

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PEMANDIAN AIR PANAS KRAKAL

Nauval Afgani

Manajemen STIE Putra Bangsa
Email: nauvalafgani@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada obyek wisata pemandian air panas krakal. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 responden pada pengunjung yang baru pertama kali mengunjungi obyek wisata pemandian air panas Krakal. Alat analisis data menggunakan bantuan program aplikasi komputer yaitu *SPSS for windows version 23* yang meliputi Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Berganda serta Uji Hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel valid dan reliabel, tidak terdapat multikolinieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas dan model memenuhi asumsi normalitas. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel *tangibles* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung PAP Krakal, variabel *Reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung PAP Krakal, variabel *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung PAP Krakal, variabel *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung PAP Krakal, variabel *Empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung PAP Krakal, serta kelima variabel juga berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pengunjung PAP Krakal.

Kata Kunci: kualitas pelayanan *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy* dan kepuasan pengunjung PAP Krakal

Abstract

This study aims to examine and analyze the effect of service quality on visitor satisfaction on the tourist attractions of the thermal water bath. The sampling technique used purposive sampling method, this study took a sample of 100 respondents to visitors who first visited Krakal hot spring. The data analysis tool uses the help of a computer application program that is SPSS for windows version 23 which includes the Test of Instrument Validity and Reliability, Classical Assumption Test, Multiple Regression Analysis and Hypothesis Test.

The results of this study indicate that all variables are valid and reliable, there is no multicollinearity, there is no heteroscedasticity and the model meets the assumption of normality. The results of this study show that tangibles variables have a positive and significant effect on the satisfaction of visitors to Krakal PAP, Reliability variables have a positive and significant effect on satisfaction of visitors to Krakatau PAP, the Responsiveness variable has a positive and significant effect on satisfaction of Krakal PAP visitors. Krakal, the Empathy variable has a positive and significant effect on the satisfaction of Krakal PAP visitors, and the five variables also have an effect on the satisfaction of Krakal PAP visitors.

Keywords: *tangibles service quality, reliability, responsiveness, assurance, empathy and satisfaction of Krakal PAP visitors*

PENDAHULUAN

Kepuasan pada dasarnya merupakan tingkat kesesuaian antara harapan dan kenyataan yang diterima. Apakah harapan itu sesuai dengan kenyataan maka pihak yang dilayani akan memberikan tanggapan yang positif terhadap pelayanan dan merasa puas. Tetapi bila yang terjadi sebaliknya, dimana harapan tidak sesuai dengan kenyataan maka pihak yang dilayani akan memberikan tanggapan negatif dan merasa tidak puas. Dengan

demikian, suatu organisasi dituntut Luntuk memperbaiki pelayanan terhadap pelanggan agar lebih baik dan bermutu sehingga pada akhirnya memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Menurut Kotler & Keller, (2007) dalam Lubis dan Nur (2017) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya, sedangkan menurut Lovelock & Wirtz (2011) dalam Lubis dan Nur (2017) kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan.

Berdasarkan definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan yang ditinjau dari sisi pelanggan yaitu mengenai apa yang telah dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan. Salah satu obyek wisata di Kabupaten Kebumen adalah obyek wisata Pemandian Air Panas Krakal. Obyek wisata Pemandian Air Panas Krakal merupakan salah satu obyek wisata yang ada di Kabupaten Kebumen yang dikelola oleh pemerintah daerah untuk memberikan hiburan kepada masyarakat dan tidak terlepas dari tujuan utama yaitu mendapatkan keuntungan untuk menambah pendapatan asli daerah. Pengunjung Pemandian Air Panas Krakal yang datang rata-rata orang yang ingin melakukan terapi kesehatan. Untuk meningkatkan kepuasan pengunjung, pengelola membangun kamar mandi untuk terapi, membangun sebuah kolam renang kecil untuk anak dan ornamen patung dan gedung yang bernuansa eropa untuk menarik pengujung yang awalnya datang hanya untuk sekedar terapi, tetapi dengan di bangunnya bangunan tersebut menarik pengunjung anak-anak dan orang tuanya serta anak muda untuk tidak sekedar terapi mereka juga dapat menikmati mandi di kolam kecil atau berfoto di bagunan yang bergaya eropa.

