



Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Ulasan Wisatawan Serta Implikasinya Pada Kunjungan Wisatawan Pada Objek Wisata Alam Di Curug Cikondang Cianjur

Muhammad Iqbal Risman^{1*}, Wentri Merdiani²

¹Administrasi Bisnis, Ilmu Sosial dan Bisnis, Universitas Wanita Internasional, Jl. Pasir Kaliki No.179, Bandung, Jawa Barat, Indonesia, 40162

²Administrasi Bisnis, Ilmu Sosial dan Bisnis, Universitas Wanita Internasional, Jl. Pasir Kaliki No.179, Bandung, Jawa Barat, Indonesia, 40162

*Penulis Korespondensi: muhammadiqbalrisman72@gmail.com

Abstract. This study aims to analyze the effect of service quality on tourist reviews and its implications for tourist visits to the Curug Cikondang natural attraction in Cianjur Regency. The research adopts a quantitative approach using the path analysis method. The main variables examined include Service Quality (X), Tourist Reviews (Y), and Tourist Visits (Z). The population comprises all tourists who have visited Curug Cikondang, with a total of 100 respondents selected using purposive sampling. Data were collected using a Likert-scale questionnaire (1–5) and analyzed through SPSS version 25.0.

The results indicate that service quality has a positive and significant effect on tourist reviews, tourist reviews have a positive and significant effect on tourist visits. Service quality has a positive but insignificant direct effect on tourist visits and tourist reviews act as a significant mediating variable between service quality and tourist visits (Sobel test $Z = 4.255, p < 0.05$).

These findings demonstrate that digital reviews play a crucial mediating role between on-site service experiences and tourist visit decisions. Practically, it is recommended that the Curug Cikondang management improve service quality, enhance infrastructure, and actively manage digital reviews to strengthen the destination image and foster tourist loyalty.

Keywords: e-WOM; Curug Cikondang; Service Quality; Tourist Reviews; Tourist Visits

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap ulasan wisatawan serta implikasinya terhadap kunjungan wisatawan pada objek wisata alam Curug Cikondang di Kabupaten Cianjur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis jalur (path analysis). Tiga variabel utama yang diteliti meliputi Kualitas Layanan (X), Ulasan Wisatawan (Y), dan Kunjungan Wisatawan (Z). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang pernah berkunjung ke Curug Cikondang, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert 1–5 dan dianalisis menggunakan SPSS versi 25.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap ulasan wisatawan, ulasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan wisatawan. Kualitas layanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kunjungan wisatawan secara langsung dan ulasan wisatawan berperan sebagai variabel mediasi signifikan antara kualitas layanan dan kunjungan wisatawan (nilai Sobel test $Z = 4.255, p < 0.05$).

Temuan ini menegaskan bahwa ulasan digital memiliki peran penting sebagai penghubung antara pengalaman layanan di lapangan dan keputusan kunjungan wisatawan. Secara praktis, penelitian ini merekomendasikan agar pengelola Curug Cikondang meningkatkan kualitas layanan, memperbaiki fasilitas fisik, serta mengoptimalkan pengelolaan ulasan digital untuk memperkuat citra destinasi dan meningkatkan loyalitas wisatawan.

Kata kunci: e-WOM; Curug Cikondang; Kualitas Layanan; Kunjungan Wisatawan; Ulasan Wisatawan

1. LATAR BELAKANG

Pariwisata alam di Kabupaten Cianjur kini telah menjadi penggerak utama ekonomi daerah, menunjukkan peningkatan yang sangat besar dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini terjadi karena Cianjur berhasil memanfaatkan keindahan alamnya

menjadi usaha yang menguntungkan bagi masyarakat. Hasilnya, pendapatan daerah meningkat drastis dan kesejahteraan masyarakat ikut terangkat dikenal sebagai multiplier effect. Perkembangan ini terlihat bukan hanya dari makin banyaknya wisatawan yang datang, tetapi juga dari beragamnya pilihan tempat wisata dan layanan yang tersedia. Keberagaman ini penting agar pariwisata Cianjur tetap lestari (*sustainable*) dan mampu bersaing (*competitive*) di tingkat regional maupun nasional.

Berdasarkan data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Cianjur, jumlah kunjungan wisatawan ke wilayah ini mencapai sekitar 1.505.444 orang pada tahun 2022, kemudian selanjutnya pada tahun 2023, jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Cianjur telah mencapai 1.988.585 orang (wisatawan nusantara 1.907.178 dan mancanegara 81.407) dan di tahun 2024 tercatat sebanyak 1.871.669 orang dengan wisatawan nusantara 1.737.669 dan mancanegara 134.000. Data dari Disbudpar tersebut menunjukkan adanya penurunan kunjungan tahun 2024 dari tahun 2023 dengan selisih sebesar 116.916 orang. Meskipun penurunan tidak terlalu signifikan namun hal tersebut harus diwaspadai agar tidak semakin menurun dan mencari solusi yang tepat untuk penanganannya. Beberapa curug seperti Curug Citampur, Curug Cibeureum, dan Curug Cikondang menjadi destinasi pilihan wisatawan alam tersebut.

Curug Cikondang atau yang dikenal “Niagara Mini Cianjur”, dipilih sebagai tempat penelitian karena memiliki potensi besar untuk menarik wisatawan berkat keindahan alam dan kedekatannya dengan perkebunan teh PTPN VIII. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya teroptimalkan akibat keterbatasan dalam aspek kualitas layanan, aksesibilitas, serta strategi promosi digital. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap ulasan wisatawan serta implikasinya pada kunjungan wisatawan pada objek wisata alam di Curug Cikondang Cianjur. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik pariwisata di tingkat akademik maupun praktis.

2. KAJIAN TEORITIS

Secara konseptual, administrasi merupakan proses sosial dan manajerial yang melibatkan pengaturan sumber daya manusia serta material untuk mencapai tujuan bersama secara efektif dan efisien. Menurut Bilokur (2020) dalam artikelnya *The Definition of Public Administration*, administrasi dipandang sebagai “*a system of socially useful activities aimed at the implementation of collective goals, coordination of social resources, and ensuring efficiency in public affairs.*” Artinya, administrasi adalah sistem kegiatan sosial yang bermanfaat untuk melaksanakan tujuan bersama, mengoordinasikan sumber daya sosial, dan memastikan efisiensi dalam pelaksanaan urusan publik. Terjemahan ini dilakukan oleh penulis dari teks asli yang diterbitkan dalam Chernivtsi *Law Review* (2020) untuk menyesuaikan dengan konteks akademik berbahasa Indonesia.

Definisi Administrasi Bisnis menurut Afsharian (2024) “*Business administration is a multidisciplinary process that integrates data, human resources, finance, and strategy to optimize decision-making in the digital era.*” (Terjemahan oleh peneliti, 2025) artinya Administrasi bisnis adalah proses multidisipliner yang mengintegrasikan data, sumber daya manusia, keuangan, dan strategi untuk mengoptimalkan pengambilan keputusan di era digital. Sementara itu menurut Ikerd (2024) “*Modern business administration aims to balance profitability, sustainability, and social welfare through responsible decision-making.*” (Terjemahan oleh peneliti, 2025) artinya Administrasi bisnis modern bertujuan menyeimbangkan profitabilitas, keberlanjutan, dan

kesejahteraan sosial melalui pengambilan keputusan yang bertanggung jawab. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Administrasi Bisnis adalah proses mengintegrasikan data, sumber daya manusia dan keuangan yang bertujuan untuk menyeimbangkan profitabilitas, keberlanjutan dan kesejahteraan sosial melalui pengambilan suatu keputusan.

McCabe (2024) dalam artikelnya *Theory in Tourism* mempertegas peran teori tingkat menengah dalam riset pariwisata dengan menyatakan bahwa “*Tourism research benefits from middle-range theorizing, as it allows for connecting macro-level frameworks (such as grand theories) with micro-level behaviors observed in destinations and visitor experiences.*” Artinya penelitian pariwisata memperoleh manfaat besar dari penerapan teori tingkat menengah karena teori ini mampu menghubungkan kerangka makro (seperti *grand theory*) dengan perilaku mikro yang tampak di destinasi dan pengalaman wisatawan. Terjemahan oleh penulis diadaptasi dari sumber asli *Annals of Tourism Research* (Elsevier, 2024).

Menurut Sari & Takhim, (2022) Kualitas layanan adalah upaya sistematis untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta memastikan ketepatan penyampaiannya agar sejalan dengan harapan pelanggan. Pelayanan yang unggul akan menciptakan nilai tambah kompetitif dan mempercepat perkembangan destinasi wisata. Sementara itu, Mootalu et al., (2022) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan bisa dinyatakan suatu penyesuaian terhadap karakteristik, di mana ini dianggap fungsi titik pada keunggulan untuk memenuhi apa yang konsumen butuhkan. (Definisi ini berfokus pada "penyesuaian" karakteristik layanan agar mencapai titik "keunggulan" yang secara spesifik memenuhi kebutuhan pelanggan).

Mujahida et al., (2024) menyatakan bahwa Kualitas Layanan diakui sebagai penentu kunci Kepuasan Wisatawan dan kemungkinan mereka untuk terlibat dalam interaksi digital (Digital Engagement) atau layanan yang memuaskan mendorong wisatawan untuk secara sukarela menghasilkan konten (ulasan, foto, video) di media sosial dan platform *review*. Dalam konteks Curug Cikondang, kualitas layanan dapat dilihat dari kebersihan dan keamanan area wisata, ketersediaan sarana penunjang (toilet, tempat parkir, spot foto), respon cepat dan keramahan petugas serta aksesibilitas informasi digital melalui media sosial dan *Google Maps*.

Ulasan wisatawan (*tourist reviews*) saat ini telah bertransformasi menjadi variabel krusial dalam struktur ekosistem pariwisata digital kontemporer. menurut Sigala et al., (2024) ulasan wisatawan merupakan hasil dari interaksi kolaboratif (*value co-creation*) antara penyedia layanan pariwisata dan konsumen. Definisi ini melihat ulasan bukan hanya sebagai produk akhir, tetapi sebagai proses partisipatif di mana wisatawan berkontribusi langsung pada pembentukan nilai dan citra merek digital suatu destinasi, yang kemudian digunakan oleh wisatawan lain. Konten ini tidak hanya berperan sebagai sumber informasi sekunder, melainkan sebagai faktor utama yang secara *fundamental* membentuk ekspektasi dan memengaruhi proses pengambilan keputusan calon konsumen. Signifikansi ini timbul dari sifat inheren produk pariwisata yang sangat *experiential* (berbasis pengalaman) dan sarat akan risiko persepsian sebelum dikonsumsi. Oleh karena itu, ulasan berfungsi sebagai instrumen mediasi yang esensial, membantu wisatawan menavigasi kompleksitas pilihan dan mengurangi ambiguitas dalam pembelian layanan pariwisata. Adapun dimensi ulasan berdasarkan Lackermair, et.al. dikutip oleh (Ilmiyah & Krishernawan, 2020) kesadaran atau *awareness*, frekuensi atau *frequency*, perbandingan atau *comparison* dan pengaruh atau *effect*.

McCabe, (2024) menegaskan bahwa kunjungan wisatawan bukan sekadar perjalanan fisik, tetapi merupakan perilaku sosial dan ekonomi yang didorong oleh motivasi, persepsi, dan pengalaman pribadi. Ia mengembangkan pendekatan baru terhadap teori pariwisata yang menekankan interaksi antara wisatawan dan destinasi sebagai proses pertukaran nilai dan makna. *Tourist visits represent complex socio-behavioral phenomena shaped by motivation, context, and the symbolic construction of place.* (Diterjemahkan oleh peneliti, 2025) artinya Kunjungan wisatawan merupakan fenomena sosial-perilaku yang kompleks, dibentuk oleh motivasi, konteks, serta konstruksi simbolik dari tempat yang dikunjungi. Selain itu, penelitian oleh (Rahman & Hassan, 2021) menunjukkan bahwa digital engagement atau keterlibatan wisatawan di dunia maya (melalui postingan, komentar, dan ulasan) memiliki hubungan langsung dengan *destination revisit intention*. Artinya, promosi digital yang baik tidak hanya menarik kunjungan awal tetapi juga menumbuhkan niat untuk berkunjung kembali.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, karena bertujuan untuk menguji pengaruh antarvariabel melalui pengumpulan dan analisis data numerik secara statistik. Menurut Sugiyono (2022), pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya. Data yang dikumpulkan bersifat terukur (*measurable*) dan diolah menggunakan alat analisis statistik untuk memperoleh kesimpulan yang objektif. Setiap variabel diukur melalui indikator-indikator yang diturunkan dari teori-teori relevan dan dioperasionalkan ke dalam bentuk pernyataan kuesioner dengan skala Likert 1–5, yang menunjukkan tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan.

Subjek penelitian adalah wisatawan yang berkunjung ke Curug Cikondang baik dari dalam maupun luar daerah Cianjur. Subjek dipilih karena mereka merupakan pihak yang secara langsung mengalami dan menilai kualitas layanan, ulasan wisatawan, serta pengalaman kunjungan wisata. Objek penelitian terdiri dari tiga variabel utama yaitu Kualitas Layanan (X), Ulasan Wisatawan (Y) dan Kunjungan Wisatawan (Z). Ketiga variabel tersebut dianalisis untuk mengetahui hubungan pengaruh antarvariabel, baik secara langsung maupun tidak langsung. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka dan dapat diolah secara statistik dengan sumber data terdiri atas Data Primer dan Data Sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang pernah atau sedang berkunjung ke objek wisata alam Curug Cikondang di Kabupaten Cianjur, Jawa Barat. Berdasarkan data sekunder yang diperoleh dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Cianjur (Disbudpar, 2024), jumlah kunjungan wisatawan ke Curug Cikondang selama tahun 2024 mencapai 12.918 orang (gabungan wisatawan nusantara dan mancanegara).

Penelitian ini menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan pendekatan *Purposive Sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah Wisatawan yang pernah berkunjung ke Curug Cikondang minimal satu kali dalam 3 tahun terakhir (2022–2025) dan wisatawan yang memberikan ulasan pada *Google Maps* dan *google search* Curug. Untuk menentukan jumlah sampel minimum yang representatif dari populasi besar, digunakan rumus Slovin (Umar, 2020):

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi (12.918 wisatawan)

e = tingkat kesalahan (*error tolerance*), ditetapkan sebesar 10% (0,1)

$$n = \frac{12.918}{1 + (12.918 \times 0,1^2)} = \frac{12,918}{1 + 129,18} = \frac{12,918}{130,18} \approx 99,2$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, diperoleh jumlah sampel minimum sebesar 99,2 atau dibulatkan menjadi 100 responden.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian terhadap 100 responden di Curug Cikondang menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung adalah perempuan (55%) dari Generasi Z (69%) berstatus pelajar/mahasiswa yang memiliki loyalitas kunjungan cukup tinggi.

Tabel 4. 1 Skor Rata-rata variabel

Variabel	Skor	Rata-Rata	TCR	Kategori
Kualitas Layanan	4299	3,91	78,16	Tinggi
Ulasan	3332	4,17	83,30	Tinggi
Kunjungan Wisatawan	3980	3,98	80	Tinggi

Sumber: Data diolah peneliti 2026

Berdasarkan hasil analisis tabel diatas diketahui bahwa variabel Kualitas Layanan (X), Ulasan Wisatawan (Y), dan Kunjungan Wisatawan (Z) semuanya berada dalam kategori tinggi.

A. Metode Analisis data

Uji validitas

Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas

NO	R hitung	R tabel	Keterangan
Kualitas Layanan			
1	0.429	0.197	Valid
2	0.605	0.197	Valid
3	0.629	0.197	Valid
4	0.713	0.197	Valid
5	0.667	0.197	Valid
6	0.707	0.197	Valid
7	0.707	0.197	Valid
8	0.716	0.197	Valid
9	0.764	0.197	Valid
10	0.678	0.197	Valid
11	0.574	0.197	Valid
Ulasan			
1	0.684	0.197	Valid
2	0.728	0.197	Valid
3	0.683	0.197	Valid
4	0.622	0.197	Valid

5	0.761	0.197	Valid
6	0.834	0.197	Valid
7	0.776	0.197	Valid
8	0.586	0.197	Valid
Kunjungan			
1	0.732	0.197	Valid
2	0.826	0.197	Valid
3	0.675	0.197	Valid
4	0.850	0.197	Valid
5	0.648	0.197	Valid
6	0.796	0.197	Valid
7	0.831	0.197	Valid
8	0.747	0.197	Valid
9	0.782	0.197	Valid
10	0.741	0.197	Valid

Sumber : Data olahan pribadi 2026

Berdasarkan Hasil analisis tabel diatas r hitung $>$ dari r tabel maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator item pernyataan dinyatakan valid dan bernilai positif untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

Uji Reabilitas

Tabel 4. 3 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach alpha	R	Keterangan
Kualitas layanan	0.868	0.60	Reliabel
Ulasan	0.855	0.60	Reliabel
Kunjungan	0.915	0.60	Reliabel

Sumber : Data olahan pribadi 2026

Berdasarkan Hasil Analisis Tabel Uji Reabilitas diatas nilai koefisien Cronbach alpha dari variabel Kualitas Layanan (X) sebesar 0.868, Ulasan (Y) sebesar 0.855 dan Kunjungan Wisatawan Sebesar 0.915 $>$ 0.60 maka instrumen tersebut reabilitas.

B. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 4. 4 Hasil Residual Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		100
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	3,92562881
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	,082
	<i>Positive</i>	,047
	<i>Negative</i>	-,082
<i>Test Statistic</i>		,082
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		,092 ^c

Sumber: Data Olahan Peneliti 2026

Berdasarkan hasil analisis tabel dari *Residual* diatas diperoleh nilai sig (2 tailed) 0,092 $>$ 0.05 maka data berdistribusi normal.

Uji Multikolinealitas

Tabel 4. 5 Uji Multikolinealitas

Coefficients^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4,602	4,555		1,010	,315		
Kualitas Layanan (X)	,012	,092	,011	,130	,896	,780	1,282
Ulasan (Y)	1,041	,143	,641	7,304	,000	,780	1,282

Sumber: Data olahan peneliti 2026

Berdasarkan hasil analisis tabel 4.5 diatas diperoleh nilai *tolerance* dari X (0.780) dan Y (0.780) > 0.100 sedangkan nilai VIF X (1.282) dan Y (1.282) < 10.00 maka dapat disimpulkan bahwa pada data ini tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas Transformasi Variabel X

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,452	2,757		,889	,376
	Ulasan(Y)	,102	,086	,136	1,196	,235
	X1	-,057	,056	-,116	-1,022	,309

a. Dependent Variable: ABS_RES2

Sumber: Data Olahan Peneliti 2026

Berdasarkan hasil analisis tabel diatas, setelah dilakukannya transformasi data dari Variabel X menjadi data X1 maka diperoleh nilai sig dari X1 sebesar (0.309) < 0.05 dan Y sebesar (0.235) > 0.05 maka disimpulkan sudah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

C. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4. 7 Hasil Regresi Linear Berganda

Sumber: Data Olahan Peneliti 2026

$$Y = 4.602 + 0.012 X + 1.041 Y$$

- Konstanta 4.602, hal ini menunjukkan bahwa apabila X dan Y bernilai sebesar 0 maka nilai Y tetap sebesar 4.602
- Berdasarkan variabel X hasil uji regresi yang menunjukkan bahwa variabel X memiliki koefisien regresi positif dengan Nilai B = 0.035, apabila terjadi kenaikan nilai variabel X sebesar 1 poin maka akan terjadi peningkatan terhadap variabel Y Sebesar 0.012
- Berdasarkan Variabel Y hasil uji regresi yang menunjukkan bahwa variabel y memiliki koefisien regresi positif dengan nilai B = 1.041, apabila terjadi kenaikan nilai variabel X sebesar 1 poin maka akan terjadi peningkatan terhadap variabel Y sebesar 1.041.

D. Uji Hipotesis

Uji Koefisiensi Determinasi

Tabel 4. 8 Uji Koefisiensi Determinasi

Model Summary				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,724 ^a	,525	,515	3,942

a. Predictors: (Constant), Ulasan, Kualitas Layanan

Sumber: Data diolah peneliti 2026

Berdasarkan hasil tabel nalisis ditasta diperoleh persentase keragaman variabel jumlah kunjungan wisatawan (Z) yang dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan (X) dan ulasan (Y) adalah 52,5% sedangkan 72,4 % dijelaskan variabel lain diluar model regresi.

Uji F

Coefficients^a						
<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	(Constant)	4,602	4,555		1,010	,315
	Kualitas Layanan (X)	,012	,092	,011	,130	,896
	Ulasan (Y)	1,041	,143	,641	7,304	,000

a. Dependent Variable: Kunjungan Wisatawan (Z)

Tabel 4. 9 Hasil Uji F

ANOVA ^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1324,324	2	662,162	34,762	,000 ^b
	Residual	1847,676	97	19,048		
	Total	3172,000	99			

a. Dependent Variable: Kunjungan Wisatawan (Z)

b. Predictors: (Constant), Ulasan (Y), Kualitas Layanan (X)

Sumber: Data olahan peneliti 2026

Berdasarkan hasil analisis tabel diatas didapatkan nilai f hitung (34.762) > f tabel (3.939) dan sig (0.000) < 0.05, maka disimpulkan dapat pengaruh positif dan signifikan variabel X dan Y terhadap Z sehingga H3 diterima dan H0 di tolak.

Uji T Parsial

Tabel 4. 10 Hasil Uji T Parsial

<i>Coefficients^a</i>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	-3,494	4,204		-,831	,408
	Kualitas Layanan	,432	,092	,379	4,682	,000
	Ulasan	,742	,131	,456	5,645	,000

Sumber: Data Olahan Peneliti 2026

1. Berdasarkan hasil anailiss tabel diatas diperoleh nilai t hitung (4.682) > t tabel (1.96) dan sig 0.000 < 0.05, maka disimpulkan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan wisatwan dicurug cikondang cianjur.
2. Berdasarkan hasil analisis tabel diatas diperoleh nilai t hitung (5.645) > t tabel (1.96) dan sig 0.000 < 0.05, maka disimpulkan ulasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan wisatwan di Curug Cikondang Cianjur.

Uji Sobel

Tabel 4. 11 Uji Sobel variabel Kualitas layanan dan Ulasan terhadap Kunjungan Wisatawan

Model Summary						
Model	Variabel	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate

1	Kualitas Layanan	,312 ^a	,097	,088	5,406
3	Ulasan	,646 ^a	,417	,411	4,342

Sumber: Data Olahan Peneliti 2026

Pada hasil tabel diatas didapatkan nilai dari *R square* variabel kualitas layanan sebesar 0,097 maka dapat disimpulkan bahwa nilai persentase besarnya dukungan kualitas layanan terhadap kunjungan wisatawan di Curug Cikondang Cianjur sebesar 0,97%. Kemudian nilai untuk *R square* variabel Ulasan sebesar 0,417 maka memiliki arti bahwa sumbangan pengaruh ulasan terhadap kunjungan wisatawan memiliki presentase sebesar 41,7%.

Tabel 4. 12 Uji Sobel Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Ulasan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,501 ^a	,251	,243	3,031

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

Sumber: Data Olahan Peneliti 2026

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai *R square* sebesar 0,251 maka memiliki arti bahwa sumbangan pengaruh dari kualitas layanan pada ulasan wisatawan sebesar 25,1%.

Dari hasil analisis jalur (*path analysis*) dan uji Sobel diatas, ditemukan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh langsung yang kecil (0,97%) terhadap kunjungan, namun dampaknya meningkat secara signifikan menjadi 66,8% ketika dimediasi oleh ulasan wisatawan. Hal ini membuktikan adanya "efek domino" di mana layanan fisik dan non-fisik yang prima memicu ulasan positif (Electronic Word of Mouth) di platform digital, yang pada akhirnya menjadi referensi utama bagi calon pengunjung untuk memutuskan datang ke destinasi tersebut.

Untuk memperkuat hasil pada uji sobel dalam penelitian ini, dilakukan perhitungan secara manual dengan memasukan data yang diperlukan. Data-data tersebut yaitu sebagai berikut:

Diketahui : $\alpha = 0.352$

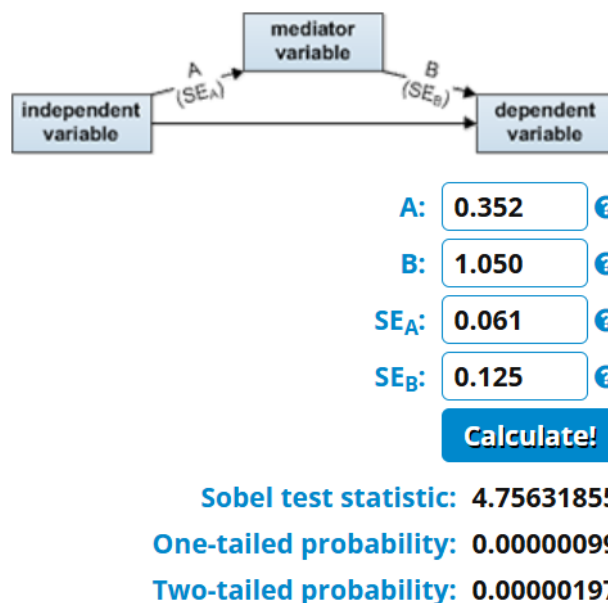
$b = 1.050$

$SE \alpha = 0.061$

$SE b = 0.125$

Dengan perhitungan rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$Z = \frac{\alpha \times b}{\sqrt{b^2 S_{\alpha}^2 + \alpha^2 S_b^2}}$$



Gambar 4. 1 Hasil Perhitungan Uji Sobel
 Sumber: Data diolah peneliti 2026

Berdasarkan hasil perhitungan Uji Sobel, diperoleh nilai:

- Sobel test statistic* (Z) = 4.75631
- One-tailed p-value* = 0.00000
- Two-tailed p-value* = 0.00000

Berdasarkan hasil Uji Sobel diperoleh nilai Z sebesar $4.75631 > 1.96$ dengan nilai signifikansi $P < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Ulasan (Y) berperan sebagai variabel mediasi signifikan dalam hubungan antara Kualitas Layanan (X) dan Kunjungan (Y) pada wisata Curug Cikondang. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh tidak langsung signifikan diterima.

E. Pembahasan

Hasil analisis menunjukkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh signifikan secara positif terhadap Ulasan Wisatawan. Wisatawan yang merasakan kemudahan akses dan keamanan di Curug Cikondang secara sukarela memberikan rating bintang 4 atau 5. Hal ini membuktikan bahwa layanan fisik dan non-fisik merupakan pemicu utama terciptanya *Electronic Word of Mouth* (e-WOM). Pada penelitian ini, Ulasan wisatawan bertindak sebagai referensi digital bagi calon pengunjung lain. Ulasan yang memuat foto estetik dan testimoni positif tentang kesejukan Curug Cikondang terbukti meningkatkan niat berkunjung calon wisatawan. Sebaliknya, ulasan negatif mengenai akses jalan yang rusak sempat menurunkan volume kunjungan di periode tertentu.

Berdasarkan temuan penelitian, terdapat beberapa implikasi strategis yang perlu menjadi perhatian utama bagi pengelola Curug Cikondang. Pertama, optimalisasi pengelolaan kanal digital menjadi kebutuhan yang tidak dapat diabaikan. Pengelola diharapkan lebih aktif dalam memantau serta merespons ulasan pengunjung di platform

digital, khususnya *Google Maps*. Respons yang diberikan, baik terhadap ulasan positif maupun negative dapat mencerminkan tingkat profesionalisme dan kepedulian pengelola terhadap pengalaman pengunjung. Selain itu, interaksi yang konstruktif di ruang digital berpotensi membangun citra destinasi wisata yang responsif, terbuka, dan berorientasi pada perbaikan berkelanjutan. Kedua, perbaikan fasilitas dan infrastruktur perlu diprioritaskan sebagai langkah fundamental dalam meningkatkan kualitas layanan. Kualitas layanan dapat dipandang sebagai “hulu” yang menentukan arah dan isi ulasan yang diberikan oleh wisatawan. Oleh karena itu, pembenahan fasilitas dasar seperti kebersihan dan kelayakan toilet, kondisi akses jalan menuju lokasi, serta sarana pendukung lainnya harus menjadi fokus utama pengelola. Upaya perbaikan ini tidak hanya bertujuan meningkatkan kenyamanan pengunjung di lokasi, tetapi juga secara tidak langsung menjaga dan memperkuat sentimen positif di dunia maya.

Selanjutnya, berdasarkan ringkasan hubungan antar variabel yang ditunjukkan dalam bagan penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan memiliki peran sentral dan berkelanjutan. Kualitas layanan yang baik tidak berhenti pada terciptanya kepuasan pengunjung saat berada di lokasi wisata, melainkan memicu efek lanjutan berupa ulasan digital yang positif. Ulasan tersebut kemudian berfungsi sebagai sumber informasi dan referensi bagi calon pengunjung lainnya, sehingga memengaruhi keputusan berkunjung di masa mendatang.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan utama penelitian ini adalah bahwa ulasan wisatawan merupakan variabel kunci yang secara langsung menentukan tingkat kunjungan, sementara kualitas layanan bertindak sebagai faktor hulu yang membentuk ulasan tersebut. Melalui analisis jalur (*path analysis*) dan uji Sobel, ditemukan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh langsung yang kecil (0,97%) terhadap kunjungan, namun dampaknya meningkat secara signifikan menjadi 66,8% ketika dimediasi oleh ulasan wisatawan. Hubungan mediasi ini terbukti signifikan dengan nilai *Z* sebesar 4,75, di mana kualitas layanan dan ulasan secara bersama-sama mampu menjelaskan 52,5% variasi kunjungan wisatawan. Berdasarkan temuan tersebut, disarankan bagi pengelola untuk memprioritaskan perbaikan infrastruktur fisik (seperti jalan dan toilet) serta meningkatkan responsivitas terhadap ulasan di *Google Maps* guna menjaga citra positif digital. Dinas Pariwisata diharapkan mengembangkan sistem pemantauan sentimen digital dan berkolaborasi dengan pembuat konten untuk memperluas eksposur. Secara metodologis, penelitian mendatang disarankan untuk memperluas sampel, menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM), serta menambahkan variabel lain seperti citra destinasi untuk mendapatkan gambaran perilaku wisatawan yang lebih holistik.

DAFTAR REFERENSI

Artikel Jurnal

- Afsharian, M. (2024). Data science essentials in business administration: A multidisciplinary perspective. *Decision Analytics Journal*, 11(October 2023), 100442. <https://doi.org/10.1016/j.dajour.2024.100442>
- Donthu, N., Kumar, S., Ranaweera, C., Sigala, M., & Sureka, R. (2021). *Journal of*

- Service Theory and Practice at age 30: past, present and future contributions to service research. *Journal of Service Theory and Practice*, 31(3), 265–295. <https://doi.org/10.1108/JSTP-10-2020-0233>
- Forder, A. (2022). Concepts in Social Administration: A framework for analysis. *Concepts in Social Administration: A Framework for Analysis*, 1–186. <https://doi.org/10.4324/9781003272984>
- Ifedi, C., Haque, R., Senathirajah, A. R. B. S., & Qazi, S. Z. (2024). Service Quality Influence on Consumer Satisfaction in the Banking Sector Aimed At Sustainable Growth. *Revista de Gestao Social e Ambiental*, 18(7), 1–30. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n7-032>
- Ilmiyah, K., & Krishnawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>
- Mujahida, S., Remmang, H., & Azizurrohman, M. (2024). Cultural Familiarity and Its Impact on Customer Satisfaction and Brand Awareness. *Journal of Marketing Innovation (JMI)*, 4(2), 93–112. <https://doi.org/10.35313/jmi.v4i2.182>
- Rahman, M. K., & Hassan, A. (2021). *Tourist Experience and Technology Application in Bangladesh*.
- Rosenbloom, D. H., Kravchuk, R. S., & Clerkin, R. M. (2020). No Title. In *Public Administration Understanding Management, Politics, and Law in the Public Sector*.
- Sari, R. L., & Takhim, M. (2022). Strategi Promosi dan Pelayanan Syariah untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Pantai Glagah Wangi Desa Tambak Bulusan Kecamatan Karang Tengah Kabupaten Demak. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1), 36–44. <https://doi.org/10.31942/akses.v17i1.6509>
- Sigala, R. E., Lagou, V., Shmeliov, A., Atito, S., Kouchaki, S., Awais, M., Prokopenko, I., Mahdi, A., & Demirkan, A. (2024). Machine Learning to Advance Human Genome-Wide Association Studies. *Genes*, 15(1). <https://doi.org/10.3390/genes15010034>

Buku

- Bailey, J. S., & Burch, M. R. (2024). *Research Methods in Applied Behavior Analysis*.
- Bilokur, I. Y. (2020). *АДМІНІСТРАТИВНЕ ПРАВО І ПРОЦЕС* ;
- Ikerd, J. (2024). Business Management for Sustainability. *Sustainability (Switzerland)* , 16(9). <https://doi.org/10.3390/su16093714>
- McCabe, S. (2024). Theory in tourism. *Annals of Tourism Research*, 104, 103721. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103721>
- Peterson, S., & Bredow, T. S. (2020). *Middle Range Theories: Application to Nursing Research and Practice*. Wolters Kluwer Health. <https://books.google.co.id/books?id=lorCDwAAQBAJ>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*.