

### Pengaruh Antara Kualitas Layanan, Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan pada UMKM di Kawasan Wisata Kereng Bangkirai di Palangkaraya

Anak Agung Istri Inten Sivaratri Putri<sup>1\*</sup>, dan Farida Yuliaty<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Sangga Buana, Indonesia

*Journal of Economics and Management Sciences is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.*



#### ARTICLE HISTORY

Received: 14 October 25

Final Revision: 22 October 25

Accepted: 27 October 25

Online Publication: 31 December 25

#### KEYWORDS

Service Quality, Destination Image, Tourist Satisfaction, Tourism MSMEs, Kereng Bangkirai

#### KATA KUNCI

Kualitas Layanan, Citra Destinasi, Kepuasan Wisatawan, UMKM Wisata, Kereng Bangkirai.

#### CORRESPONDING AUTHOR

agungsvratri@gmail.com

#### DOI

10.37034/jems.v8i1.260

#### A B S T R A C T

This study aims to analyze the influence of service quality and destination image on tourist satisfaction among MSMEs operating in the Kereng Bangkirai tourism area, Palangkaraya. The research is grounded on the importance of enhancing the competitiveness of tourism-based MSMEs, which depends not only on products but also on service quality and visitors' perceptions of the tourism destination. This study employs a quantitative approach using the multiple linear regression analysis method. The sample consists of 128 respondents, representing tourists who have visited and directly interacted with MSME operators in the Kereng Bangkirai tourism area. Data were collected through structured questionnaires measuring three main variables: service quality, destination image, and tourist satisfaction. The results indicate that both service quality and destination image have a positive and significant effect on tourist satisfaction, both partially and simultaneously. This implies that the better the service quality provided by MSMEs and the stronger the destination image perceived by tourists, the higher their level of satisfaction with their travel experience in Kereng Bangkirai. The classical assumption tests confirm that the model satisfies the requirements of normality, and there are no symptoms of multicollinearity or autocorrelation, indicating the model's validity for explaining the relationship among variables. Overall, this research highlights the synergistic role of service quality and destination image in enhancing the competitiveness and sustainability of community-based tourism MSMEs in the natural tourism area of Kereng Bangkirai, Palangkaraya.

#### A B S T R A K

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan pada UMKM di kawasan wisata Kereng Bangkirai, Palangkaraya. Latar belakang penelitian ini berangkat dari pentingnya peningkatan daya saing UMKM pariwisata yang tidak hanya bergantung pada produk, tetapi juga pada kualitas layanan dan persepsi pengunjung terhadap destinasi wisata. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linier berganda. Sampel penelitian berjumlah 128 responden yang merupakan wisatawan yang telah berkunjung dan berinteraksi langsung dengan pelaku UMKM di kawasan wisata Kereng Bangkirai. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner terstruktur yang mengukur tiga variabel utama, yaitu kualitas layanan, citra destinasi, dan kepuasan wisatawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan kualitas layanan dan citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Artinya, semakin baik mutu layanan yang diberikan oleh UMKM serta semakin kuat citra destinasi yang terbentuk di benak wisatawan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan mereka terhadap pengalaman berwisata di Kereng Bangkirai. Uji asumsi klasik menunjukkan bahwa model penelitian memenuhi syarat normalitas, tidak terjadi multikolinearitas maupun autokorelasi. Hal ini membuktikan bahwa model regresi yang digunakan layak untuk menjelaskan hubungan antar variabel. Penelitian ini menegaskan pentingnya peran sinergis antara kualitas layanan dan citra destinasi dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM wisata berbasis komunitas di kawasan wisata alam Kereng Bangkirai Palangkaraya.

#### 1. Pendahuluan

Wisata alam Kereng Bangkirai di Palangkaraya sebagai salah satu destinasi ekowisata menampilkan keindahan alam dan keunikan budaya lokal yang semakin menarik

minat pengunjung. UMKM wisata di sekitar kawasan menjadi ujung tombak pelayanan mulai dari *rest area*, penginapan, oleh-oleh, hingga pemandu lokal yang kualitas layanannya dapat menentukan kepuasan wisatawan dan persepsi mereka terhadap destinasi

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) lokal turut tumbuh mengikuti kehadiran wisatawan dengan menyediakan kuliner, souvenir, dan atraksi pendukung [1]. Namun kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa pertumbuhan ini belum diimbangi oleh peningkatan kinerja UMKM secara optimal terutama dalam hal pendapatan, daya saing, dan keberlanjutan usaha [2]. Salah satu penyebab potensial adalah kualitas layanan dan citra destinasi, dua variabel yang dalam banyak penelitian terbukti mempengaruhi keputusan wisatawan serta persepsi umum terhadap sebuah destinasi [3], [4].