Pada saat menjalankan usahanya pengelola obyek wisata Pemandian Air Panas Krakal tidak hanya berusaha untuk mendapatkan keuntungan sebesar – besarnya, tetapi juga harus memahami kebutuhan konsumen seperti kebutuhan akan fasilitas penunjang yang baik agar sesuai dengan harapan pengunjung yang datang. Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model *SERVQUAL* (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry. Dalam salah satu studi mengenai *SERVQUAL* oleh Parasuraman (1988) dalam Tjiptono (1996:70) terdapat lima dimensi *Servqual* yaitu bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*).

Berdasarkan hasil wawancara dengan 30 pengunjung yang baru pertama kali mengunjungi obyek wisata PAP Krakal yang bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pengunjung (wawancara pada tanggal 22 Desember 2018), ditemukan terdapat 10 pengunjung puas karena aspek *tangibles* (memiliki bangunan yang dengan kondisi baik dan tersedianya tempat parkir), 4 pengunjung puas karena aspek *reliability* (keramahan petugas dalam memberikan pelayanan dan memberikan informasi yang benar), 3 pengunjung puas karena aspek *responsiveness* (cepat dalam pelayanan tiket, cepat dan tepat dalam memberikan informasi dan cepat dalam menangani keluhan pengunjung), 3 pengunjung puas karena aspek *assurance* (petugas memiliki pengetahuan yang baik mengenai fasilitas yang ada, petugas trampil dalam memberikan pelayanan dan petugas sopan dalam memberikan pelayanan) 2 orang puas karena aspek *empathy* (petugas memberikan perhatian terhadap segala keluhan pengunjung, petugas memahami kebutuhan pengunjung) dan 3 pengunjung merasa puas karena aspek

lain seperti harga tiket yang murah dan manfaat yang didapatkan. Saat wawancara juga ditemukan 5 pengunjung yang mengeluh tentang lamanya waktu mengantre saat ingin mandi hal ini terjadi karena jumlah kamar mandi yang terbatas dan berjumlah 12 kamar dan belum ada satpam yang mengamankan lokasi. Pengelola sudah berusaha meningkatkan kualitas pelayanan dengan membangun fasilitas, namun masih di temukan keluhan dari pengunjung yang belum merasa puas. Masalah tersebut harus segera diatasi oleh pengelola agar dapat memuaskan pengunjung dan tidak berdampak buruk bagi obyek wisata tersebut.

Penelitian Lubis dan Nur pada tahun 2017 pada pelanggan PT Sucofindo Batam semua dimensi kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan PT Sucofindo Batam. Hal berbeda ditunjukkan oleh penelitian Nilasari dan Istiatiin pada tahun 2015 pada konsumen *dealer* PT. Ramayana Motor Sukoharjo bahwa tidak semua dimensi kualitas pelayanan berpengaruh positif, hanya *reliability*, *responsible* dan *empathy* yang berpengaruh positif, sedangkan *tangible* dan *assurance* berpengaruh negatif terhadap kualitas pelayanan dan penelitian yang dilakukan Paisal pada tahun 2013 pada konsumen hotel Sentosa Palembang tidak semua dimensi kualitas pelayanan berpengaruh positif, hanya *assurance*, *responsiveness* dan *empathy*, sedangkan *tangible* berpengaruh negatif disebabkan konsumen melihat tidak baik dari penampilan hotel seperti bentuk dan warna gedung maupun fasilitas yang tidak dirasakan konsumen dan *reliability* berpengaruh negatif disebabkan kemampuan memberikan pelayanan saat proses check in kamar hotel masih dianggap belum baik oleh konsumen.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Lubis dan Nur, Nilasari dan Istiatiin dan penelitian Paisal terlihat bahwa pada kenyataanya tidak selalu kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, untuk itu masih perlunya penelitian mengenai kualitas pelayanan. Adanya perbedaan *gap* antara peneliti yang satu dengan yang lainnya dan pemasalahan tentang hal yang menyebabkan ketidakpuasan pengunjung PAP Krakal dengan pelayanan yang diberikan oleh pengelola PAP Krakal maka harus segera diatasi oleh pengelola agar tidak memberikan dampak yang negatif bagi PAP Krakal dan mengurangi pendapatan. Berdasarkan uraian di atas menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung hal itu di buktikan dengan hasil wawancara dan penelitian terdahulu.

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti merupakan penelitian pada industri pariwisata PAP Krakal dan pada pengunjung yang baru pertama kali mengunjungi PAP Krakal dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengujung PAP Krakal terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola PAP Krakal. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PEMANDIAN AIR PANAS KRAKAL”**.

TUJUAN PENELITIAN

- Berdasarkan latar belakang di atas tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:
1. Untuk mengetahui pengaruh variabel bukti langsung (*tangibles*) terhadap kepuasan pengunjung PAP Krakal
 2. Untuk mengetahui pengaruh variabel kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pengunjung PAP Krakal.
 3. Untuk mengetahui pengaruh variabel daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan pengunjung PAP Krakal.
 4. Untuk mengetahui pengaruh variabel jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan pengunjung PAP Krakal.
 5. Untuk mengetahui pengaruh variabel empati (*emphaty*) terhadap kepuasan pengunjung PAP Krakal.
 6. Untuk mengetahui pengaruh *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* secara bersama-sama terhadap kepuasan pengunjung PAP Krakal.

KAJIAN TEORI

Kepuasan

Menurut Yamit (2001:78) kepuasan pelanggan dapat diketahui setelah pelanggan menggunakan produk dan jasa pelayanan. Indikator dari variabel kepuasan (Tjiptono, 2005:366)

- 1) Konfirmasi harapan
- 2) Minat kunjungan kembali
- 3) Kesediaan merekomendasikan

Menurut Kreitner & Kinicki (2014:169) kepuasan kerja adalah sebuah tanggapan efektif atau emosional terhadap berbagai segi pekerjaan seseorang. Menurut Hasibuan (2008:202) indikator kepuasan kerja sebagai berikut:

- a. Menyenangi pekerjaannya
- b. Mencintai pekerjaannya
- c. Moral kerja
- d. Kedisiplinan
- e. Prestasi kerja

Kualitas Pelayanan

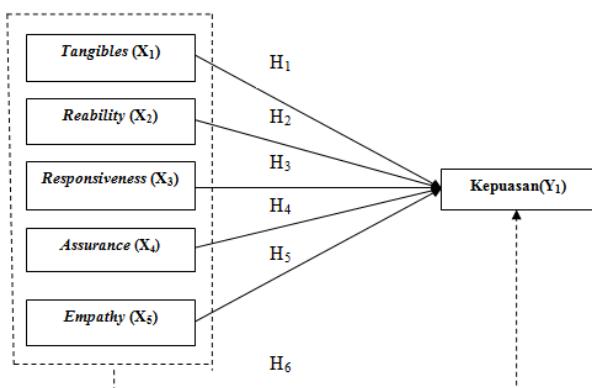
Kualitas pelayanan jasa dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima (Parasuraman, dkk., 1998: 121) dalam Lupiyoadi, 2008:181.

- a. Bukti Fisik X1 (*tangibles*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam mewujudkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Hal ini meliputi fasilitas fisik (Parasuraman, dkk., 1998:121) dalam Lupiyoadi, 2008:182. Indikator ini diukur melalui persepsi pengunjung terhadap:

- 1) Fasilitas fisik (penampilan fisik PAP Krakal)
- 2) Penampilan petugas PAP Krakal
- 3) Tempat parkir
- b. Reliabilitas X2 (*Reliability*) yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Indikator ini diukur melalui persepsi pengunjung terhadap :
 - 1) Kesesuaian pelayanan dengan janji yang ditawarkan PAP Krakal.
 - 2) Ketepatan pelayanan PAP Krakal Kesesuaian pelayanan dengan janji yang ditawarkan PAP Krakal
- c. Daya tanggap X3 (*Responsiveness*) yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan membeberkan pelayanan dengan tanggap. Indikator ini diukur melalui persepsi pengunjung terhadap:
 - 1) Memberi pelayanan dengan tanggap
 - 2) Keinginan petugas untuk membantu pengunjung
- d. Jaminan X4 (*Assurance*) yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan dan kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Indikator ini diukur melalui persepsi pengunjung terhadap:
 - 1) Keramahan dan kesopanan petugas PAP Krakal
 - 2) Keamanan PAP Krakal
 - 3) Pengetahuan petugas mengenai PAP Krakal
- e. Empati X5 (*Empathy*) yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan. Indikator ini diukur melalui persepsi pengunjung terhadap:
 - 1) Komunikasi yang baik dengan pengunjung
 - 2) Memahami kebutuhan pengunjung

MODEL EMPIRIS

Berdasarkan judul penelitian Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung PAP Krakal model empiris diperjelas dengan gambar sebagai berikut:



Berdasarkan model empiris maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut.

- H1 : Diduga kualitas pelayanan pada dimensi *Tangibles* berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung PAP Krakal.
- H2 : Diduga kualitas pelayanan pada dimensi *Reliability* berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung PAP Krakal.
- H3 : Diduga kualitas pelayanan pada dimensi *Responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung PAP Krakal.
- H4 : Diduga kualitas pelayanan pada dimensi *Assurance* berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung PAP Krakal.
- H5 : Diduga kualitas pelayanan pada dimensi *Emphaty* berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung PAP Krakal.
- H6 : Diduga kualitas pelayanan pada dimensi *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung PAP Krakal.

METODE

Rancangan penelitian ini menggunakan pengujian hipotesis dan jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif. sampel pada penelitian ini adalah pengunjung yang baru pertama kali mengunjungi PAP Krakal sejumlah 100 orang.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan antara lain: (1) wawancara, (2) kuesioner, (3) dokumentasi, (4) studi pustaka. Alat bantu pengolahan data menggunakan *SPSS for windows versi 22.0*. Teknik analisis data dilakukan dengan dua cara yaitu analisis deskriptif dan analisis statistika. Analisis data secara statistika meliputi: (1) Uji Validitas dan Uji Reliabilitas, (2) Uji Asumsi Klasik, (3) Uji Hipotesis, (4) Analisis regresi linier berganda, (5) Analisis Jalur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2009:49). Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* menunjukkan bahwa pada kolom *r* hitung lebih besar dari nilai *r* tabel (0,1966) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir instrumen pernyataan pada kuesioner variabel *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* dinyatakan valid.

Uji Reabilitas

Ghozali (2011:47) mengungkapkan bahwa reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Alpha</i>	<i>Cronbranch Alpha</i>	Keterangan
<i>Tangible</i>	0,620	0,60	Reliabel
<i>Reliability</i>	0,710	0,60	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	0,782	0,60	Reliabel
<i>Assurance</i>	0,636	0,60	Reliabel
<i>Empathy</i>	0,629	0,60	Reliabel
Kepuasan pengunjung	0,638	0,60	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa seluruh pertanyaan yang digunakan dalam masing-masing variabel dinyatakan reliabel (andal) dikarenakan nilai *alpha* lebih besar dari nilai *cronbranch alpha* sebesar 0,60

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

No	Variabel Independen	Nilai Collinearity Statistics	
		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	<i>Tangible</i>	0,695	1,438
2	<i>Reliability</i>	0,900	1,111
3	<i>Responsiveness</i>	0,718	1,393
4	<i>Assurance</i>	0,769	1,301
5	<i>Empathy</i>	0,708	1,413

Sumber: data primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel IV-13 dapat diketahui bahwa pada kolom *collinearity statistic* menunjukkan angka *VIF* tidak lebih besar dari 10 dan *tolerance* lebih dari 0,1. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa model regresi ini tidak terdapat multikolinieritas, sehingga model dapat dipakai.

2. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2009:125), uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Hasil Uji Glejser	
Coefficients ^a	
Model	Sig.
1 (Constant)	,609
TOTAL.X1	,726
TOTAL.X2	,992
TOTAL.X3	,882
TOTAL.X4	,361
TOTAL.X5	,077

a. Dependent Variable: abs_res

3. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2009:147), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi kedua variabel dependen maupun indpenden mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std.	
	Deviation	1,17243667
Most Extreme Differences	Absolute	,061
	Positive	,061
	Negative	-,049
Test Statistic		,061
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tabel IV-15 *output SPSS* tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi *asymp.Sig. (2-tailed)* sebesar $0,200 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Hipotesis

1. Uji t (Uji Parsial)

Uji t dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y), yaitu variabel *tangibles* (X₁), *reliability* (X₂), *responsiveness* (X₃), *assurance* (X₄) dan *empathy* (X₅) terhadap kepuasan pengunjung (Y).

Hasil Analisis Uji t				
Model	t _{hitung}	t _{tabel}	Sig.	Keterangan
<i>Tangible</i>	2,893	1,985	0,005	Signifikan
<i>Reliability</i>	3,054	1,985	0,003	Signifikan
<i>Responsiveness</i>	3,384	1,985	0,001	Signifikan
<i>Assurance</i>	2,094	1,985	0,039	Signifikan
<i>Empathy</i>	3,328	1,985	0,001	Signifikan

Sumber: data primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel IV-17, dapat dijelaskan hubungan antar variabel sebagai berikut:

- Hubungan *tangible* dan kepuasan pengunjung. Hasil uji t variabel *Tangible* di peroleh nilai $t_{hitung} 2,893 > \text{nilai } t_{tabel} 1,985$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel *tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, sehingga dapat disimpulkan bahwa **H₁ diterima**.
- Hubungan *Reliability* dan kepuasan pengunjung. Hasil uji t variabel *Reliability* di peroleh nilai $t_{hitung} 3,054 > \text{nilai } t_{tabel} 1,985$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel *Reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, sehingga dapat disimpulkan bahwa **H₂ diterima**.
- Hubungan *Responsiveness* dan kepuasan pengunjung. Hasil uji t variabel *Responsiveness* diperoleh nilai $t_{hitung} 3,384 > \text{nilai } t_{tabel} 1,985$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, sehingga dapat disimpulkan bahwa **H₃ diterima**.
- Hubungan *Assurance* dan kepuasan pengunjung. Hasil uji t variabel *Assurance* diperoleh nilai $t_{hitung} 2,094 > \text{nilai } t_{tabel} 1,985$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,039 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, sehingga dapat disimpulkan bahwa **H₄ diterima**.
- Hubungan *Empathy* dan kepuasan pengunjung. Hasil uji t variabel *Empathy* diperoleh nilai $t_{hitung} 3,328 > \text{nilai } t_{tabel} 1,985$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, sehingga dapat disimpulkan bahwa **H₅ diterima**.

2. Uji F (Uji Simultan)

Hasil Analisis Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	194,664	5	38,933	26,892	,000 ^b
Residual	136,086	94	1,448		
Total	330,750	99			

Sumber: data primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel IV-18, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $26,892$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Diketahui bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel}

sebesar 2,31 maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung H_6 diterima.

Analisis Regresi

Regresi Berganda Hasil Perhitungan SPSS

Notasi	Koefisien Regresi
A	0,484
b_1	0,313
b_2	0,306
b_3	0,276
b_4	0,226
b_5	0,395

Sumber: data primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dibuat persamaan regresinya sebagai berikut ini: $Y = 0,484 + 0,313X_1 + 0,306X_2 + 0,276X_3 + 0,226 X_4 + 0,395 X_5 + e$

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta (a) = 0,484

Konstanta sebesar 0,484 berarti apabila variable bebas (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*) bernilai 0, maka nilai variabel kepuasan pengunjung sebesar 0,484.

2. $b_1 = 0,313$

Koefisien regresi sebesar 0,313 artinya variabel *tangibles* (X_1) berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung (Y). Jika variabel *tangibles* (X_1) naik satu satuan sementara variabel independen lain tetap, maka variabel kepuasan pengunjung (Y) akan meningkat 0,313.

3. $b_2 = 0,306$

Koefisien regresi sebesar 0,306 artinya variabel *reliability* (X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung (Y). Jika variabel *reliability* (X_2) naik satu satuan sementara variabel independen lain tetap, maka variabel kepuasan pengunjung (Y) akan meningkat 0,306.

4. $b_3 = 0,276$

Koefisien regresi sebesar 0,276 artinya *responsiveness* (X_3) berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung (Y). Jika variabel *responsiveness* (X_3) naik satu satuan sementara variabel independen lain tetap, maka variabel kepuasan pengunjung (Y) akan meningkat 0,276.

5. $b_4 = 0,226$

Koefisien regresi sebesar 0,226 artinya variabel *assurance* (X_4) berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung (Y). Jika variabel *assurance* (X_4) naik satu satuan sementara variabel independen lain tetap, maka variabel

kepuasan pengunjung (Y) akan meningkat 0,226.

6. $b_5 = 0,395$

Koefisien regresi sebesar 0,395 artinya *empathy* (X_5) berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung (Y). Jika variabel *empathy* (X_5) naik satu satuan sementara variabel independen lain tetap, maka variabel kepuasan pengunjung (Y) akan meningkat 0,395.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*) terhadap variabel dependen (kepuasan pengunjung), sehingga dapat diketahui variabel mana yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,767 ^a	,589	,567	1,20321

Sumber: data primer yang diolah 2019

Menurut Santoso (2000:279), dikatakan bahwa apabila jumlah variabel bebas yang lebih dua, maka sebaiknya digunakan *Adjusted R Square*. Berdasarkan tabel IV- 19 dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* diperoleh nilai sebesar 0,567 atau 56,7%. Hal ini menunjukkan bahwa 56,7% variasi variabel kepuasan dijelaskan oleh variabel independen yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*, Sedangkan 43,3% kepuasan pengunjung dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung PAP Krakal yang baru pertama kali mengunjungi. Berdasarkan hasil dan analisis data dan pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan beberapa hal dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Berdasarkan 100 responden yang berkunjung ke PAP Krakal di dominasi oleh jenis kelamin laki-laki, usia $27 < 37$, pendidikan SMA, pekerjaan sebagai mahasiswa dan berdomisili Kebumen.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *tangibles* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung PAP Krakal. Hal ini berarti semakin menariknya kondisi bangunan ,semakin rapihnya penampilan pegawai dan semakin tersedianya tempat parkir yang memadai di PAP Krakal maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pengunjung PAP Krakal
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *reliability* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung PAP Krakal. Hal ini berarti semakin tepatnya pelayanan oleh petugas dan

kesesuaian pelayanan dengan janji yang ditawarkan di PAP Krakal maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pengunjung PAP Krakal

4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *responsiveness* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung PAP Krakal. Hal ini berarti semakin cepatnya petugas dalam memberikan pelayanan dan keinginan petugas untuk membantu pengunjung di PAP Krakal maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pengunjung PAP Krakal
5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *assurance* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung PAP Krakal dan memiliki pengaruh terkecil terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini berarti semakin ramah dan sopannya petugas , pengetahuan petugas mengenai PAP Krakal dan keamanan PAP Krakal maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pengunjung PAP Krakal
6. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *empathy* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung PAP Krakal dan memiliki pengaruh terbesar terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini berarti semakin petugas memahami kebutuhan pengunjung komunikasi yang baik antara petugas dan pengunjung di PAP Krakal maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pengunjung PAP Krakal
7. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung PAP Krakal. Hal ini berarti semakin tinggi *tangibles* seperti bangunan yang menarik, *reliability* seperti ketepatan pelayanan oleh petugas, *responsiveness* seperti petugas memberikan pelayanan dengan cepat, *assurance* seperti keamanan yang diberikan petugas dan *empathy* seperti komunikasi yang baik antara petugas dan pengunjung yang diberikan PAP Krakal maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pengunjung PAP Krakal.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. *Tangibles* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung PAP Krakal. Berdasarkan skor jawaban responden, indikator " tempat parkir" menunjukkan angka terendah. Hal ini dapat menjadi masukan untuk pengelola PAP Krakal untuk menyediakan lahan parkir lebih luas lagi. Dengan diperluasnya lahan parkir membuat pengunjung nyaman dan tidak susah untuk parkir kendaraan dan bisa meningkatkan kepuasan pengunjung PAP Krakal.
2. *Reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung PAP Krakal. Berdasarkan skor jawaban jawaban responden, indikator "kesesuaian pelayanan dengan janji yang ditawarkan PAP Krakal" menunjukkan angka

terendah. Hal ini menjadi masukan ke pengelola PAP Krakal untuk melaksanakan janji yang ditawarkan misalnya pelayanan petugas segera. Hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan pengunjung PAP Krakal.

3. *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung PAP Krakal. Berdasarkan skor jawaban responden, indikator "memberikan pelayanan dengan tanggap" menunjukkan angka terendah. Hal ini dapat menjadi masukan kepada pengelola PAP Krakal untuk memberikan pelayanan dengan tanggap. Dengan memberikan pelayanan dengan tanggap misalnya pada saat membersihkan kamar mandi sebelum atau sesudah dipakai pengunjung agar pengunjung, hal itu membuat pengunjung merasa nyaman dan dapat meningkatkan kepuasan pengunjung.
4. *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung PAP Krakal. Berdasarkan skor jawaban responden, indikator "keamanan PAP Krakal" menunjukkan angka terendah. Hal ini dapat menjadi masukan kepada pengelola PAP Krakal untuk meningkatkan keamanan dengan menyediakan petugas keamanan dan menambah petugas parkir terutama pada saat hari libur. Hal ini membuat pengunjung merasa aman dan meningkatkan kepuasan pengunjung PAP Krakal.
5. *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung PAP Krakal. Berdasarkan skor jawaban responden, indikator " memahami kebutuhan pengunjung" menunjukkan angka terendah. Hal ini menjadi masukan kepada pengelola PAP Krakal untuk memahami kebutuhan pengunjung. Dengan memahami kebutuhan pengunjung PAP krakal pengunjung akan merasa diperhatikan oleh petugas PAP Krakal. Hal ini membuat pengunjung merasa puas saat berkunjung ke PAP Krakal.
6. Variabel *emphaty* memiliki nilai analisis regresi paling kecil, hal ini berarti variabel *emphaty* memiliki dampak yang kuat terhadap kepuasan pengunjung, untuk meningkatkan kepuasan pengunjung pengelola harus meningkatkan variabel *emphaty* karyawan dengan cara studi banding dan pelatihan pada karyawan untuk menumbuhkan rasa memiliki perusahaan.
7. Saran bagi peneliti selanjutnya bisa melakukan perbandingan Wisata PAP Krakal dengan tempat wisata lainnya yang sejenis dan menambahkan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti harga, akses dan atmosfer toko

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2009. *Applikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- _____. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS19*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. 2013. *Aplikasi Multivariate dengan Menggunakan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, Sutrisno. 2004. *Metode penelitian Administrasi Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Edisi ke 1. Yogyakarta: BPFE.
- Lubis Alfi Syahri, Nur Rahma Andayani. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) terhadap Kepuasan Pelanggan PT Sucofindo Batam. *Journal of Bussiness Asministration* Vol 1, No 2:86-97 e-ISSN:2548-9909.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta. Salemba Empat.
- Paisal. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya* Vol.11 No.4.
- Prakoso Bayu, Nurhadi. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dalam Memakai Jasa Percetakan Embong Anyar di Gresik. *Jurnal Bisnis Indonesia* Vol.8, No 1.
- Santoso, Singgih. 2000. *SPSS Statisitik Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media.
- Simamora, Bilson. 2004. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Suryadharma I Wayan Widya, I Ketut Nurcahya. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Pesona di Denpasar Timur. *E-jurnal Manajemen Ununud* Vol 4, No 4 930-942 ISSN: 2302-8912.
- Sugiono.2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung:Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 1996. *Manajemen Jasa*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- _____. 2005. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta:Penerbit Andi Offset.
- Umar, Husein. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama:Jakarta.
- www.bps.go.id di akses tanggal 15 Desember 2018.
- www.kebumenkab.go.id di akses tanggal 29 Februari 2019.
- www.facebook.com di akses tanggal 29 Februari 2019.
- Yamit, Zulian. 2001. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonesia.