

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN MOTIVASI TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI KAWI RESORT, TAMPAKSIRING, GIANYAR

Ni Kadek Ariani¹, Ida Ayu Tary Puspa², Ida Ayu Kartika Maharani³
Program Studi Industri Perjalanan, UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar
Email: arianinikadek44@gmail.com¹, tarypuspa@uhnsugriwa.ac.id²,
kartikamaharani@uhnsugriwa.ac.id³

ABSTRACT

Intensifying competition within the tourism and accommodation sector has compelled hospitality businesses to place greater emphasis on delivering superior service experiences as a means of fostering customer satisfaction. Situated in Tampaksiring, Gianyar Regency, Kawi Resort offers a distinctive lodging concept that integrates natural surroundings with spiritual values, attracting visitors with diverse expectations and travel purposes. The variety of responses expressed by guests regarding their stay reflects the complexity of factors shaping satisfaction levels. Such circumstances suggest that visitor satisfaction is not determined solely by the standard of service received, but is also influenced by the personal motives that encourage individuals to travel and select a particular accommodation. This research was conducted to investigate the extent to which service quality and tourist motivation contribute to tourist satisfaction at Kawi Resort. Employing a quantitative methodology with an associative research framework, the study gathered primary data through questionnaires distributed to 100 respondents who had previously stayed at the resort. The resulting data set was processed using multiple linear regression analysis, accompanied by a series of statistical procedures including instrument quality assessment, classical assumption testing, partial significance testing (t-test), simultaneous significance testing (F-test), and determination coefficient analysis. The empirical findings demonstrate that both service quality and tourist motivation exert a positive and statistically significant influence on tourist satisfaction, whether examined independently or collectively. Moreover, the coefficient of determination reveals that a substantial proportion of the variation in satisfaction levels can be explained by these two explanatory variables. The results highlight the importance of not only maintaining high service standards but also understanding the underlying motives, preferences, and expectations that shape tourists' travel decisions. Consequently, the integration of excellent service delivery with strategies that address visitor motivations may serve as a key mechanism for enhancing tourist satisfaction and reinforcing the competitive position of Kawi Resort amid the ongoing evolution of the tourism industry.

Keywords: service quality, tourist motivation, tourist satisfaction, resort, tourism.

1. PENDAHULUAN

Pariwisata telah berkembang menjadi salah satu sektor strategis yang berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi suatu negara. Kontribusi sektor ini tidak hanya tercermin melalui peningkatan penerimaan devisa, tetapi juga melalui kemampuannya dalam menciptakan peluang kerja, mendorong aktivitas ekonomi masyarakat, serta mempercepat

pembangunan wilayah. Perkembangan arus perjalanan wisata yang terus meningkat menunjukkan bahwa pariwisata memiliki posisi yang semakin signifikan dalam struktur perekonomian nasional. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada tahun 2024, sebagaimana dilaporkan oleh Badan Pusat Statistik, menjadi indikator bahwa daya tarik destinasi wisata Indonesia masih berada pada tingkat yang tinggi. Situasi tersebut sekaligus menuntut para pelaku industri pariwisata untuk terus melakukan inovasi dan peningkatan mutu layanan agar mampu mempertahankan keunggulan kompetitif di tengah persaingan global yang semakin dinamis.

Bali sebagai salah satu destinasi pariwisata utama di Indonesia turut merasakan dampak dari meningkatnya aktivitas perjalanan wisata. Bertambahnya jumlah wisatawan yang berkunjung berimplikasi pada meningkatnya kebutuhan terhadap fasilitas akomodasi yang mampu memenuhi beragam preferensi pengunjung. Fungsi akomodasi saat ini tidak lagi terbatas sebagai tempat beristirahat, melainkan telah berkembang menjadi bagian penting dari keseluruhan pengalaman wisata. Salah satu bentuk akomodasi yang mengalami perkembangan pesat adalah *resort*, yang menawarkan kombinasi antara fasilitas penginapan, rekreasi, relaksasi, dan pengalaman wisata dalam satu kawasan terpadu. Dalam kondisi tersebut, kualitas pelayanan menjadi unsur yang sangat menentukan karena penilaian wisatawan tidak hanya didasarkan pada aspek fisik bangunan atau kelengkapan fasilitas, melainkan juga pada kualitas interaksi yang terjadi selama proses pelayanan. Keramahan karyawan, ketanggapan dalam memberikan bantuan, kemampuan menyelesaikan permasalahan, serta pengalaman emosional yang dirasakan selama menginap menjadi bagian penting dalam pembentukan persepsi wisatawan terhadap suatu akomodasi. Kualitas pelayanan yang mampu memenuhi ekspektasi wisatawan diyakini berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan sekaligus memperkuat citra positif suatu usaha pariwisata.

Pembentukan kepuasan wisatawan pada dasarnya tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berasal dari penyedia jasa. Faktor internal yang melekat pada diri wisatawan juga memiliki peranan yang tidak kalah penting dalam menentukan tingkat kepuasan yang dirasakan. Perspektif Push and Pull Motivation menjelaskan bahwa keputusan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata muncul sebagai hasil interaksi antara dorongan internal dan daya tarik eksternal. Dorongan internal berkaitan dengan kebutuhan, keinginan, atau tujuan pribadi yang ingin dipenuhi melalui aktivitas wisata, sedangkan faktor eksternal berkaitan dengan karakteristik dan keunikan destinasi yang mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Variasi motivasi tersebut menyebabkan setiap wisatawan memiliki ekspektasi yang berbeda terhadap pengalaman yang ingin diperoleh. Oleh sebab itu, tingkat kepuasan yang muncul setelah melakukan perjalanan sangat bergantung pada sejauh mana pengalaman yang diterima mampu memenuhi kebutuhan psikologis, tujuan perjalanan, dan harapan yang telah terbentuk sebelumnya.

Kawi *Resort* yang berlokasi di kawasan Tampaksiring, Kabupaten Gianyar, merupakan salah satu akomodasi yang mengembangkan konsep wisata berbasis alam dan spiritualitas. Keunggulan utama *resort* ini terletak pada suasana lingkungan yang tenang, kondisi alam yang masih terjaga, serta konsep “A Spiritual Sanctuary to Escape” yang dirancang untuk menghadirkan pengalaman relaksasi dan ketenangan bagi wisatawan. Berbagai ulasan yang diberikan pengunjung menunjukkan bahwa *resort* ini memperoleh apresiasi yang cukup baik, terutama terkait kualitas pelayanan, keramahan staf, dan suasana lingkungan yang mendukung proses relaksasi. Meskipun demikian, beberapa wisatawan masih menyampaikan kritik terhadap aspek tertentu yang berkaitan dengan fasilitas maupun pelayanan yang diterima selama menginap. Variasi penilaian tersebut menunjukkan bahwa pengalaman yang dirasakan oleh wisatawan dapat berbeda meskipun mereka

menggunakan layanan pada akomodasi yang sama. Kondisi ini mengindikasikan adanya faktor-faktor tertentu yang memengaruhi tingkat kepuasan wisatawan secara berbeda-beda.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengonfirmasi adanya hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan wisatawan. Temuan yang dihasilkan oleh Arifin et al. (2024), Umara et al. (2025), serta Perdomo-Verdecia et al. (2024) menunjukkan bahwa pelayanan yang mampu memenuhi kebutuhan dan ekspektasi wisatawan berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan pelanggan dalam industri pariwisata. Meskipun demikian, sebagian besar penelitian yang telah dilakukan cenderung menitikberatkan perhatian pada faktor-faktor eksternal yang disediakan oleh perusahaan atau penyedia jasa. Kajian yang menggabungkan faktor eksternal berupa kualitas pelayanan dengan faktor internal berupa motivasi wisatawan masih relatif terbatas. Keterbatasan tersebut semakin terlihat pada penelitian yang dilakukan pada akomodasi dengan konsep spiritual sanctuary, yang hingga saat ini belum banyak menjadi fokus kajian ilmiah.

Berdasarkan berbagai fenomena dan kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini dilaksanakan untuk mengkaji pengaruh kualitas pelayanan dan motivasi wisatawan terhadap tingkat kepuasan wisatawan yang menginap di *Kawi Resort*, Tampaksiring, Gianyar. Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis dalam memperkaya pemahaman mengenai determinan kepuasan wisatawan melalui integrasi faktor eksternal dan internal. Selain itu, temuan penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan praktis bagi pengelola akomodasi dalam merancang strategi pelayanan yang lebih efektif, sehingga mampu menyesuaikan layanan dengan karakteristik, kebutuhan, dan motivasi wisatawan yang semakin beragam.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada *Kawi Resort* yang berlokasi di wilayah Tampaksiring, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (purposive) dengan mempertimbangkan karakteristik *resort* yang mengintegrasikan konsep wisata alam dan spiritualitas, sehingga dinilai sesuai untuk mengkaji keterkaitan antara kualitas pelayanan, motivasi wisatawan, dan tingkat kepuasan wisatawan. Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif yang bertujuan mengidentifikasi serta mengukur hubungan maupun pengaruh antarvariabel yang menjadi fokus kajian. Sumber data yang digunakan mencakup data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari wisatawan melalui penyebaran instrumen kuesioner kepada tamu yang pernah menginap di *Kawi Resort*. Sementara itu, data sekunder dikumpulkan dari berbagai sumber tertulis yang relevan, seperti buku referensi, artikel jurnal ilmiah, dokumen pendukung, serta literatur lain yang berkaitan dengan topik penelitian. Proses penentuan responden menggunakan teknik purposive sampling dengan menetapkan sejumlah persyaratan tertentu, yaitu wisatawan yang telah menginap sekurang-kurangnya satu malam, berusia minimal 18 tahun, serta bersedia berpartisipasi dalam penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut, jumlah responden yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 100 orang.

Penyusunan instrumen penelitian dilakukan dengan mengadaptasi indikator-indikator yang berasal dari teori dan model yang telah teruji. Variabel kualitas pelayanan diukur menggunakan indikator yang merujuk pada model SERVPERF, variabel motivasi wisatawan dikembangkan berdasarkan konsep *Push and Pull Motivation*, sedangkan variabel kepuasan wisatawan disusun dengan mengacu pada *Expectation Disconfirmation Theory*. Data penelitian dikumpulkan melalui kombinasi beberapa teknik, yaitu observasi lapangan, wawancara, penyebaran kuesioner, dan studi

kepastakaan guna memperoleh informasi yang lebih komprehensif. Tahapan analisis data dilakukan dengan memanfaatkan bantuan perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Analisis yang digunakan meliputi statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data dan statistik inferensial untuk menguji hipotesis penelitian. Pengujian tersebut mencakup uji validitas dan reliabilitas instrumen, pengujian asumsi klasik sebagai prasyarat analisis regresi, analisis regresi linear berganda, perhitungan koefisien determinasi, serta pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F. Seluruh rangkaian analisis tersebut digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan motivasi wisatawan terhadap kepuasan wisatawan yang menginap di *Kawi Resort*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Wisatawan yang Menginap di *Kawi Resort*

Deskripsi karakteristik responden digunakan untuk memperoleh gambaran umum mengenai profil wisatawan yang menjadi subjek penelitian di *Kawi Resort*. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 100 responden, komposisi wisatawan yang menginap menunjukkan bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan responden laki-laki. Wisatawan berjenis kelamin perempuan tercatat mencapai 53%, sedangkan wisatawan laki-laki berjumlah 47% dari keseluruhan responden yang berpartisipasi dalam penelitian. Ditinjau dari aspek usia, kelompok responden terbesar berasal dari rentang umur 30–39 tahun dengan proporsi sebesar 41%. Posisi berikutnya ditempati oleh wisatawan yang berusia 20–29 tahun dengan persentase 32%, kemudian kelompok usia 40–49 tahun sebesar 15%, serta responden yang berusia lebih dari 50 tahun sebesar 13%. Distribusi tersebut mengindikasikan bahwa sebagian besar wisatawan yang memilih menginap di *Kawi Resort* berasal dari kelompok usia dewasa produktif. Kelompok usia ini umumnya memiliki tingkat mobilitas yang relatif tinggi, kemandirian dalam pengambilan keputusan perjalanan, serta kemampuan finansial yang lebih memadai untuk melakukan aktivitas wisata dan memanfaatkan layanan akomodasi yang ditawarkan.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori Dominan	Persentase (%)
Jenis kelamin	Perempuan	53,0
Usia	30–39 tahun	41,0
Asal negara	India	41,0
Pendidikan terakhir	Sarjana (S1)	55,0
Pekerjaan	Wirausaha	51,0
Lama menginap	2–4 malam	64,0
Frekuensi kunjungan	Pertama kali	99,0

Komposisi responden berdasarkan negara asal menunjukkan bahwa wisatawan yang menginap di *Kawi Resort* berasal dari berbagai kawasan dunia. Kelompok wisatawan terbesar berasal dari India dengan persentase mencapai 41% dari total responden. Selain itu, wisatawan yang menjadi bagian dari penelitian ini juga berasal dari sejumlah negara lain, antara lain Italia, Inggris, Pakistan, Australia, Prancis, Afrika Selatan, Amerika Serikat, Jepang, Belanda, Polandia, Rusia, Spanyol, Thailand, Kanada, Filipina, Arab Saudi, Swiss, dan Yaman. Tingginya proporsi wisatawan asal India mengindikasikan bahwa *Kawi Resort* memiliki posisi yang cukup menarik di pasar wisata India, khususnya bagi wisatawan yang mencari pengalaman menginap dengan suasana yang tenang, alami, dan mendukung aktivitas relaksasi. Keragaman negara asal responden

juga mencerminkan kemampuan *resort* dalam menjangkau pasar internasional yang berasal dari latar belakang budaya, kebiasaan, dan preferensi perjalanan yang berbeda-beda.

Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan memperlihatkan bahwa sebagian besar wisatawan memiliki latar belakang pendidikan tinggi. Responden dengan kualifikasi Sarjana (S1) mendominasi dengan persentase sebesar 55%, disusul oleh kelompok Pascasarjana (S2/S3) sebanyak 21%, Diploma sebesar 20%, dan lulusan SMA/SMK sebesar 4%. Distribusi tersebut menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan yang menginap memiliki tingkat pendidikan yang relatif baik, yang umumnya berpengaruh terhadap kemampuan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan serta membentuk ekspektasi terhadap pengalaman wisata yang diterima.

Berdasarkan jenis pekerjaan, kelompok terbesar berasal dari kalangan wirausaha yang mencapai 51%, sementara pegawai swasta menempati posisi kedua dengan persentase sebesar 43%. Adapun responden yang berstatus pelajar atau mahasiswa tercatat sebesar 4%, sedangkan pegawai negeri hanya sebesar 2%. Dominasi wisatawan yang bekerja sebagai wirausaha dan pegawai swasta menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung berasal dari kelompok yang aktif secara ekonomi dan memiliki fleksibilitas dalam menentukan aktivitas perjalanan wisata.

Ditinjau dari durasi kunjungan, mayoritas wisatawan memilih menginap selama dua hingga empat malam dengan persentase sebesar 64%. Sebaliknya, wisatawan yang menghabiskan waktu lebih dari delapan malam di *resort* hanya mencapai 4% dari keseluruhan responden. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa Kawi *Resort* lebih banyak dimanfaatkan sebagai akomodasi untuk kunjungan jangka pendek hingga menengah dibandingkan sebagai tempat tinggal sementara dalam periode yang panjang.

Sementara itu, hasil identifikasi terhadap frekuensi kunjungan menunjukkan bahwa hampir seluruh responden merupakan tamu yang baru pertama kali menggunakan layanan Kawi *Resort*. Persentase wisatawan yang melakukan kunjungan perdana mencapai 99%, sedangkan wisatawan yang pernah menginap sebelumnya hanya berjumlah sangat kecil. Kondisi ini menunjukkan bahwa persepsi dan penilaian yang diberikan responden dalam penelitian lebih merepresentasikan kesan awal (*first impression*) terhadap kualitas pelayanan, fasilitas, dan pengalaman menginap yang mereka peroleh selama berada di Kawi *Resort*.

B. Persepsi Wisatawan terhadap Kualitas Pelayanan, Motivasi, dan Kepuasan Wisatawan di Kawi *Resort*

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, variabel kualitas pelayanan memperoleh penilaian yang sangat positif dari para wisatawan. Mayoritas responden memberikan persepsi yang baik terhadap layanan yang diterima selama menginap, dengan 51,7% responden berada pada kategori setuju dan 47,2% responden berada pada kategori sangat setuju terhadap seluruh pernyataan yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa layanan yang diberikan oleh Kawi *Resort* dinilai mampu memenuhi kebutuhan serta ekspektasi wisatawan selama masa kunjungan. Penilaian positif tersebut didukung oleh berbagai aspek, seperti kondisi fasilitas yang terjaga dengan baik, kebersihan area *resort*, kenyamanan lingkungan sekitar, serta kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang cepat, ramah, dan tanggap terhadap kebutuhan tamu. Kombinasi berbagai aspek tersebut berkontribusi dalam membentuk persepsi yang baik terhadap kualitas pelayanan yang disediakan oleh *resort*.

Hasil pengukuran terhadap variabel motivasi wisatawan juga menunjukkan kecenderungan yang sangat positif. Sebanyak 52,8% responden menyatakan setuju dan 43,4% responden menyatakan sangat setuju terhadap indikator-indikator motivasi yang diajukan dalam penelitian.

Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan wisatawan untuk memilih *Kawi Resort* dipengaruhi oleh beragam dorongan yang berasal dari kebutuhan dan tujuan pribadi mereka. Keinginan untuk memperoleh ketenangan, melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari, menikmati keindahan alam, mencari pengalaman yang berbeda, hingga memperoleh pengalaman spiritual menjadi faktor-faktor yang melatarbelakangi kunjungan wisatawan. Karakteristik lingkungan *resort* yang masih alami, suasana yang relatif tenang, serta lokasinya yang jauh dari hiruk-pikuk perkotaan menjadi elemen penting yang mampu mengakomodasi berbagai motivasi tersebut.

Penilaian terhadap variabel kepuasan wisatawan menunjukkan hasil yang tidak kalah positif. Persentase responden yang menyatakan setuju mencapai 52,0%, sedangkan 45,5% lainnya menyatakan sangat setuju terhadap indikator kepuasan yang digunakan dalam penelitian. Hasil tersebut menggambarkan bahwa sebagian besar wisatawan merasa memperoleh pengalaman menginap yang memuaskan selama berada di *Kawi Resort*. Tingkat kepuasan yang tinggi tersebut mencerminkan adanya kesesuaian antara harapan yang dimiliki wisatawan sebelum melakukan kunjungan dengan pengalaman aktual yang mereka rasakan setelah menggunakan fasilitas dan layanan *resort*. Kepuasan tersebut terbentuk melalui kombinasi antara kualitas pelayanan yang diterima, kenyamanan fasilitas yang tersedia, serta pengalaman wisata yang mampu memberikan nilai positif bagi wisatawan selama masa menginap.

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviasi
Kualitas Pelayanan	25,00	40,00	34,61	2,197
Motivasi	24,00	40,00	33,94	2,465
Kepuasan Wisatawan	22,00	40,00	34,30	2,650

C. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan di *Kawi Resort*

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di *Kawi Resort*.

Tabel 3. Hasil Regresi Linear Berganda dan Uji Parsial

Variabel	Koefisien (B)	t hitung	Sig.
Konstanta	0,865	0,283	0,778
Kualitas Pelayanan	0,507	5,310	<0,001
Motivasi	0,468	5,493	<0,001

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang diperoleh berada di bawah batas probabilitas 0,05. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa hipotesis penelitian diterima, sehingga kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hubungan yang terbentuk bersifat positif, yang berarti bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan oleh wisatawan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang akan muncul. Sebaliknya, apabila kualitas pelayanan yang diberikan mengalami penurunan, maka kepuasan wisatawan juga cenderung menurun karena harapan dan kebutuhan mereka tidak dapat terpenuhi secara optimal.

Temuan tersebut sejalan dengan konsep SERVPERF yang diperkenalkan oleh Cronin dan Taylor (1992), yang menempatkan persepsi pelanggan terhadap kinerja aktual layanan sebagai

dasar utama dalam menilai kualitas pelayanan. Perspektif ini menegaskan bahwa kualitas layanan tidak ditentukan oleh apa yang dijanjikan oleh penyedia jasa, melainkan oleh bagaimana layanan tersebut benar-benar dirasakan oleh pelanggan selama proses konsumsi berlangsung. Dalam penelitian ini, persepsi wisatawan mengenai kualitas pelayanan terbentuk melalui pengalaman langsung selama menginap di Kawi *Resort*. Pengalaman tersebut meliputi berbagai aspek pelayanan, seperti kualitas fasilitas yang tersedia, kemampuan karyawan dalam melayani kebutuhan tamu, ketanggapan dalam memberikan bantuan ketika diperlukan, serta perhatian yang diberikan kepada wisatawan sepanjang masa kunjungan.

Penilaian wisatawan terhadap kualitas pelayanan dibangun oleh sejumlah dimensi penting yang meliputi bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Kelima dimensi tersebut berperan dalam membentuk persepsi menyeluruh mengenai mutu layanan yang diterima wisatawan. Kondisi fasilitas yang bersih dan terawat, konsistensi pelayanan yang diberikan, sikap profesional dan ramah dari staf, serta kemampuan *resort* dalam menciptakan rasa aman dan nyaman menjadi elemen yang memperkuat persepsi positif wisatawan. Apabila wisatawan menilai bahwa seluruh aspek tersebut telah terpenuhi sesuai atau bahkan melampaui harapan mereka, maka tingkat kepuasan yang dirasakan akan meningkat secara signifikan. Dengan demikian, kualitas pelayanan dapat dipandang sebagai salah satu determinan utama yang membentuk pengalaman menginap wisatawan di Kawi *Resort*.

Hasil penelitian ini mendukung berbagai temuan empiris sebelumnya yang menunjukkan adanya keterkaitan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan wisatawan. Penelitian yang dilakukan oleh Arifin et al. (2024), Umara et al. (2025), serta Perdomo-Verdecia et al. (2024) menghasilkan kesimpulan serupa bahwa pelayanan yang mampu memenuhi kebutuhan wisatawan secara efektif berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan pelanggan dalam sektor pariwisata. Pelayanan yang cepat, responsif, dan berorientasi pada kebutuhan tamu terbukti mampu menciptakan pengalaman wisata yang lebih positif. Temuan tersebut juga diperkuat oleh hasil wawancara dengan pihak manajemen Kawi *Resort* yang mengungkapkan bahwa apresiasi wisatawan sering kali ditujukan pada keramahan staf serta kualitas interaksi pelayanan yang mereka terima selama menginap. Fakta tersebut semakin menegaskan bahwa kualitas pelayanan memegang peranan strategis dalam membentuk persepsi dan kepuasan wisatawan terhadap pengalaman yang diperoleh selama berada di Kawi *Resort*.

D. Pengaruh Motivasi terhadap Kepuasan Wisatawan di Kawi *Resort*

Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa motivasi wisatawan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan wisatawan di Kawi *Resort*. Hal tersebut dibuktikan oleh nilai signifikansi yang lebih kecil dari batas ketentuan 0,05, sehingga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat kepuasan wisatawan tidak hanya dipengaruhi oleh pengalaman yang diperoleh selama menginap, tetapi juga oleh kekuatan motivasi yang melatarbelakangi keputusan mereka untuk melakukan perjalanan. Wisatawan yang berhasil memenuhi tujuan dan kebutuhan yang menjadi alasan utama kunjungannya cenderung menunjukkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan wisatawan yang tidak memperoleh pengalaman sesuai dengan harapan awal mereka.

Pengaruh motivasi terhadap kepuasan wisatawan dapat dipahami melalui perspektif Push and Pull Motivation yang dikembangkan oleh Crompton (1979). Teori tersebut menjelaskan bahwa keputusan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata dipengaruhi oleh dua kelompok faktor yang saling berkaitan. Faktor pendorong (*push factors*) berasal dari kebutuhan internal

individu, seperti keinginan untuk beristirahat, mencari suasana yang lebih tenang, memperoleh pengalaman yang berbeda, mengurangi kejenuhan, atau melepaskan diri dari tekanan aktivitas sehari-hari. Sementara itu, faktor penarik (*pull factors*) berkaitan dengan karakteristik dan daya tarik yang dimiliki destinasi, termasuk lingkungan alam, fasilitas yang tersedia, keunikan pengalaman yang ditawarkan, maupun citra destinasi yang terbentuk di benak wisatawan. Interaksi antara kedua faktor tersebut menjadi alasan utama yang mendorong wisatawan memilih Kawi Resort sebagai tempat untuk menghabiskan waktu selama perjalanan mereka.

Motivasi memiliki peranan penting dalam membentuk ekspektasi wisatawan sebelum kunjungan dilakukan. Harapan yang muncul biasanya berkaitan dengan tujuan yang ingin dicapai selama berada di destinasi wisata. Wisatawan yang datang dengan tujuan memperoleh relaksasi, menikmati ketenangan lingkungan, atau mencari pengalaman spiritual akan menilai keberhasilan kunjungan mereka berdasarkan sejauh mana kebutuhan tersebut dapat dipenuhi. Apabila suasana *resort*, kualitas pelayanan, dan fasilitas yang tersedia mampu mendukung pencapaian tujuan tersebut, maka wisatawan akan cenderung memberikan evaluasi yang lebih positif terhadap pengalaman yang dirasakan. Evaluasi positif tersebut pada akhirnya menjadi dasar terbentuknya tingkat kepuasan yang lebih tinggi setelah wisatawan menyelesaikan kunjungannya.

Temuan penelitian ini memperkuat hasil berbagai penelitian terdahulu yang menempatkan motivasi sebagai salah satu determinan penting dalam pembentukan kepuasan wisatawan. Penelitian yang dilakukan oleh Gantina et al. (2023), Dewi dan Abidin (2021), serta Wijaya et al. (2025) menunjukkan bahwa motivasi perjalanan memiliki kontribusi yang signifikan terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan wisatawan. Semakin besar dorongan yang melatarbelakangi perjalanan dan semakin tinggi tingkat keberhasilan wisatawan dalam mencapai tujuan kunjungannya, maka semakin positif pula penilaian yang diberikan terhadap pengalaman wisata yang diperoleh. Hasil wawancara dengan pihak manajemen Kawi Resort turut mendukung temuan tersebut. Pihak pengelola mengungkapkan bahwa wisatawan yang menginap memiliki tujuan yang beragam, mulai dari mencari ketenangan dan relaksasi, menikmati perjalanan bulan madu, hingga memperoleh pengalaman spiritual yang tidak ditemukan dalam kehidupan sehari-hari. Keragaman tujuan tersebut menunjukkan bahwa motivasi merupakan faktor yang berperan penting dalam membentuk persepsi dan kepuasan wisatawan selama menginap di Kawi Resort.

E. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Motivasi terhadap Kepuasan Wisatawan di Kawi Resort

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan motivasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Kawi Resort.

Tabel 4. Hasil Uji Simultan dan Koefisien Determinasi

Indikator	Nilai
R	0,747
R Square	0,558
Adjusted R Square	0,549
F hitung	61,236
Sig. F	<0,001

Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,549. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa variabel kualitas pelayanan dan motivasi wisatawan secara bersama-sama mampu menjelaskan 54,9% variasi yang terjadi pada tingkat kepuasan wisatawan.

Adapun sisanya sebesar 45,1% dipengaruhi oleh berbagai faktor lain di luar variabel yang dianalisis dalam penelitian ini. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel independen memiliki kontribusi yang cukup kuat dalam menjelaskan perubahan tingkat kepuasan wisatawan yang menginap di Kawi *Resort*. Dengan demikian, kualitas pelayanan dan motivasi dapat dipandang sebagai faktor utama yang berperan dalam membentuk persepsi wisatawan terhadap pengalaman menginap yang mereka peroleh.

Keterkaitan antara kualitas pelayanan, motivasi wisatawan, dan kepuasan wisatawan dapat dipahami melalui kerangka *Expectation Disconfirmation Theory* yang diperkenalkan oleh Oliver (1980). Teori tersebut menjelaskan bahwa kepuasan merupakan hasil evaluasi yang dilakukan individu melalui proses perbandingan antara harapan awal dengan pengalaman aktual yang diperoleh setelah menggunakan suatu produk atau layanan. Dalam konteks penelitian ini, motivasi wisatawan berfungsi sebagai faktor yang membentuk ekspektasi sebelum kunjungan dilakukan, sedangkan kualitas pelayanan merepresentasikan kinerja nyata yang dirasakan wisatawan selama menginap di Kawi *Resort*. Tingkat kepuasan akan meningkat apabila pengalaman yang diterima mampu memenuhi bahkan melampaui harapan yang telah terbentuk sebelumnya.

Wisatawan yang memilih Kawi *Resort* umumnya memiliki tujuan tertentu yang ingin dicapai selama kunjungan, seperti memperoleh ketenangan, menikmati suasana alam yang mendukung relaksasi, atau mendapatkan pengalaman spiritual yang berbeda dari rutinitas sehari-hari. Tujuan tersebut secara tidak langsung membentuk standar harapan terhadap layanan dan pengalaman yang akan diterima. Selama proses menginap, wisatawan kemudian melakukan penilaian terhadap berbagai aspek yang mereka alami, termasuk kualitas interaksi dengan staf, kondisi fasilitas yang tersedia, kenyamanan lingkungan *resort*, serta suasana yang mendukung tujuan perjalanan mereka. Apabila seluruh aspek tersebut mampu memberikan pengalaman yang sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi wisatawan, maka tingkat kepuasan yang dirasakan akan semakin tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan terbentuk melalui interaksi antara faktor internal yang berasal dari diri wisatawan dan faktor eksternal yang disediakan oleh pihak pengelola *resort*.

Hasil penelitian ini mendukung berbagai penelitian sebelumnya yang menegaskan pentingnya kualitas pelayanan dan motivasi dalam membentuk kepuasan wisatawan. Penelitian Wijaya et al. (2025) menemukan bahwa kedua variabel tersebut secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, sedangkan penelitian Dewi dan Abidin (2021) menunjukkan bahwa kombinasi antara motivasi perjalanan dan kualitas layanan mampu menciptakan pengalaman wisata yang bernilai bagi pengunjung. Temuan serupa juga diperoleh melalui wawancara dengan pihak manajemen Kawi *Resort*. Berdasarkan informasi yang diperoleh, wisatawan yang merasakan kesesuaian antara tujuan kunjungan dengan pelayanan yang diterima cenderung memberikan evaluasi yang lebih positif terhadap pengalaman menginap mereka. Oleh karena itu, strategi peningkatan kepuasan wisatawan tidak cukup hanya berfokus pada perbaikan kualitas pelayanan, tetapi juga perlu didukung oleh pemahaman yang mendalam terhadap karakteristik, kebutuhan, dan motivasi wisatawan yang menjadi sasaran pasar Kawi *Resort*.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian yang dilakukan di Kawi *Resort*, Tampaksiring, Gianyar, dapat disimpulkan bahwa kepuasan wisatawan dipengaruhi oleh kombinasi faktor eksternal dan faktor internal yang saling berkaitan. Faktor eksternal tersebut tercermin melalui kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak *resort*, sedangkan faktor internal berkaitan dengan

motivasi yang melatarbelakangi wisatawan dalam melakukan kunjungan. Kualitas pelayanan yang mencakup kondisi fasilitas, keandalan pelayanan, ketanggapan karyawan dalam memenuhi kebutuhan tamu, kemampuan memberikan rasa aman dan nyaman, serta perhatian terhadap wisatawan terbukti menjadi elemen penting dalam membentuk persepsi positif selama menginap. Di sisi lain, motivasi yang mendorong wisatawan untuk mencari relaksasi, menikmati suasana alam, memperoleh pengalaman yang berbeda, memperdalam pengalaman spiritual, maupun mengenal lingkungan dan budaya setempat juga berkontribusi terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan setelah kunjungan dilakukan.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa peningkatan mutu pelayanan akan diikuti oleh peningkatan tingkat kepuasan wisatawan. Pelayanan yang mampu memenuhi bahkan melampaui harapan wisatawan cenderung menghasilkan pengalaman menginap yang lebih berkesan dan mendorong terbentuknya evaluasi yang positif terhadap *resort*. Selain itu, motivasi wisatawan juga terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Tingkat kepuasan yang lebih tinggi cenderung muncul ketika tujuan, kebutuhan, dan harapan yang menjadi dasar kunjungan dapat terpenuhi melalui pengalaman yang diperoleh selama menginap di Kawi *Resort*.

Pengujian secara simultan memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan dan motivasi wisatawan secara bersama-sama memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hasil tersebut menegaskan bahwa kepuasan wisatawan tidak terbentuk hanya melalui kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia jasa, tetapi juga dipengaruhi oleh kesesuaian antara pengalaman yang diterima dengan tujuan yang ingin dicapai oleh wisatawan. Oleh sebab itu, strategi peningkatan kepuasan wisatawan perlu diarahkan pada dua aspek utama, yaitu penguatan kualitas pelayanan secara berkelanjutan dan pemahaman yang lebih mendalam terhadap karakteristik, kebutuhan, serta motivasi wisatawan yang menjadi sasaran pasar. Penerapan strategi tersebut diharapkan mampu membantu Kawi *Resort* menciptakan pengalaman menginap yang lebih bernilai, memperkuat kepuasan wisatawan, serta meningkatkan daya saing usaha di tengah perkembangan industri pariwisata yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, M. B., Sumartik., & Yulianto, R. (2024). Pengaruh fasilitas, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Wisata Kolam Renang Jedongcangkring. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 6314–6332. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408–424. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90004-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90004-5)
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55–68. <https://doi.org/10.1177/002224299205600304>
- Dewi, A. N., & Abidin, Z. (2021). Analysis of the relationship of service quality, motivation and destination image to destination loyalty: A case study of Wonorejo Mangrove Ecotourism in Surabaya, East Java. *Journal of Aquaculture and Fish Health*, 10(1), 46–55. <https://doi.org/10.20473/jafh.v10i1.19922>

- Gantina, D., Arafah, W., Nurbaeti., Inkadijaya, R., & Djati, S. P. (2023). The effect of travel motivation on tourist satisfaction on Java Island heritage tours. *European Modern Studies Journal*, 7(3). [https://doi.org/10.59573/emsj.7\(3\).2023.7](https://doi.org/10.59573/emsj.7(3).2023.7)
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469. <https://doi.org/10.1177/002224378001700405>
- Perdomo-Verdecia, V., Garrido-Vega, P., & Sacristán-Díaz, M. (2024). An fsQCA analysis of service quality for hotel customer satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 122, 103793. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.103793>
- Umara, T. P. A., Bagiastra, I. K., & Masyhudi, L. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas wisata terhadap kepuasan wisatawan di Wisata Kuliner Kebon Ayu Kabupaten Lombok Barat. *Journal Of Responsible Tourism*, 4(3), 73–95. <https://ejournal.stpmataram.ac.id/JRT/article/download/3796/2915>
- Wijaya, I. P. G. B. A., Sudiarta, I. N., & Antara, I. K. (2025). Motivation, service quality, and tourist satisfaction: Predicting revisit intention at Beach Clubs in Melasti Beach, Bali. *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 5(3). <https://mail.ajmesc.com/index.php/ajmesc/article/download/1437/969>
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Statistik kunjungan wisatawan mancanegara 2024* (Vol. 16). <https://www.bps.go.id/id/publication/2025/03/20/a85d584df19ea65a5e2b3d0b/international-visitor-arrival-statistics-2024.html>
- Tripadvisor. (2026). *Kawi Resort: A Spiritual Sanctuary to Escape–Traveler reviews*. Retrieved June 6, 2026, from https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g1025505-d10077831-Reviews-Kawi_Resort_A_Spiritual_Sanctuary_to_Escape-Tampaksiring_Gianyar_Regency_Bali.html