Kualitas layanan sering dianggap sebagai penentu utama kepuasan pengunjung, yang kemudian mempengaruhi citra destinasi. Berdasarkan penelitian di Kampung Karuhun, Sumedang, misalnya, kualitas layanan yang baik terbukti peningkatan yang signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan serta turut membentuk citra destinasi [5]. Selain itu, studi di Pantai Randusanga Indah Brebes menunjukkan bahwa citra destinasi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung kembali wisatawan [6]. Temuan-temuan seperti itu mengindikasikan bahwa UMKM yang berada di sekitar destinasi wisata perlu memperhatikan bagaimana layanan mereka dirasakan serta bagaimana keseluruhan citra destinasi dibentuk karena faktor-faktor tersebut bukan hanya berdampak terhadap wisatawan, tetapi juga terhadap kinerja usaha lokal berupa omzet, loyalitas pelanggan dan keberlanjutan usaha.

Meskipun banyak penelitian telah meneliti pengaruh kualitas layanan dan citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung dan loyalitas wisatawan, penelitian yang secara eksplisit mengaitkan kualitas layanan dan citra destinasi langsung terhadap kinerja UMKM di lingkungan wisata masih relatif jarang [7]. Meneliti pengaruh kualitas layanan dan citra destinasi terhadap kepuasan dan loyalitas di Kampung Karuhun Sumedang, tetapi tidak memperluas ke aspek kinerja UMKM sebagai pengukuran *outcome* ekonomi atau operasional secara langsung [5]. Demikian pula, studi Monumen Yogya Kembali menunjukkan pengaruh kualitas layanan dan citra destinasi terhadap kepuasan, namun tidak mengukur kinerja UMKM sebagai variabel dependen [8]. Ini menunjukkan adanya ruang untuk memperluas penelitian dengan menambahkan variabel kinerja UMKM sebagai indikator konkret dampak kualitas layanan dan citra destinasi terhadap aktor usaha lokal.

Penelitian mengenai UMKM pariwisata yang mengukur kinerja sering menggunakan variabel seperti kepuasan wisatawan, penjualan, atau omzet, namun kurang dari penelitian-penelitian tersebut mengaitkan kualitas layanan dan citra destinasi sebagai prediktor langsung terhadap kinerja UMKM. Analisis kepuasan wisatawan atas kinerja UMKM berbasis pariwisata di Bone Bolango, tetapi fokusnya lebih kepada bagaimana

kinerja UMKM memengaruhi kepuasan, bukan bagaimana kualitas layanan dan citra destinasi memengaruhi kinerja UMKM terlebih dahulu [9]. Begitu pula penelitian Indo-Intellectual yang menunjukkan pengaruh kualitas layanan dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan dan daya saing UMKM, tetapi tidak memasukkan citra destinasi sebagai variabel dan tidak mengukur kinerja UMKM sebagai variabel hasil langsung [10].

Khusus untuk wilayah Kereng Bangkirai, belum ditemukan penelitian empiris terdokumentasi yang mengkaji hubungan kualitas layanan, citra destinasi, dan kinerja UMKM wisata di kawasan tersebut. Studi lokal yang ada lebih banyak bersifat pembinaan UMKM, pelatihan IPTEK & digitalisasi, atau pengembangan ekonomi kreatif, seperti penelitian BESIRU tentang peningkatan kapasitas UMKM melalui pelatihan IPTEK dan pasar digital di Kereng Bangkirai, atau penelitian yang membahas peran Dinas Pariwisata dalam pembinaan Pokdarwis di Kereng Bangkirai [11], [12]. Namun, keduanya tidak mengukur secara kuantitatif variabel kualitas layanan, citra destinasi, dan kaitannya dengan kinerja UMKM secara langsung [13]. Penelitian ini menawarkan kontribusi baru dengan mengisi gap lokal tersebut: menguji secara empiris sejauh mana kualitas layanan dan citra destinasi mempengaruhi kinerja UMKM wisata di Kereng Bangkirai, sekaligus memperluas literatur manajemen pariwisata dan UMKM lokal [14].

Meski sudah ada penelitian yang mengkaji hubungan antara kualitas layanan, citra destinasi, dan kepuasan atau loyalitas wisatawan, belum banyak yang secara spesifik melihat kinerja UMKM wisata sebagai variabel terikat khususnya di kawasan seperti Kereng Bangkirai, yang memiliki karakteristik ekowisata dan wisata komunitas (*community-based tourism*). Di samping itu, aspek geografi lokal, budaya, dan keterbatasan sumber daya (fasilitas, akses digital, pelatihan) di Kereng Bangkirai mungkin memoderasi hubungan antara kualitas layanan dan citra destinasi terhadap kinerja UMKM [15]. Maka, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menguji hubungan antara kualitas layanan dan citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan di Kereng Bangkirai.

#### a) Kualitas Layanan

Paradigma klasik yang paling banyak dirujuk adalah model SERVQUAL yang dikembangkan dengan lima dimensi utama mengenai Kualitas Layanan terdiri dari, *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Model ini menekankan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan muncul dari selisih antara harapan dan kenyataan (*disconfirmation*) [16]. Pariwisata dan industri *hospitality*, penelitian mutakhir terus menggunakan dan memodifikasi model ini. Penelitian pada hotel di Passikuda menemukan bahwa kelima dimensi tersebut secara positif

berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, namun *reliability* dan *empathy* menjadi faktor yang paling [17]. Di sektor layanan cerdas (*smart hospitality*), studi baru dengan penyesuaian modifikasi tetap menegaskan pentingnya kelima dimensi ini sebagai tolok ukur persepsi kualitas layanan secara menyeluruh (*smart service quality*) [18].

Tiap dimensi secara operasional, SERVQUAL menjadi indikator konkret dari kualitas layanan terkait UMKM wisata. *Tangibles* mencerminkan penampilan fisik fasilitas, sarana, kebersihan, kenyamanan ruang unggulan visual dan fisik yang langsung diobservasi wisatawan. *Reliability* menunjukkan kemampuan pelaku UMKM untuk menepati janji, seperti jadwal tur, ketepatan paket pelayanan, konsistensi mutu produk [19]. *Responsiveness* mengukur kecepatan dan kesiapan dalam merespons permintaan atau keluhan wisatawan. *Assurance* meliputi kredibilitas, kepakaran, sopan santun, serta kepercayaan yang dibangun pelaku usaha. Terakhir, *empathy* menilai sejauh mana pelaku UMKM memberikan perhatian personal, memahami kebutuhan unik wisatawan, dan memperlakukan mereka secara manusiawi. Dimensi-dimensi ini menjadi variabel independen (Kualitas Layanan) yang akan diuji pengaruhnya terhadap perilaku wisatawan di kawasan wisata Kereng Bangkirai dalam penelitian ini.

Berdasarkan kajian teoritis dan temuan empiris sebelumnya, kualitas layanan yang tinggi pada sektor wisata secara signifikan meningkatkan kepuasan, kepercayaan, serta loyalitas wisatawan [20]. Pelaku UMKM yang mampu menghadirkan pelayanan cepat, ramah, dan konsisten akan menciptakan pengalaman wisata yang menyenangkan dan berkesan. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Kualitas layanan (KL) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan (KW) di kawasan wisata Kereng Bangkirai Palangkaraya.

#### b) Citra Destinasi

Destinasi wisata dibangun tidak hanya dari pesona alam dan fasilitas yang tampak secara kasat mata, tetapi juga dari atribut psikologis, keunikan, reputasi, dan interaksi sosial yang membentuk citra kolektif di benak wisatawan. Citra destinasi terdiri dari atribut fungsional (*functional attributes*) seperti keindahan alam, fasilitas, dan kenyamanan; serta atribut psikologis (*psychological attributes*) seperti kesan emosional dan pengalaman wisatawan. Beberapa penelitian empiris mendukung konsep ini, seperti penelitian tertentu yang menemukan bahwa keunikan (*uniqueness*) destinasi memperkuat pengalaman wisata dan loyalitas wisatawan di destinasi alam dan budaya di Indonesia [21]. Penelitian lain juga menyimpulkan bahwa keunikan destinasi secara langsung mempengaruhi niat kunjung ulang melalui pengalaman wisata [22].

Kereng Bangkirai, beberapa studi lokal telah menangkap bagaimana indikator-citra destinasi tersebut muncul dalam persepsi pengunjung dan pengelola. Atribut fungsional terlihat jelas: wisata air hitam, dermaga, gazebo, *spot* foto, fasilitas musala dan warung makanan minuman di Kereng Bangkirai dianggap mendukung kenyamanan dan keindahan alam sebagai daya tarik utama [23]. Atribut psikologis juga muncul dalam penelitian: wisatawan melaporkan pengalaman emosional melepas penat, mendekat dengan suasana alam, merasakan kedamaian di susur sungai ini bukan hanya melihat; ini merasakan.

Keunikan destinasi ditunjukkan melalui ciri khas lokal seperti motif bangunan dengan nuansa etnik Dayak pada gerbang dermaga, dan warna-warna maupun bentuk arsitektur yang menyiratkan identitas lokal [24]. Reputasi destinasi masih dalam proses pembentukan: walau Kereng Bangkirai populer di tingkat lokal, studi sebelumnya menyebutkan bahwa fasilitas dan penataan ruang belum optimal, sehingga opini publik masih terpengaruh oleh aspek kelemahan infrastruktur dan kurangnya pemahaman wisatawan terhadap karakter budaya destinasi [25]. Daya tarik sosial juga tampak: keramahan masyarakat lokal, partisipasi kelompok sadar wisata, dukungan komunitas maupun interaksi antar-wisatawan dan penduduk lokal menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan dan citra positif sebagai destinasi yang “ramah” [26].

Citra destinasi adalah persepsi, kesan, dan pengalaman wisatawan terhadap daya tarik, fasilitas, dan suasana destinasi wisata Kereng Bangkirai, yang terbentuk melalui aspek fungsional, psikologis, keunikan, reputasi, dan daya tarik sosial. Hipotesis penelitian terkait citra destinasi yaitu:

H<sub>2</sub>: Citra destinasi (CD) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan (KW).

#### c) Kepuasan Wisatawan

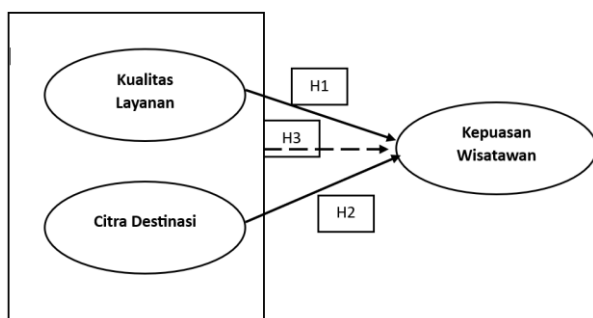
Kepuasan wisatawan dipandang sebagai tolok ukur utama keberhasilan sebuah destinasi dalam memenuhi atau melampaui harapan pengunjung, dan sekaligus prediktor niat kunjung ulang maupun rekomendasi ke orang lain (loyalitas). Penelitian mutakhir menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas layanan, fasilitas, atau daya tarik, tetapi juga oleh faktor persepsi nilai dan pengalaman emosional yang dirasakan selama kunjungan [27]. Studi sebelumnya menemukan bahwa persepsi nilai (*perceived value*) dan keunikan destinasi (*uniqueness*) berpengaruh terhadap kepuasan, yang kemudian berdampak terhadap niat kembali dan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain. Selain itu, studi berbeda juga memperkuat bahwa kepuasan wisatawan menjadi mediator penting antara pengalaman wisata dengan niat kembali atau rekomendasi destinasi (SEM digunakan dalam penelitian tersebut) [28].

Banyak penelitian empiris merumuskan indikator-indikator spesifik untuk mengukur kepuasan wisatawan. Misalnya, penelitian di Indonesia mengidentifikasi indikator seperti kualitas produk destinasi, harga, kualitas pelayanan, aspek emosional, serta kemudahan atau aksesibilitas sebagai komponen penting dalam kepuasan wisata [29]. Penelitian lain menyebut unsur-unsur destinasi seperti harga, fasilitas, infrastruktur, transportasi, dan *hospitality* (keramahan) sebagai indikator kepuasan wisatawan berdasarkan unsur destinasi wisata (atraksi, fasilitas, pelayanan, akses) [30]. Berdasarkan tinjauan literatur tersebut, lima indikator yang sering muncul dalam penelitian kepuasan wisatawan.

- a) Kualitas Pelayanan, sejauh mana pelayanan staf, responsivitas, keramahan, dan kompetensi memenuhi harapan pengunjung.
- b) Fasilitas / Infrastruktur, kondisi sarana fisik, kebersihan, kenyamanan, kelengkapan fasilitas pendukung.
- c) Aksesibilitas / Kemudahan, kemudahan mencapai destinasi, transportasi, jalur akses, kemudahan navigasi.
- d) Harga / Persepsi Nilai, kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan dengan manfaat dan pengalaman yang diperoleh.
- e) Aspek Emosional / Pengalaman kepuasan subjektif, kenangan positif, kebahagiaan, emosi yang dirasakan saat dan setelah kunjungan.

Indikator-indikator ini sering digunakan sebagai variabel parsial dalam kuesioner kepuasan wisatawan dan diolah secara kuantitatif untuk melihat kontribusi masing-masing indikator terhadap total kepuasan serta hubungan lanjutannya terhadap loyalitas atau niat kunjung ulang.

H<sub>3</sub>: Kualitas layanan (KL) dan citra destinasi (CD) secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan (KW).



Gambar 1. Model Penelitian

## 2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara kualitas layanan dan citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan pada UMKM di kawasan wisata Kereng Bangkirai, Palangkaraya. Pendekatan ini dipilih karena mampu menjelaskan hubungan sebab-akibat antar variabel secara terukur melalui data empiris. Populasi penelitian mencakup seluruh wisatawan yang melakukan kunjungan dan berinteraksi dengan berbagai unit UMKM di sekitar kawasan wisata tersebut, meliputi usaha kuliner, penyedia jasa wisata air, penjual cendera mata, hingga penyedia transportasi lokal.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria responden yaitu wisatawan yang telah melakukan kunjungan minimal satu kali dan berinteraksi langsung dengan pelaku UMKM setempat. Jumlah sampel sebanyak 128 responden dinilai representatif untuk analisis statistik menggunakan SPSS versi 26. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner tertutup dengan skala Likert lima poin. Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis untuk menguji pengaruh simultan dan parsial antar variabel, disertai dengan uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik guna memastikan keandalan instrumen serta kelayakan model penelitian yang digunakan [31].

