

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata adalah salah satu industri terbesar di dunia tidak terkecuali di Negara Kesatuan Republik Indonesia, Sektor Pariwisata merupakan salah satu sektor penting dalam perkembangan ekonomi nasional. Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang fokus membangun sektor pariwisata karena keindahan alam dan keragaman budayanya. Seiring berjalannya waktu pembangunan tersebut bukanlah hanya rencana belaka namun dapat dilihat bahwa mulai banyak berdirinya unsur-unsur pariwisata seperti penginapan, Kawasan wisata dan lain sebagainya.

Suradnya berpendapat dalam Utama (2014), bahwa pengelola pariwisata harus melihat hal berikut (1) Pergeseran pasar pariwisata, (2) Peta persaingan yang rumit, (3) Pemberdayaan SDM yang harus memberi nilai bagi wisatawan, (4) Relasi yang luas, (5) Pemanfaatan IPTEK dengan optimal, (6) Inovasi baru dalam bidang pariwisata. Dengan banyaknya jenis-jenis usaha pariwisata yang dikembangkan, dan seiring berjalannya waktu maka persaingan ketat dalam bisnis pariwisata pun tidak dapat terhindarkan. Untuk tetap menarik perhatian dan mempertahankan eksistensi daya tarik wisata bagi wisatawan maka peningkatan kualitas pelayanan dan kualitas produk akan menjadi unsur penting dalam menunjang kepuasan wisatawan dalam berwisata.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu unsur dalam membangun kepuasan wisatawan yang perlu diperhatikan oleh penyedia jasa itu. Karena apabila kualitas pelayanan tidak sesuai dengan ekspektasi atau harapan wisatawan maka kepuasan yang diinginkan penyedia jasa pun tidak akan sesuai dengan harapan. Selain kualitas pelayanan, salah satu hal yang menjadi faktor pengaruh dalam kepuasan wisatawan adalah kualitas produk. Menurut Kotler dan Keller (2016:37) mengatakan bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan dan ketelitian yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Kedua faktor tersebut memiliki hubungan sangat erat dengan terpenuhinya kepuasan wisatawan, kualitas pelayanan yang baik mempengaruhi persepsi kualitas produk, dan kedua faktor ini

Aditya Ahmad Alghifary, 2023

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI DAGO DREAMPARK KABUPATEN BANDUNG BARAT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

bersama-sama membentuk pengalaman wisatawan. Dengan fokus pada peningkatan kualitas pelayanan dan produk, sebuah destinasi atau penyedia jasa usaha pariwisata dapat meningkatkan kepuasan wisatawan, yang pada akhirnya dapat berkontribusi pada pertumbuhan dan kesuksesan industri pariwisata. Oleh karena itu, penting bagi para pelaku industri pariwisata untuk terus memperbaiki dan mengintegrasikan elemen-elemen ini dalam strategi mereka.

Kabupaten Bandung Barat merupakan kabupaten baru yang berdiri pada tahun 2007. Berbatasan dengan Kabupaten Subang dan Purwakarta di sebelah utara dan barat, Kabupaten Sumedang, Kabupaten Bandung, dan Kota Cimahi di sebelah timur, Kota Bandung di sebelah selatan, serta Kabupaten Cianjur di sebelah barat, Kabupaten Bandung Barat ini merupakan hasil pemekaran dari Kabupaten Bandung.

Kabupaten Bandung Barat merupakan kabupaten yang juga memfokuskan perkembangan serta pembangunan dalam sektor industri pariwisata sebagai pendapatannya. Terbukti pada tahun 2022, Kabupaten Bandung Barat mejalin Kerjasama dengan Pemerintah Kota Bandung guna mengakselerasi perekonomian dan meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor Pariwisata. Kerjasama yang dijalin antara Pemerintah Kabupaten Bandung Barat dan Pemerintah Kota Bandung ini adalah Kerjasama dalam pengembangan Bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif untuk daerah jalur wisata kreatif Cigadung-Lembang.

Tahun 2019, Kabupaten Bandung Barat mendapat pemasukan senilai Rp. 48.495 Miliar dari sektor pariwisata, Usaha Jasa Pariwisata jenis Akomodasi menyumbang sebesar RP. 18.069.667.988, Usaha Jasa Pariwisata jenis Restoran sebesar Rp 26.552.121.850, lalu sektor Usaha Jasa Pariwisata jenis hiburan menyumbang Rp 4.324.793.294. Hal tersebut berbanding jauh dengan pendapatan pada tahun 2020 yang turun secara drastis sebesar 50% karena adanya pandemi Covid-19. Berikut data kunjungan wisatawan Nusantara dan Mancanegara di Kabupaten Bandung Barat.

**Tabel 1. 1 Data Kunjungan Wisatawan
Kabupaten Bandung Barat Tahun 2017-2021**

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan		Jumlah	Pertumbuhan
	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara		
2017	1.405.920	480.531	1.886.451	-
2018	6.634.998	36.656	6.671.654	+253%
2019	5.339.819	100.339	5.440.158	-18,4%
2020	3.440.529	23.431	3.463.960	-36,5%
2021	2.202.146	0	2.202.146	-36,4%
Total			19.664.369	

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat

Sesuai dengan data yang disajikan dalam tabel 1.1 di atas mengenai jumlah kunjungan wisatawan Kabupaten Bandung Barat tahun 2017-2021, dapat dilihat bahwa penurunan terjadi di tahun 2019 - 2020. Tahun 2018 merupakan puncak dari meningkatnya kunjungan wisatawan ke Kabupaten Bandung Barat karena pada tahun itu jumlah wisatawan yang datang hingga 6.634.998 orang, namun seterusnya berkurang sebesar 18,4% pada tahun 2019, berkurang 36,5% pada Tahun 2020 karena adanya pandemic Covid-19 dan kembali turun pada tahun 2021. Sesuai tingkat kunjungan wisatawan tersebut, jumlah kenaikan dan penurunan pun sudah pasti berdampak terhadap kunjungan kawasan wisata yang ada di Kabupaten Bandung Barat.

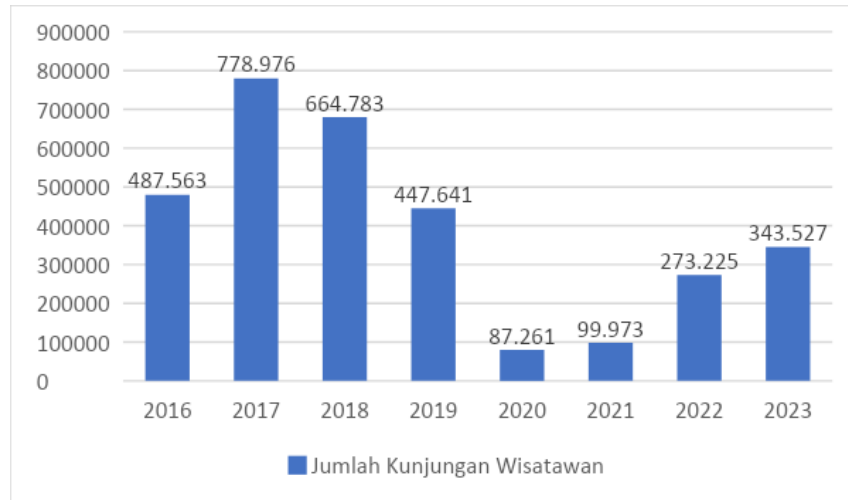
Kabupaten Bandung Barat merupakan Kabupaten yang saat ini memiliki 41 destinasi tujuan yang bisa dikunjungi oleh wisatawan, diantaranya adalah cikole jayagiri resort, The Lodge Maribaya, Floating market, Lembang Park Zoo, curug malela, dago dream park, dan lain-lain. Salah satu Kawasan yang menjadi focus perhatian dalam penelitian ini yaitu Kawasan Wisata Dago Dream Park, Lembang.

Dago Dreampark merupakan salah satu kawasan wisata di Kabupaten Bandung Barat yang terletak di JL.Dago Giri KM 2.2 Mekarwangi Lembang. Untuk memenuhi permintaan pasar pariwisata di Bandung, pada Tahun 2016 akhirnya dibuka kawasan wisata alam pegunungan dengan nuansa pohon pinus yang indah, asri dan sejuk dengan luas lahan \pm 14 Hektar.

Kawasan wisata Dago Dreampark menghadirkan suasana alam dengan spot foto yang Instagramable antara lain, Karpet Aladin, Sky Tree, Sky Bike, Up House, Love Seat, Flying Lounge. Selain itu, ada juga wahana seperti Flying Fox, Kora-Kora, ATV, Monster Trail dll. Sejak dibuka pada tahun 2016, Kawasan ini terus mengalami kemajuan pesat dan terus menyerap pasar pariwisata di Bandung, Kawasan ini juga menjadi salah satu destinasi wisata favorit bagi wisatawan Nusantara dan Mancanegara.

Sejak dibuka pada tahun 2016, Kawasan ini terus dikenal dan menjadi Kawasan yang banyak dikunjungi, terbukti pada tahun 2017 hampir setiap akhir pekan sekitar 3.500 wisatawan terus berdatangan. Namun seiring berjalannya waktu kunjungan terhadap kawasan wisata ini terus menurun dan puncak penurunannya terjadi pada saat Pandemi Covid mewabah di awal tahun 2020, jumlah kunjungan wisatawan ke Dago Dreampark menurun drastis dari yang biasanya sekitar 70% wisatawan dari total kapasitas, pada saat pandemi hanya 25% dari total kapasitas dan sampai saat ini kenaikan jumlah kunjungan tidak menunjukkan adanya kenaikan yang signifikan.

Selain karena pandemi, nyatanya pertumbuhan kunjungan wisatawan menuju kawasan wisata Dago Dreampark mengalami penurunan, puncak tertinggi dari kunjungan wisatawan Dago Dreampark yaitu pada tahun 2017 dan pada tahun berikutnya terus mengalami penurunan dari tahun ke tahun dan mulai naik kembali setahun pasca pandemic covid terjadi yaitu tahun 2021. Akan tetapi meskipun mengalami kenaikan, pertumbuhan yang terjadi pada jumlah kunjungan wisata setiap tahun di kawasan wisata Dago Dreampark tidak menunjukkan hasil yang signifikan, hanya naik sedikit demi sedikit dan belum mencapai titik dimana awal kawasan ini dibuka untuk umum. Berikut merupakan grafik pertumbuhan kunjungan wisata kawasan Dago Dreampark:



Gambar 1. 1 Grafik Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan Dago Dreampark 2016 - 2023

Sumber: Sales & Marketing Dago Dreampark tahun 2023

Melihat permasalahan di atas berbagai upaya terus dilakukan oleh Dago Dreampark untuk menarik minat kunjungan wisatawan baik itu wisatawan asing ataupun nusantara, dengan berbagai cara seperti pagelaran event, perbaikan sarana dan prasarana serta hal lain-lainnya yang bisa menjadi faktor pendukung bagi wisatawan untuk berkunjung, namun usaha tersebut disinyalir masih belum optimal dalam mendatangkan wisatawan secara signifikan.

Sebagai penyedia jasa pariwisata tentu saja Kawasan Wisata Dago Dreampark harus bisa melihat permasalahan yang bisa saja terjadi karena ketidakpuasan wisatawan saat berkunjung ke kawasan wisata Dago Dreampark, hal tersebut mengharuskan pihak Dago Dreampark untuk memperhatikan faktor pembentuk kepuasan wisatawan yang dijelaskan menurut Kotler (2011) terdapat 1). Kualitas pelayanan, 2). Kualitas produk, 3). Harga, 4). Biaya dan 5). Citra Emosional.

