

SKRIPSI

**“Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata
Tebing Breksi Yogyakarta”**



DISUSUN OLEH :

Hamonangan Daniel Simaremare 11120079

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2018

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PENGUNJUNG OBJEK WISATA TEBING BREKSI
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk memenuhi Sebagian Syarat – syarat

Guna memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen

Disusun oleh :

HAMONANGAN DANIEL SIMAREMARE

NIM : 11120079

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PENGUNJUNG OBJEK WISATA TEBING BREKSI YOGYAKARTA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

HAMONANGAN DANIEL SIMAREMARE

11120079

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen pada tanggal **08 AUG 2018**

Dosen Penguji :

1. Dra. Purwani Retno Andaras, MM

(Ketua Tim)

2. Drs. Purnawan Hardiyanto, M.Ec., Dev

(Dosen Penguji)

3. Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., MM

(Dosen Penguji / Dosen Pembimbing)

Yogyakarta, **04 SEP 2018**

Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Bisnis



Drs. Slingih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen

Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PENGUNJUNG OBJEK WISATA TEBING BREKSI YOGYAKARTA.**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 3 Agustus 2018.



Hamonangan Daniel S (11120079)

MOTTO

“TUHAN adalah gembalaku, takkan kekurangan aku. Ia membaringkan aku di padang yang berumput hijau, Ia membimbing aku ke air yang tenang; Ia menyegarkan jiwaku. Ia menuntun aku di jalan yang benar oleh karena nama-Nya.”

-Mazmur 23 : 1 – 3

“What you seek is seeking you”

-Rumi

“Even silence is a language of love”

-Barfi

“When you make a commitment, you build hope. When you keep it, you build trust.”

-DFM

“Percayalah kepada Tuhan dengan segenap hatimu, dan janganlah bersandar kepada pengertianmu sendiri.”

-Amsal 3 : 5

“Be kind, for everyone is fighting a hard battle. And if you really wanna see what people are, all you have to do is.... look.”

-Wonder

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Allah Yesus Kristus, atas segala rahmat, berkat, dan penyertaan dalam hidup, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir Skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG OBJEK WISATA TEBING BREKSI YOGYAKARTA“. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen. Dalam penelitian dan penulisan skripsi ini, tentunya penulis banyak dibantu, dibimbing, dan didukung oleh banyak pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus, terima kasih atas campur tangan serta penyertaan dalam menyelesaikan skripsi.
2. Papa dan Mama, terima kasih atas bimbingan, doa, serta kasih sayang yang kalian berikan pada saya, hingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini.
3. Mira dan Marsel, terima kasih atas doa dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Monika Anastasya, terima kasih sudah menjadi orang yang selalu memberikan doa dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.

5. Keluarga Alibaba : Rolan, Leo, Santos, Bang Richard, Bang Tony, Bang Gomgom, Bang Dodi, Horta, Nelson, Kevin, Lesi, Rian, Nando, dan Payan yang menjadi orang – orang yang paling dekat dengan saya, yang selalu mendukung dan membantu saya dalam menyusun skripsi.
6. Adik – adik di Imbada : Tiwi, Mega, Santi, Doni, Elsa, Icha, Wahyuni, Rio dan semua anggota Imbada, terimakasih atas dukungan dalam menyusun skripsi.
7. Perkam Family : Kriswahyuni, Remil, Rhendy, Mio, Elias, Federico, Jonatan dan semua anggota Perkam, terimakasih atas pengalaman dan dukungan.
8. Sahabat saya Prasetyo, Sanjos, Tian, Willy, Yohana, Grace.
9. Dosen pembimbing saya Ibu Lucia Nurbani Kartika S.Pd, Dipl. Secr, MM.
10. Almamater Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW).
11. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna oleh karena itu, harapan penulis bahwa informasi dari skripsi ini mampu memberikan dampak dan manfaat yang positif dari pembaca.

Yogyakarta,.....

Hamonangan Daniel S

(11120079)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Allah Yesus Kristus yang telah memberikan rahmat dan kasih sayangNya yang tidak terbatas sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir Skripsi “ *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta*”.

Adapun tujuan dari penulisan Skripsi ini guna memenuhi syarat – syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta (UKDW).

Dalam proses pekerjaan Skripsi ini telah melibatkan banyak pihak yang sangat membantu dalam banyak hal. Oleh sebab itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang dalam kepada :

1. Bapak Dr. Singgih Santoso, SE, MM, selaku dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Terima kasih telah menjadi dekan dan dosen yang memberi semangat dan inspirasi bagi para mahasiswanya.
2. Ibu Lucia Nurbani Kartika S.Pd, Dipl. Secr, MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

3. Pak Edy Nugroho, SE., MSc. yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam mengolah data skripsi.
4. Para pengunjung Tebing Breksi Yogyakarta yang telah bersedia memberikan waktunya untuk menjadi responden dan memberikan data penelitian.
5. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penulisan skripsi ini.
6. Bapak dan Mama yang selalu memberikan dukungan, nasehat, kepercayaan, doa, dan kasih sayang serta jerih payah dan usaha yang sudah dilakukan untuk saya dan adik – adik saya.
7. Terima kasih untuk Lia Srina Monika Anastasya Limbong, telah menjadi orang yang selalu berbagi, memberikan dukungan, semangat, motivasi dan doa kepada saya.
8. Terima kasih kepada Keluarga Alibaba : Leo, Rolan, Bang Tony, Bang Richard, Kevin, Lesi, Santos, Horta, Nelson, dan Rian yang menjadi teman – teman terdekat saya sehari – hari.
9. Adik – adik saya di Imbada, Santi, Mega, Tiwi, Doni, Rio, Icha, Wahyuni, Tasya yang sudah memberikan dukungan kepada saya.
10. Teman – teman Perkam Family, Darlon, Remil, Rhendy, Iko, Kriswahyuni, Boy, Mio, Jo, dan semua anggota Perkam.

11. Terima kasih untuk sahabat – sahabat saya Prasetyo, Sanjos, Tian, Willy, Yohana, Grace yang telah mendoakan dan mendukung saya.
12. Semua Pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi penyempurnaan laporan ini.

Yogyakarta,.....

Hamonangan Daniel Simaremare

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
ABSTRAKSI	xx
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4

1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Batasan Penelitian	6
BAB II. LANDASAN TEORI	7
2.1. Kualitas	7
2.2. Kualitas Layanan	7
2.2.1. Pengertian Layanan	7
2.3. Kualitas Pelayanan	8
2.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	8
2.3.2. Dimensi Kualitas Pelayanan	9
2.4. Kepuasan Pelanggan	13
2.4.1. Pengertian Kualitas Pelanggan	13
2.4.2. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	14
2.5. Penelitian Terdahulu	15
2.6. Kerangka Penelitian	17
2.7. Hipotesis Penelitian.....	17
2.7.1. Hubungan Antara Keandalan Dengan	

	Kepuasan Pelanggan.....	18
	2.7.2. Hubungan Antara Daya Tanggap Dengan Kepuasan Pelanggan.....	19
	2.7.3. Hubungan Antara Jaminan Dengan Kepuasan Pelanggan	20
	2.7.4. Hubungan Antara empati Dengan Kepuasan Pelanggan...	20
	2.7.5. Hubungan Antara Bukti Fisik dengan Kepuasan Pelanggan.....	21
BAB III.	METODE PENELITIAN	24
	3.1. Data	24
	3.1.1. Pengumpulan Data.....	24
	3.2. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	27
	3.2.1. Definisi Operasional Variabel.....	27
	3.2.2. Pengukuran Variabel	32
	3.3. Metode Analisis Data	33
	3.3.1. Uji Validitas	33
	3.3.2. Uji Reliabilitas	34
	3.3.3. Analisis Deskriptif	35

3.3.4. Koefisien Determinasi (R^2)	36
3.3.5. Analisis Regresi Linear Berganda	36
3.3.6. Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji F).....	37
3.3.7. Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji T).....	38
BAB IV. HASIL PENELITIAN	39
4.1. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	40
4.1.1. Uji Validitas	40
4.2.2. Uji Reliabilitas	42
4.2. Analisis Deskriptif	44
4.2.1. Gender.....	44
4.2.2. Usia	45
4.2.3. Pekerjaan.....	47
4.2.4. Pendidikan.....	48
4.2.5. Pendapatan	49
4.2.6. Frekuensi Berkunjung.....	50
4.3. Koefisien Determinasi	51
4.4. Analisis Regresi Linear Berganda	52

4.4.1 Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji F).....	55
4.4.2. Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji T).....	56
4.5. Pembahasan Hasil	63
BAB V. PENUTUP	70
5.1. Kesimpulan	70
5.1.1. Hasil Analisis Deskriptif Profil Responden	70
5.1.2. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	71
5.1.3. Hasil Analisis Uji F	72
5.1.4. Hasil Analisis Uji T.....	72
5.2. Saran	73
5.2.1. Saran Berdasarkan Hasil Penelitian Bagi Perusahaan.....	73
5.2.2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1. Defenisi Operasional Variabel	27
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel 4.2. Hasil Uji Reabilitas	43
Tabel 4.3. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.4. Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.5. Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.	47
Tabel 4.6. Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	48
Tabel 4.7. Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan.....	49
Tabel 4.8. Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung.....	50
Tabel 4.9. Hasil Regresi Koefisien Determinasi R^2	51
Tabel 4.10. Hasil Regresi Linear Berganda.	52
Tabel 4.11. Hasil Uji F	55
Tabel 4.12. Hasil Uji T.....	57
Tabel 4.13. Hasil Penelitian.	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Penelitian.....	17
--------------------------------------	----

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Data Excel (Hasil Kusioner)
- Lampiran 4 Tabel r
- Lampiran 5 Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 6 Analisis Regresi Linear Berganda

ABSTRAKSI

Setiap Objek Wisata pasti akan melakukan berbagai macam upaya untuk memberikan kepuasan kepada para pelanggannya. Salah satu hal yang dapat dilakukan Objek Wisata dalam kepuasan pengunjung adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dapat sesuai dengan ekspektasi atau harapan dari para pengunjung.

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah menguji pengaruh dimensi variabel kualitas pelayanan yang meliputi keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini adalah penyebaran kuesioner dengan kriteria responden yang dipilih adalah seluruh pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta yang dalam 6 bulan terakhir pernah berkunjung ke Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Jumlah sampel yang diambil sebagai responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang.

Berdasarkan kriteria tersebut terdapat lima hipotesis sebagai berikut : pertama, keandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Kedua, daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Ketiga, jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Keempat, empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Kelima, bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel keandalan dan empati secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Sedangkan variabel lainnya yaitu daya tanggap, jaminan, dan bukti fisik secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Koefisien determinasi ($Adjusted R^2$) penelitian ini sebesar 0,572. Hal ini berarti 57,2% kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta dipengaruhi oleh variabel keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, sedangkan sisanya 42,8% dipengaruhi oleh variabel – variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik, dan kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta

ABSTRACT

Every Tourism Object definitely will give all of their efforts in order to give the best satisfaction to their customers. One thing that can be done of Tourism Object is by improving their service quality, so that it can fulfill their expectation or hope.

The problem which is observed in this observation is examining the influence of service quality variable dimensions which include *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, and *tangible* to the visitor satisfaction of Tourism Object Tebing Breksi Yogyakarta. The method which was done to collect the data was spreading the questioner sheets to the visitors of Tourism Object Tebing Breksi of Yogyakarta. The criteria of the visitors is they had visited Tebing Breksi at least six month ago. The number of the visitors which is chosen as respondents are 100 people..

Based on those criteria there are five hypotheses as follows: first, reliability doesn't give significantl influence to the satisfaction level of the visitors of Tourism Object Tebing Breksi Yogyakarta. Second, responsiveness is significantly influential towards the satisfaction level of the visitors of Tourism Object Tebing Breksi Yogyakarta. Third, assurance is influential towards satisfaction level of the visitors of Tourism Object Tebing Breksi of Yogyakarta. Fourth, empathy isn't significantly influential towards satisfaction level of the visitors of Tourism Object Tebing Breksi of Yogyakarta. Fifth, tangible is significantly influential towards satisfaction level of the Tourism Object Tebing Breksi of Yogyakarta.

Based on the results of the hypothesis observation, in can be concluded that reliability and empathy variable partialy aren't influential towards satisfaction level of the visitors of the Tourism Object Tebing Breksi of Yogyakarta. On the other hand, other variables such as responsiveness, assurance, and tangible partially has positive and significantinfluence to the satisfaction of the visitors of Tourism Object Tebing Breksi of Yogyakarta.

This observation determination coefficient (Adjusted R^2) is 0.572. It means that 57.2% of the visitor's satisfaction is influenced by reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible. Otherwise, the rest of the number 42.8% is influenced by other variables that aren't examined in this observation.

Keywords: reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible Tourism Object Tebing Breksi of Yogyakarta visitors satisfaction.

ABSTRAKSI

Setiap Objek Wisata pasti akan melakukan berbagai macam upaya untuk memberikan kepuasan kepada para pelanggannya. Salah satu hal yang dapat dilakukan Objek Wisata dalam kepuasan pengunjung adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dapat sesuai dengan ekspektasi atau harapan dari para pengunjung.

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah menguji pengaruh dimensi variabel kualitas pelayanan yang meliputi keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini adalah penyebaran kuesioner dengan kriteria responden yang dipilih adalah seluruh pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta yang dalam 6 bulan terakhir pernah berkunjung ke Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Jumlah sampel yang diambil sebagai responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang.

Berdasarkan kriteria tersebut terdapat lima hipotesis sebagai berikut : pertama, keandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Kedua, daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Ketiga, jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Keempat, empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Kelima, bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel keandalan dan empati secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Sedangkan variabel lainnya yaitu daya tanggap, jaminan, dan bukti fisik secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Koefisien determinasi ($Adjusted R^2$) penelitian ini sebesar 0,572. Hal ini berarti 57,2% kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta dipengaruhi oleh variabel keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, sedangkan sisanya 42,8% dipengaruhi oleh variabel – variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik, dan kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta

ABSTRACT

Every Tourism Object definitely will give all of their efforts in order to give the best satisfaction to their customers. One thing that can be done of Tourism Object is by improving their service quality, so that it can fulfill their expectation or hope.

The problem which is observed in this observation is examining the influence of service quality variable dimensions which include *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, and *tangible* to the visitor satisfaction of Tourism Object Tebing Breksi Yogyakarta. The method which was done to collect the data was spreading the questioner sheets to the visitors of Tourism Object Tebing Breksi of Yogyakarta. The criteria of the visitors is they had visited Tebing Breksi at least six month ago. The number of the visitors which is chosen as respondents are 100 people..

Based on those criteria there are five hypotheses as follows: first, reliability doesn't give significantl influence to the satisfaction level of the visitors of Tourism Object Tebing Breksi Yogyakarta. Second, responsiveness is significantly influential towards the satisfaction level of the visitors of Tourism Object Tebing Breksi Yogyakarta. Third, assurance is influential towards satisfaction level of the visitors of Tourism Object Tebing Breksi of Yogyakarta. Fourth, empathy isn't significantly influential towards satisfaction level of the visitors of Tourism Object Tebing Breksi of Yogyakarta. Fifth, tangible is significantly influential towards satisfaction level of the Tourism Object Tebing Breksi of Yogyakarta.

Based on the results of the hypothesis observation, in can be concluded that reliability and empathy variable partialy aren't influential towards satisfaction level of the visitors of the Tourism Object Tebing Breksi of Yogyakarta. On the other hand, other variables such as responsiveness, assurance, and tangible partially has positive and significantinfluence to the satisfaction of the visitors of Tourism Object Tebing Breksi of Yogyakarta.

This observation determination coefficient (Adjusted R^2) is 0.572. It means that 57.2% of the visitor's satisfaction is influenced by reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible. Otherwise, the rest of the number 42.8% is influenced by other variables that aren't examined in this observation.

Keywords: reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible Tourism Object Tebing Breksi of Yogyakarta visitors satisfaction.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan sektor pariwisata di Indonesia saat ini semakin bertumbuh dan berkembang pesat. Pemerintah dan masyarakat menyadari bahwa Indonesia mempunyai begitu banyak potensi daya tarik wisata yang dapat dijual untuk menambah devisa negara. Salah satu kota yang mempunyai banyak tempat wisata adalah Yogyakarta. Yogyakarta memiliki ratusan tempat wisata yang bisa dikunjungi. Sebagian dari tempat wisata ini adalah peninggalan sejarah ataupun kebudayaan yang ada di sekitar Yogyakarta. Dengan adanya potensi tersebut, Pemerintah meningkatkan dan memaksimalkan tempat wisata yang ada untuk menambah pendapatan daerah dan membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar objek wisata. Jumlah pengunjung wisata di Yogyakarta setiap tahunnya meningkat. Setiap tempat wisata mempunyai kesan yang berbeda beda, sehingga pengunjung yang datang untuk berwisata tentunya ingin merasakan hal yang baru atau menarik yang ada di tempat wisata tersebut.

Tebing Breksi adalah salah satu tempat yang baru diresmikan sebagai tempat wisata pada tahun 2015 di Kabupaten Sleman Yogyakarta yang tingkat pengunjungnya setiap bulannya meningkat. Tebing Breksi dulunya

adalah tempat tambang batu breksi, namun Pemerintah menutup kegiatan tambang karena batu tersebut langka dan harus di jaga, sehingga Pemerintah meresmikan Tebing Breksi menjadi tempat wisata. Petugas tempat wisata melakukan penataan berupa layanan yang memadai dan baik. Penataan yang dilakukan bertujuan untuk menarik pengunjung untuk datang ke tempat wisata baru ini.

Hingga saat ini yang ada di Tebing Breksi yaitu lahan parkir, kuliner, mushola, spot foto, dan *jeep adventure*. Tebing Breksi sering juga menjadi tempat diadakannya acara kebudayaan. Tidak adanya jam tutup berkunjung juga salah satu daya tarik tempat wisata ini, karena banyak pengunjung yang datang untuk menikmati pemandangan malam dari Tebing Breksi. Tetapi belum ada penginapan yang disediakan pengurus tempat wisata untuk pengunjung yang ingin menginap.

Salah satu hal yang perlu diperhatikan untuk mencapai kepuasan konsumen adalah dengan menyadari pentingnya kualitas pelayanan bagi para konsumen. Menurut Tjiptono (2005:121) kualitas pelayanan didefinisikan sebagai upaya untuk mewujudkan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pembeli serta ketepatan dalam penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pembeli. Terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangible*). Dengan memperhatikan hal tersebut, pengunjung akan merasakan kenyamanan

dan secara tidak langsung, tempat wisata tersebut menjadi rekomendasi tempat wisata favorit untuk dikunjungi. Dalam pelayanan yang bertujuan memperoleh kepuasan konsumen, akan ada kendala yang dihadapi perusahaan maupun pelanggan berkaitan dengan layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumennya. Kualitas pelayanan yang baik tidak dilihat dari persepsi pihak penyedia jasa, melainkan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa.

Menyadari pentingnya kualitas layanan terhadap kepuasan pengunjung dalam mempertahankan dan meningkatkan jumlah kunjungan maupun pelayanan yang ada di Tebing Breksi sebagai tempat wisata baru, maka penulis ingin meneliti bagaimana **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung yang ada di Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah yang diajukan adalah:

1. Apakah keandalan (*reliability*) berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Tebing Breksi Yogyakarta?
2. Apakah daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Tebing Breksi Yogyakarta?
3. Apakah jaminan (*assurance*) berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Tebing Breksi Yogyakarta?
4. Apakah empati (*emphaty*) berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Tebing Breksi Yogyakarta?
5. Apakah bukti fisik (*tangible*) berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Tebing Breksi Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pengunjung Tebing Breksi Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan pengunjung Tebing Breksi Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan pengunjung Tebing Breksi Yogyakarta.
4. Untuk mengetahui pengaruh empati (*emphaty*) terhadap kepuasan pengunjung Tebing Breksi Yogyakarta.
5. Untuk mengetahui pengaruh bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan pengunjung Tebing Breksi Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Pengelola Objek Wisata Tebing Breksi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran untuk dijadikan masukan dan berguna dalam pengembangan dan peningkatan kualitas pelayanan terhadap kepuasang pengunjung pada Tebing Breksi Yogyakarta.

2. Bagi Peneliti

Bagi peneliti, penelitian ini dapat digunakan untuk mengaplikasikan teori-teori yang sudah diperoleh selama perkuliahan.

3. Bagi Akademisi

Bagi akademisi penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam penelitian karya ilmiah yang sesuai dengan kurikulum yang berlaku pada saat ini.

1.5 Batasan Penelitian

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu umum dan spesifik, maka penelitian dibatasi sebagai berikut :

1. Lokasi penelitian dilakukan di Tebing Breksi Yogyakarta.
2. Responden penelitian adalah masyarakat umum yang pernah berkunjung ke Tebing Breksi Yogyakarta.
3. Jumlah responden sebanyak 100 responden
4. Waktu : Maret – Juni 2018

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi variabel kualitas pelayanan yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Pengujian menggunakan sampel sebanyak 100 responden dimana yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta yang dalam enam bulan terakhir berkunjung ke Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Sebelum menyebarkan kuesioner kepada 100 responden, peneliti terlebih dahulu melakukan uji validitas dan reliabilitas dengan data yang sudah ada. Saat semua item pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid, maka penelitian tersebut dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

5.1.1. Hasil Analisis Deskriptif Profil Responden

1. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin laki - laki dengan jumlah 56 responden (56%).

2. Mayoritas responden dalam penelitian ini dengan usia 19 – 29 tahun yaitu sebanyak 85 orang (85%).
3. Mayoritas responden dalam penelitian ini dengan pekerjaan pegawai swasta / PNS yaitu sebanyak 37 orang (37%).
4. Mayoritas responden dalam penelitian ini dengan pendidikan terakhir SMA / sederajat yaitu sebanyak 68 orang (68%).
5. Mayoritas responden dalam penelitian ini dengan pendapatan Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000 yaitu sebanyak 59 orang (59%).
6. Mayoritas responden dalam penelitian ini dengan frekuensi 1 kali berkunjung dalam 6 bulan terakhir yaitu sebanyak 90 orang (90%).

5.1.2. Hasil Analisis Regresi Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil analisis regresi untuk Koefisien Determinasi (R^2), dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik mempengaruhi sebesar 57,2% terhadap variabel kepuasan pengunjung. Sedangkan sisanya yaitu 42,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5.1.3. Hasil Analisis Uji F

Berdasarkan hasil analisis yang sudah dibahas dalam Bab IV, dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian yang terdiri dari keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik secara simultan atau bersama – sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta karena nilai probabilitasnya adalah 0,000.

5.1.4 Hasil Analisis Uji T

Dari analisis uji t dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa :

1. Keandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Hal tersebut diduga karena pengunjung tidak membutuhkan bantuan petugas dalam memenuhi kepuasan mereka. Dan keandalan bukan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi kepuasan para pengunjung
2. Daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Indikator – indikator dari variabel daya

tanggap seperti layanan yang cepat dan tepat, informasi layanan yang ada, dan kesediaan petugas untuk membantu pengunjung merupakan hal – hal yang memiliki pengaruh terhadap peningkatan kepuasan pengunjung.

3. Jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Karena dengan adanya dukungan fasilitas bagi petugas untuk melakukan pekerjaannya, petugas mampu memberikan kepercayaan terhadap pengunjung bahwa petugas melayani dengan sopan dan baik.
4. Empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Diduga pengunjung merasa petugas tidak mengetahui kebutuhan dan ketertarikan pengunjung dalam berkunjung, selain itu pengunjung tidak mendapatkan perhatian secara individu dari petugas Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta.
5. Bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Tampilan fisik pemandangan yang indah maupun

fasilitas yang memadai dan mudah ditemukan merupakan hal yang berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan pengunjung di Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta.

5.2. Saran

5.2.1. Saran berdasarkan hasil penelitian bagi Perusahaan

1. Dengan kualitas pelayanan yang baik ini maka Objek Wisata Tebing Breksi diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan apa yang sudah dicapai saat ini. Melihat semakin banyaknya pengunjung Tebing Breksi saat ini membuat perusahaan harus melakukan perbaikan dan penyesuaian untuk menciptakan kepuasan pengunjung.
2. Berdasarkan jawaban responden pada kuesioner, banyak pengunjung yang tidak memerlukan perhatian dari petugas, melainkan melihat bukti fisik yang ada di Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Selain itu pengunjung percaya bahwa petugas akan melayani dengan baik. Maka dari itu petugas Objek Wisata Tebing Breksi sebaiknya lebih meningkatkan bukti fisik dan kepercayaan pengunjung terhadap petugas yang

ada di Tebing Breksi agar dapat menambah kunjungan dan menciptakan kepuasan pengunjung.

5.2.2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka ada beberapa saran yang dapat penulis berikan kepada penelitian selanjutnya guna melengkapi dan membantu penelitian agar lebih baik kedepan, yaitu:

1. Pada penelitian mendatang, peneliti diharapkan dapat mencari dan menganalisis variabel baru yang masih jarang ditemukan hasil penelitiannya yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung.
2. Dalam menyusun kuesioner, peneliti diharapkan dapat menyusun pernyataan – pernyataan yang sesuai dengan indikator dan mudah dimengerti responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Detmuliati, Alditia. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Objek Wisata Riau Fantasi Labersa Water & Themepark*. Riau: Universitas Riau
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran 1*. Millineum ed. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, Jilid Dua, Erlangga : Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Salemba Empat. Jakarta.
- Mauludin, Hanif. 2001. *Analisis Kualitas Pelayanan, Pengaruhnya Terhadap Image; Jurnal Penelitian Akuntansi Bisnis dan Manajemen. Vol. 7. No. 1*.
- Parasuraman, A. V. A. Zeithaml, dan L. L. Berry. 1998. *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Journal of Retailing, Vol. 64, No. 1, Tahun 1998*.
- Sigit, Reza Dimas. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Lapangan Futsal (Studi Kasus pada IFI Futsal Bandung)*. Bandung: Universitas Telkom Bandung.
- Sugiyono, 2002. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2004. *Service Quality & Satisfaction*. Edisi 1, Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2004. *Service Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy 2006. *Manajemen Jasa*. Edisi Keempat. CV. Andy Offset. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing

Umar, Husein. 2003. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi Baru. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

©UKDW