

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PENGUNJUNG DI OBJEK WISATA RIAU FANTASI LABERSA WATER
& THEMEPARK**

**Alditia Detmuliati, Syofia Achnes, Ari Kresnaputra Agus
Aldi.tia83@yahoo.com, Hp: 085767534111
Program Studi Usaha Perjalanan Wisata FISIP
Universitas Riau,
Kampus Bina Widya Km.12,5 Simpang Baru Panam,
Pekanbaru 28293, Telp/Fax (0761) 63277**

ABSTRACT

This research has been performed to find the influence of the service quality to the guest satisfaction at Riau Fantasi Labersa Water & Themepark. On this research, the service quality was measured on Servqual tangibles (x.1), emphaty (x.2), reliability (x.3), responsiveness (x.4) and assurance (x.5).

The research provided 140 respondents with accidental sampling as the sampling technique. The multiple linear regression was used as the analysis methods to obtain the test result of F, the test result of T and R^2 was prepared by SPSS 16.00 program.

The result of this research signify that simultaneously the service quality gave significant influence to the guest satisfaction. In partial, tangibles variable (x.1), reliability (x.3) and responsiveness (x.4) gave insignificant influence to the service quality. Emphaty variable (x.2) and assurance (x.5) gave significant influence to the service quality.

Keywords : Service Quality, Guest Satisfaction, SPSS

1. PENDAHULUAN

Perkembangan sektor pariwisata Indonesia saat ini mulai tumbuh kembali, setelah sekian lama bangsa Indonesia diguncang krisis yang berkepanjangan. Pemerintah menyadari bahwa Indonesia mempunyai begitu banyak potensi daya tarik wisata yang dapat dijual untuk menambah devisa negara. Potensi tersebut meliputi: panorama alam, keanekaragaman budaya, adat istiadat, serta keramahtamahan penduduk Indonesia.

Dijelaskan Pariwisata menurut UU No.10 Tahun 2009 adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Sedangkan menurut Subadra (2006), pariwisata merupakan industry perdagangan jasa yang memiliki mekanisme pengaturan yang kompleks karena mencakup pengaturan pergerakan wisatawan dari negara asalnya, di daerah tujuan wisata hingga kembali ke negara asalnya yang melibatkan berbagai hal seperti transportasi, penginapan, restoran, pemandu wisata dan lain-lain. Oleh sebab itu industry pariwisata memegang peranan yang sangat penting dalam mengembangkan pariwisata.

Untuk memenuhi kepuasan konsumen pada industry jasa, kualitas pelayanan sangat penting dikelola perusahaan dengan baik. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen (Kotler, 1994). Hal ini berarti bahwa citra kualitas

yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak penyedia jasa melainkan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa.

Dalam artikelnya *The New Soul and Structure of The Post Management Corporation*, Ricard Koch dan Ian Godden dalam Soetjipto (1997) memperkirakan pada masa yang akan datang para pelanggan akan semakin memegang peran kunci keberhasilan perusahaan. Ini memaksa perusahaan-perusahaan untuk lebih berorientasi eksternal dengan cara memberikan pelayanan dengan mutu sebaik mungkin kepada para pelanggan mereka. Hasil penelitian Pilar (2000) menyimpulkan bila konsumen yang merasa puas dapat mempengaruhi satu saja teman atau rekannya mengenai kehebatan suatu produk atau jasa yang ditawarkan suatu perusahaan dan akhirnya mendatangkan seorang konsumen atau pelanggan baru, maka nilai konsumen atau pelanggan yang pertama itu menjadi bertambah dua kali lipat. Ini yang kadang tidak disadari oleh banyak pemasar atau perusahaan. Umumnya masih acuh bagaimana memelihara konsumen atau pelanggan. Mengutip analisis Elu (1997), pembelian ulang dan pelanggan-pelanggan yang loyal merupakan factor utama yang menentukan profitabilitas perusahaan. Pelanggan yang loyal tercipta dari kepuasan akan pelayanan yang mereka peroleh yang selanjutnya tanpa ada paksaan akan kembali untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk yang sama dan

pelayanan yang sama atau lebih baik dari yang pertama.

Pelayanan yang bertujuan memperoleh kepuasan pelanggan bukanlah suatu yang mudah dilakukan. Sering didapati masalah-masalah dalam pengelolaan pelayanan perusahaan dan ketidakberhasilan memuaskan sebagian pelanggan mereka. Seperti pernyataan Budi (1997), masalah atau persoalan yang biasa dihadapi baik oleh perusahaan maupun pelanggan berkaitan dengan mutu layanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya dalam sistem pelayanan yang birokratis, berbelit-belit, dan tidak jelas. Kedua, sumber daya manusia perusahaan yang masih belum menyadari arti pentingnya pelanggan bagi keberhasilan perusahaan, pengetahuan dan kemampuan yang kurang, sikap dan perilaku yang belum baik.

Riau Fantasi Labersa Water & Themepark (dalam pembahasan selanjutnya disingkat dengan Riau Fantasi) merupakan tempat wisata pertama dan terbesar awalnya di Riau khususnya Pekanbaru sekitar. Berlokasi di Siak Hulu Kabupaten Kampar tepat berbatasan dengan kota Pekanbaru yang menawarkan berbagai macam wahana memacu adrenalin dengan teknologi yang canggih dan modern. Hadirnya Riau Fantasi ini dalam kurun waktu 4 tahun terakhir telah menarik perhatian masyarakat Riau dan sekitar untuk mengunjungi dan menikmati fasilitas serta pelayanan yang ditawarkan di Riau Fantasi.

Pengelola Riau Fantasi menyadari perusahaan yang dikelola bergerak dalam bidang jasa harus mampu melaksanakan kegiatan pemasaran secara aktif dalam menarik konsumen melalui pelayanan. Perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan keinginan pengunjung untuk memenuhi kebutuhannya. Apabila keinginan pengunjung telah terpenuhi, pelayanan yang diberikan kepada pengunjung akan menjadi suatu usaha yang berhasil karena perusahaan telah memiliki keunggulan dalam bersaing.

Dengan usia dalam katagori muda, Riau Fantasi menjadi salah satu tujuan wisata wisatawan di Riau. Hal ini tercatat dalam pencatatan penjualan tiket masuk di Riau Fantasi dimana jumlah pengunjung selalu meningkat. Daftar kunjungan 4 tahun terakhir dapat dilihat pada table 1.2

Tabel 1.2 Jumlah Pengunjung Riau Fantasi 2010-2013

No.	Tahun	Jumlah
1	2010	37.107
2	2011	98.864
3	2012	140.706
4	2013	192.857
Total		496.534

Sumber : Riau Fantasi 2014

Kenaikan jumlah pengunjung dari tahun pertama dioperasikan hingga tahun 2013 cukup memuaskan bagi perusahaan. Kenaikan rata-rata setiap tahun selalu diatas 40% dari tahun sebelumnya. Namun jumlah kunjungan yang selalu meningkat bukanlah satu-satunya indikator

pembuktian bahwa perusahaan tersebut telah memberikan kepuasan bagi pengunjung melalui pelayanan yang berkualitas.

Peneliti Mela Purnama Sari dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Naifah Tours Pekanbaru” telah membuktikan bahwa PT. Naifah Duta Utama Tour & Travel berhasil mempertahankan pelanggannya dengan tingkat penjualan yang terus menanjak tinggi yang disebabkan oleh puasanya pelanggan diperusahaan tersebut.

Beranjak dari pembuktian penelitian di lokasi yang berbeda, peneliti merasa ingin tahu seberapa besar kepuasan yang dirasakan pengunjung dilihat dari segi pelayanan yang diberikan perusahaan.

Menyadari pentingnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung dalam mengukur kepuasan pengunjung dan mempertahankan serta meningkatkan jumlah kunjungan yang ada di Riau Fantasi maka akan diadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Riau Fantasi Labersa Water & Themepark”**.

1.2 Tinjauan Teori

Lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2007:133) berdasarkan urutan tingkat kepentingan relatifnya, yaitu :

1. Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, peralatan, dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik, dan terawat.

Pengukurannya meliputi :

- a) Pernyataan tentang penilaian yang modern dan memadai
 - b) Pernyataan mengenai fasilitas fisik yang bagus, bersih, dan memadai
 - c) Pernyataan tentang fasilitas fisik yang menunjang kegiatan bisnis
 - d) Pernyataan tentang karyawan yang rapi dan sopan
2. Empati (*empathy*), yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan.