## 3. Hasil dan Pembahasan

Sebanyak 128 responden wisatawan yang melakukan kunjungan dan berinteraksi dengan berbagai unit UMKM di kawasan wisata Kereng Bangkirai, Palangkaraya, menjadi subjek penelitian ini sebagaimana ditunjukkan dalam Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	65	50,8
	Perempuan	63	49,2
Usia (Tahun)	< 20	10	7,8
	21–30	42	32,8
	31–40	45	35,2
	> 40	31	24,2
Pendidikan Terakhir	SMA/Sederajat	46	35,9
	Diploma	25	19,5
	Sarjana (S1)	42	32,8
	Pascasarjana (S2/S3)	15	11,8
Pekerjaan Utama	Pelajar/Mahasiswa	18	14,1
	Pegawai Negeri/Swasta	44	34,4
	Wirasaha Lainnya	36	28,1
Frekuensi Kunjungan ke Kereng Bangkirai	1 kali	40	31,3
	2–3 kali	55	43,0
	> 3 kali	33	25,7
Interaksi dengan Unit UMKM	Rendah	21	16,4
	Sedang	63	49,2
	Tinggi	44	34,4

Berdasarkan Tabel 1, jenis kelamin, responden didominasi oleh wisatawan laki-laki sebesar 50,8%, sementara perempuan berjumlah 49,2%, menunjukkan keseimbangan partisipasi antara kedua kelompok gender. Dari segi usia, kelompok 31–40 tahun mendominasi dengan persentase 35,2%, diikuti oleh kelompok 21–30 tahun sebesar 32,8%, yang menandakan bahwa sebagian besar wisatawan merupakan kalangan produktif yang aktif dalam kegiatan wisata dan interaksi ekonomi kreatif.

Jika dilihat dari latar belakang pendidikan, mayoritas wisatawan memiliki pendidikan SMA/ sederajat (35,9%) dan S1 (32,8%), menunjukkan bahwa pengunjung kawasan ini umumnya memiliki tingkat pendidikan menengah hingga tinggi. Jenis pekerjaan yang paling banyak adalah pegawai negeri/swasta (34,4%) dan wirausaha (28,1%), memperlihatkan bahwa destinasi Kereng Bangkirai menarik minat wisatawan dari kelompok ekonomi menengah. Dari sisi perilaku kunjungan, sekitar 43% wisatawan telah berkunjung sebanyak dua hingga tiga kali, menandakan adanya tingkat loyalitas yang cukup baik. Sementara

itu, tingkat interaksi wisatawan dengan unit-unit UMKM tergolong sedang (49,2%), yang mengindikasikan bahwa meskipun potensi interaksi ekonomi antara wisatawan dan pelaku UMKM sudah berjalan, masih terbuka ruang untuk peningkatan dalam hal pengalaman wisata berbasis komunitas dan produk lokal.

Uji validitas dilakukan dengan melihat nilai korelasi Pearson ( $r$  hitung) antara setiap butir pertanyaan (item) dengan skor total variabelnya. Berdasarkan hasil uji korelasi, seluruh item pada tiga variabel utama menunjukkan nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel (0,173) dengan tingkat signifikansi  $p < 0,05$ , sehingga seluruh indikator dinyatakan valid. Pengujian reliabilitas menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* untuk mengukur tingkat konsistensi internal antar butir dalam setiap variabel. Nilai *Cronbach's Alpha* seluruh variabel berada di atas 0,70, menunjukkan bahwa seluruh instrumen bersifat reliabel. Artinya, setiap indikator memiliki konsistensi internal yang baik dalam mengukur konstruk variabelnya masing-masing.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Indikator	Korelasi Item–Total ( $r$ hitung)	Keterangan Validitas	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan Reliabilitas
Kualitas Layanan (KL)	KL1	0,471**	Valid	0,844	Reliabel
	KL2	0,326**	Valid		
	KL3	0,466**	Valid		
	KL4	0,510**	Valid		
	KL5	0,603**	Valid		
Citra Destinasi (CD)	CD1	0,430**	Valid	0,852	Reliabel
	CD2	0,416**	Valid		
	CD3	0,326**	Valid		
	CD4	0,378**	Valid		
	CD5	0,496**	Valid		
Kepuasan Wisatawan (KW)	KW1	0,568**	Valid	0,793	Reliabel
	KW2	0,571**	Valid		
	KW3	0,645**	Valid		
	KW4	0,630**	Valid		
	KW5	0,447**	Valid		

Hasil uji validitas dan reliabilitas yang dapat dilihat pada Tabel 2 menegaskan bahwa kuesioner yang digunakan telah memenuhi syarat kelayakan untuk dianalisis lebih lanjut dengan SPSS, khususnya untuk pengujian hipotesis melalui analisis regresi linier berganda. Dengan instrumen yang valid dan reliabel, analisis berikutnya diyakini dapat menggambarkan pengaruh antara kualitas layanan dan citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan pada UMKM di Kawasan Wisata Kereng Bangkirai di Palangkaraya secara akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Berdasarkan hasil *One-Sample Kolmogorov–*

*Smirnov Test* pada Tabel 3, diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,068, yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal. Dengan demikian, model regresi yang digunakan memenuhi asumsi normalitas dan layak untuk dilakukan analisis regresi lebih lanjut.

Nilai *Tolerance* untuk variabel Kualitas Layanan (AVKL) dan Citra Destinasi (AVCD) adalah 1,999, lebih besar dari 0,10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas di antara variabel bebas. Dengan demikian, kedua variabel independen memiliki korelasi yang rendah dan dapat digunakan secara bersama dalam model regresi tanpa menimbulkan distorsi hasil.

Tabel 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Jenis Uji	Hasil Analisis	Keterangan / Interpretasi
Uji Normalitas ( <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i> )		
N	128,000	Jumlah responden UMKM wisata
Mean	0,000	Rata-rata residual mendekati nol
Std. Deviation	0,186	Sebaran data residual kecil dan stabil
Most Extreme Differences (Absolute)	0,076	Nilai deviasi kecil
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,068	> 0.05 → Data berdistribusi normal
Uji Multikolinearitas		
Variabel Kualitas Layanan (KL)	Tolerance = 1,999	> 0.10 → Tidak ada multikolinearitas
Variabel Citra Destinasi (CD)	Tolerance = 1,999	> 0.10 → Tidak ada multikolinearitas
Uji Regresi Linier Berganda		
Constant (α)	0,756	Nilai konstanta positif
Koefisien KL	0,618	Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM
Koefisien CD	0,554	Citra destinasi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM
t hitung AVKL	8,555	> t tabel (1.98) → signifikan
t hitung AVCD	6,280	> t tabel (1.98) → signifikan
Sig. AVKL	0,000	< 0.05 → signifikan
Sig. AVCD	0,000	< 0.05 → signifikan
Kesimpulan	Data memenuhi syarat asumsi klasik (normalitas dan multikolinearitas terpenuhi). Model regresi layak digunakan untuk analisis pengaruh.	Model layak dan signifikan

Hasil uji heteroskedastisitas yang ditampilkan melalui *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik residual menyebar secara acak di atas dan di bawah sumbu nol, tanpa membentuk pola tertentu. Pola sebaran yang acak ini mengindikasikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi. Artinya, varians residual bersifat konstan atau homogen (homoskedastis), sehingga model regresi memenuhi asumsi heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil *Model Summary*, diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 2,129. Nilai ini berada di antara rentang 1,55 hingga 2,46, yang menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala autokorelasi dalam model regresi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa residual dari satu pengamatan tidak dipengaruhi oleh residual pengamatan lainnya. Model regresi yang digunakan bebas dari autokorelasi dan telah memenuhi asumsi klasik tersebut.

Tabel 4. Uji t (Parsial)

Variabel	B	Std. Error	Beta	t hitung	Sig.	Keterangan
(Constant)	-0,756	0,491	—	-1,540	0,126	
Kualitas Layanan (KL)	0,618	0,072	0,559	8,555	0,000	Signifikan
Citra Destinasi (CD)	0,554	0,088	0,410	6,280	0,000	Signifikan

Hasil uji t pada Tabel 4 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan (KL) dan Citra Destinasi (CD) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan pada UMKM. Nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,000 (< 0,05), menandakan bahwa semakin baik kualitas layanan dan semakin positif citra destinasi wisata yang dirasakan pengunjung, maka semakin meningkat pula kepuasan wisatawan pada UMKM di kawasan wisata Kereng Bangkirai. Sementara itu, nilai konstanta yang negatif (-0,756) menggambarkan bahwa tanpa adanya peningkatan pada kedua variabel tersebut, kepuasan wisatawan pada UMKM cenderung menurun.

Tabel 5. Hasil Uji F (Simultan)

Sumber Variasi	Sum of Squares	df	Mean Square	F hitung	Sig.	Ket
Regression	3,854	2	1,927	54,673	0	Sig
Residual	4,405	125	0,035			

Hasil Tabel 5, uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 54,673 dengan nilai signifikansi 0,000 (< 0,05). Ini berarti bahwa secara simultan variabel Kualitas Layanan dan Citra Destinasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan pada UMKM. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dapat dikatakan layak dan memiliki kemampuan menjelaskan hubungan antarvariabel dengan baik.

Nilai R Square sebesar 0,467, seperti yang terlihat pada Tabel 6, menunjukkan bahwa 46,7% variasi Kepuasan

Wisatawan pada UMKM wisata dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan dan citra destinasi, sedangkan sisanya 53,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model, seperti inovasi produk, dukungan pemerintah, dan kemampuan kewirausahaan. Nilai R sebesar 0,683 mengindikasikan adanya hubungan yang kuat antara variabel bebas dan terikat, sehingga model regresi ini memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan fenomena yang diteliti.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary	Nilai	Interpretasi
R	0,68300	Hubungan kuat antara variabel independen dan dependen
R Square	0,46700	46,7% variasi Kepuasan Wisatawan pada UMKM dijelaskan oleh KL & CD
Adjusted R Square	0,45800	Nilai koreksi tetap tinggi (model baik)
Std. Error of the Estimate	0,18773	Tingkat kesalahan kecil
Durbin-Watson	2,12900	Tidak ada autokorelasi

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan citra destinasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada UMKM di kawasan wisata Kereng Bangkirai Palangkaraya. Temuan ini menegaskan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan pelaku UMKM mulai dari keramahan, kecepatan layanan, hingga kenyamanan fasilitas, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan wisatawan. Kualitas layanan yang prima menciptakan pengalaman berkesan yang mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung dan merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain. Selain itu, citra destinasi yang positif yang tercermin dari keindahan alam, kebersihan lingkungan, serta kesan unik kawasan wisata menjadi faktor emosional yang memperkuat loyalitas dan kepuasan pengunjung terhadap Kereng Bangkirai.

Hasil ini memperlihatkan bahwa keberhasilan pengelolaan UMKM wisata tidak hanya bergantung pada faktor ekonomi semata, tetapi juga pada kemampuan menjaga reputasi dan kualitas pengalaman wisatawan secara konsisten. Keduanya membentuk sinergi yang memperkuat posisi Kereng Bangkirai sebagai ikon ekowisata unggulan di Palangkaraya. Dengan pelayanan yang manusiawi dan citra destinasi yang kuat, UMKM di kawasan ini berperan penting sebagai jembatan antara keindahan alam dan nilai ekonomi lokal. Hal ini sejalan dengan semangat pembangunan pariwisata berkelanjutan yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan jangka pendek, tetapi juga pada kepuasan, pelestarian budaya, dan kesejahteraan masyarakat sekitar.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan serangkaian uji asumsi klasik dan uji regresi linier berganda, seluruh syarat statistik telah terpenuhi data berdistribusi normal, tidak terjadi heteroskedastisitas, autokorelasi, maupun multikolinearitas. Secara parsial maupun simultan, Kualitas Layanan dan Citra Destinasi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan pada UMKM Wisata di Kawasan Kereng Bangkirai Palangkaraya. Hal ini menegaskan bahwa keberhasilan Kepuasan Wisatawan pada UMKM wisata tidak hanya bertumpu pada aspek pelayanan, tetapi juga pada persepsi positif pengunjung terhadap citra destinasi yang dibangun secara konsisten oleh pelaku usaha dan pengelola kawasan.

#### Daftar Rujukan

[1] DISBUDPAR KALTENG. (2023). Kawasan Wisata Kereng

Bangkirai. Visit Kalteng, Wisata Alam. Retrieved from <https://visit.kalteng.go.id/kawasan-wisata-kereng-bangkirai/>

[2] Santoso, R. A., Rukhviyanti, N., & Hayati, N. (2023). Pemetaan Lanskap Riset Human Development Index dan Technology Menggunakan Data Scopus dengan Analisis Bibliometrik. *Media Jurnal Informatika*, 15(2), 123. <https://doi.org/10.35194/mji.v15i2.3480>

[3] Sunarya, A. H., Alamanda, D. T., & Cupiadi, H. (2025). Pengaruh Persepsi Risiko Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Sawah Lega Hegar Resor Garut. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(2), 1814–1836. <https://doi.org/10.31955/mea.v9i2.5863>

[4] Nugraha, B. W., & Rukhviyanti, N. (2024). The Effect of Work Engagement, Work-Life Balance, and Work Overload on Employee Productivity: The Role of Job Satisfaction as A Mediating Variable at BRI Employees in Bandung City. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJISE)*, 7(2), 3808–3833. <https://doi.org/10.31538/ijise.v7i2.5235>

[5] Trisnawati, R., & Wibisono, N. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Ketersediaan Produk Wisata, Citra Destinasi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan Kampung Karuhun Sumedang. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 18(3), 238–247. <https://doi.org/10.31940/jbk.v18i3.238-247>

[6] Setiawan, F., & Triani, E. (2023). Community Based Tourism Di Kawasan Wisata Kereng Bangkirai. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 9(2), 103–111.

[7] Adinda, P., Eviliana, D., Rukhviyanti, N., Systems, I., & Program, S. (2025). Website-Based Baduy Tourism Information System Using The Software Development Life Cycle Method. *Jurnal Inovtek Polbeng - Seri Informatika*, 10(1), 538–549. <https://doi.org/10.35314/v8vtvt27>

[8] Rahmawati, P. D., & Wahyuningsih, T. H. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Destinasi, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Monumen Yogya Kembali. *Cakrawanga Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(1), 72-82. <https://doi.org/10.35917/cb.v5i1.485>

[9] Saring, A. A., Umar, Z. A., & Niode, I. Y. (2025). Analisis Kepuasan Wisatawan Atas Kinerja Umkm Berbasis Pariwisata Di Kabupaten Bone Bolango. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 8(2), 69–80. <https://doi.org/10.37479/jimb.v8i2.34280>

[10] Santoso, F., & Haryansyah, S. E. (2025). Pengaruh kualitas layanan dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan dalam meningkatkan daya saing umkm di sektor pariwisata. *Indo-FintechIntellectuals:JournalofEconomicsand Business*, 4(6), 3367–3375. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v4i6.2543>

[11] Ferdinand, F., Kristinae, V., & Sopather, K. (2025). Peningkatan Kapasitas Umkm Melalui Pelatihan Iptek Dan Pemanfaatan Pasar Digital Di Kelurahan Kereng Bangkirai, Palangka Raya. *BESIRU: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 347–353. <https://doi.org/10.62335/besiru.v2i2.1496>

[12] Sari, M., Fitriani, F., & Sintaman, P. I. (2022). Strategy Analysis Of Regional Tourism Development In Central Kalimantan. *Anterior Jurnal*, 21(3), 43–48. <https://doi.org/10.33084/anterior.v2i13.3829>

- [13] Sabtuti, L., & Kristiana, T. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat disekitar Obyek Wisata Taman Nasional Sebangau Kelurahan Kereng Bangkirai Kota Palangka Raya. *Journal of Environment and Management*, 1(3), 241–252. <https://doi.org/10.37304/jem.v1i3.2570>
- [14] Yuliaty, F. (2022). Human resources management in developing learning strategies in the new normal era. *JPPi (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 8(3), 553–559. <https://doi.org/10.29210/020221434>
- [15] Kurniasih, A., & Yuliaty, F. (2022). Pemasaran digital dan citra merek meningkatkan loyalitas pelanggan melalui kepuasan pada pelanggan produk fashion. *Jurnal Inspirasi Ilmu Manajemen*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.32897/jiim.2022.1.1.1640>
- [16] Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- [17] Jayasinghe, P. (2020). Impact of service quality dimensions on tourist satisfaction (Case study on Passikuda hotels). *Int. J. Adv. Res. Innov. Ideas Educ*, 7, 520–534.
- [18] Ayvaz-Çavdaroğlu, N., Iyanna, S., & Foster, M. (2024). Smart service quality in hospitality – A quantitative assessment using MCDM and clustering methods. *International Journal of Hospitality Management*, 123, 103931. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.103931>
- [19] Rukhviyanti, N., Suharti, L., & Azhari, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Daya Beli Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Beras Lumbung Padi Indonesia (LPI) di Pasar Perumnas. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi)*, 14(2), 97–107
- [20] Tsay, J., Steadman, N., Fleming, M., Gann, M., Di Giulio, I., Graef, C., Han, J., Jayasinghe, K., Mitchell, M., & Chen, R. (2024). Bridging the gap between experimental control and ecological validity in human sensorimotor science. *Journal of Physiology*, 602(17). <https://doi.org/10.1113/JP287037>
- [21] Munawar, F., & Handayani, R. (2023). The influence of tourist experiencescape and unique perceptions on destination satisfaction and loyalty: A study of natural and cultural tourism in Indonesia. *Journal of Enterprise and Development (JED)*, 5(Special-Issue-2), 603–619. <https://doi.org/10.20414/jed.v5iSpecial-Issue-2.8292>
- [22] Auriza, M. Z., Putra, S. M., & Nugraha, M. E. (2024). Exploring Destination Uniqueness: Unraveling Revisit Intentions Through Enhanced Tourist Experiences. *International Journal of Economics (IJEK)*, 3(1). <https://doi.org/10.55299/ijec.v3i1.687>
- [23] DisParBudPora Kota Palangkaraya. (2021). Kereng Bangkirai. DisParBudPora. Retrieved from <https://disparbudpora.palangkaraya.go.id/kereng-bangkirai/>
- [24] Manik, M. T. L., & Danar A.W.G. (2025). Pencemaran Limbah Padat Di Sungai Sebangau Kerengbang Kirai Kota Palangka Raya Kalimantan Tengah. *Jurnal Perentas*, 11(1), 29–31. <https://doi.org/10.37304/parentas.v11i1.18900>
- [25] Setiawan, D., Yulianto, A., Ikhwan, S., Wahana, A. N. D., & Riono, S. B. (2025). Pengaruh Citra Destinasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Pantai Randusanga Indah Brebes. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 5(3), 168–181. <https://doi.org/10.55606/jimek.v5i3.7885>
- [26] Lestario, W., & Yuliansari, P. (2021). Analisis Manajemen Pemerintah Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Melalui Sektor Pariwisata “Wisata Kereng Bangkirai Kota Palangka Raya Kalimantan Tengah”: (Studi Di Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Palangka Raya). *Wacana: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Interdisiplin*, 8(2), 283–294.
- [27] Haryono, G., Sarmigi, E., & Siswadhi, F. (2024). Analysis of tourist satisfaction in realising returns and recommending rural tourism destinations in Jambi province. *JPPi (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 10(4), 145–154. <https://doi.org/10.29210/020244331>
- [28] Zeng, L., & Yi Man Li, R. (2021). Tourist satisfaction, willingness to revisit and recommend, and mountain kangyung tourism spots sustainability: A structural equation modelling approach. *Sustainability*, 13(19), 10620. <https://doi.org/10.3390/su131910620>
- [29] Agustinawati, A., & Samsidar, S. (2021). Analisis Tingkat Kepuasan Wisatawan Pada Destinasi Pariwisata Kota Lhokseumawe. *NEGOTIUM: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 04(01), 11–17.
- [30] Fitriana, R., & Fakhira, R. (2019). Analisis Kepuasan Wisatawan Berdasarkan Unsur Destinasi Wisata Di Pulau Pramuka, Kepulauan Seribu, Jakarta. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 24(1), 62–63.
- [31] Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustaka Baru Press..