

STUDI PERBEDAAN KEPUASAN WISATAWAN SURABAYA YANG PERNAH MELAKUKAN PERJALANAN WISATA KE SINGAPURA DENGAN MENGGUNAKAN DAN TIDAK MENGGUNAKAN BIRO PERJALANAN WISATA BERDASARKAN METODE *HOLIDAY SATISFACTION*

Sannyta Fongan Canggih

Alumni Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya, Jurusan Manajemen
Siti Rahayu

Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya, Jurusan Manajemen
Fitri Novika Widjaja

Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya, Jurusan Manajemen

Abstrak

Melakukan perjalanan wisata pada dasarnya bertujuan untuk mendapatkan kenikmatan. Untuk itu penting mengukur kepuasan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata. Penelitian ini bertujuan mengukur kepuasan wisatawan yang melakukan perjalanan wisata ke Singapura baik menggunakan maupun tidak menggunakan biro perjalanan dengan metode *Holiday Satisfaction* dan menggunakan analisis kuadran. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa wisatawan baik yang menggunakan maupun tidak menggunakan biro perjalanan merasakan kepuasan dalam melakukan perjalanan ke Singapura. Wisatawan yang melakukan perjalanan wisata ke Singapura tidak menggunakan biro perjalanan wisata lebih puas daripada yang menggunakan biro perjalanan wisata .

Kata Kunci: Pariwisata, wisatawan, *holiday satisfaction*, analisis kuadran, *attractions, activities, amenities, accommodation, dan accessibility*

1. Latar Belakang

Pariwisata saat ini menjadi salah satu sektor yang sangat berperan penting dalam pembangunan ekonomi dunia. Salah satu kontribusi penting sektor pariwisata adalah pemberdayaan masyarakat atau komunitas lokal. Pengelolaan yang baik dan profesional dapat menjadikan pariwisata suatu negara unik dan menarik yang mampu membuat para wisatawan-wisatawan domestik maupun mancanegara berdatangan. sehingga membuat industri pariwisata semakin hari semakin berkembang.

Industri pariwisata merupakan industri yang menduduki posisi penting dan terbesar di dunia. Industri pariwisata bukanlah industri yang berdiri sendiri, tetapi merupakan industri yang terdiri dari serangkaian perusahaan berbeda yang terkait dalam industri pariwisata. Industri pariwisata diharapkan mampu menghasilkan produk wisata terbaik yang sesuai dengan harapan wisatawan agar wisatawan memperoleh kepuasan, karena kepuasan wisatawan merupakan salah satu faktor terpenting dalam dunia bisnis kepariwisataan (<http://74.125.153.132/search?q=cache:MMwuCmNEXsYJ:digilib.petra.ac.id>).

Forum (WEF) menerbitkan publikasi bertajuk *Travel and Tourism Competitiveness Index* 2008, dimana WEF menyusun peringkat daya saing sektor pariwisata 130 negara di dunia. Berdasarkan hasil penilaian pada sejumlah indikator, posisi tiga besar seluruhnya ditempati oleh negara Eropa, yaitu: Swiss (5,63), Austria (5,43), dan Jerman (5,41). Australia berada di urutan keempat dengan nilai 5,34; diikuti Spanyol (5,30); Inggris (5,28); dan Amerika Serikat (5,28). Sebagai negara maju, pada umumnya mereka telah memiliki infrastruktur yang bagus, iklim usaha yang sudah terbentuk, dan sumber daya manusia yang handal. Singapura berada di urutan (16), Malaysia (32), dan Thailand (42) (http://indonesianet.com/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=30).

Singapura merupakan satu-satunya negara di Asia Tenggara yang masuk dalam 20 besar peringkat daya saing sektor pariwisata di 130 negara di dunia. Pariwisata memang merupakan salah satu industri besar di Singapura karena Singapura mampu mengembangkan potensi yang dimilikinya, seperti: panorama alam yang indah, atraksi-atraksi wisata yang menarik dan spektakuler, sarana transportasi yang mudah dan memadai, keragaman etnis, makanan/kuliner, dan sebagainya. Selain itu, pariwisata Singapura berkembang pesat juga ditunjang oleh pengelolaan bandara yang baik. *Changi Airport* merupakan bandara kebanggaan Singapura yang telah memenangkan sejumlah penghargaan bertaraf internasional, antara lain: *Best Airport in the World 2008* oleh *Business Traveller (Middle East)* (http://www.changiairport.com/changi/en/aboutus/awards_accolades/2008.html?locale=ms). Jumlah wisatawan yang berasal dari Indonesia yang berkunjung ke Singapura pada 2007 mencapai 1.956.000 orang, atau merupakan persentase terbesar dari total wisatawan asing yang datang ke negara pulau tersebut, demikian menurut Badan Pariwisata Singapura (STB). Berdasarkan penerimaan, Singapura diperkirakan menerima pendapatan 13,8 miliar dolar Singapura mulai Januari-Desember 2007, naik 11,3 persen dibandingkan periode yang sama tahun 2006 atau melebihi target yang ditetapkan 13,6 miliar tahun 2007

(http://www.eljohn.net/berita/berita_detail.php?kode=1&idnews=4364).

Singapura terkenal dengan ikon negaranya yaitu *Merlion*, kepala singa berekor ikan dan ikon arsitekturnya, *Esplanade*. Perpaduan atau campuran dari 4 (empat) budaya, yaitu: Melayu, Cina, Tamil, dan India, membuat Singapura menjadi semakin unik dan menarik. Banyak obyek wisata yang ditawarkan di Singapura kepada wisatawan, tercatat lebih dari 70 obyek wisata yang dapat dinikmati oleh para wisatawan domestik maupun mancanegara. Obyek-obyek wisata tersebut dikelola secara profesional dan terencana sehingga semakin membuat para wisatawan nyaman dan senang saat mengunjungi obyek-obyek wisata tersebut. Tahun 2008, Singapura memiliki tambahan dua obyek wisata terbaru, yakni: *Singapore Flyer* dan *Singapore Grand Prix* (yang diselenggarakan pada 26 September 2008). Di bawah ini terdapat tabel I yang menunjukkan 10 obyek wisata yang diminati oleh wisatawan di Singapura.

Tabel 1
10 Obyek Wisata yang Diminati Wisatawan di Singapura

No.	Obyek Wisata	No.	Obyek Wisata
1.	Sentosa Island	6.	Chinatown
2.	Jurong Bird Park	7.	Geylang Serai
3.	Orchard Road	8.	Clarke Quay
4.	Night Safari	9.	The Esplanade
5.	Merlion Park	10.	Little India

Sumber:

<http://cybertravel.cbn.net.id/cbprtl/cybertravel/detail.aspx?x=Hot+Topic&y=cybertravel%7C0%7C0%7C4%7C62>

Berdasarkan aktivitasnya (Soekadijo, 1997:23), penyelenggaraan pariwisata harus memenuhi tiga determinan yang menjadi syarat mutlak, salah satunya adalah tranferabilitas. Transferabilitas adalah kemudahan untuk berpindah tempat atau berpergian dari tempat tinggal wisatawan ke tempat atraksi wisata. Hal ini difasilitasi dengan adanya biro perjalanan wisata yang mampu mengurus segala keperluan untuk melakukan perjalanan wisata yang dilakukan oleh wisatawan. Perjalanan ke Singapura dapat dilakukan dengan menggunakan dan tidak menggunakan jasa biro perjalanan wisata, disesuaikan dengan keinginan dari para wisatawan yang hendak melakukan perjalanan wisata.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, penelitian menggunakan metode *Holiday Satisfaction* dilakukan untuk mengetahui kepuasan wisatawan Surabaya yang pernah melakukan perjalanan wisata ke Singapura antara yang menggunakan dan tidak menggunakan biro perjalanan wisata. Penelitian dilakukan terhadap wisatawan Surabaya yang pernah melakukan perjalanan wisata ke Singapura dalam kurun waktu antara Januari 2006 sampai Desember 2008. Metode *Holiday Satisfaction* yang digunakan dalam penelitian ini meliputi beberapa dimensi, yaitu *attractions*, *activities*, *amenities*, *accommodation*, dan *accessibility*.

Permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah "Apakah ada perbedaan kepuasan wisatawan Surabaya yang pernah melakukan perjalanan wisata ke Singapura dengan menggunakan dan tidak menggunakan biro perjalanan wisata dengan metode *Holiday Satisfaction*?" Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya perbedaan kepuasan wisatawan Surabaya yang pernah melakukan perjalanan wisata ke Singapura dengan menggunakan dan tidak menggunakan biro perjalanan wisata.

2.1. Pariwisata

Menurut Soekadijo (1996:25), "*pariwisata adalah suatu gejala sosial yang sangat kompleks, menyangkut manusia seutuhnya dan memiliki berbagai aspek: sosiologis, psikologis, ekonomis, ekologis dan sebagainya.*" Aspek yang mendapat perhatian paling besar dan hampir-hampir merupakan satu-satunya aspek yang dianggap penting adalah aspek ekonominya. Keuntungan ekonomis untuk daerah yang dikunjungi wisatawan, itulah yang pertama-tama merupakan tujuan pembangunan pariwisata.

Hunziger dan Krapf dalam Soekadijo (1996:12) mengemukakan "*pariwisata adalah keseluruhan jaringan dan gejala-gejala yang berkaitan dengan tinggalnya orang asing di suatu tempat, dengan syarat mereka tidak tinggal di situ untuk melakukan pekerjaan penting yang memberi keuntungan yang bersifat permanen atau sementara.*" Jadi istilah "pariwisata" secara umum dapat diartikan sebagai perjalanan dari satu tempat ke tempat lain bersifat sementara yang dilakukan perorangan maupun kelompok dengan tujuan untuk membelanjakan uangnya (sebagai konsumen) di tempat tujuan tersebut. Orang yang melakukan perjalanan yang bersifat sementara dinamakan wisatawan.

Menurut Liga Bangsa-Bangsa tahun 1937 dalam Soekadijo (1996:14) "*Wisatawan adalah orang yang mengadakan perjalanan untuk bersenang-senang (pleasure), karena alasan keluarga, kesehatan, dan sebagainya; orang yang mengadakan perjalanan untuk mengunjungi pertemuan-pertemuan atau sebagai utusan (ilmiah, administratif, diplomatik, keagamaan, atletik dan sebagainya); orang yang mengadakan perjalanan bisnis; dan orang yang datang dalam rangka pelayaran pesiar (seacruise), juga kalau tinggal kurang dari 24 jam. Akan tetapi, istilah wisatawan tidak meliputi: Orang yang datang untuk memangku jabatan atau mengadakan usaha di suatu negara; orang yang datang untuk menetap; penduduk daerah perbatasan dan orang yang tinggal di negara yang satu, akan tetapi bekerja di negara tetangganya; pelajar, mahasiswa dan kaum muda di tempat-tempat pemondokan dan di sekolah-sekolah; dan orang yang dalam perjalanan melalui sebuah negara tanpa berhenti di situ, meskipun di negara itu lebih dari 24 jam.*"

Secara umum, wisatawan adalah pengunjung yang di negara yang dikunjunginya setidak-tidaknya tinggal selama 24 jam dan yang datang berdasarkan motivasi: (a) Mengisi waktu senggang (untuk bersenang-senang, berlibur, untuk kesehatan, studi, keperluan agama dan olahraga), (b) Bisnis, keluarga, perutusan, dan pertemuan-pertemuan.

2.2. Jenis Dan Bentuk Pariwisata

Walaupun banyak jenis wisata ditentukan menurut motif tujuan perjalanan, menurut Spillane (1990:28) dapat pula dibedakan menjadi beberapa jenis pariwisata khusus yaitu "*pariwisata untuk menikmati perjalanan, pariwisata untuk rekreasi, pariwisata untuk kebudayaan, pariwisata untuk olah raga, pariwisata untuk urusan usaha dagang, dan pariwisata untuk berkonvensi.*"

Banyak variasi yang dapat ditunjukkan mengenai cara orang mengadakan perjalanan wisata. Namun bentuk-bentuk wisata yang penting menurut Soekadijo (1996:18) adalah "*wisata mancanegara dan domestik, wisata pasif dan aktif, wisata kecil dan besar, wisata individual dan terorganisasi, dan menurut kendaraan yang digunakan.*"

Dalam berwisata, wisatawan bisa menggunakan jasa biro perjalanan maupun tidak. Suwantoro (1997:11), memberikan pengertian bahwa, biro perjalanan wisata adalah perusahaan yang menyelenggarakan kegiatan paket wisata dan agen perjalanan. Biro perjalanan wisata membantu wisatawan dalam merencanakan perjalanan wisatanya sehingga menjadi lebih mudah dan

terorganisir. Biro perjalanan ini akan membantu wisatawan menikmati produk pariwisata.

Menurut Soekadji (1996:29), yang disebut sebagai produk pariwisata adalah: "Produk yang tidak dapat dibawa ke tempat kediaman wisatawan, akan tetapi harus dinikmati di tempat di mana produk itu tersedia; wujud produk wisata ditentukan oleh konsumen sendiri; yang diperoleh konsumen kalau ia membeli produk wisata adalah pengalaman yang diperolehnya dari perjalanan wisata." Sedangkan menurut *The Association of International Expert and Scientific Tourism* dalam Yoeti (2002:3), "*produk industri pariwisata adalah semua bentuk pelayanan yang dinikmati wisatawan, semenjak ia meninggalkan tempat di mana ia biasa berdiam, selama ia berada di daerah tujuan wisata yang dikunjungi, hingga ia kembali pulang ke tempat asalnya semula.*"

Produk wisata merupakan rangkaian berbagai jasa yang kait-mengait yang dihasilkan oleh berbagai perusahaan pelaku bisnis pariwisata yang bergabung dan bekerja sama dalam suatu industri pariwisata. Keseluruhan rangkaian produk wisata tersebut adalah jasa-jasa yang diperlukan wisatawan selama melakukan perjalanan wisata dan merupakan satu kesatuan yang mempengaruhi kepuasan wisatawan secara keseluruhan.

2.3. Tourist Satisfaction

Menurut Truong dan Foster (2005:843), "*in summary satisfaction has generally been found to be the outcome of the comparison between expectations and experiences, the different between expectations and perceived performance, and the "fit" between tourist expectations and host destination attributes.*" Artinya, secara ringkas kepuasan pada umumnya merupakan hasil perbandingan antara harapan dan pengalaman, perbedaan antara harapan dan *performance* yang dirasakan, dan "kesesuaian" antara harapan wisatawan dan atribut yang ada di daerah tujuan wisata.

Dalam suatu industri pariwisata, *tourist satisfaction* dapat terwujud apabila tiap-tiap perusahaan dalam industri pariwisata (pelaku bisnis pariwisata) tersebut saling bekerja sama dengan baik dalam menyediakan layanan-layanan yang dibutuhkan wisatawan, misalnya: penginapan, makanan, informasi, transportasi dan sebagainya. Industri pariwisata merupakan satu kesatuan kompleks yang bergantung satu dengan lainnya dalam menciptakan *tourist satisfaction*.

2.4. HolSat : Holiday Satisfaction

Tribe dan Snaith (1998) mengatakan, "*HOLSAT is a useful instrument for measuring tourists holiday satisfaction. It has provided useful outcomes that could be applied to the future planning and management of the tourism industry*" (Tourism Management, Vol. 19, No. 1, pp. 25-34, 1998). Penelitian *HOLSAT* digunakan untuk mengukur kepuasan wisatawan yang sedang berlibur. Hasil dari penelitian *HOLSAT* ini, akan diterapkan untuk membuat suatu perencanaan dan manajemen industri pariwisata di masa depan.

Menurut Truong dan Foster (2005:844), "*A key feature of the HOLSAT instrument is it's ability to measure a tourist's satisfaction with their holiday experience at a destination rather than a specific service provider.*" Artinya,

keistimewaan utama *HOLSAT* adalah kemampuan untuk mengukur *tourist satisfaction* dengan pengalaman berlibur di daerah tujuan wisata daripada dengan penyedia jasa tertentu.

Metode *Holiday Satisfaction (HOLSAT)* merupakan pengembangan dari metode *Service Quality*. Metode *Holiday Satisfaction* khusus digunakan untuk mengukur kepuasan berlibur wisatawan. Dengan metode ini akan dapat diketahui seberapa besar selisih antara harapan dengan persepsi wisatawan tersebut. Pengukuran tingkat kepuasan ini didapatkan dengan membandingkan persepsi wisatawan terhadap layanan-layanan yang diberikan pelaku bisnis pariwisata dengan harapan wisatawan tersebut.

Menurut Truong dan Foster (2005:845), dimensi yang diteliti dalam metode *HOLSAT* merupakan daya tarik yang ada di daerah tujuan wisata, yakni: "*Attractions, Activities, Amenities, Accommodation, Accessibility*". Metode *HOLSAT* mengukur seberapa besar selisih antara harapan dengan persepsi wisatawan terhadap dimensi-dimensi tersebut. Apabila selisih dari persepsi dengan harapan (P-H) bernilai positif atau sama dengan nol maka wisatawan puas, sedangkan jika selisih dari persepsi dengan harapan (P-H) bernilai negatif, maka wisatawan tidak puas.

Setelah mengetahui variabel-variabel yang signifikan, variabel-variabel tersebut dianalisis menggunakan analisis kuadran. Analisis kuadran digunakan untuk dapat memprioritaskan variabel mana yang harus diperbaiki terlebih dahulu. Analisis kuadran terdiri dari 4 kuadran, yaitu kuadran I, kuadran II, kuadran III dan kuadran IV (Supranto, 2001).

Kuadran I

Variabel yang terletak di kuadran I adalah variabel yang mempunyai tingkat harapan dan persepsi terhadap pelayanan pelaku bisnis pariwisata lebih tinggi daripada *mean* harapan pada masing-masing dimensi dan *mean* persepsi pada masing-masing dimensi.

Kuadran II

Variabel yang terletak pada kuadran II adalah variabel yang mempunyai tingkat harapan di bawah *mean* harapan pada masing-masing dimensi dan tingkat persepsi di atas *mean* persepsi pada masing-masing dimensi. Variabel yang terletak pada kuadran ini merupakan kekuatan pelaku bisnis pariwisata pada masing-masing dimensi.

Kuadran III

Variabel yang terletak pada kuadran III mempunyai tingkat harapan dan persepsi lebih rendah daripada *mean* harapan dan persepsi pada masing-masing dimensi.

Kuadran IV

Variabel yang terletak pada kuadran IV mempunyai tingkat harapan di atas *mean* harapan pada masing-masing dimensi dan tingkat persepsi di bawah *mean* persepsi pada masing-masing dimensi. Variabel yang terletak pada kuadran ini merupakan kelemahan pelaku bisnis pariwisata pada masing-masing dimensi.

2.5. Hipotesis Kerja

Tribe dan Snaith (1998:28) menyatakan, "*HOLSAT measures satisfaction as the relationship between performance and prior expectation rather than performance alone (SERVPERF), or performance relative to importance (importance-performance) or performance related to best quality (SERVQUAL).*" *HOLSAT* mengukur kepuasan sebagai hubungan antara *performance* dan harapan sebelumnya, daripada dengan *performance* yang dipakai di penelitian *SERVPERF*, atau *performance* yang berkaitan dengan *importance (importance-performance)* atau *performance* yang berkaitan dengan kualitas terbaik (*SERVQUAL*).

Menurut Truong dan Foster (2005:844), "*A key feature of the HOLSAT instrument is it's ability to measure a tourist's satisfaction with their holiday experience at a destination rather than a specific service provider.*" Artinya, keistimewaan utama *HOLSAT* adalah kemampuan untuk mengukur *tourist satisfaction* dengan pengalaman berlibur di daerah tujuan wisata daripada dengan penyedia jasa tertentu.

Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis kerja yang diajukan adalah sebagai berikut: "Diduga ada perbedaan kepuasan wisatawan Surabaya yang pernah melakukan perjalanan wisata ke Singapura dengan menggunakan dan tidak menggunakan biro perjalanan wisata ke Singapura."

3. Metodologi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif konklusif yaitu penelitian yang mempunyai konklusi, pernyataan menerima atau menolak hipotesis kerja. Disebutkan deskriptif konklusif karena bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang benar mengenai perbandingan karakteristik 2 kelompok populasi atau suatu fenomena yaitu untuk mengetahui kepuasan wisatawan Surabaya yang pernah melakukan perjalanan wisata ke Singapura dengan menggunakan dan tidak menggunakan biro perjalanan wisata.

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah variabel kepuasan wisatawan. Definisi operasional kepuasan wisatawan (Truong dan Foster) adalah hasil perbandingan antara harapan dan pengalaman wisatawan surabaya setelah melakukan perjalanan wisata ke Singapura terhadap kualitas dari industri pariwisata di Singapura secara keseluruhan (*attractions, activities, amenities, accommodation, dan accessibility*) yang telah diketahui dan dirasakannya selama melakukan perjalanan wisata tersebut. Variabel kepuasan wisatawan ini didapatkan dengan menggunakan metode *Holiday Satisfaction*. Dimensi-dimensi yang diukur kepuasan wisatawannya yaitu: *attractions, activities, amenities, accommodation, dan accessibility*.

Attractions yaitu semua yang menjadi daya tarik mengapa wisatawan tertarik datang berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata (DTW) di Singapura yang diukur dengan indikator: (a) keunikan tempat wisata, (b) kemenarikan tempat wisata, (c) keamanan tempat wisata, (d) kedekatan lokasi tempat wisata dengan pusat keramaian, (e) kebersihan tempat wisata. *Activities* adalah menyediakan *something to do* di Singapura. Termasuk di dalamnya adalah rekreasi (*recreational tourism*), olahraga (tennis, berkuda, mendaki gunung), membaca, mengerjakan hobi dan sebagainya, juga dapat diisi dengan tamasya singkat

untuk menikmati keadaan, yang diukur melalui indikator (a) keanekaragaman jenis aktivitas *indoor (fitness, spa)/outdoor (berenang, surfing, cycling, trekking, hiking)*, (b) keamanan alat yang digunakan untuk setiap aktivitas yang ditawarkan, (c) kelengkapan informasi mengenai aktivitas menarik di Singapura. Amenities adalah Fasilitas penunjang yang ada di sekitar suatu obyek wisata di Singapura yang dapat membantu wisatawan untuk memenuhi kebutuhannya. Misalnya: bank (*ATM*), *Money Changer*, restoran, hotel (tempat penginapan), kantor polisi, suatu pemberian (barang-barang seperti *shampoo*, sabun, *bath cap*, sikat gigi, dan lain-lain dalam bentuk mini) yang diletakkan di kamar tamu atau pelayanan ekstra yang diberikan kepada tamu demi kesenangan, kepuasan, dan kenyamanannya, tanpa biaya dan harga tambahan, yang diukur melalui indikator (a) kejelasan informasi mengenai fasilitas penunjang (*ATM*, Bank, *Money Changer*, kantor polisi, dan lainnya) yang dibutuhkan oleh wisatawan, (b) kelengkapan fasilitas penunjang (*ATM*, Bank, *Money Changer*, kantor polisi, dan lainnya) di Singapura. Accomodation adalah Memenuhi kebutuhan wisatawan selama tinggal untuk sementara waktu di DTW yang dikunjungi di Singapura. Meliputi: *Accomodation unit, Restaurant, Bars, Café, Transportations at the destination, Others facilities, Retail Outlet* yang diukur melalui indikator: (a) kesesuaian selera wisatawan dengan makanan yang disediakan di restoran, (b) harga makanan yang ditawarkan di restoran/café, (c) kebersihan makanan yang ditawarkan di restoran (d) kebersihan hotel (e) keamanan hotel maupun akomodasi lainnya (*villas, Apartment, Motels*), (f) keramahan staff hotel, (g) kemenarikan souvenir/kerajinan tangan, (h) keanekaragam souvenir/kerajinan tangan khas yang ditawarkan, (i) harga souvenir/kerajinan tangan yang ditawarkan, (j) kelengkapan penyewaan peralatan untuk berolahraga (*cycling, hiking*). *Accessibility* adalah semua yang dapat memberi kemudahan kepada wisatawan untuk datang berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata (DTW) di Singapura, yang diukur melalui indikator: (a) kenyamanan bandara, (b) kemudahan dalam menemukan lokasi transportasi umum (*taxi, MRT, bus*), (c) kenyamanan dari transportasi yang digunakan/umum (*taxi, MRT, bus*), (d) keamanan menggunakan transportasi.

Penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer. Target populasi dalam penelitian ini adalah responden yang pernah melakukan perjalanan wisata ke Singapura dengan menggunakan dan tidak menggunakan biro perjalanan wisata. Karakteristik populasi dalam penelitian ini adalah responden tersebut merupakan wisatawan Surabaya; responden yang melakukan perjalanan wisata menggunakan dan tidak menggunakan biro perjalanan wisata; responden melakukan perjalanan wisata ke Singapura minimal 2 kali dalam kurun waktu antara 2006 sampai 2008; dan responden yang melakukan perjalanan minimal selama 4 hari ke Singapura.

Penelitian ini menetapkan jumlah sampel dengan menggunakan rumus:

$$n = (Z^2 \alpha) \left[\frac{(P \times Q)}{d^2} \right] \dots \dots \dots (1)$$

Dimana:

Z_α = Z tabel dengan tingkat signifikansi tertentu.

P = Proporsi populasi yang diharapkan memiliki karakteristik tertentu.

Q = Proporsi populasi yang diharapkan tidak memiliki karakteristik tertentu.

d = Tingkat kesalahan yang dapat ditolerir (dinyatakan dalam %).

$$n = (1,96)^2 \left[\frac{(84,5 \times 15,5)}{8^2} \right] = 78,61 \approx 79$$

Minimal jumlah sampel dari masing-masing populasi wisatawan yang menggunakan dan tidak menggunakan biro perjalanan wisata ke Singapura adalah 79, diharapkan jumlah sampel ini dapat mewakili populasi secara keseluruhan demi tercapainya tujuan penelitian.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*, karena populasi yang diteliti bersifat tidak teridentifikasi, sehingga peluang anggota populasi dipilih sebagai sampel adalah berdasarkan keputusan peneliti. Cara pengambilan sampelnya memakai *judgemental sample*, yaitu sampel dengan pertimbangan atau maksud tertentu sebagaimana yang telah ditentukan di atas. Jika, orang tersebut memenuhi karakteristik yang diharapkan, maka ia akan menjadi responden untuk mengisi kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan di 4 tempat yang berbeda, yakni: Kampus (Galeri), *Celebrity Fitness Galaxy Mall*, *Coffee Bean&Tea Leaf Galaxy Mall*, dan persekutuan doa sehingga akan diperoleh jawaban yang bervariasi.

Aras pengukuran dalam penelitian ini adalah interval. Kuesioner yang dibagikan kepada responden bersifat tertutup (*close ended questions*) yang artinya jawaban responden telah dibatasi dengan menyediakan alternatif jawaban. Alternatif jawaban yang disediakan untuk aras interval disusun berdasarkan *numerical scale*, yaitu skala yang meminta responden untuk memberikan penilaian pada serangkaian pertanyaan yang diukur dalam 7 skala jenjang untuk harapan dan 7 skala jenjang untuk persepsi, di mana 1 menunjukkan yang paling buruk dan 7 menunjukkan yang paling bagus.

Metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS *version 11.5 for Windows* dan *Microsoft Excel 2007 for Windows*. Metode pengolahan yang digunakan antara lain: uji validitas, uji reliabilitas, rata-rata hitung (*mean*), deviasi standar (*standard deviation*), koefisien variasi dan uji beda rata-rata.

Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji (*independent sample test*) dimana sebuah sampel dengan subyek yang berbeda mengalami dua perlakuan atau pengukuran yang berbeda, dengan maksud untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan persepsi, menggunakan uji 1 ekor atau *one*

tailed dengan tingkat signifikansi (α) sebesar 5% dengan hipotesis sebagai berikut:

1. Menentukan H_0 dan H_1

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$$

H_0 = Tidak ada perbedaan kepuasan wisatawan Surabaya yang pernah melakukan perjalanan wisata ke Singapura dengan menggunakan dan tidak menggunakan biro perjalanan wisata, dimana kepuasan wisatawan diukur melalui perbedaan persepsi dan harapan.

H_1 = Ada perbedaan kepuasan wisatawan Surabaya yang pernah melakukan perjalanan wisata ke Singapura dengan menggunakan dan tidak menggunakan biro perjalanan wisata, dimana kepuasan wisatawan diukur melalui perbedaan persepsi dan harapan.

μ_1 = Rata-rata kepuasan yang menggunakan biro perjalanan wisata.

μ_2 = Rata-rata kepuasan yang tidak menggunakan biro perjalanan wisata.

2. Menentukan tingkat signifikansi (α) sebesar 5%.
3. Uji statistik yang digunakan adalah uji t (*independent sample test*).
4. Perhitungan menggunakan program SPSS 11.5 *for windows*, dengan kriteria pengujian sebagai berikut:
 - a. H_0 diterima jika t hitung hasil print out SPSS 11.5 *for windows* menunjukkan nilai $p > 0,05$ yang artinya tidak ada perbedaan kepuasan wisatawan Surabaya yang melakukan perjalanan wisata ke Singapura dengan menggunakan dan tidak menggunakan biro perjalanan wisata.
 - b. H_1 diterima jika t hitung hasil print out SPSS 11.5 *for windows* menunjukkan nilai $p < 0,05$ yang artinya ada perbedaan kepuasan wisatawan Surabaya yang melakukan perjalanan wisata ke Singapura dengan menggunakan dan tidak menggunakan biro perjalanan wisata.

Setelah data sudah terkumpul dan sudah diketahui variabel-variabel yang signifikan, maka selanjutnya dilakukan analisis data dengan menggunakan analisis kuadran untuk dapat memprioritaskan variabel mana yang perlu mendapat perhatian dari pelaku bisnis pariwisata. Setelah itu, dilanjutkan dengan analisis secara deskriptif melalui pemberian makna akan maksud dari analisis-analisis yang dikemukakan sebelumnya.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Hasil pengolahan data

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap 70 responden yang terbagi menjadi 35 responden yang menggunakan biro perjalanan wisata dan 35 responden yang tidak menggunakan biro perjalanan wisata, untuk memeriksa data yang diperoleh sehingga merupakan data yang layak diolah.

1. Hasil Uji Validitas

Perhitungan uji validitas ini menggunakan program SPSS *version 11.5 for Windows*. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kesahan (*valid*) dan kehandalan (*reliabel*) suatu kuesioner. Berdasarkan hasil

pengujian validitas, semua pernyataan dari dimensi *attractions*, *activities*, *amenities*, *accommodation*, dan *accessibility* terhadap harapan wisatawan Surabaya yang menggunakan dan tidak menggunakan biro perjalanan wisata di Singapura secara keseluruhan dalam penelitian ini dapat dikatakan *valid*.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Perhitungan uji reliabilitas ini menggunakan program SPSS *version 11.5 for Windows*. Kuesioner dikatakan *reliabel* jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu kategori dikatakan reliabel jika memberikan *Cronbach's Alpha* (α) > 0,5000 (Hair et al; 1998:118), maka secara keseluruhan dari tiap dimensi dapat dikatakan *reliable*.

Semua nilai *Cronbach's Alpha* dari keseluruhan dimensi lebih besar dari nilai *Standart Alpha*, sehingga dapat disimpulkan bahwa wisatawan Surabaya yang menggunakan dan tidak menggunakan biro perjalanan wisata berdasarkan persepsi dan harapan tiap dimensi yaitu *attractions*, *activities*, *amenities*, *accommodation*, dan *accessibility* secara keseluruhan dapat dikatakan reliabel.

Hasil pengumpulan data ini berupa harapan dan persepsi responden terhadap pernyataan-pernyataan yang ada pada kuesioner yaitu mengenai dimensi-dimensi dalam metode *Holiday Satisfaction*, yang meliputi *attractions*, *activities*, *amenities*, *accommodation*, dan *accessibility*. Penyebaran kuesioner ini dilakukan pada bulan Februari 2009 di Surabaya terhadap 80 responden. Selanjutnya dari 80 kuesioner yang telah diperoleh, dilakukan uji beda *mean* sesuai dengan metode *Holiday Satisfaction*. Hasil uji beda *mean* antara harapan dan persepsi yang telah dilakukan menunjukkan terdapat 3 hasil, yaitu *mean* harapan lebih besar dibandingkan *mean* persepsi, *mean* harapan lebih kecil dibandingkan *mean* persepsi, dan *mean* harapan sama dengan *mean* persepsi.

Kuesioner yang disebarakan kepada responden terdiri dari 2 bagian, yaitu bagian I dan bagian II. Bagian I berisi 6 pertanyaan yang bertujuan untuk mengetahui gambaran responden yang bersangkutan. Pada kuesioner bagian II, responden diminta untuk memberikan penilaian terhadap harapan dan persepsi dari masing-masing pernyataan dengan *numerical scale* dalam 7 skala. Responden memberikan tanggapan dengan cara memberi tanda silang pada angka yang mewakili harapan dan persepsi mereka terhadap pernyataan tersebut. Gambaran responden nampak pada tabel 2 dan 3.

TABEL 2
LATAR BELAKANG DAN GAMBARAN RESPONDEN YANG
MENGGUNAKAN BIRO PERJALANAN WISATA

No.	Pertanyaan	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin	Laki-Laki	26	32,5
		Perempuan	54	67,5
2	Usia	18-25 tahun	54	67,5
		26-40 tahun	20	25,0

		≥ 40 tahun	6	7,5
3	Jenis Pekerjaan	Pegawai Negeri	-	-
		Pegawai Swasta	9	11,3
		Pelajar/Mahasiswa	48	60,0
		Wiraswasta	21	26,3
		Lain-Lain	2	2,5
4	Seberapa Sering Melakukan Perjalanan Wisata Ke Singapura 2006-2008	2 Kali	49	61,3
		> 2 Kali	31	38,8
5	Terakhir ke Singapura	2006	4	5,0
		2007	24	30,0
		2008	52	65,0
6	Lama Waktu Tinggal Di Singapura	4 Hari	46	57,5
		≥ 4 Hari	34	42,5

Sumber: 80 Responden, Yang Disebarkan Pada Februari 2009, Diolah.

TABEL 3
LATAR BELAKANG DAN GAMBARAN RESPONDEN YANG TIDAK MENGGUNAKAN BIRO PERJALANAN WISATA

No.	Pertanyaan	Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin	Laki-Laki	39	48,8
		Perempuan	41	51,3
2	Usia	18-25 tahun	47	58,8
		26-40 tahun	27	33,8
		≥ 40 tahun	6	7,5
3	Jenis Pekerjaan	Pegawai Negeri	1	1,3
		Pegawai Swasta	14	17,5
		Pelajar/Mahasiswa	46	57,5
		Wiraswasta	16	20,0
		Lain-Lain	3	3,8
4	Seberapa Sering Melakukan Perjalanan Wisata Ke Singapura 2006-2008	2 Kali	58	72,5
		> 2 Kali	22	27,5
5	Terakhir ke Singapura	2006	17	21,3
		2007	21	26,3
		2008	42	52,5
6	Lama Waktu Tinggal Di Singapura	4 Hari	41	51,3
		≥ 4 Hari	39	48,8

Sumber: 80 Responden, Yang Disebarkan Pada Februari 2009, Diolah.

Berdasarkan hasil pengolahan data akan diperoleh rata-rata hitung (*mean*), deviasi standar, dan koefisien variasi, di mana nilai rata-rata hitung tersebut digunakan untuk mengetahui rata-rata penilaian responden terhadap

tiap pernyataan. Deviasi standar digunakan untuk mengetahui keragaman tanggapan responden terhadap pernyataan yang diajukan. Koefisien variasi digunakan untuk membandingkan dua atau lebih kelompok data dengan satuan yang berbeda maka digunakan koefisien variasi (KV), yang bebas dari satuan data asli. Jika semakin besar KV, maka menunjukkan bahwa pernyataan tersebut heterogen, begitu pula sebaliknya jika semakin kecil KV, maka menunjukkan bahwa pernyataan tersebut homogen. Berikut ini akan dijelaskan mengenai bagaimana rata-rata hitung, deviasi standar, dan koefisien variasi dari harapan dan persepsi responden wisatawan mengenai industri pariwisata di Singapura.

1. Rata-Rata Hitung, Deviasi Standar, Dan Koefisien Variasi Harapan

Mean total harapan wisatawan yang menggunakan biro perjalanan adalah 5,1458 dengan nilai *mean* harapan terkecil adalah sebesar 4,7750 dan *mean* harapan terbesar adalah sebesar 5,8375, di mana skala maksimal positif adalah 7,000. Ini menunjukkan bahwa harapan wisatawan terhadap industri pariwisata di Singapura secara keseluruhan bernilai tinggi. Di samping itu, nilai standar deviasi harapan adalah sebesar antara 0,8228 dan 1,1188, yang berarti bahwa jawaban harapan wisatawan bervariasi.

Koefisien variasi yang terkecil adalah keramahan staff hotel yaitu sebesar 15,44% dan koefisien variasi yang terbesar adalah kesesuaian selera wisatawan dengan makanan yang disediakan di restoran sebesar 23,13%. Berdasarkan dari hasil koefisien variasi tersebut, maka menunjukkan bahwa pernyataan yang heterogen adalah kesesuaian selera wisatawan dengan makanan yang disediakan di restoran dan pernyataan yang homogen adalah keramahan staff hotel.

Mean total harapan wisatawan yang tidak menggunakan biro perjalanan adalah 5,9484 dengan nilai *mean* harapan terkecil adalah sebesar 5,7625 dan *mean* harapan terbesar adalah sebesar 6,1875, di mana skala maksimal positif adalah 7,000. Ini menunjukkan bahwa harapan wisatawan terhadap industri pariwisata di Singapura secara keseluruhan bernilai tinggi. Di samping itu, nilai standar deviasi harapan adalah sebesar antara 0,5383 dan 0,8404, yang berarti bahwa jawaban harapan wisatawan bervariasi.

Koefisien variasi yang terkecil adalah kelengkapan penyewaan peralatan untuk berolahraga yaitu sebesar 9,03% dan koefisien variasi yang terbesar adalah kemudahan dalam menemukan lokasi transportasi umum sebesar 14,04%. Berdasarkan dari hasil koefisien variasi tersebut, maka menunjukkan bahwa pernyataan yang heterogen adalah kemudahan dalam menemukan lokasi transportasi umum dan pernyataan yang homogen adalah kelengkapan penyewaan peralatan untuk berolahraga.

Mean terbesar berada pada dimensi *accessibility* sebesar 5,9906 di mana skala maksimal positif adalah 7,000 dan koefisien variasi terkecil terdapat pada dimensi *activities* yaitu 11,23% yang menunjukkan bahwa pernyataan dalam dimensi *activities* bersifat homogen sedangkan dimensi *accessibility* memiliki pernyataan bersifat heterogen karena memiliki nilai koefisien variasi terbesar yaitu 13,20%.

2. Rata-Rata Hitung, Deviasi Standar, Dan Koefisien Variasi Persepsi

Mean total persepsi wisatawan yang menggunakan biro perjalanan adalah 5,9000 dengan nilai *mean* persepsi terkecil adalah sebesar 5,3750 dan *mean* persepsi terbesar adalah sebesar 6,3250, di mana skala maksimal positif adalah 7,000. Ini menunjukkan bahwa persepsi wisatawan terhadap industri pariwisata di Singapura secara keseluruhan bernilai tinggi. Sedangkan nilai standar deviasi persepsi adalah sebesar antara 0,5117 dan 0,9857, yang berarti bahwa jawaban persepsi wisatawan bervariasi.

Koefisien variasi yang terkecil adalah kemenarikan tempat wisata yaitu sebesar 8,44% dan koefisien variasi yang terbesar adalah harga makanan yang ditawarkan di restoran/*cafe* yaitu sebesar 18,34%. Berdasarkan dari hasil koefisien variasi tersebut, maka menunjukkan bahwa pernyataan yang heterogen adalah harga makanan yang ditawarkan di restoran/*cafe* dan pernyataan yang homogen adalah kemenarikan tempat wisata.

Mean terbesar berada pada dimensi *attractions* sebesar 6,0650 di mana skala maksimal positif adalah 7,000 dan koefisien variasi terkecil terdapat pada dimensi *attractions* yaitu 9,47% yang menunjukkan bahwa pernyataan dalam dimensi *attractions* bersifat homogen sedangkan dimensi *accessibility* memiliki pernyataan bersifat heterogen karena memiliki nilai koefisien variasi terbesar yaitu 13,46%.

Mean total persepsi wisatawan yang tidak menggunakan biro perjalanan adalah 6,1656 dengan nilai *mean* persepsi terkecil adalah sebesar 5,7500 dan *mean* persepsi terbesar adalah sebesar 6,4375, di mana skala maksimal positif adalah 7,000. Ini menunjukkan bahwa persepsi wisatawan terhadap industri pariwisata di Singapura secara keseluruhan bernilai tinggi. Sedangkan nilai standar deviasi persepsi adalah sebesar antara 0,5556 dan 0,7446, yang berarti bahwa jawaban persepsi wisatawan bervariasi.

Koefisien variasi yang terkecil adalah keunikan tempat wisata yaitu sebesar 8,78% dan koefisien variasi yang terbesar adalah kejelasan informasi mengenai fasilitas penunjang yang dibutuhkan oleh wisatawan yaitu sebesar 12,31%. Berdasarkan dari hasil koefisien variasi tersebut, maka menunjukkan bahwa pernyataan yang heterogen adalah kejelasan informasi mengenai fasilitas penunjang yang dibutuhkan oleh wisatawan dan pernyataan yang homogen adalah keunikan tempat wisata.

Mean terbesar berada pada dimensi *attractions* sebesar 6,2900 di mana skala maksimal positif adalah 7,000 dan koefisien variasi terkecil terdapat pada dimensi *attractions* yaitu 9,50% yang menunjukkan bahwa pernyataan dalam dimensi *attractions* bersifat homogen sedangkan dimensi *amenities* memiliki pernyataan bersifat heterogen karena memiliki nilai koefisien variasi terbesar yaitu 11,77%.

5. Pengolahan Data Dan Deskripsi Hasil Penelitian

Berikut ini adalah data masing-masing *mean* harapan dan persepsi dari 80 responden yang menggunakan dan tidak menggunakan biro perjalanan wisata, serta kepuasan (selisih dari *mean* persepsi dan harapan) dari responden

tersebut dari tiap-tiap dimensi *HOLSAT*. Dimensi-dimensi tersebut adalah *attractions, activities, amenities, accomodation, accessibility*.

a. Dimensi *Attractions*

Wisatawan yang menggunakan dan tidak menggunakan biro perjalanan merasa puas terhadap seluruh pernyataan pada dimensi *attractions*. Dapat disimpulkan bahwa tidak ada wisatawan yang tidak merasa puas pada dimensi ini, untuk memperjelas tingkat kepuasan dan dari wisatawan dapat diketahui dalam analisis kuadran.

Wisatawan merasa puas terhadap keunikan tempat wisata, kemenarikan tempat wisata, keamanan tempat wisata, kedekatan lokasi tempat wisata dengan keramaian, dan kebersihan tempat wisata. Dapat disimpulkan bahwa tidak ada wisatawan yang tidak merasa puas dengan dimensi ini, untuk memperjelas tingkat kepuasan dari wisatawan dapat diketahui dalam analisis kuadran. Secara keseluruhan pernyataan-pernyataan dalam dimensi *attractions* tersebut menunjukkan kepuasan wisatawan yang menggunakan biro perjalanan wisata ke Singapura.

b. Dimensi *Activities*

Wisatawan merasa puas terhadap dimensi *activities* secara keseluruhan, yaitu keanekaragaman jenis aktivitas *indoor/outdoor*, keamanan alat yang digunakan dalam setiap aktivitas yang ditawarkan, dan kelengkapan informasi mengenai aktivitas menarik di Singapura. Untuk memperjelas tingkat kepuasan dari wisatawan dapat diketahui dalam analisis kuadran

Secara keseluruhan pernyataan-pernyataan dalam dimensi *activities* tersebut menunjukkan kepuasan wisatawan baik yang menggunakan atau tidak menggunakan biro perjalanan. Dimana selisih nilai total kepuasan menunjukkan angka yang positif, yaitu sebesar 0,8167.

Wisatawan merasa puas terhadap dimensi *activities* secara keseluruhan, yaitu keanekaragaman jenis aktivitas *indoor/outdoor*, keamanan alat yang digunakan dalam setiap aktivitas yang ditawarkan, dan kelengkapan informasi mengenai aktivitas menarik di Singapura. Untuk memperjelas tingkat kepuasan dari wisatawan dapat diketahui dalam analisis kuadran. Secara keseluruhan pernyataan-pernyataan dalam dimensi *activities* tersebut menunjukkan kepuasan wisatawan. Dimana selisih nilai total kepuasan menunjukkan angka yang positif, yaitu sebesar 0,1875.

c. Dimensi *Amenities*

Wisatawan baik yang menggunakan maupun tidak menggunakan biro perjalanan merasa puas terhadap kejelasan informasi mengenai fasilitas penunjang yang dibutuhkan oleh wisatawan dan kelengkapan fasilitas penunjang di Singapura. Wisatawan merasa puas dengan seluruh pernyataan pada dimensi *amenities*. Untuk memperjelas tingkat kepuasan dari wisatawan dapat diketahui dalam analisis kuadran.

Pada analisis kuadran dapat dilihat bahwa kuadran II berisi pernyataan (9) kejelasan informasi mengenai fasilitas penunjang yang dibutuhkan oleh wisatawan. Pernyataan ini merupakan hal yang penting bagi wisatawan dalam dimensi *amenities* karena memiliki tingkat harapan berada di atas *mean* total harapan dan persepsi di bawah *mean* total persepsi terhadap pelayanan pelaku bisnis pariwisata pada dimensi *amenities* secara keseluruhan. Pernyataan yang terletak pada kuadran ini merupakan kekuatan pelaku bisnis pariwisata pada dimensi *amenities*.

Secara keseluruhan pernyataan-pernyataan dalam dimensi *amenities* tersebut menunjukkan kepuasan wisatawan. Dimana selisih nilai total kepuasan menunjukkan angka yang positif, yaitu sebesar 0,7250.

Wisatawan merasa puas terhadap kejelasan informasi mengenai fasilitas penunjang yang dibutuhkan oleh wisatawan dan kelengkapan fasilitas penunjang di Singapura. Wisatawan merasa puas dengan seluruh pernyataan pada dimensi *amenities*. Untuk memperjelas tingkat kepuasan dari wisatawan dapat diketahui dalam analisis kuadran. Secara keseluruhan pernyataan-pernyataan dalam dimensi *amenities* tersebut menunjukkan kepuasan wisatawan. Dimana selisih nilai total kepuasan menunjukkan angka yang positif, yaitu sebesar 0,2000.

d. Dimensi *Accommodation*

Wisatawan baik yang menggunakan maupun tidak menggunakan biro perjalanan merasa puas terhadap seluruh pernyataan dari dimensi *accommodation*. Tingkat kepuasan dari wisatawan dapat diketahui dalam analisis kuadran. Secara keseluruhan pernyataan-pernyataan dalam kategori hotel tersebut menunjukkan kepuasan wisatawan. Dimana selisih nilai total kepuasan menunjukkan angka yang positif, yaitu sebesar 0,7150.

Wisatawan merasa puas terhadap seluruh pernyataan dari dimensi *accommodation*. Untuk memperjelas tingkat kepuasan dan ketidakpuasan dari wisatawan dapat diketahui dalam analisis kuadran.

Secara keseluruhan pernyataan-pernyataan dalam kategori hotel tersebut menunjukkan kepuasan wisatawan. Dimana selisih nilai total kepuasan menunjukkan angka yang positif, yaitu sebesar 0,1287.

e. Dimensi *Accessibility*

Wisatawan merasa puas terhadap seluruh pernyataan dalam dimensi *accessibility*. Untuk memperjelas tingkat kepuasan dari wisatawan dapat diketahui dalam analisis kuadran.

Secara keseluruhan pernyataan-pernyataan dalam dimensi *accessibility* tersebut menunjukkan kepuasan wisatawan.

Wisatawan baik yang menggunakan maupun tidak menggunakan biro perjalanan merasa puas terhadap kelima dimensi *Holiday Satisfaction*, hal ini ditunjukkan dari hasil analisis kuadran. Secara keseluruhan dimensi pada metode *Holiday Satisfaction* menunjukkan

bahwa pada angka persepsi skornya lebih besar dari 4, yang artinya sudah memenuhi dan selisih nilai total kepuasan menunjukkan angka yang positif, yaitu sebesar 0,7643.

Secara keseluruhan dimensi pada metode *Holiday Satisfaction* menunjukkan bahwa pada angka persepsi skornya lebih besar dari 4, yang artinya sudah memenuhi dan selisih nilai total kepuasan menunjukkan angka yang positif, yaitu sebesar 0,2327.

6. Hasil Pengujian Hipotesis Dan Pembahasan

Pengujian hipotesis ini dilakukan pada masing-masing dimensi *Holiday Satisfaction* secara keseluruhan untuk menguji dan mengetahui apakah ada perbedaan kepuasan wisatawan Surabaya yang pernah melakukan perjalanan wisata ke Singapura dengan menggunakan dan tidak menggunakan biro perjalanan wisata. Hal ini disebabkan masing-masing dimensi akan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang menggunakan dan tidak menggunakan biro perjalanan wisata.

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan *level of significant* (α) 0,05. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS for windows release 11.5 untuk melakukan pengujian hipotesis untuk menguji apakah ada perbedaan kepuasan wisatawan Surabaya yang pernah melakukan perjalanan wisata ke Singapura dengan menggunakan dan tidak menggunakan biro perjalanan wisata.

Perhitungan pada lampiran yang ditinjau dari dimensi-dimensi *HOLSAT* secara keseluruhan *attractions, activities, amenities, accomodation, dan accessibility*. Hasil pengujian statistik antar kelompok dengan menggunakan program SPSS for windows release 11.5 diperoleh tingkat signifikansi kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak yang berarti terdapat perbedaan kepuasan wisatawan Surabaya yang pernah melakukan perjalanan wisata ke Singapura antara yang menggunakan dan tidak menggunakan biro perjalanan wisata.

Dilihat dari kelima dimensi *HOLSAT* terlihat bahwa dimensi *HOLSAT* secara keseluruhan tampak menunjukkan nilai yang signifikan. Hasil perhitungan dari kelima dimensi tersebut menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) sehingga H_1 yang diterima sebagai hasil pengujian hipotesis. Hal ini berarti ada perbedaan kepuasan wisatawan Surabaya yang pernah melakukan perjalanan wisata ke Singapura dengan menggunakan dan tidak menggunakan biro perjalanan wisata.

Berdasarkan hasil perhitungan data SPSS for windows release 11.5 diperoleh tingkat signifikansi $< 0,05$ untuk keseluruhan dimensi *HOLSAT* yang berarti H_1 diterima dan H_0 ditolak. H_0 ditolak menunjukkan bahwa ada perbedaan kepuasan wisatawan Surabaya yang pernah melakukan perjalanan wisata ke Singapura dengan menggunakan dan tidak menggunakan biro perjalanan wisata. Dimensi *attractions, activities, accomodation, amenities dan accessibility* memperoleh tingkat signifikansi $< 0,05$ yang berarti H_0 ditolak yang menunjukkan bahwa ada perbedaan kepuasan wisatawan Surabaya yang pernah melakukan perjalanan wisata ke Singapura dengan menggunakan dan tidak menggunakan biro perjalanan wisata. Selain itu, terdapat 2 nilai kepuasan, yakni: positif, yang menunjukkan bahwa wisatawan merasa puas terhadap dimensi-dimensi *HOLSAT*

dan negatif, yang menunjukkan ketidakpuasan wisatawan terhadap dimensi-dimensi *HOLSAT*.

Menurut Truong dan Foster (2005:843) secara ringkas kepuasan pada umumnya merupakan hasil perbandingan antara harapan dan pengalaman, perbedaan antara harapan dan *performance* yang dirasakan. Kepuasan wisatawan diperoleh dari selisih rata-rata persepsi dan rata-rata harapan sehingga menghasilkan nilai kepuasan. Analisis kuadran pada tiap-tiap pernyataan dimensi *HOLSAT* dimaksudkan untuk menunjukkan variabel mana yang diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan/pembenahan. Penempatan kuadran didasarkan dari hasil perhitungan selisih nilai persepsi dan harapan masing-masing pernyataan pada tiap-tiap dimensi *HOLSAT* sehingga didapatkan nilai kepuasan wisatawan pada dimensi tersebut.

7. Kesimpulan

Berdasarkan dari pembahasan penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan, yaitu:

- a. Secara keseluruhan dimensi pada metode *Holiday Satisfaction* menunjukkan bahwa angka persepsi skornya lebih besar dari 4, yang artinya sudah memenuhi. Selisih nilai total kepuasan menunjukkan angka yang positif baik yang menggunakan dan tidak menggunakan biro perjalanan wisata yaitu sebesar 0,2327 dan 0,7643, sehingga dapat disimpulkan bahwa wisatawan pernah yang melakukan perjalanan wisata ke Singapura dengan tidak menggunakan biro perjalanan wisata lebih puas daripada yang menggunakan biro perjalanan wisata .
- b. Penempatan tiap pernyataan dalam dimensi *HOLSAT* pada kuadran antara yang menggunakan dan tidak menggunakan biro perjalanan wisata dapat dikatakan tidak terlalu berbeda sehingga variabel yang dijadikan prioritas untuk dilakukan perbaikan/pembenahan relatif sama (contoh: dimensi *attractions*, *activities*, dan *accessibility*) antara yang menggunakan dan tidak menggunakan biro perjalanan wisata ke Singapura.
- c. Hipotesis yang dikemukakan yaitu diduga ada perbedaan kepuasan wisatawan Surabaya yang pernah melakukan perjalanan wisata ke Singapura dengan menggunakan dan tidak menggunakan biro perjalanan wisata adalah terbukti benar. Hal ini dibuktikan ditolaknya H_0 ($\alpha < 0.05$) dan H_1 diterima. Hasil yang sama juga ditunjukkan oleh dimensi *attractions*, *activities*, *accommodation*, *amenities* dan *accessibility* dimana H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti adanya perbedaan kepuasan wisatawan Surabaya yang pernah melakukan perjalanan wisata ke Singapura dengan menggunakan dan tidak menggunakan biro perjalanan wisata.

Referensi

- Alhusin, Syahri. Aplikasi Statistik Praktis Dengan SPSS 9. PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia. Jakarta. 2001.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., and Black, W.C. *Multivariate Data Analysis Edition 5th*. Upper Saddle River. New Jersey. Prentice Hall Inc., 1998

- Hasan, Iqbal. Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya. CV. Alfabeta. Bandung. 2002.
- Pendit, Nyoman S. Glosari Pariwisata Kontemporer. PT. Pradnya Paramita. Jakarta. 2005
- Soekadijo. Anatomi Pariwisata. Gramedia Pustaka Utama. Cetakan Pertama. Jakarta. 1996.
- Spillane, James J., DR. Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya. Kanisius. Yogyakarta. 1985
- Supranto. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. Rineka Cipta. Jakarta. 2001
- Sutisna. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Remaja Rosdakarya. Cetakan Ketiga. Bandung. 2003.
- Suwantoro, Gamal. Dasar-Dasar Pariwisata. Penerbit ANDI. Yogyakarta. 1997.
- Tjiptono, Fandy. *Service, Quality, and Satisfaction*. Penerbit ANDI, Yogyakarta. 2005.
- Tribe, J and Snaith, T. *From Servqual to Holsat: Holiday Satisfaction in Varadero, Cuba*. *JOURNAL TOURISM MANAGEMENT*, Vol. 19, No. 1, pp. 25-34, 1998. Elsevier Science, Ltd. 1998.
- Truong, Thuy Huong, dan D, Foster. *Using HOLSAT to evaluate tourist satisfaction at destinations: the case of Australian holidaymakers in Vietnam*. Elsevier, Ltd. 2005.
- Yoeti, Oka A. Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata. Pradnya Paramita. Cetakan Pertama. Jakarta. 2002.
- http://indonesianet.com/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=30
- http://www.changiairport.com/changi/en/aboutus/awards_accolades/2008.html?locale=ms
- http://www.eljohn.net/berita/berita_detail.php?kode=1&idnews=4364
- <http://id.wikipedia.org/wiki/Singapura>
- <http://cybertravel.cbn.net.id/cbprtl/cybertravel/detail.aspx?x=Hot+Topic&y=cybertravel%7C0%7C0%7C4%7C62>
- www.visitsingapore.com/publish/stbportal/id/home/getting_around/tours_in_singapore.html
- (http://74.125.153.132/search?q=cache:MMwuCmNEXsYJ:digilib.petra.ac.id/jiunkpe/s1/mpar/2007/jiunkpe-ns-s1-2007-35403010-4685-lab_petra-chapter1.pdf+kepuasan+penting+dalam+pariwisata&cd=6&hl=id&ct=clnk&gl=id&client=firefox-a).