Pengukurannya meliputi :

- a) Pernyataan tentang pelayanan kepada konsumen secara individual
 - b) Pernyataan tentang perhatian karyawan secara pribadi kepada konsumen
 - c) Pernyataan tentang penyediaan karyawan yang dapat bertindak sebagai penasehat pribadi
 - d) Pernyataan tentang pemahaman kebutuhan konsumen
 - e) Pernyataan tentang mengutamakan kepentingan konsumen
3. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai yang dijanjikan, terpercaya, akurat, dan konsisten.

Pengukurannya meliputi :

- a) Pernyataan tentang ketepatan jasa yang diberikan

- b) Pernyataan tentang ketepatan waktu pelayanan
 - c) Pernyataan tentang kesungguhan dalam melayani konsumen
 - d) Pernyataan tentang dapat dipercaya atau tidaknya dalam melayani konsumen.
- 4). Responsivitas atau daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen.
Pengukurannya meliputi :
- a) Pernyataan mengenai kecepatan pelayanan
 - b) Pernyataan tentang ketepatan pelayanan
 - c) Pernyataan tentang sikap untuk membantu konsumen
 - d) Pernyataan tentang penyediaan waktu untuk melayani konsumen
- 5). Jaminan (*assurance*), yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen
Pengukurannya meliputi :
- a) Pernyataan tentang pengetahuan yang dimiliki karyawan
 - b) Pernyataan tentang perasaan nyaman konsumen jika berhubungan dengan karyawan
 - c) Pernyataan tentang sikap sopan karyawan terhadap konsumen
 - d) Pernyataan tentang kualitas pekerjaan karyawan.
- Dimensi kualitas yang dikemukakan oleh Zeithaml, Berry

dan Parasuraman tersebut berpengaruh pada harapan pengunjung dan kenyataan yang mereka terima. Jika kenyataannya pengunjung menerima pelayanannya berkualitas dan jika kenyataannya pengunjung menerima pelayanan kurang atau sama dari harapannya, maka pengunjung akan mengatakan pelayanannya tidak berkualitas atau tidak memuaskan.

1.3 Masalah Penelitian

Adapun identifikasi masalah yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan pengunjung terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan di Riau Fantasi?
2. Bagaimana tingkat kepuasan yang didapatkan di Riau Fantasi?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Riau Fantasi?

1.4. Tujuan dan Manfaat Masalah

1.4.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tanggapan pengunjung terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan di Riau Fantasi.
2. Untuk mengetahui tanggapan pengunjung terhadap kepuasan yang didapatkan di Riau Fantasi.

3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pengunjung di Riau Fantasi.

1.4.2. Manfaat Penelitian

1. Dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis tentang analisis tingkat kualitas pelayanan jasa dan pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung di Riau Fantasi.
2. Bagi pengelola, diharapkan penelitian dapat memberikan informasi kepuasan pengunjung atas pelayanan yang diberikan dan memberikan sumbangan pemikiran dalam peningkatan pelayanan di Riau Fantasi.
3. Menjadi informasi bagi masyarakat luas terutama peneliti yang tertarik dengan topik yang sama di masa yang akan datang.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Desain Penelitian

Peneliti menggunakan bentuk design yang pertama yaitu *Desain Ex Post Facto*. Adapun sub *Desain Ex post Facto* adalah :

a. Studi Lapangan:

Studi lapangan merupakan desain penelitian yang mengkombinasikan antara pencarian literature (*Literature Study*), survei berdasarkan pengalaman dan/atau studi kasus dimana peneliti berusaha mengidentifikasi variabel-variabel penting dan hubungan antar variabel tersebut dalam suatu situasi permasalahan tertentu. Studi lapangan umumnya digunakan sebagai sarana penelitian lebih lanjut dan mendalam.

b. Survei

Desain survei tergantung pada penggunaan jenis kuesioner. Survei memerlukan populasi yang besar jika peneliti menginginkan hasilnya mencerminkan kondisi nyata. Semakin sampelnya besar, survei semakin memberikan hasil yang lebih akurat. Dengan survei seorang peneliti dapat mengungkap masalah yang banyak, meski hanya sebatas dipermukaan. Sekalipun demikian, survei bermanfaat jika peneliti menginginkan informasi yang banyak dan beraneka ragam. Metode survei sangat populer karena banyak digunakan dalam penelitian bisnis. Keunggulan survei yang lain ialah mudah melaksanakan dan dapat dilakukan secara cepat.

Sebelum memulai dengan desain spesifik *Ex Post facto* maka perlu dibuat sistem notasi yang digunakan terlebih dahulu.

Sistem notasi tersebut adalah sebagai berikut:

X : Digunakan untuk mewakili pemaparan (*exposure*) suatu kelompok yang diuji terhadap suatu perlakuan eksperimental pada variabel bebas yang kemudian efek pada variabel tergantungnya akan diukur.

Y : Menunjukkan adanya suatu pengukuran atau observasi terhadap variabel tergantung (terikat) yang sedang diteliti pada individu, kelompok atau obyek tertentu.

R : Menunjukkan bahwa individu atau kelompok telah dipilih dan ditentukan secara random untuk tujuan-tujuan studi, atau jumlah responden yang dijadikan sampel penelitian

2.2 Teknik Pengambilan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang didapat langsung dari sumber pertama. Pengumpulan data ini dilakukan dengan cara:

1. Metode Observasi
2. Metode Wawancara Tertulis
3. Studi Kepustakaan dan Studi Dokumentasi

2.3 Teknik Analisis Data

Berdasarkan tujuan penelitian, maka penulis menggunakan teknik analisis data sebagai berikut :

2.3.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang didasarkan pada data yang diperoleh dari para responden dan dinyatakan dalam bentuk tabulasi data dengan menggunakan tabel distribusi frekuensi. Dalam penelitian ini analisis berdasarkan uraian hasil jawaban dari kuesioner yang telah disebarkan kepada pengunjung yang telah menggunakan pelayanan jasa di Riau Fantasi.

2.3.2 Analisis Statistik

Analisis Statistik adalah analisis dengan menggunakan pendekatan atau rumus statistik. Dalam penelitian ini analisis statistik digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan atau tidak dari variabel *tangible* (X_1), *emphaty* (X_2), *reliability* (X_3), *responsiveness* (X_4), dan *assurance* (X_5).

Analisis statistik yang digunakan meliputi analisis regresi berganda, analisis secara simultan (uji- F), analisis secara parsial (uji- t) dan analisis koefisien determinasi berganda.

2.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Data kuesioner diuji dengan menggunakan metode statistik regresi linier berganda melalui uji statistik deskriptif, Uji- F dan Uji- t.

2.3.4 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan pengujian statistic yaitu uji-F dan uji-t. Akan tetapi sebelum akan dilakukan pengujian terhadap

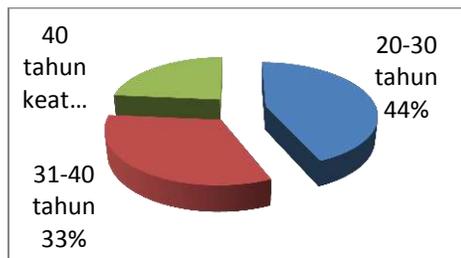
pelanggaran asumsi klasik agar model regresi yang dihasilkan dengan metode kuadrat terkecil (OLS) merupakan model regresi yang menghasilkan estimator yang tidak bias yang terbaik (BLUE).

2.3.5 Interpretasi Koefisien Nilai R dan R²

3. HASIL PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Responden,

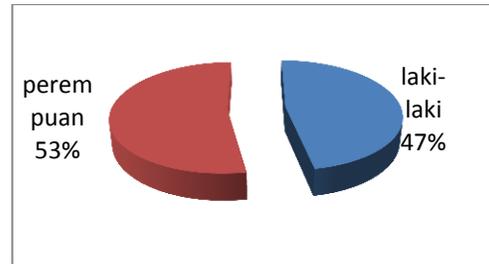
a. Distribusi Responden Berdasarkan Usia



Sumber : Pengolahan Data Primer, 2014

Berdasarkan gambar 4.1, dapat diketahui bahwa responden yang dijadikan sampel penelitian ini didominasi oleh usia 20 – 30 tahun sebanyak 61 responden dengan persentase sebesar 43.6%. Disusul dengan usia 31-40 tahun dan terakhir diusia 40 tahun keatas. Tingginya persentase pada katagori usia 20 -30 tahun diduga karena atraksi yang ditawarkan lebih diminati oleh usia tersebut dan memacu adrenalin.

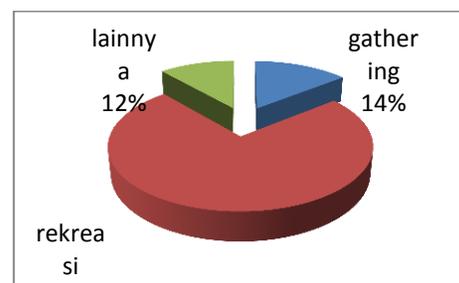
b. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber : Pengolahan Data Primer, 2014

Berdasarkan gambar 4.2 dapat diketahui bahwa responden yang dijadikan sampel tidak berbeda jauh jumlahnya antara responden laki-laki dan perempuan. Dengan persentasi perempuan sebesar 53% dan disusul laki-laki dengan 47%. Hal ini disebabkan banyaknya pasangan suami istri yang datang membawa anak-anak mereka berekreasi di Riau Fantasi.

c. Distribusi Responden Berdasarkan Motivasi Kunjungan

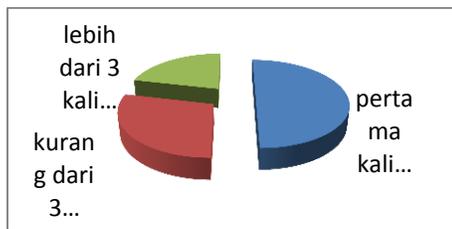


Sumber : Pengolahan Data Primer, 2014

Berdasarkan gambar 4.3 diatas jumlah responden yang mendominasi menjadi sampel dalam penelitian ini adalah responden dengan motivasi kunjungan untuk

rekreasi sebesar 74%. Besarnya kunjungan dengan motivasi rekreasi telah menandakan bahwa Riau Fantasi menjadi tujuan utama untuk berekreasi bagi pengunjung. Disusul dengan motivasi kunjungan untuk gathering sebesar 14% dikarenakan bagian marketing juga memberikan paket gathering bagi perusahaan atau instansi yang ingin melakukan kegiatan. Dan 12% pengunjung datang ke Riau Fantasi tidak untuk liburan, rekreasi ataupun gathering.

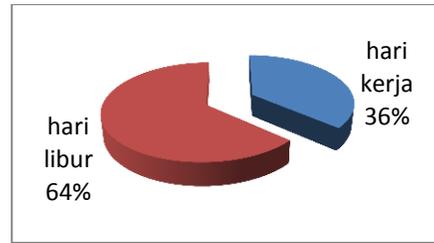
d. Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan



Sumber : Pengolahan Data Primer

Berdasarkan gambar 4.4 dapat diketahui bahwa 50% dengan kunjungan pertama kali. 29% responden sudah pernah melakukan kunjungan sebelumnya dan 21% responden sudah berkali-kali melakukan kunjungan ke Riau Fantasi dengan jumlah kunjungan lebih 3 kali. Melihat frekuensi kunjungan dapat disimpulkan masih banyaknya masyarakat yang belum pernah mengunjungi Riau Fantasi dan sebagian pengunjung yang telah pernah berkunjung memutuskan kembali untuk kunjungan selanjutnya yang didasari oleh factor-faktor yang tidak diidentifikasi.

e. Distribusi Responden Berdasarkan Waktu Kunjungan



Sumber : Pengolahan Data Primer, 2014

Berdasarkan gambar 4.5 maka dapat diketahui bahwa responden terbanyak terdapat dihari libur dengan persentase sebesar 64% dan sisanya dihari kerja. Dengan mudahnya menemukan responden dihari libur menggambarkan bahwa pengunjung lebih banyak dihari libur. Hal ini disebabkan untuk menikmati keseluruhan atraksi yang disediakan di Riau Fantasi dibutuhkan banyak waktu sehingga banyaknya pengunjung memutuskan untuk mengunjungi dihari libur.

3.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel

No.	Indicator	Total Skor	Katagori	Persentase
1.	Tangible (x_1)	2035	Baik	72.7%
2.	Emphaty (x_2)	2417	Baik	69%
3.	Reliability (x_3)	1928	Baik	68.8%
4.	Responsiveness (x_4)	1920	Baik	68.5%
5.	Assurance (x_5)	1943	Baik	69.4%
6.	Kepuasan Pengunjung (Y)	2386	Baik	68.1%

Sumber : Pengolahan Data Primer 2014

3.3. Analisis Regresi linear Berganda

$$Y = 0.101 - 0.002 x_1 + 0.171 x_2 + 0.33 x_3 + 0.18 x_4 + 0.905 x_5 + e$$

Dimana pada persamaan linear diatas dijelaskan bahwa :

1. Nilai konstanta $b_0 = 0.101$. Dengan nilai konstanta sebesar 0.101 maka kepuasan pengunjung di Riau Fantasi akan bertambah sebesar 0.101 apabila tangibles, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* sama dengan nol.
2. Nilai koefisien $b_1 = -0.002$. Nilai b_1 untuk variabel tangibles sebesar -0.002 (arah negatif) artinya jika tangibles meningkat satu satuan, maka kepuasan pengunjung akan berkurang 0.002 dengan asumsi variabel yang lain tetap.
3. Nilai b_2 untuk variabel *emphaty* sebesar 0.171 (arah positif) artinya jika *emphaty* meningkat satu satuan, maka kepuasan pengunjung akan bertambah 0.171 dengan asumsi variabel yang lain tetap.
4. Nilai b_3 untuk variabel *reliability* sebesar 0.33 (arah positif) artinya jika *reliability* meningkat satu satuan, maka kepuasan pengunjung akan bertambah 0.33 dengan asumsi variabel yang lain tetap.

5. Nilai b_4 untuk variabel *responsiveness* sebesar 0.18 (arah positif) artinya jika *responsiveness* meningkat satu satuan, maka kepuasan pengunjung akan bertambah 0.18 dengan asumsi variabel yang lain tetap.
6. Nilai b_5 untuk variabel *assurance* sebesar 0.905 (arah positif) artinya jika *assurance* meningkat satu satuan, maka kepuasan pengunjung akan bertambah 0.905 dengan asumsi variabel yang lain tetap.

3.4. Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan secara komprehensif terhadap variabel terikat dengan nilai R^2 berada diantara 0 – 1. Semakin mendekati angka 1 maka semakin besar kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat.

Dari hasil pengolahan data pada lampiran didapatkan besarnya R^2 adalah 0.727, hal ini menjelaskan bahwa 72.7 % kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh *Tangibles*, *Emphaty*, *Reliability*, *Responsiveness* dan *Assurance*. Sedangkan sisanya 27.3% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

3.5. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (x_1, x_2, x_3, x_4, x_5) secara simultan terhadap variabel bebas (Y). Hasil pengolahan data pada lampiran, didapatkan hasil bahwa nilai F adalah 71.482. Dan nilai Sig. adalah 0.000^a. Dikarenakan nilai Sig. 0.000^a jauh lebih kecil dari $\alpha = 0.05$ maka terima H_a (variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung di Riau Fantasi)

3.6. Uji T

Uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Jika nilai Sig. di tabel < 0.05 maka variabel tersebut berpengaruh secara signifikan. Berdasarkan pengolahan data uji T pada lampiran didapatkan hasil berikut ini :

1. Nilai Sig. x_1 pada tabel pengolahan data adalah 0.985^a. Berarti variabel tangibles(x_1) berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel Kepuasan pengunjung (Y) pada $\alpha = 0.05$. maka H_0 diterima.
2. Nilai Sig. x_2 pada tabel pengolahan data adalah 0.043^a. Berarti variabel emphaty(x_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan pengunjung (Y) pada $\alpha = 0.05$. maka H_a diterima.
3. Nilai Sig. x_3 pada tabel pengolahan data adalah 0.734^a.

Berarti variabel reliability(x_3) berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel Kepuasan pengunjung (Y) pada $\alpha = 0.05$. maka H_0 diterima.

4. Nilai Sig. x_4 pada tabel pengolahan data adalah 0.872^a. Berarti variabel responsiveness(x_4) berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel Kepuasan pengunjung (Y) pada $\alpha = 0.05$. maka H_0 diterima.
5. Nilai Sig. x_5 pada tabel pengolahan data adalah 0.000^a. Berarti variabel assurance(x_5) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan pengunjung (Y) pada $\alpha = 0.05$. maka H_a diterima.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisis, maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal diantaranya :

1. Pada variabel kualitas pelayanan, responden memberikan tanggapan sebagai berikut :
 - a. Tangible(x_1) terletak pada katagori baik dengan persentase sebesar 72.7%.
 - b. Emphaty (x_2) terletak pada katagori baik dengan persentase 69.%.
 - c. Reliability(x_3) terletak pada katagori baik dengan persentase 68.8%.

- d. Responsiveness (x_4) terletak pada katagori baik dengan persentase 68.5%.
- e. Assurance (x_5) terletak pada katagori baik dengan persentase 69.4 %.
2. Pada variabel kepuasan pengunjung responden memberikan tanggapan baik dengan persentase sebesar 68.1%.
 3. Didapatkan persamaan linear

$$Y = 0.101 - 0.002 x_1 + 0.171 x_2 + 0.33 x_3 + 0.18 x_4 + 0.905 x_5 + e$$
 4. Nilai $R = 0.853^a$ maka disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang sangat kuat kearah positif antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pengunjung di Riau Fantasi.
 5. R Square (R^2) adalah 0.727, hal ini menjelaskan bahwa 72.7 % kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh *Tangibles*, *Emphaty*, *Reliability*, *Responsiveness* dan *Assurance*. Sedangkan sisanya 27.3% dipengaruhi oleh faktor lainnya.
 6. Telah lulus uji asumsi klasik dengan menggunakan empat pengujian yaitu : uji multikolinearitas, uji autokorelasi,

heteroskedastisitas dan uji normalitas.

7. Dalam pengujian secara simultan (uji F) variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung. Karena nilai Sig. 0.000^a jauh lebih kecil dari $\alpha = 0.05$. Maka H_a diterima.
8. Pada pengujian secara parsial (uji T) , *tangibles* (x_1), *reliability* (x_3) dan *responsiveness* (x_4) mendapatkan nilai sig diatas $\alpha = 0.05$ sehingga berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan pengunjung). Maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Emphaty (x_2) dan *assurance* (x_5) mendapatkan nilai sig dibawah $\alpha = 0.05$ sehingga berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan pengunjung). maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

5.2 Saran

Berlandaskan kesimpulan yang telah dikemukakan oleh peneliti, maka peneliti mengemukakan beberapa saran diantaranya :

1. Dari 5 variabel kualitas pelayanan (*Tangibles*, *Emphaty*, *Reliability*, *Responsiveness* dan *Assurance*) Riau Fantasi didapatkan pengaruh *tangibles* searah negative dimana artinya jika

- tangibles meningkat maka kepuasan pengunjung akan meningkat. Untuk menyelesaikan masalah ini dapat dilakukan tinjauan ulang oleh pengelola terhadap variabel tersebut agar mendapatkan nilai searah positif.
2. Hasil akhir dari tanggapan responden terhadap variabel kepuasan pengunjung memberikan tanggapan kurang setuju terhadap pernyataan bahwa harga yang dibayarkan sesuai dengan pelayanan yang didapatkan dan kurang setuju dengan pernyataan bahwa dengan adanya biaya tambahan tidak mengurangi kepuasan pengunjung. Untuk menyelesaikan masalah ini pengelola sebaiknya melakukan upaya peningkatan pelayanan dan memahami harapan pengunjung sebelum mengunjungi Riau Fantasi dan tidak mengenakan biaya tambahan kepada pengunjung seperti dalam locker, pelampung.
 3. Secara keseluruhan dihasil akhir responden memberikan tanggapan baik hanya pada *tangible*(x_1) dan *Emphaty* (x_2), *Reliability*(x_3), *Responsiveness*(x_4) dan *Assurance*(x_5) pada kategori tidak baik.
- Berdasarkan hal ini peneliti menyarankan agar kembali mengevaluasi pelayanan yang diberikan.
4. Responden memberikan tanggapan tidak baik pada factor-faktor yang menjadi pertimbangan kepuasan pegunjung sehingga disarankan pengelola dapat memberikan kebijakan baru agar dapat meningkatkan kepuasan pengunjung.
 5. Dikarenakan variabel kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pengunjung sebesar 72.7% diharapkannya adanya penelitian kembali untuk mencari tahu sisa 27.3% kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh factor-faktor apa saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. 2001. *Realibilitas dan validitas SPSS*. Yogyakarta, Pustaka Pelajar.
- David, L. London and Albert, J, Dellabitta. 1979. *Consumer Behavior, Concept and Applications*. Edisi Pertama. New York, McGraw-Hill Series in Marketing.
- Engel, James F, Blackwell, Roger D, and Miniard, Paul W. 1994. *Perilaku Konsumen*. Terjemahan Budiyanto. Jakarta, Binarupa Aksara.

- Gaspersz, Vincent. 2002. *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa* Jakarta, Gramedia.
- Hartono. 2005. *SPSS. Analisis Data dan Penelitian dengan Komputer*. Edisi pertama. Yogyakarta, Penerbit Aditya Media bekerjasama dengan LSFK3P.
- Kotler, Philip. 1980. *Marketing Management. Analysis, Planning, and Control*. Edisi Ke empat. London, Prentice-Hall, inc.
- Kuncoro, Mudrajad. 2001. *Metodde Kuantitatif, Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta, UPP AMP YKPN.
- Mulyono, Sri. 2006. *Statistika Untuk Ekonomi & Bisnis*. Edisi Ketiga, Jakarta, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Narimawari, Umi 2008, *teknik-teknik analisis multi varian*. Cetakan Pertama, Graha Ilmu.
- Parasuraman, et.al, 1985, *Pelayanan Pelanggan yang Sempurna*, Yogyakarta, Kunci Ilmu.
- Priyatno, Dwi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product and Service Solution), Untuk Analisis Data & Uji Statistik*. Edisi Pertama. Yogyakarta, Penerbit Mediakom.
- Purnama, Nursya'bani. 2006. *Manajemen Kualitas Prospektif Global*. Edisi Pertama, Cetakan Pertama. Yogyakarta, Penerbit Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII.
- Radiosunu. 2001. *Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Analisis*. Yogyakarta, BPFEE.
- Riduwan dan Akdon. 2007. *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Bandung, Alfabeta.
- Santoso, Singgih. 2000. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Sari, Mela Purnama. 2013. *Pengaruh kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Naifah Tour dan Travel*. Pekanbaru. Universitas Riau
- Sinamora, B, 2004. *Riset Pemasaran: Falsafah, Teori, dan Aplikasi*. Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.
- Singaribun, Masri editor Effendi, Sofian, 1987. *Metode Penelitian Survai*. Yogyakarta, PT. Midas Surya Grafindo.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, Alfabeta.
- Supranto, J, 1984. *Metode Ramalan Kuantitatif Untuk Perencana*, Edisi kedua, Jakarta, PT Gramedia.
- Swastha, Basu DH dan T Hani Handoko, 2001. *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta, BPFEE.
- Swastha, Basu dan Irawan. 1981. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Pertama. Yogyakarta, Lembaga Manajemen AMP YKPN.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta. Penerbit Andi.

- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management*. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa.Jatim*. Bayumedia Publishing.
- , 1996. *Kiat Menangani Keluhan Pelanggan, Business News, Ruang Strategi Usaha No. 317* (10 April), Th VII, pp. 1-4.
- Umar, Husein. 2000. *Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka. wahana Komputer Semarang. 2000. *10 Model Penelitian dan Pengolahannya dengan SPSS 10.01*. Yogyakarta, Penerbit Andi.
- Winardi. 1991. *Marketing dan Prilaku Konsumen*. Bandung, Mandar Maju.
- Zeithaml, Valarie A. and Mary Jo Bitner. 1996. *Service Marketing*. New York, The McGraw-Hill Companies, Inc.
- , 1990. *Delivering Quality Service*. New York. The Free Press.
- Zulian Yamit. (2005). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Jakarta, Ekonisia.