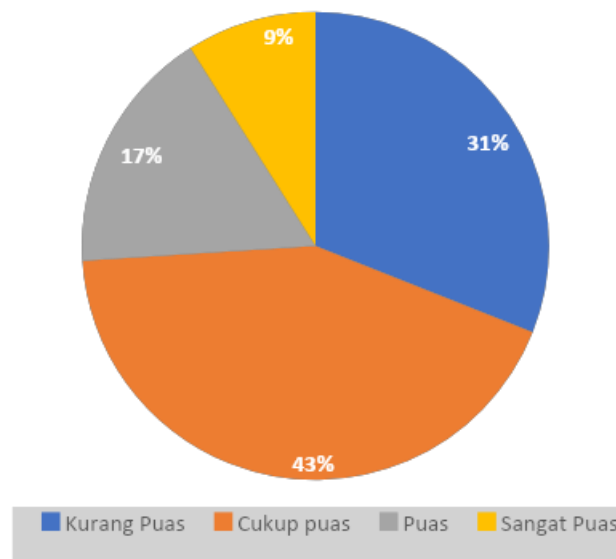
Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor pembentuk kepuasan wisatawan, ketika wisatawan mendapat pelayanan yang secara kualitas memuaskan, maka persepsi baik pun akan didapatkan sesuai dengan pelayanan yang didapat. Menurut Parasuraman, et al. dalam Purnama (2006) kualitas layanan merupakan perbandingan antara kualitas pelayanan yang diharapkan oleh konsumen dengan layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen, hal itu berarti

kualitas pelayanan adalah pemberian kesempurnaan pelayanan agar keinginan serta kepuasan wisatawan terwujud.

Dalam bisnis pariwisata tentunya pelayanan merupakan salah satu penentu kepuasan, Kotler (2002) mengartikan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah merasakan perbandingan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan tentang pelayanan Kawasan wisata dibandingkan dengan harapan wisatawan sebelum berkunjung ke Kawasan wisata tersebut. Dan secara umum kepuasan wisatawan diartikan sebagai perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima wisatawan dengan harapan wisatawan, layanan atau hasil yang diterima seminimal mungkin harus sama dengan apa yang diharapkan wisatawan, atau bahkan lebih bagus melebihinya.

Sesuai penjabaran yang terdapat di dalam grafik 1.1, wisatawan yang berkunjung menurun rentang tahun 2017-2020 dan mengalami kenaikan pada tahun-tahun berikutnya namun tidak secara signifikan naik, sehingga berdasarkan data tersebut bisa diasumsikan bahwa ada sesuatu yang terjadi. Melihat dari data kunjungan tersebut, kawasan wisata Dago Dreampark juga mendapatkan ulasan yang dituliskan oleh wisatawan yang telah berkunjung dimulai dari perasaan yang kurang puas hingga sangat puas.

Berdasarkan data yang diperoleh dari TripAdvisor.co.id dapat dilihat bahwa sejak tahun 2017 sampai tahun 2023 terdapat banyak ulasan dengan kepuasan yang beragam dari wisatawan yang telah berkunjung, wisatawan Dago Dreampark memiliki pengalaman juga penerimaan yang berbeda pada saat melakukan kunjungan ke Kawasan Wisata Dago Dreampark sehingga memiliki pandangan yang berbeda-beda terhadap Dago Dreampark hal itu sudah termasuk penilaian terhadap Kualitas pelayanan dan juga kualitas Produk dari Kawasan Wisata Dago Dreampark itu sendiri. Untuk mempermudah pembaca dalam melihat dan membaca hasil olahan ulasan wisatawan maka dibuatlah diagram kepuasan sebagai berikut:



Gambar 1. 2 Persentase Kepuasan Wisatawan Dago Dreampark

Sumber: TripAdvisor.com

Dalam gambar 1.2 di atas dapat dilihat bahwa terdapat 9% wisatawan yang merasa sangat puas terhadap perjalanan wisatanya menuju Dago Dreampark, 17% wisatawan yang merasa puas terhadap apa yang dialaminya pada saat berkunjung ke Dago Dreampark, 31% wisatawan merasa kurang puas terhadap perjalanannya di Dago Dreampark dan sebesar 43% merasa cukup puas. Sesuai data tersebut dapat dilihat bahwa mayoritas wisatawan yang berkunjung ke Kawasan Wisata Dago Dreampark mendapatkan nilai kepuasan yang berada di bawah puas, sehingga hal tersebut perlu dijadikan dasar untuk pengelola guna memberikan kepuasan yang baik terhadap wisatawan.

Model pendekatan pada kualitas pelayanan yang digunakan menjadi salah satu penentu keberhasilan dalam memberikan layanan yang baik untuk wisatawan. SERVQUAL (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry merupakan salah satu model pendekatan kualitas pelayanan yang sering dijadikan acuan dalam sebuah riset di bidang pemasaran. Parasuraman et al. dalam Purnama (2006) mengemukakan bahwa terdapat lima dimensi *service quality* meliputi bukti fisik (*tangibles*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan kehandalan (*reliability*). Lima dimensi tersebut merupakan faktor penunjang pencapaian jangka Panjang untuk perusahaan dan juga untuk mempertahankan kepuasan wisatawan (Parasuraman et al., 1985).

Aditya Ahmad Alghifary, 2023

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI DAGO DREAMPARK KABUPATEN BANDUNG BARAT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Hermawan, Brahmanto, & Hamzah (2018) mengatakan dalam usaha jasa pariwisata, pelayanan menjadi dasar dan motivasi utama untuk menjalankan sebuah usaha. Semangat melayani dengan berorientasikan terhadap pengutamakan kebutuhan pelanggan harus dimiliki oleh seluruh staff tanpa terkecuali, dari mulai top manager hingga staff operasional sesuai porsi dan uraian tugas masing-masing. Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2013) mengatakan bahwa kualitas pelayanan adalah perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka dapatkan. Dengan memberikan pelayanan yang baik serta sesuai dengan apa yang diharapkan oleh wisatawan, hal itu dapat memberikan keuntungan bagi penyedia jasa pariwisata yaitu terbentuknya rasa ingin berkunjung kembali pada wisatawan, wisatawan dapat dengan mudah dan sukarela merekomendasikan serta menceritakan pengalaman mereka mengenai layanan yang mereka dapatkan kepada keluarga, teman atau saudara. Wicaksono dalam Prasetyo (2009) mengatakan bahwa setelah mendapatkan pengalaman yang menghasilkan perasaan puas atau tidak dari barang atau jasa yang mereka dapatkan, maka preferensi untuk merekomendasikan akan terbentuk.

Berdasarkan data dan penjelasan yang dipaparkan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa bahwa wisatawan yang telah mengunjungi Kawasan wisata Dago Dreampark memberikan penilaian yang kurang baik untuk aspek kualitas pelayanan dan juga kualitas produk yang terdiri dari beberapa aspek dimensi kualitas pelayanan. Faktor pelayanan bisa menjadi salah satu faktor utama yang menjadi sebab dalam kasus penurunan jumlah kunjungan wisatawan seperti data yang telah disajikan di atas, dan dapat secara langsung mempengaruhi jumlah pendapatan kawasan wisata Dago Dreampark. Wisatawan yang merasa puas serta memiliki pengalaman yang menyenangkan merupakan modal dasar kawasan wisata Dago Dreampark dalam mendapatkan perasaan loyal dari wisatawan yang berkunjung. Ada lima faktor penentu dalam kualitas pelayanan menurut Valerie Zeithaml, Leonard Berry, dan A. Parasuraman yaitu *tangible*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *reliability*. Parasuraman et al., (1985).

Selain dari kualitas pelayanan, salah satu hal yang menjadi faktor sekaligus yang mempengaruhi kepuasan wisatawan adalah kualitas produk. Kotler and Armstrong (2012:283) mengatakan bahwa kualitas produk adalah “*the ability of a*

product to perform its functions, it includes the product's overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes” yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Permasalahan yang terjadi dalam penurunan wisatawan pun bisa disebabkan melalui ketidakpuasan wisatawan terhadap kualitas produk wisata yang ditawarkan sehingga tingkat kepuasan wisatawan dapat menurun.

Sebuah kualitas pelayanan yang terpaut pada kelima dimensi kualitas pelayanan dan juga kualitas produk merupakan beberapa faktor penentu bagi kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan. Kualitas yang baik maka peningkatan keuntungan pun dapat meningkat seiring dengan berjalannya waktu. Berdasarkan beberapa data di atas mengenai penurunan jumlah kunjungan wisatawan dan tabel ulasan dari wisatawan, ulasan-ulasan tersebut menjelaskan bahwa penilaian buruk yang diberikan selalu tertuju pada kualitas pelayanan dan terhadap produk yang mereka terima dari Kawasan Wisata Dago Dreampark. Kedua faktor ini yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk harus diperhatikan secara seimbang karena adanya hubungan yang saling mendukung untuk mendapatkan kepuasan wisatawan. Untuk menganalisis adakah pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan wisatawan di kawasan tersebut, bagaimana kualitas pelayanan dan kualitas produk serta bagaimana kepuasan wisatawan di Kawasan Wisata Dago Dreampark, maka dilakukan suatu penelitian yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI DAGO DREAMPARK KABUPATEN BANDUNG BARAT”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah diuraikan, maka penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan di kawasan wisata Dago Dreampark Kabupaten Bandung Barat?
2. Bagaimana kualitas produk wisata di kawasan wisata Dago Dreampark Kabupaten Bandung Barat?

