

**SKRIPSI**  
**ANALISIS KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP**  
**KUALITAS PELAYANAN WISATA**  
**DI KRATON YOGYAKARTA**



**OLEH:**

**RIVANI SULISTIYOWATI**

**11094813**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS**  
**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**2017**

**SKRIPSI**  
**ANALISIS KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP**  
**KUALITAS PELAYANAN WISATA**  
**DI KRATON YOGYAKARTA**



**OLEH:**

**RIVANI SULISTIYOWATI**

**11094813**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS**  
**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**2017**

**ANALISIS KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP  
KUALITAS PELAYANAN WISATA  
DI KRATON YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada

Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Untuk memenuhi Sebagian

Dari Syarat - syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

**RIVANI SULISTIYOWATI**

**11094813**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**2017**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

### ANALISIS KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN WISATA DI KRATON YOGYAKARTA

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

**RIVANI SULISTIYOWATI**

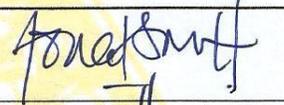
**11094813**

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen  
Fakultas Bisnis  
Universitas Kristen Duta Wacana  
dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar  
Sarjana Ekonomi pada tanggal **07 APR 2017**.....

**Nama Dosen**

**Tanda Tangan**

1. Drs Sisnuhadi, MBA., Ph.D  
(Ketua Tim)
2. Jonathan Herdioko, SE, MM  
(Dosen Penguji)
3. Dr. Singgih Santoso, MM  
(Dosen Penguji)

  
\_\_\_\_\_  
  
\_\_\_\_\_  
  
\_\_\_\_\_

Yogyakarta, ..... **11 APR 2017** .....

Disahkan Oleh:

Dekan,



**Dr. Singgih Santoso, MM**

Wakil Dekan I Manajemen,



**Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**“Analisis Kepuasan Wisatawan terhadap Kualitas Pelayanan Wisata  
di Kraton 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,



Rivani Sulistiyowati

11094813

## **MOTTO**

“Tuhan mungkin tidak pernah mengabulkan doa kita,tapi tuhan memberi kita  
pentunjuk dan jalan untuk mendapatkannya”

(John Savique Capone)

“Always be yourself and never be anyone else  
even if they look better than you.”

“Kill them with success and bury them with a big smile”

(Kwon Ji Yong)

## **PERSEMBAHAN**

*Skripsi ini dipersembahkan kepada:*

***Yang utama dari segalanya***

*Syukur kepada TUHAN Yang Maha Esa.*

*Atas karunia, rahmat, rezeki serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya Skripsi ini dapat terselesaikan.*

***Mama dan Papaku,***

*yang telah berpengaruh besar dalam memotivasiku di Perguruan Tinggi*

*Terimakasih Mama, Terimakasih Papa*

*Kesuksesanku berkat Doa dan Cinta kalian*

*Saudara-saudariku,*

*Rivina Meiliyawati dan Rivita Kristiyowati yang selalu mendukungku dan juga keluarga besarku, terima kasih selalu untuk kalian telah mendukungku hingga saat ini*

***Teman-temanku***

*Buat sahabatku Karin, mas Yuda, mbak Linda, Andan*

*yang telah berpengaruh besar jugadalam Skripsi ini, big thanks sis n gan!!*

*Terima kasih atas bantuan doa, nasehat, hiburan dari teman-teman*

*yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu*

*yang dapat membantu dalam penyelesaian Skripsi ini.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan bagi Tuhan Yang Maha Esa, atas segala berkat dan karunia - Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "ANALISIS KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN WISATA DI KRATON YOGYAKARTA". Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan yang jauh dari sempurna, walaupun demikian penulis telah berusaha dengan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki untuk menyajikan dalam penulisan skripsi dengan sebaik - baiknya, juga berkat bimbingan, pengarahan, serta dorongan dan doa dari berbagai pihak untuk menyelesaikan skripsi ini, oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang tulus kepada :

1. Allah SWT yang senantiasa menyertaiku dalam setiap keadaan serta memberikan kekuatan sehingga aku tetap semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Orang tua penulis yang senantiasa melimpahkan kasih sayang, perhatian, didikan, doa, serta dukungan yang tiada henti juga adik-adik penulis yang senantiasa menjadi motivasi bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan di Universitas Kristen Duta Wacana.

3. Yayasan Arsari Djojohadikusumo yang telah memeberikan beasiswa pendidikan bagi penulis sehingga penulis mendapatkan kesempatan untuk menyelesaikan pendidikan sarjana di Universitas Kristen Duta Wacana.
4. Bapak Dr Singgih Santoso, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta dan juga selaku dosen pembimbing skripsi.
5. Bapak dan ibu Dosen Fakultas Bisnis yang mengajar dan mendidik penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Kristen Duta Wacana.
6. Untuk sahabat di Chanet dan teman-teman di kos Annisa (mbak Novi, mbak Reni, mbak Dhena, Dewi dan Iva) yang selalu memberikan motivasi.
7. Teman-teman Fakultas Bisnis angkatan 2009 yang telah memberikan semangat untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan untuk kebersamaan masa-masa kuliah yang tak terlupakan.
8. Admin Fakultas Bisnis, Reni dan mbak Dwi yang senantiasa memotivasi dan membantu melancarkan urusan administrasi di kampus.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan secara satu demi satu, penulis sangat berterima kasih untuk setiap bentuk dukungan yang diberikan oleh sahabat, teman-teman dan sanak saudara.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih atas doa, dukungan, bantuan dan kasih sayang yang telah diberikan. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas

semuanya. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun sehingga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 15 Maret 2017

Rivani Sulistiyowati

©UKYDWN

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGAJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
ABSTRAKSI .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	7
1.3 Batasan Masalah .....	7
1.4 Rumusan Masalah .....	7
1.5 Tujuan Penelitian .....	7
1.6 Manfaat Penelitian .....	8
1.6.1 Bagi Pemerintah dan Pengelola Tempat Wisata .....	8

1.6.2	Bagi Penulis.....	8
1.6.3	Bagi Pembaca.....	8
<b>BAB II</b>	<b>LANDASAN TEORI</b>	<b>9</b>
2.1	Pengertian Jasa.....	9
2.2	Dimensi Kualitas Pelayanan.....	10
2.3	Kepuasan Konsumen.....	13
2.4	Pariwisata.....	22
2.5	Daya Tarik Wisata Di Kota Yogyakarta.....	25
2.6	Kualitas Pelayanan Wisata.....	28
2.7	Kerangka Berpikir.....	30
2.8	Hipotesis Penelitian.....	31
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	<b>32</b>
3.1	Jenis dan Desain Penelitian.....	32
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
3.3	Populasi dan Sampel	33
3.3.1	Populasi.....	33
3.3.2	Sampel.....	33
3.4	Definisi Variabel Penelitian.....	34
3.5	Teknik dan Instrumen Penelitian.....	35
3.5.1	Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.5.2	Instrumen Penelitian.....	36

3.6	Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	40
3.6.1	Validitas Instrumen .....	40
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	42
3.7	Analisis Data.....	43
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>47</b>
4.1	Profil Responden .....	47
4.1.1	Jenis Kelamin.....	47
4.1.2	Pekerjaan.....	48
4.2	Kegiatan Responden Selama Berwisata di Kota Yogyakarta .....	49
4.2.1	Lama Tinggal (Frekuensi tinggal, frekuensi menginap dan tempat menginap) .....	49
4.2.2	Pengeluaran Selama Berwisata.....	51
4.2.3	Pengaturan Perjalanan Wisata .....	53
4.2.4	Motivasi dan Minat terhadap Obyek Wisata .....	53
4.2.5	Frekuensi Kunjungan dan Moda Transportasi Wisata.....	56
4.2.6	Ketertarikan terhadap Pengadaan Event-event Pariwisata dan Event yang Sebaiknya Diadakan di di Tempat-tempat Wisata.....	57
4.3	Analisis Tingkat Jawaban Responden terhadap Variabel Kualitas Pelayanan Wisata Kraton Yogyakarta .....	58
4.3.1	Variabel Kenyataan Kualitas Pelayanan Wisata Kraton Yogyakarta.....	58
4.3.2	Variabel Harapan Kualitas Pelayanan Wisata Kraton	

Yogyakarta .....	59
4.3.3 Kesesuaian Tingkat Kenyataan dan Harapan Kualitas Pelayanan Wisata .....	60
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....	64
4.4.1 Tingkat Kesesuaian Kualitas Pelayanan Wisata Kraton.....	64
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>65</b>
5.1 Kesimpulan.....	65
5.1.2 Profil Responden .....	65
5.2 <i>Importance-Performance Analysis</i> .....	66
5.3 Saran.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>69</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Instrumen Penelitian .....	38
Tabel 3.2	Rangkuman Perhitungan Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan Wisata .....	43
Tabel 4.1.1	Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
Tabel 4.1.2	Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	48
Tabel 4.2.1a	Persentase Responden Berdasarkan Frekuensi Tinggal .....	50
Tabel 4.2.1b	Persentase Responden Berdasarkan Frekuensi Menginap .....	50
Tabel 4.2.1c	Persentase Responden Berdasarkan Tempat Menginap .....	50
Tabel 4.2.2a	Persentase Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran .....	51
Tabel 4.2.2b	Persentase Responden Berdasarkan Komponen Utama Pengeluaran .....	52
Tabel 4.2.3	Persentase Responden Berdasarkan Pengaturan Perjalanan Wisata .....	53
Tabel 4.2.5a	Persentase Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Responden .....	56
Tabel 4.2.5b	Persentase Responden Berdasarkan Moda Transportasi Responden	56
Tabel 4.2.6a	Persentase Ketertarikan Responden terhadap Pengadaan Event-event .....	57
Tabel 4.2.6b	Persentase terhadap Event yang Sebaiknya Diadakan menurut Responden .....	57
Tabel 4.3.1	Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Kenyataan Kualitas	

	Pelayanan Wisata Kraton Yogyakarta .....	59
Tabel 4.3.2	Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Harapan Kualitas Pelayanan Wisata Kraton Yogyakarta .....	60
Tabel 4.3.3	Rata-rata Harapan dan Kenyataan Kualitas Pelayanan Wisata .....	61

©UKDWN

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir Penelitian .....	31
Gambar 3.1	Diagram Kartesius .....	45
Gambar 4.1.1	Persentase Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
Gambar 4.1.2	Persentase Responden berdasarkan Pekerjaan .....	49
Gambar 4.2.4a	Persentase Responden berdasarkan Motivasi Berwisata .....	54
Gambar 4.2.4b	Persentase Responden berdasarkan Minat terhadap Obyek Wisata yang Akan Dikunjungi .....	55
Gambar 4.3	Diagram Kartesius Importance-Performance Analisis Variabel Kualitas Pelayanan .....	62

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Data Penelitian
Lampiran 3	Validasi Instrumen
Lampiran 4	Perhitungan Statistik

©UKYDWN

## ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kesesuaian antara tingkat harapan atribut pelayanan menurut wisatawan dengan tingkat kinerja yang telah diberikan oleh pengelola wisata kraton, sehingga akan diketahui tingkat kepuasan wisatawan terhadap kualitas pelayanan wisata di Kraton Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Kuesioner yang disebar berjumlah 100 responden. Analisis data menggunakan metode *Importance-Performance Analysis*.

Hasil penelitian menunjukkan tingkat kenyataan lebih rendah dibandingkan tingkat harapan sehingga secara keseluruhan wisatawan merasa tidak puas dengan kualitas pelayanan wisata yang ada di Kraton Yogyakarta. Berdasarkan hasil diagram kartesius kualitas pelayanan wisata kraton, item yang termasuk dalam prioritas utama kualitas pelayanan yang perlu diperbaiki yaitu berkaitan dengan pelayanan yang baik dan pengetahuan mengenai sejarah dan kegiatan kraton. Pengelola wisata perlu meningkatkan kualitas pelayanan pada kategori tersebut agar kepuasan pengunjung wisata Kraton Yogyakarta dapat meningkat.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Wisata Kraton, Kraton Yogyakarta, Kepuasan Pengunjung, *Importance-Performance Analysis*

## **ABSTRACT**

The researcher does this research to know about satisfying toward the visitors to service quality from the object of Royal Palace tour in Yogyakarta or known as Kraton Yogyakarta. This research includes of descriptive qualitative. The method of this research using a sampling technique that called with accidental sampling. The researcher taken about 105 respondents from two parts area of Kraton Yogyakarta. The first is Tepas Keprajuritan and the second is Tepas Pariwisata as the object of this research. The researcher collects the data using questionnaires, observation and library research. Method of analysis uses is Importance-Performance Analysis

The result from this research is indicating that the satisfying from tourism people (Kraton Yogyakarta crew) are lower than the expectations from the whole visitors. The visitors feel that Kraton Yogyakarta must fix the service quality for customer. Base on the result from Cartecius Diagram, the satisfying quality of the royal palace need to increase, especially about the priority to visitors as example of the explanation of the history of the royal palace and the activity inside of the royal palace itself. The management of Royal Palace need to increase the quality of service especially to that points in order to the satisfaction of the visitors.

**Keywords:** Service quality, royal palace, Kraton Yogyakarta, Customer Satisfaction, Importance-Performance Analysis

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang Masalah**

Indonesia sebagai negara agraris, memiliki banyak keunggulan-keunggulan yang dapat menjadi suatu aset dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi. Selain sektor pertanian, perdagangan, perindustrian, pertambangan dan lain-lain, sektor pariwisata juga sangat berpotensi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sektor pariwisata dari sebuah daerah memegang peranan penting dalam menunjang perekonomian. Sektor ini memiliki efek pada industri yang bergerak dan menunjang sektor pariwisata. Apabila sektor ini berkembang dengan baik maka akan menggerakkan industri lainnya seperti industri perhotelan, industri rumah makan, industri kerajinan, transportasi dan industri- industri lain yang semua itu merupakan bagian dari produk wisata (Wahab Saleh, 1998: 47).

Usaha mengembangkan suatu daerah tujuan wisata harus memperhatikan berbagai faktor yang berpengaruh terhadap keberadaan suatu daerah tujuan wisata, dengan potensi yang begitu besar, maka wisata alam dan ekonomi wisata Indonesia perlu disiapkan dengan baik. Selain program promosi yang tentu harus digenjut, ketersediaan infrastruktur, angkutan, serta sumber daya manusia yang memahami prinsip hospitality perlu terus dikembangkan, dengan begitu turis akan mengakses beragam destinasi alam dan ekowisata yang ditawarkan bumi Indonesia (Kodyat, 1983: 4).

Dewasa ini, minat masyarakat untuk berwisata ke tempat-tempat baru dengan keindahan alam, tatanan kota yang unik hingga pesona kuliner dan kebudayaan yang khas pun semakin meningkat. Di berbagai wilayah Indonesia memiliki banyak tempat wisata gunung berapi yang masih aktif yang terletak terutama di sepanjang pulau Jawa. Tidak hanya wisata gunung yang bisa memanjakan wisatawan yang menyukai tantangan, disini juga terkenal dengan keindahan pantai. Oleh karena itu, Indonesia menjadi pilihan sebagian besar wisatawan untuk menghabiskan waktu untuk berlibur.

Seiring dengan perkembangan teknologi saat ini, semakin banyak tempat wisata di daerah-daerah yang terekspos di media elektronik, media cetak dan media sosial. Media elektronik seperti televisi sangat efektif untuk menayangkan program atau acara-acara wisata alam, wisata kuliner hingga wisata budaya di daerah tertentu. Sedangkan media sosial seperti facebook, twitter, instagram dan path juga dijadikan media promosi oleh sebagian atau sekelompok orang bahkan mungkin pengelola untuk mengenalkan wisata tersebut kepada masyarakat luas dan mengundang mereka untuk datang berkunjung.

Di pulau Jawa, khususnya Daerah Istimewa Yogyakarta terbagi menjadi 5 (lima) wilayah kabupaten antara lain Kabupaten Kulon Progo, Kabupaten Bantul, Kabupaten Sleman, Kabupaten Gunungkidul dan Kotamadya Yogyakarta. Kota yang juga dikenal sebagai kota pelajar, seni, dan wisata serta kota budaya yang selalu memelihara dan menjaga adat istiadatnya. Ada beberapa tempat di Daerah Istimewa Yogyakarta khususnya tempat wisata di Kotamadya Yogyakarta yang banyak

didatangi oleh wisatawan diantaranya Kraton Yogyakarta, Kawasan wisata Malioboro, Benteng Vredeburg, Tamansari, Tugu Jogja dan Alun-alun Selatan Jogja.

Kraton Yogyakarta merupakan tempat tinggal raja yang juga menjadi penjaga nyala kebudayaan Jawa. Tempat wisata ini masih banyak dikunjungi wisatawan di Jogja. Di area wisata Kraton Yogyakarta terdapat 2 (dua) loket masuk wisata yaitu Tepas Keprajuritan (depan Alun-alun Utara) dan di Tepas Pariwisata (Regol Keben). Jika masuk dari Tepas Keprajuritan maka wisatawan hanya bisa memasuki Bangsal Pagelaran dan Siti Hinggil serta melihat koleksi beberapa kereta kraton yang pernah digunakan sebagai alat transportasi para raja Yogyakarta pada jaman dulu. Loket kedua yaitu pintu masuk Tepas Pariwisata, dari pintu masuk ini wisatawan bisa memasuki Kompleks Sri Manganti dan Kedhaton di mana terdapat Bangsal Kencono yang menjadi balairung utama kerajaan.

Di kraton ini wisatawan dapat menyaksikan langsung aktivitas abdi dalem yang sedang melakukan tugasnya atau melihat koleksi barang-barang kraton, melihat pertunjukan seni seperti macapat, wayang golek, wayang kulit dan tari-tarian. Pertunjukan seni lain yang juga ditampilkan di kraton diantaranya pertunjukan wayang golek, wayang kulit, wayang orang, pertunjukan tari dan macapat. Wisatawan yang ingin menyaksikan pertunjukan seni tersebut bisa datang berkunjung ke kraton sesuai dengan jadwal pertunjukan dari pengelola wisata Kraton Yogyakarta.

Sebagai tujuan wisata yang paling banyak diminati oleh wisatawan maka sarana dan prasarana penunjang yang memungkinkan para wisatawan agar dengan

mudah berkunjung ke tempat-tempat wisata ini harus diperhatikan oleh pengelola tempat wisata dan pemerintah kota Yogyakarta. Sarana dan prasarana tersebut antara lain fasilitas umum, pelayanan, kebersihan dan keamanannya. Fasilitas umum ini meliputi transportasi bagi wisatawan, adanya tempat parkir sebagai wadah kendaraan pengunjung atau wisatawan, ketersediaan tempat sampah yang mudah dijangkau wisatawan, dan lain-lain. Selain fasilitas umum yang tersedia, tentu ada hal-hal lain yang mempengaruhinya seperti kebersihan area wisata, adanya rumah makan, keberadaan penginapan di area sekitar tempat wisata, pelayanan terhadap wisatawan serta keamanan tempat wisata.

Salah satu bentuk pelayanan terhadap wisatawan yang disediakan Kraton Yogyakarta yaitu tersedianya pemandu wisata atau *guide* di area wisata kraton. *Guide* akan mengantar wisatawan berkeliling area kraton sekaligus memberikan informasi mengenai kisah-kisah atau sejarah terkait Kraton Yogyakarta, namun tidak semua *guide* berasal dari kraton. Ada *guide* kraton dan *guide* resmi (mempunyai lisensi *guide*). Kedua jenis *guide* tersebut, mereka tidak dalam satu manajemen yang jelas, sehingga pengunjung sering dirugikan karena ketidakjelasan informasi wisata di kraton itu sendiri. *Guide* kraton tidak memiliki pembagian tugas yang jelas. Jumlah *guide* kraton saat ini masih terbatas untuk masing-masing pintu masuk (dari Tepas Keprajuritan maupun Tepas Pariwisata) maka tidak semua wisatawan dapat menggunakan jasa *guide* tersebut.

Menurut Wahyu Lestari (2011: 4) produk wisata merupakan rangkaian dari berbagai jasa yang saling terkait yaitu jasa yang dihasilkan dari berbagai perusahaan

(segi ekonomis), jasa masyarakat (segi sosial) dan jasa alam. Pada hakekatnya pengertian produk wisata adalah keseluruhan pelayanan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati wisatawan semenjak ia meninggalkan tempat tinggalnya sampai ke daerah tujuan wisata yang dipilihnya dan sampai kembali ke rumah dimana ia berangkat semula (Suswantoro, 2007: 75). Sementara Anak Agung Putu Swabawa dan Ni Gusti Nyoman Suci Murni (2003: 50) mengemukakan bahwa produk wisata adalah segala sesuatu yang diperlukan atau diminta wisatawan yang dapat berupa: Benda-benda yang disediakan oleh alam yaitu iklim, pegunungan, flora dan fauna, sumber air panas dan sebagainya; hasil ciptaan manusia seperti monument sejarah, museum, festival candi, pura, upacara keagamaan dan sebagainya; prasarana wisata seperti jalan raya, listrik, jembatan, bandara, lapangan rumah sakit, toko atau tempat belanja dan sebagainya; sarana pariwisata seperti ATM (Anjungan Tunai Mandiri) dan tata cara hidup masyarakat seperti upacara ngaben, adat istiadat.

Oka A. Yoeti (2002: 211) dalam (Joko Susilo, 2009) menyebutkan bahwa produk wisata sebagai salah satu obyek penawaran dalam pemasaran pariwisata memiliki unsur-unsur utama yang terdiri 3 bagian: atraksi obyek wisata yang meliputi keindahan, harga dan pelayanan, fasilitas yang dimiliki daerah tujuan wisata meliputi akomodasi, usaha pengolahan makanan, parkir, transportasi, rekreasi dan lain-lain.

Kualitas produk, khususnya prosuk wisata merupakan faktor yang harus mendapatkan perhatian utama. Produk wisata yang berkualitas bertujuan agar wisatawan merasakan puas terhadap jasa pariwisata yang dinikmatinya. Hal tersebut

disebabkan oleh kepuasan wisatawan merupakan sesuatu yang tidak ternilai harganya. Kepuasan merupakan investasi jangka panjang bagi sebuah usaha dalam bidang barang maupun jasa karena pada akhirnya wisatawan yang puas tidak hanya sekedar akan membeli produk wisata tersebut secara berulang.

Dalam buku *Manajemen Pemasaran* karya Philip Kotler menyebutkan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (2002:42). Sedangkan harapan-harapan pembeli tersebut dipengaruhi juga oleh pengalaman pembelian mereka yang sebelumnya. Pengelola usaha tentu berharap setiap wisatawan domestik maupun mancanegara yang berkunjung merasa puas terhadap produk wisata yang mereka tawarkan. Dari rasa puas yang dirasakan wisatawan ini, untuk waktu yang selanjutnya wisatawan diharapkan akan datang kembali berwisata di kota Jogja. Dengan mengetahui faktor-faktor apa saja yang dianggap penting oleh wisatawan mengenai sebuah tempat wisata, hal ini akan membantu pengelola tempat wisata untuk menentukan kearah mana peningkatan dan pengembangan tempat wisata akan dilakukan agar tempat wisata tersebut semakin diminati oleh wisatawan domestik dan mancanegara.

Berdasarkan beberapa uraian di atas maka dilakukan penelitian untuk mengetahui kepuasan wisatawan terhadap kualitas produk wisata di kota Yogyakarta. Dalam penelitian ini dipilih variabel kualitas pelayanan wisata dan kepuasan pengunjung sebagai fokus dari penelitian, maka akan dilakukan penelitian dengan judul “ANALISIS KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP

## KUALITAS PELAYANAN WISATA DI KRATON YOGYAKARTA”.

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, dapat diidentifikasi permasalahan yang timbul yaitu belum diketahui kepuasan pengunjung terhadap kualitas pelayanan wisata di Kota Yogyakarta khususnya di Kraton Yogyakarta.

### **1.3 Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini hanya dibatasi pada ruang lingkup tingkat kepuasan pengunjung terhadap kualitas pelayanan wisata di Kota Yogyakarta khususnya di Kraton Yogyakarta.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada batasan masalah yang telah ditentukan maka permasalahan yang dirumuskan adalah bagaimanakah kepuasan pengunjung terhadap kualitas pelayanan wisata di Kota Yogyakarta khususnya di Kraton Yogyakarta?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mengetahui kepuasan pengunjung terhadap kualitas pelayanan wisata di Kraton Yogyakarta.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Bagi Pemerintah dan Pengelola Tempat Wisata**

Sebagai masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan serta mengeksplorasi potensi wisata terutama yang berhubungan dengan kepuasan wisatawan terhadap kualitas layanan, fasilitas yang disediakan dan bisa mempertahankan jumlah wisatawan dan bila perlu dapat meningkatkan jumlah wisatawan sehingga dapat menambah kontribusi pemasukan Kota Yogyakarta.

### **1.6.2 Bagi Penulis**

Penelitian ini sebagai sarana bagi penulis untuk menerapkan ilmu manajemen yang didapat selama mengikuti perkuliahan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran, dan juga mengetahui praktek seberapa besar mengukur tingkat kepuasan wisatawan terhadap fasilitas dan kualitas pelayanan wisata di Kota Yogyakarta.

### **1.6.3 Bagi Pembaca**

Sebagai sarana untuk menambah pengetahuan mengenai penelitian pemasaran, terutama yang berhubungan dengan kepuasan pengunjung terhadap kualitas pelayanan wisata di Kota Yogyakarta.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1 Kesimpulan**

#### **5.1.2 Profil Responden**

Berdasarkan profil responden yang didapat dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Kebanyakan wisatawan yang berkunjung ke Kraton Yogyakarta memiliki jenis kelamin wanita.

b. Jenis Pekerjaan

Kebanyakan wisatawan yang berkunjung ke Kraton Yogyakarta memiliki pekerjaan pelajar/ mahasiswa.

c. Kegiatan Selama Berwisata

Kebanyakan wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta menginap selama lebih dari 2 malam di rumah teman/saudara selama wisata.

d. Pengeluaran Selama Berwisata

Kebanyakan wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta memiliki rata-rata pengeluaran kurang dari Rp 500.000,00 dengan komponen utama pengeluaran untuk makan dan minum.

e. Pengaturan Perjalanan Wisata

Pengaturan perjalanan wisata yang dilakukan wisatawan kebanyakan adalah bersama teman/ saudara.

f. Motivasi dan Minat terhadap Obyek Wisata

Kebanyakan wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta memiliki motivasi berwisata untuk melihat-lihat keindahan Yogyakarta dan obyek yang banyak diminati untuk dikunjungi oleh wisatawan saat berwisata adalah Malioboro.

g. Frekuensi Kunjungan dan Moda Transportasi

Wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta kebanyakan berkunjung sebanyak lebih dari 3 kali dan moda transportasi yang kebanyakan digunakan oleh wisatawan adalah sepeda motor.

h. Ketertarikan terhadap Pengadaan Event-event Pariwisata dan Event yang Sebaiknya diadakan di Tempat-tempat Wisata

Kebanyakan wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta tertarik dengan adanya event-event pariwisata yang diadakan di tempat-tempat wisata di Yogyakarta. Event yang sebaiknya diadakan di tempat-tempat wisata tersebut menurut kebanyakan wisatawan adalah festival dengan tema-tema khusus.

## 5.2 *Importance-Performance Analysis*

Dari hasil penelitian analisis *IPA* yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan bahwa 10 item dari dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari:

1. Jasa yang sesuai janji
2. Jam operasional yang sesuai dengan yang disampaikan
3. Waktu beroperasi yang nyaman
4. *Guide* yang melayani dengan baik
5. *Guide* yang memiliki pengetahuan tentang sejarah kraton
6. *Guide* penuh perhatian
7. *Guide* mengutamakan pengunjung
8. *Guide* berpenampilan rapi dan profesional
9. *Guide* bersedia membantu pengunjung
10. Fasilitas kraton megah dan menarik

Sepuluh item tersebut memiliki tingkat kesesuaian antara harapan dan kenyataan kualitas pelayanan tinggi yaitu lebih dari 80%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengunjung tidak puas dengan kualitas pelayanan wisata kraton yang ada. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat harapan yang lebih besar dari tingkat kenyataan ( $Y > X$ ).

### 5.3 Saran

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan informasi guna memperbaiki, mempertahankan serta meningkatkan kepuasan pengunjung terhadap kualitas pelayanan wisata di Kraton Yogyakarta, diantaranya:

- 1) Prioritas utama dalam kualitas pelayanan yang harus diperbaiki adalah pelayanan yang baik dari *guide* wisata kraton. Hal ini dinilai penting oleh

wisatawan karena pelayanan yang baik dari *guide* membawa citra atau *image* yang baik bagi perusahaan.

- 2) Pengetahuan *guide* mengenai sejarah kraton dan kegiatan yang dilakukan di kraton sehingga *guide* mampu memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan wisatawan. Karena hal ini merupakan unsur utama yang diinginkan oleh wisatawan kraton dan membawa *image* yang baik bagi pengelola wisata kraton.
- 3) Pengelola wisata sebaiknya bekerja sama dengan agen-agen perjalanan wisata untuk menyediakan *guide* khusus wisata kraton yang sudah dibekali dengan pengetahuan mengenai sejarah kraton dan juga kegiatan yang dilakukan di kraton.
- 4) Pengelola wisata kraton sebaiknya memberikan pelatihan-pelatihan yang berkaitan dengan peningkatan kepuasan pengunjung wisata kraton untuk *guide* kraton agar pengunjung benar-benar mendapatkan kepuasan saat berwisata di Kraton Yogyakarta.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Irawan 2003. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kodyat, H. 1983. *Pariwisata Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Keller, K.L. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Prenhalindo.
- Kotler, Philip dan Keller, K.L. 2007. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kusmayadi dan Sugiarto, Endar. 2000. *Metode Penelitian dalam Bidang Kepariwisataaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2005. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2005. *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Zeithmall, V.A. Parasuraman, and Berry, L.L. 1998. *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*, New York: The Free Press.