does the perception of quality, image of tourist destinations and tourist expectations affect satisfaction. This study uses a sample of 100 tourists and analysis using multiple linear regression.

The calculation results show that perceived quality, image of tourist destinations, and tourist expectations have a significant positive effect on tourist satisfaction at Kerang Mas Beach tourism object, East Lampung Regency. The dominant influence factor is the expectation of 41.8%, then followed by the perception of quality by 36.9% and followed by the image of the tourist destination by 21.4%. However, there is still tourist dissatisfaction, especially in the beauty of the Kerang Mas Beach tourist attraction and some tourists after visiting do not get a pleasant experience.

Suggestions put forward in this study is that the expectations of tourists who are already good about tourism objects need to be maintained. Efforts can be made by improving transportation facilities to the beach, namely improving the quality of the road so that access to the beach is smooth and providing regular transportation alternatives so that people who will visit can easily reach their destination.

Keywords: perceived quality, tourist destination image, expectations and satisfaction