Aditya Ahmad Alghifary, 2023

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI DAGO DREAMPARK KABUPATEN BANDUNG BARAT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3. Bagaimana kepuasan wisatawan terhadap kawasan wisata Dago Dreampark Kabupaten Bandung Barat?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di kawasan wisata Dago Dreampark Kabupaten Bandung Barat?
5. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan wisatawan di kawasan wisata Dago Dreampark Kabupaten Bandung Barat?
6. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan wisatawan di kawasan wisata Dago Dreampark Kabupaten Bandung Barat?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditulis, maka tujuan dari dilakukannya penelitian adalah sebagai berikut;

1. Mengetahui kualitas pelayanan di kawasan wisata Dago Dreampark Kabupaten Bandung Barat.
2. Mengetahui kualitas produk di kawasan wisata Dago Dreampark Kabupaten Bandung Barat.
3. Mengetahui kepuasan wisatawan terhadap kawasan wisata Dago Dreampark Kabupaten Bandung Barat.
4. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di kawasan wisata Dago Dreampark Kabupaten Bandung Barat.
5. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan wisatawan di kawasan wisata Dago Dreampark Kabupaten Bandung Barat.
6. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan wisatawan di kawasan wisata Dago Dreampark Kabupaten Bandung Barat.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan sektor pariwisata, khususnya pada kontribusi teoritis mengenai pengaruh kualitas pelayanan (*Service Quality*) dan kualitas produk sebuah Kawasan wisata, juga mengenai indikator kepuasan wisatawan dalam melakukan sebuah perjalanan wisata.

Aditya Ahmad Alghifary, 2023

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI DAGO DREAMPARK KABUPATEN BANDUNG BARAT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi pembaca

Hasil penelitian ini semoga dapat memberikan pengetahuan juga wawasan serta informasi bagi pembaca mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan wisatawan terkhusus di Kawasan wisata Dago Dreampark Kabupaten Bandung Barat.

b. Bagi Pengelola

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan serta pemberi informasi bagi pengelola Kawasan wisata Dago Dreampark mengenai kualitas pelayanan dan kualitas produk seperti apa yang diharapkan wisatawan dan dampaknya terhadap kepuasan wisatawan jika pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan yang diharapkan.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam sebuah penelitian, tentunya diperlukan sistem penulisan sebagai upaya untuk memudahkan pembaca dan penulis mendapatkan pemahaman dan pengetahuan terhadap isi yang ada di dalam penelitian. Penelitian ini mengacu pada Pedoman Karya Tulis Ilmiah Universitas Pendidikan Indonesia tahun 2019. Sistematika penulisan untuk menyelesaikan penelitian ini meliputi:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : Kajian Pustaka

Bab ini berisi mengenai teori-teori yang melandasi berjalannya penelitian ini yaitu mengenai kualitas pelayanan (*service quality*), kualitas produk, kepuasan wisatawan dan hubungan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan wisatawan. Selain itu, dalam bab ini juga terdapat penelitian terdahulu serta kerangka pemikiran.

BAB III : Metodologi Penelitian

Bab ini berisikan tentang metode penelitian yang digunakan, teknik pengambilan populasi dan sampel yang dilakukan dalam penelitian, mengidentifikasi variabel-variabel yang ada dalam penelitian, definisi variabel beserta pengukurannya dan teknik analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian

Bab ini berisikan data hasil penelitian yang dilakukan, terdiri dari kualitas pelayanan (*service quality*), kualitas produk dan kepuasan wisatawan, juga mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di sebuah Kawasan Wisata.

BAB V : Penutup

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya.