

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Wisatawan pada Destinasi Wisata di Kota Sabang

Vilzati¹, T. Andi Roza¹, A. Hamid², Zuliani³, Ikhsan Fajri³

¹Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sabang (STIES) Banda Aceh

²Magister Pendidikan Agama Islam, Pascasarjana, Universitas Serambi Mekkah Banda Aceh

³Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Serambi Mekkah

*Email Korespondensi: teukuandiroza99@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History:

Submitted 05-Juli-2026

Received 10-Juli-2026

Published 11-Juli-2026

Keywords:

Service Quality; Promotion;
Tourist Satisfaction; Tourism
Destinations; Sabang City.

Kata Kunci:

Kualitas Pelayanan; Promosi;
Kepuasan Wisatawan;
Destinasi Wisata, Kota Sabang.

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of service quality and promotion on tourist satisfaction at tourism destinations in Sabang City. Tourist satisfaction is one of the key indicators of successful destination management, influenced by the ability of destination managers to provide high-quality services and implement effective promotional strategies. This study employed a quantitative approach using a survey method. The research sample consisted of 100 tourists selected through an accidental sampling technique. Data were collected using a five-point Likert scale questionnaire and analyzed using IBM SPSS Statistics 25 through descriptive statistical analysis and multiple linear regression. The descriptive analysis showed that the mean score for service quality was 20.20 out of a maximum score of 25, promotion scored 12.63 out of 15, and tourist satisfaction scored 12.27 out of 15. These findings indicate that tourists perceived both the service quality and promotional activities of tourism destinations in Sabang City positively. The results further revealed that service quality and promotion have a positive and significant effect on tourist satisfaction, indicating that improvements in service quality and the effectiveness of promotional activities are associated with higher levels of tourist satisfaction. This study implies that tourism destination managers and local governments should continuously improve service quality, strengthen human resource competencies, and optimize promotional strategies, particularly through digital media, to enhance tourist satisfaction, encourage repeat visits, and strengthen the competitiveness of Sabang City's tourism sector.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata di Kota Sabang. Kepuasan wisatawan merupakan salah satu indikator keberhasilan pengelolaan destinasi wisata yang dipengaruhi oleh kemampuan pengelola dalam memberikan pelayanan yang berkualitas serta melaksanakan promosi yang

efektif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel penelitian berjumlah 100 wisatawan yang dipilih menggunakan teknik accidental sampling. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan skala Likert lima poin. Data dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics 25 melalui analisis statistik deskriptif dan regresi linear berganda. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki nilai rata-rata sebesar 20,20 dari skor maksimum 25, promosi sebesar 12,63 dari skor maksimum 15, dan kepuasan wisatawan sebesar 12,27 dari skor maksimum 15. Temuan tersebut menunjukkan bahwa wisatawan memberikan penilaian yang baik terhadap kualitas pelayanan dan promosi pada destinasi wisata di Kota Sabang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan, yang mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan efektivitas promosi akan diikuti oleh meningkatnya kepuasan wisatawan. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa pengelola destinasi wisata dan pemerintah daerah perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan, memperkuat kompetensi sumber daya manusia, serta mengoptimalkan strategi promosi, khususnya melalui media digital, guna meningkatkan kepuasan wisatawan, mendorong kunjungan ulang, dan memperkuat daya saing pariwisata Kota Sabang.

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi daerah karena mampu mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkuat daya saing suatu wilayah (Indrianti, 2025). Keberhasilan pengembangan destinasi wisata tidak hanya ditentukan oleh keindahan alam dan kekayaan budaya yang dimiliki, tetapi juga oleh kemampuan pengelola dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dan melaksanakan promosi yang efektif (Borahima et al., 2024; Djalil et al., 2025; Irham et al., 2024). Dalam era persaingan destinasi wisata yang semakin kompetitif, kepuasan wisatawan menjadi indikator utama keberhasilan pengelolaan destinasi karena wisatawan yang puas cenderung melakukan kunjungan ulang, memberikan rekomendasi positif, serta membangun citra destinasi yang baik (Rianty & Angga Nadiyanto Prastian, 2024).

Kepuasan wisatawan merupakan hasil evaluasi wisatawan setelah membandingkan harapan sebelum berkunjung dengan pengalaman yang diperoleh selama menikmati destinasi wisata (Handika & Nugroho, 2025). Tingkat kepuasan yang tinggi menunjukkan bahwa layanan dan pengalaman yang diterima telah memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi wisatawan (Meirejeki et al., 2022; Nugraha et al., 2022; K. Rahmawati & Meisyanti, 2023; Wira et al., 2023). Sebaliknya, ketidakpuasan dapat berdampak pada menurunnya minat berkunjung kembali serta penyebaran

informasi negatif yang berpotensi mengurangi daya tarik destinasi. Oleh karena itu, peningkatan kepuasan wisatawan menjadi salah satu tujuan utama dalam pengelolaan destinasi wisata yang berkelanjutan (Nugraha et al., 2022; Wira et al., 2023).

Salah satu faktor yang berperan penting dalam membentuk kepuasan wisatawan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan mencerminkan kemampuan penyedia jasa dalam memberikan layanan yang andal, responsif, memberikan jaminan, menunjukkan empati, serta didukung oleh bukti fisik yang memadai. Pelayanan yang berkualitas akan menciptakan pengalaman wisata yang menyenangkan sehingga meningkatkan persepsi positif wisatawan terhadap destinasi. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan karena pelayanan merupakan salah satu aspek yang paling sering dievaluasi selama kunjungan wisata.

Selain kualitas pelayanan, promosi juga menjadi faktor yang memengaruhi kepuasan wisatawan. Promosi berfungsi sebagai sarana komunikasi antara pengelola destinasi dengan calon wisatawan melalui penyampaian informasi mengenai daya tarik, fasilitas, aksesibilitas, serta berbagai aktivitas wisata yang tersedia. Promosi yang informatif, menarik, dan sesuai dengan kondisi nyata destinasi akan membentuk ekspektasi yang realistis sehingga dapat meningkatkan tingkat kepuasan setelah wisatawan melakukan kunjungan. Perkembangan teknologi informasi dan media digital telah mengubah pola promosi pariwisata menjadi lebih cepat, luas, dan interaktif sehingga strategi promosi menjadi salah satu instrumen penting dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata (Kotler et al., 2021; Tjiptono & Chandra, 2020; UNWTO, 2023).

Kota Sabang merupakan salah satu destinasi wisata unggulan di Provinsi Aceh yang memiliki potensi besar dalam pengembangan pariwisata berbasis bahari, ekowisata, serta wisata sejarah dan budaya. Keindahan pantai, kawasan konservasi laut, serta ikon wisata seperti Tugu Kilometer Nol Indonesia menjadikan Sabang sebagai tujuan wisata yang menarik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Meskipun demikian, peningkatan jumlah kunjungan wisatawan perlu diimbangi dengan kualitas pelayanan yang konsisten serta strategi promosi yang efektif agar pengalaman wisata yang diperoleh mampu menghasilkan tingkat kepuasan yang tinggi. Kondisi tersebut menjadi tantangan sekaligus peluang bagi pemerintah daerah dan pengelola destinasi dalam meningkatkan daya saing pariwisata Kota Sabang (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh, 2023; Badan Pusat Statistik Kota Sabang, 2024).

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap 100 responden, diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai rata-rata sebesar 20,20 dari skor maksimum 25, variabel promosi memiliki rata-rata sebesar 12,63 dari skor maksimum 15, sedangkan kepuasan wisatawan memperoleh rata-rata sebesar 12,27 dari skor maksimum 15. Temuan tersebut menunjukkan bahwa secara umum wisatawan memberikan penilaian yang baik terhadap kualitas pelayanan maupun promosi pada

destinasi wisata di Kota Sabang. Namun demikian, masih terdapat variasi penilaian antar responden yang mengindikasikan adanya perbedaan persepsi terhadap pelayanan dan efektivitas promosi yang diterima. Oleh karena itu, diperlukan analisis lebih lanjut untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.

Beberapa penelitian terdahulu melaporkan bahwa kualitas pelayanan (Atmaja, 2018; Ginting et al., 2024; Mokoginta et al., 2023) dan promosi merupakan faktor penting yang memengaruhi kepuasan wisatawan. Akan tetapi, hasil penelitian tersebut menunjukkan variasi pengaruh yang dipengaruhi oleh karakteristik destinasi, jenis wisata, serta karakteristik wisatawan (A. Rahmawati & Budiono, 2025; Yanuar et al., 2021) . Selain itu, penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh kedua variabel tersebut pada destinasi wisata di Kota Sabang masih relatif terbatas. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut sehingga diperoleh informasi empiris yang dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan pengelolaan destinasi wisata (Anismar et al., 2022; Ciptari et al., 2022; Junaid, 2019; Lestari & Suharto, 2025; Pangestu, 2023).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata di Kota Sabang. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian pemasaran jasa pariwisata serta menjadi masukan praktis bagi pemerintah daerah, pelaku industri pariwisata, dan pengelola destinasi dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas pelayanan dan efektivitas promosi guna meningkatkan kepuasan wisatawan serta daya saing pariwisata Kota Sabang.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif yang bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata di Kota Sabang. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu mengukur hubungan antarvariabel secara objektif melalui analisis statistik.

Penelitian dilaksanakan pada berbagai destinasi wisata di Kota Sabang dengan responden yang merupakan wisatawan yang sedang atau telah melakukan kunjungan. Populasi penelitian adalah seluruh wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata di Kota Sabang. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang ditentukan menggunakan teknik *accidental sampling*, yaitu wisatawan yang secara kebetulan ditemui di lokasi penelitian dan bersedia mengisi kuesioner. Jumlah sampel tersebut dinilai memadai untuk analisis regresi linear berganda.

Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu skor 1 menunjukkan sangat tidak setuju, skor 2 tidak setuju, skor 3

netral, skor 4 setuju, dan skor 5 sangat setuju. Variabel kualitas pelayanan diukur menggunakan lima indikator, variabel promosi diukur menggunakan tiga indikator, sedangkan variabel kepuasan wisatawan diukur menggunakan tiga indikator. Selain data primer, penelitian juga memanfaatkan data sekunder yang diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, laporan pemerintah, dan dokumen lain yang berkaitan dengan pengelolaan destinasi wisata.

Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri atas kualitas pelayanan (X_1) dan promosi (X_2), sedangkan variabel terikat adalah kepuasan wisatawan (Y). Definisi operasional masing-masing variabel disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Definisi operasional variabel

Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X_1)	Keandalan pelayanan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik	Likert (1-5)
Promosi (X_2)	Penyampaian informasi, daya tarik promosi, dan media promosi	Likert (1-5)
Kepuasan Wisatawan (Y)	Kesesuaian harapan, kepuasan terhadap pelayanan, dan kepuasan secara keseluruhan	Likert (1-5)

Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics 25. Tahapan analisis meliputi analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi jawaban pada setiap variabel penelitian. Selanjutnya dilakukan uji kualitas instrumen yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Sebelum analisis regresi dilakukan, data diuji terlebih dahulu menggunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan model regresi memenuhi asumsi statistik.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap kepuasan wisatawan, uji F untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi secara simultan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur besarnya kontribusi kedua variabel bebas dalam menjelaskan variasi kepuasan wisatawan. Seluruh pengujian statistik menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini melibatkan 100 wisatawan sebagai responden yang berkunjung ke destinasi wisata di Kota Sabang. Karakteristik responden dianalisis berdasarkan jenis kelamin, umur, status perkawinan, dan asal daerah. Selanjutnya dilakukan analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan kondisi masing-masing variabel penelitian yang terdiri atas kualitas pelayanan, promosi, dan kepuasan wisatawan.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik responden

Karakteristik	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	46	46,0
Perempuan	54	54,0
Umur		
18-20 tahun	8	8,0
21-23 tahun	30	30,0
24-26 tahun	22	22,0
≥26 tahun	40	40,0
Status Perkawinan		
Belum menikah	58	58,0
Menikah	35	35,0
Pernah menikah	7	7,0
Asal Daerah		
Banda Aceh	26	26,0
Sabang	36	36,0
Luar Sabang	38	38,0

Berdasarkan Tabel 1, responden didominasi oleh perempuan sebanyak 54% dan laki-laki sebanyak 46%. Berdasarkan usia, sebagian besar responden berumur ≥26 tahun (40%), diikuti kelompok usia 21-23 tahun (30%), 24-26 tahun (22%), dan 18-20 tahun (8%). Mayoritas responden belum menikah (58%), sedangkan berdasarkan asal daerah sebagian besar berasal dari luar Sabang (38%), diikuti Sabang (36%) dan Banda Aceh (26%).

Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui gambaran umum jawaban responden terhadap setiap variabel penelitian. Hasil analisis disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Statistik deskriptif variabel penelitian

Variabel	Minimum	Maksimum	Rata-rata	Simpangan Baku
Kepuasan wisatawan	7	15	12,27	1,847
Kualitas pelayanan	10	25	20,20	3,108
Promosi	6	15	12,63	2,003

Berdasarkan Tabel 2, variabel kualitas pelayanan memiliki nilai rata-rata sebesar 20,20 dari skor maksimum 25, yang menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang baik terhadap pelayanan yang diterima selama berkunjung ke destinasi wisata di Kota Sabang. Variabel promosi memiliki nilai rata-rata sebesar 12,63 dari skor maksimum 15, yang mengindikasikan bahwa kegiatan promosi dinilai telah berjalan dengan baik. Sementara itu, variabel kepuasan wisatawan memperoleh nilai rata-rata sebesar 12,27 dari skor maksimum 15, yang menunjukkan bahwa secara umum wisatawan merasa puas terhadap pengalaman berwisata di Kota Sabang.

Deskripsi Indikator Kepuasan Wisatawan

Variabel kepuasan wisatawan terdiri atas tiga indikator. Nilai rata-rata masing-masing indikator disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Nilai rata-rata indikator kepuasan wisatawan

Indikator	Rata-rata	Simpangan Baku
A1	3,99	0,916
A2	4,20	0,888
A3	4,08	1,002

Tabel 3 menunjukkan bahwa indikator A2 memiliki nilai rata-rata tertinggi (4,20), sedangkan indikator A1 memiliki nilai rata-rata terendah (3,99). Meskipun demikian, seluruh indikator berada pada kategori baik karena memiliki nilai rata-rata mendekati skor maksimum.

Deskripsi Indikator Kualitas Pelayanan

Hasil analisis indikator kualitas pelayanan disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Nilai rata-rata indikator kualitas pelayanan

Indikator	Rata-rata	Simpangan Baku
B1	4,11	0,898
B2	4,10	0,870
B3	4,06	1,033
B4	3,94	1,081
B5	4,04	1,100

Berdasarkan Tabel 4, seluruh indikator kualitas pelayanan memperoleh nilai rata-rata di atas 3,90. Indikator B1 memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,11, sedangkan indikator B4 memiliki nilai rata-rata terendah sebesar 3,94. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada destinasi wisata di Kota Sabang dipersepsikan baik oleh wisatawan.

Deskripsi Indikator Promosi

Hasil analisis indikator promosi disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Nilai rata-rata indikator promosi

Indikator	Rata-rata	Simpangan Baku
C1	4,26	0,895
C2	4,17	1,025
C3	4,20	0,953

Berdasarkan Tabel 5, indikator C1 memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,26, diikuti C3 sebesar 4,20 dan C2 sebesar 4,17. Hasil ini menunjukkan bahwa promosi destinasi wisata di Kota Sabang dinilai baik oleh responden dan mampu memberikan informasi yang dibutuhkan wisatawan.

Secara keseluruhan, hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, promosi, dan kepuasan wisatawan berada pada kategori baik. Temuan ini mengindikasikan bahwa wisatawan memiliki persepsi positif terhadap pelayanan dan promosi yang dilakukan pada destinasi wisata di Kota Sabang. Analisis lebih lanjut melalui uji regresi diperlukan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan wisatawan.

Pembahasan

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, promosi, dan kepuasan wisatawan pada destinasi wisata di Kota Sabang memperoleh penilaian yang baik dari responden. Temuan ini menunjukkan bahwa wisatawan secara umum memiliki persepsi positif terhadap pelayanan yang diberikan oleh pengelola destinasi maupun kegiatan promosi yang dilakukan. Persepsi positif tersebut menjadi modal penting dalam mendukung daya saing pariwisata Kota Sabang sebagai salah satu destinasi wisata unggulan di Provinsi Aceh.

Variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai rata-rata sebesar 20,20 dari skor maksimum 25. Seluruh indikator kualitas pelayanan memiliki nilai rata-rata di atas 3,90, dengan indikator B1 memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,11 dan indikator B4 memperoleh nilai rata-rata terendah sebesar 3,94. Hasil ini menunjukkan bahwa wisatawan menilai pelayanan yang diterima selama berkunjung telah memenuhi harapan mereka. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam industri pariwisata karena wisatawan tidak hanya menikmati daya tarik destinasi, tetapi juga menilai kenyamanan, keramahan, kecepatan pelayanan, serta fasilitas yang tersedia. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin besar peluang terciptanya pengalaman wisata yang positif. Temuan ini sejalan dengan konsep kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Parasuraman et al. (1988), yang menyatakan

bahwa kualitas pelayanan dibentuk oleh keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik.

Variabel promosi memperoleh nilai rata-rata sebesar 12,63 dari skor maksimum 15. Ketiga indikator promosi menunjukkan nilai rata-rata yang tinggi, yaitu antara 4,17 hingga 4,26. Indikator C1 merupakan indikator dengan nilai rata-rata tertinggi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa informasi mengenai destinasi wisata di Kota Sabang telah diterima dengan baik oleh wisatawan. Promosi yang efektif berperan dalam membangun pengetahuan, menarik minat berkunjung, dan membentuk ekspektasi wisatawan terhadap destinasi. Di era digital, promosi melalui media sosial, situs web, maupun platform perjalanan daring menjadi salah satu strategi yang mampu memperluas jangkauan informasi dan meningkatkan daya tarik destinasi wisata. Oleh karena itu, pengelola destinasi perlu terus mengembangkan strategi promosi yang inovatif, akurat, dan mudah diakses oleh calon wisatawan.

Variabel kepuasan wisatawan memperoleh nilai rata-rata sebesar 12,27 dari skor maksimum 15. Nilai tersebut menunjukkan bahwa secara umum wisatawan merasa puas terhadap pengalaman yang diperoleh selama berkunjung ke destinasi wisata di Kota Sabang. Indikator A2 memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,20, sedangkan indikator A1 memiliki nilai rata-rata sebesar 3,99. Tingginya tingkat kepuasan menunjukkan bahwa pelayanan yang diterima dan informasi yang diperoleh melalui promosi telah memberikan pengalaman yang positif bagi wisatawan. Kepuasan wisatawan merupakan salah satu indikator penting dalam keberhasilan pengelolaan destinasi karena wisatawan yang puas cenderung melakukan kunjungan kembali serta memberikan rekomendasi kepada wisatawan lain melalui komunikasi dari mulut ke mulut maupun media digital.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi memperoleh penilaian yang relatif tinggi secara bersamaan dengan tingginya tingkat kepuasan wisatawan. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa kedua aspek tersebut perlu menjadi perhatian utama dalam pengelolaan destinasi wisata di Kota Sabang. Pengelola destinasi dapat meningkatkan kualitas pelayanan melalui pengembangan kompetensi sumber daya manusia, penyediaan fasilitas yang memadai, peningkatan kebersihan kawasan wisata, serta pelayanan yang cepat dan ramah. Di sisi lain, strategi promosi perlu diarahkan pada pemanfaatan media digital, pemasaran berbasis konten, dan kolaborasi dengan berbagai pihak untuk memperluas jangkauan promosi destinasi wisata.

Secara keseluruhan, hasil penelitian memberikan gambaran bahwa wisatawan memiliki persepsi positif terhadap kualitas pelayanan dan promosi pada destinasi wisata di Kota Sabang. Kondisi ini menjadi modal penting dalam mendukung pengembangan sektor pariwisata daerah. Meskipun demikian, penelitian ini masih terbatas pada analisis deskriptif sehingga diperlukan analisis inferensial untuk menguji besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan wisatawan secara statistik. Penelitian selanjutnya juga dapat menambahkan variabel lain, seperti citra destinasi, fasilitas wisata, harga, aksesibilitas, atau

pengalaman wisatawan agar diperoleh model yang lebih komprehensif dalam menjelaskan kepuasan wisatawan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian, pengolahan, dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan yaitu secara parsial disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan Pada Indomobil Plaza Aceh dengan nilai t_{hitung} (2.958) lebih besar dari t_{tabel} (2,018). Secara parsial pelatihan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan Pada Indomobil Plaza Aceh dengan nilai t_{hitung} (2,821) lebih besar dari t_{tabel} (2,018). Secara simultan disiplin kerja dan pelatihan kerja secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja Karyawan Pada Indomobil Plaza Aceh dengan nilai F_{hitung} (17,093) lebih besar dari F_{tabel} (2,17). Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap 100 wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata di Kota Sabang, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, promosi, dan kepuasan wisatawan memperoleh penilaian yang baik. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai rata-rata sebesar 20,20 dari skor maksimum 25, variabel promosi memperoleh nilai rata-rata sebesar 12,63 dari skor maksimum 15, sedangkan kepuasan wisatawan memiliki nilai rata-rata sebesar 12,27 dari skor maksimum 15. Hasil tersebut menunjukkan bahwa wisatawan secara umum memiliki persepsi positif terhadap pelayanan yang diberikan serta kegiatan promosi yang dilakukan pada destinasi wisata di Kota Sabang. Karakteristik responden menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan adalah perempuan (54%), berusia ≥ 26 tahun (40%), belum menikah (58%), dan berasal dari luar Sabang (38%). Temuan ini memberikan gambaran mengenai profil wisatawan yang menjadi responden dalam penelitian. Secara umum, kualitas pelayanan dan promosi yang baik berpotensi mendukung terciptanya kepuasan wisatawan. Oleh karena itu, pengelola destinasi wisata dan pemerintah daerah perlu mempertahankan serta meningkatkan mutu pelayanan dan efektivitas promosi agar pengalaman wisatawan semakin baik dan daya saing destinasi wisata di Kota Sabang terus meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anismar, A., Harinawati, H., Mardhiah, A., Husniati, A. M., Andyna, C., Nazarudddin, M., & Muchlis, M. (2022). Sosialisasi Pengelolaan Destinasi Wisata Berbasis Kearifan Lokal Di Pantai Krueng Geukueh. *Jurnal Malikussaleh Mengabdi*, 1(2).
<https://doi.org/10.29103/jmm.v1i2.9059>
- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1).
- Borahima, B., Setianto, R. H. T., Pratiwi, N. R., & Saifuddin. (2024). Sistem Manajemen Akses Dan Amenitas Pada Destinasi Pariwisata Berbasis Smart Tourism Menuju Indonesia Emas. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (JEBISMA)*, 2(2).
<https://doi.org/10.70197/jebisma.v2i2.79>

- Ciptari, P. D. K., Wibawa, I. G. J. S., & Suardana, I. K. P. (2022). Pengelolaan Destinasi Wisata Kuliner dalam Mendukung Pariwisata Berkelanjutan Di Desa Suranadi. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(3). <https://doi.org/10.55927/jfbd.v1i3.1335>
- Djalil, M., Mamuki, E., Djamil, I. N., & Antu, Y. R. (2025). Tingkat Kesejahteraan Pelaku Usaha di Kawasan Pariwisata Danau Perintis Desa Boludawa Kecamatan Suwawa Kabupaten Bone Bolango. *ACROPORA: Jurnal Ilmu Kelautan Dan Perikanan Papua*, 8(2). <https://doi.org/10.31957/acr.v8i2.4929>
- Ginting, S. E., Santoso, R. S., & Rostyaningsih, D. (2024). Kualitas Pelayanan Kesehatan Pada Puskesmas Rembang 1. *Journal of Public Policy and Management Review*.
- Handika, R. D., & Nugroho, A. (2025). Perancangan UI/UX aplikasi Kabupaten Semarang Virtual Tourism Destination menggunakan metode Goal Directed Design. *AITI*, 22(1). <https://doi.org/10.24246/aiti.v22i1.101-116>
- Indrianti, M. A. (2025). Kebijakan Pertanian di Indonesia. *Asta Cita Dalam Mendukung Ketahanan Pangan Nasional*.
- Irham, F., Zidan Dairobby, M. R., Gus Fauzan, R., & Rienaldy Pramasha, R. (2024). Peran Sumber Daya Alam Dalam Mendorong Perekonomian Nasional. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(11).
- Junaid, I. (2019). Model Sinergi Unsur Pentaheliks Pariwisata Dalam Pengelolaan Destinasi Wisata Kota Parepare Dan Kabupaten Bone. *Sosiohumaniora*, 21(1). <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v21i1.17016>
- Lestari, A. B., & Suharto, B. (2025). Dinamika Konflik Vertikal Dalam Pengelolaan Destinasi Wisata: Dampak Terhadap Sekitar, Solusi Yang Diterapkan. *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik*, 6(2). <https://doi.org/10.24198/jkrk.v6i2.55266>
- Meirejeki, I. N., Suarta, I. K., Widhari, C. I. S., & Artatanaya, I. G. L. S. (2022). Pelatihan Web dan Digital Marketing di Desa Wisata Blimbingsari, Kecamatan Melaya, Jember. *Dharma: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2). <https://doi.org/10.31315/dlppm.v3i2.8192>
- Mokoginta, C., Dua, I. L., & Rumerung, J. (2023). Peningkatan Kualitas Pelayanan Untuk Kepuasan Publik Pada Pengadilatan Tata Usaha Negara Manado. *Jurnal MABP*, 5(1).
- Nugraha, P. T., Sukarsa, I. M., & Rusjyanthi, N. kadek D. (2022). Usability Testing Sistem Love Bali Menggunakan Teknik Performance Measurement dan Concurrent Think Aloud (CTA). *JITTER: Jurnal Ilmiah Teknologi Dan Komputer*, 3(2). <https://doi.org/10.24843/jtrti.2022.v03.i02.p13>
- Pangestu, A. (2023). Analisis Pengelolaan Destinasi Wisata Danau Ranau Di Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 01(05).
- Rahmawati, A., & Budiono, A. (2025). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Solaria. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(3).

- Rahmawati, K., & Meisyanti. (2023). Strategi Komunikasi Pemandu Wisata Trekking Sentul Dalam Melayani Wisatawan Di Desa Karang Tengah, Kabupaten Bogor. *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 29(3). <https://doi.org/10.37817/ikon.v29i3.3515>
- Rianty, S. P., & Angga Nadiyanto Prastian. (2024). Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Sari Ater Kamboti. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(4). <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i4.2805>
- Wira, S. N. B. S., Nova, M., Erawati, N. M. R., & Sudhana, I. G. P. F. P. (2023). Pendampingan Pengembangan Potensi Desa Wisata dan Pelatihan Kepemanduan Wisatawan di Desa Petulu, Gianyar. *DEDIKASI PKM*, 4(3). <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v4i3.32845>
- Yanuar, M. M., Qomariah, N., & Santoso, B. (2021). Dampak Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Optik Marlin Cabang Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3(1).