

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI OBJEK WISATA HUTAN PINUS
MANGUNAN YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Disusun Oleh:

ROLAN HANS FEBRIZIO SITORUS

NIM: 11130047

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2020

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ROLAN HANS FEBRIZIO SITORUS
NIM : 11130047
Program studi : MANAJEMEN
Fakultas : BISNIS
Jenis Karya : SKRIPSI

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI OBJEK WISATA HUTAN PINUS MANGUNAN
YOGYAKARTA”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 12 April 2020

Yang menyatakan



(Rolan Hans Febrizio Sitorus)

NIM.11130047

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:

ROLAN HANS FEBRIZIO SITORUS

NIM : 11130047

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
2020**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI OBJEK WISATA HUTAN PINUS
MANGUNAN YOGYAKARTA”**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

ROLAN HANS FEBRIZIO SITORUS

11130047

dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

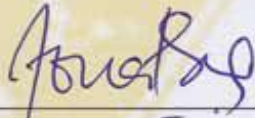
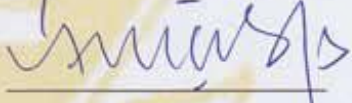

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk menerima salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Manajemen pada tanggal 10 JULI 2020

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Jonathan Herdioko, SE., MM
(Ketua Tim Penguji dan Pembimbing)
2. Dra. Purwani Retno Andalas, MM
(Dosen Penguji)
3. Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., Dipl. Secr, M.M.
(Dosen Penguji)

Yogyakarta, 10 1 SEP 2020

Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Bisnis




Dr. Perminas Pangeran, SE., M. Si.

Ketua Program Studi Manajemen



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI OBJEK WISATA HUTAN PINUS MANGUNAN YOGYAKARTA

Saya kerjakan guna memenuhi sebagian syarat-syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah MURNI hasil pekerjaan saya dan bukan tiruan atau duplikasi dari karya pihak yang lain di perguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi tiruan dari karya pihak lainnya, maka saya bersedia diberikan sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 19 Juni 2020



Rolan Hans Febrizio Sitorus

(11130047)

HALAMAN MOTTO

“Live as if you were to die tomorrow; learn as if you were to live forever.”

(Mahatma gandhi)

“Kebanyakan masa lalu mengandung penyesalan. Sebagian masa depan menjanjikan harapan. Di antara keduanya kita hidup, dalam permainan pikiran.”

(Agam Tambunan)

“The best way to find yourself is to lose yourself in the service of others.”

(Mahatma gandhi)

“Happiness depends upon ourselves”

(Aristoteles)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

- Tuhan Yesus Kristus yang selalu menyertai hidup saya dan keluarga.
- Kedua orang tua saya Monang Sitorus dan Neva Iriani Tampubolon beserta ketiga saudara dan saudari kandung saya Herbert sitorus, Franciskus Sitorus dan Endralin Sitorus yang telah mendukung dan membantu saya agar tetap semangat.
- Dosen pembimbing dan wali saya, Bpk Jonathan Herdioko, SE, MM. yang telah sabar dalam melakukan proses pembimbingan serta sudah menjadi orang tua saya selama berkuliah di UKDW.
- Dosen-dosen di fakultas bisnis yang sudah mejadi orang tua saya selama kuliah di UKDW.
- Keluarga besar IMBADA, Kost ALIBABA, GANDONG dan PERKAM Family yang selalu memberikan semangat.
- Abang-abang dan kakak tingkat saya di jogja Hamonangan, Tony, Leo, Richard, Santhos, Remil, Ecchon, Lambok, Rhendy, Tono, Iko dan nama yang saya belum bisa sebutkan satu per satu yang selalu membantu dan memberi semangat dalam proses skripsi ini.
- Keluarga Gandong dan teman satu angkatan saya Gherry, Nensya, Beny, Algo, Jhosua, Guntur, Richard, Reky, Andryanto, Felix, Friska, Danu, Viktor dan yang namanya belum bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu dan mengingatkan saya dalam proses skripsi ini.
- Adik-adik tingkat dan Imbada di jogja Limbong, Elrio, Roby, FelixDj, Boy, Mega, Santi, Kriswahyuni, Riani, Dorti, Devi, Lisna, Yuni, Wahyuni,

Tiwi, Leni, Immanuel, Angela dan nama yang belum bisa saya sebutkan satu per satu yang selalu membantu dan memberi semangat.

- Teman–teman angkatan 2013.
- Kerabat dekat saya yang selalu mendukung dan Teman-teman yang belum bisa saya sebutkan satu persatu.

©UKDW

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, atas segala berkat dan penyertaan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI OBJEK WISATA HUTAN PINUS MANGUNAN YOGYAKARTA”**

Tujuan dari penulisan Skripsi ini adalah untuk melengkapi dan memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Manajemen Pemasaran Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.

Penulis menyadari bahwa telah selesainya Skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan kerjasama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak berikut ini.

1. **Jonathan Herdioko, SE, MM.** selaku dosen pembimbing. Terima kasih atas bimbingannya dalam penulisan Skripsi ini.
2. Bapa dan Mama serta saudara dan saudari saya yang selalu mendukung agar selesainya skripsi ini.
3. Untuk saudari kandung perempuan saya Endralin Pratiwi Sitorus yang selalu mendukung dan memberikan saya semangat.
4. Keluarga besar IMBADA, Kost ALIBABA, GANDONG dan PERKAM Family yang selalu memberikan semangat.

5. Semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan tugas akhir (skripsi) ini baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh Karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi ini.

Harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada penulis khususnya dan pembaca umumnya.

©UKDWN

Yogyakarta,

Penulis

Rolan Hans Febrizio Sitorus

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Batasan Penelitian	6

BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1. Pengertian Pemasaran.....	8
2.2 Kualitas Layanan.....	9
2.3 Promosi	12
2.4. Kepuasan Konsumen.....	14
2.5 Penelitian Terdahulu.....	16
2.6 Kerangka Penelitian.....	18
2.7 Hipotesis.....	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1. Data.....	20
3.2 Model Penelitian.....	23
3.3. Definisi Variabel dan Pengukurannya	23
3.4. Metode Analisis Data.....	26
3.5. Uji Statistik.....	29
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	33
4.1.1 Uji Validitas	33
4.1.2 Reabilitas.....	35
4.2. Statistik Deskriptif	35
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36

4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	36
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	37
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	38
4.2.5 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	39
4.2.6 Profil Responden Berdasarkan Asal Daerah.....	40
4.2.7 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung.....	40
4.3. Koefisien Determinasi	41
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	42
4.4.1 Uji Signifikan Secara Simultan.....	44
4.4.2 Uji Signifikan Secara Parsial.....	45
4.5 Pembahasan Hasil.....	47
BAB V PENUTUP.....	50
5.1. Kesimpulan	50
5.1.1 Hasil Analisis Deskriptif Responden	50
5.1.2 Hasil Analisis Regresi Koefisien Determinasi.....	51
5.1.3 Hasil Analisis Uji F.....	51
5.1.4 Hasil Analisis Uji T.....	51
5.2. Saran	52
5.2.1 Saran Berdasarkan Hasil Penelitian bagi Perusahaan.....	52
5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	52

DAFTAR PUSTAKA.....54

LAMPIRAN56

©UKDW

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	34
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas.....	35
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	38
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	38
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	39
Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Asal Daerah.....	40
Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung.....	41
Tabel 4.10 Koefisien Determinasi.....	41
Tabel 4.11 Regresi Linear Berganda.....	42
Tabel 4.12 Hasil Uji F.....	44
Tabel 4.13 Hasil Uji T.....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	18
Gambar 3.1 Model Penelitian	23

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner	56
Data Excel Kuesioner	61
Tabel r	68
Hasil Uji Validitas	69
Kartu Konsultasi dan Bukti ACC Pendadaran	73
Halaman Persetujuan	74
Lembar Revisi Ujian Pedndadaran	75
Fornulir Revisi Judul Skripsi	76

©UKYDN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI OBJEK WISATA HUTAN PINUS
MANGUNAN YOGYAKARTA**

ABSTRAK

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 konsumen adalah dengan meningkatkan kualitas layanan dan promosi sehingga dapat sesuai dengan ekspektasi atau harapan dari para pengunjung.

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah menguji pengaruh dimensi variabel kualitas layanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen Objek Wisata Hutan Pinus Mangunan Yogyakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini adalah penyebaran kuesioner dengan kriteria responden yang dipilih adalah seluruh konsumen yang pernah berkunjung ke Objek Wisata Hutan Pinus Mangunan Yogyakarta. Jumlah sampel yang diambil sebagai responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang.

Berdasarkan kriteria tersebut terdapat dua hipotesis sebagai berikut : pertama, kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Objek Wisata Hutan Pinus Mangunan Yogyakarta. Kedua, promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Objek Wisata Hutan Pinus Mangunan Yogyakarta.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Objek Wisata Hutan Pinus Mangunan Yogyakarta. Sedangkan variabel promosi secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Objek Wisata Hutan Pinus Mangunan Yogyakarta. Koefisien determinasi ($\text{Adjusted } R^2$) penelitian ini sebesar 0,554. Hal ini berarti 55,4% kepuasan konsumen Objek Wisata Hutan Pinus Mangunan Yogyakarta dipengaruhi oleh variabel kualitas layanan dan promosi, sedangkan sisanya 44,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : kualitas layanan, promosi, dan kepuasan konsumen Objek Wisata Hutan Pinus Mangunan 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 *service quality and promotion* to the customer satisfaction of Tourism Object Hutan Pinus Yogyakarta. Data collection method used for this study is the distribution of questionnaires with selected respondents criteria is all consumers who have visited the Tourism Object Hutan Pinus Yogyakarta. The number of samples taken as respondents in this study were 100 people.

Based on these criteria there are two hypotheses as follows: first, service quality does not significantly influence customer satisfaction in Tourism Object Hutan Pinus Mangunan Yogyakarta. Second, promotion has a significant effect on consumer satisfaction Tourism Object Hutan Pinus Mangunan Yogyakarta.

Based on the results of hypothesis testing, it can be concluded that the service quality variable partially has no effect on consumer satisfaction in the Tourism Object Hutan Pinus Mangunan of Yogyakarta. Where as the promotion variable partially has a positive and significant influence on consumer satisfaction of Tourism Object Hutan Pinus Mangunan Yogyakarta. The coefficient of determination (Adjusted R²) of this study was 0.554. This means that 55.4% of consumer satisfaction in Tourism Object Hutan Pinus Mangunan Yogyakarta is influenced by service quality and promotion variables, while the remaining 44.6% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords : service quality, promotion, and customer satisfaction Tourism Object Hutan Pinus Mangunan of Yogyakarta

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tingginya perkembangan sektor pariwisata saat ini di Indonesia merupakan suatu hal yang berpotensi sebagai sumber pendapatan daerah. Pemerintah dan masyarakat menyadari bahwa Indonesia mempunyai begitu banyak potensi dan daya tarik wisata yang dapat dijual untuk menambah Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD). Yogyakarta merupakan salah satu kota yang memiliki begitu banyak destinasi wisata. Sebagian dari tempat-tempat wisata yang ada di kota Yogyakarta adalah peninggalan situs prasejarah dan Kebudayaan yang sudah ada di tempat ini. Dengan adanya potensi wisata tersebut, Pemerintah meningkatkan dan memaksimalkan tempat wisata yang ada untuk menambah pendapatan daerah dan membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat yang ada disekitar objek wisata. Setiap tahunnya jumlah pengunjung wisata yang ada di Yogyakarta semakin meningkat. Tempat wisata yang ada di Yogyakarta juga memiliki kesan yang berbeda, sehingga pengunjung yang datang untuk berwisata tentu ingin merasakan hal yang baru dan menarik yang ada di tempat wisata tersebut.

Hutan Pinus Mangunan adalah salah satu tempat wisata yang sudah di resmikan pada Tahun 2015 oleh Sri Sultan Hamengkubuwono X. Dahulunya kawasan ini merupakan kawasan tanah kering dan berkapur yang memiliki tingkat kesuburan tanah yang rendah. Kemudian oleh pemerintah melalui Perhutani wilayah ini dijadikan sebagai Resort Pengelolaan Hutan (RPH) dengan program utamanya yaitu melakukan reboisasi. Keberadaan hutan ini pun mulai di kenal

seiring adanya foto-foto yang mulai beredar diberbagai media sosial dengan latar hutan pepohonan pinus yang indah tertatah dengan rapih. Melihat tingginya minat wisatawan yang muncul berkunjung ke Hutan Pinus Mangunan yang dulunya hanya sebagai hutan lindung ini, kini sudah resmi difungsikan sebagai kawasan wisata alam dan budaya pada Tahun 2015 yang lalu. Dengan dilakukan reboisasi berbagai macam tanaman dan memfungsikan tempat ini sebagai tempat wisata, di harapkan akan dapat untuk menarik minat pengunjung yang datang ke tempat wisata baru ini. Pada saat ini ada bermacam fasilitas penunjang yang ada di Hutan Pinus Mangunan yaitu warung kuliner, gazebo, mushola, kamar mandi umum, lahan parkir, tempat bermain, tempat duduk santai dan spot foto. Hutan Pinus Mangunan juga sering menjadi tempat diselenggarakan panggung kesenian yang merupakan salah satu daya tarik pada tempat ini, karena banyak pengunjung yang datang untuk menikmati pemandangan sambil mendengarkan lantunan bunyi lagu kesenian. Tapi sangat disayangkan karena adanya jam terbatas bagi pengunjung yang dimulai dari jam 08.30 sampai 17.30 melihat ramainya niat parawisatawan yang tak bisa menikmati suasana malam hari di Hutan Pinus Mangunan.

Hal yang perlu di perhatikan untuk mencapai kepuasan konsumen adalah dengan menyadari pentingnya kualitas layanan dan promosi. Kualitas layanan yaitu menggambarkan kualitas kualitas layanan, seperti tingkat yang dimana suatu servis bertemu dengan kebutuhan-kebutuhan atau harapan-harapan pelanggan (Lewis dan Mitchell, 1990). Terdapat 5 dimensi kualitas layanan, yaitu keandalan, bukti fisik, empati, ketanggapan, dan jaminan. 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.

Untuk mengejar pangsa pasar pariwisata maka dengan adanya daya tarik tersendiri yang di tawarkan Hutan Pinus Mangunan, ini kesempatan untuk menunjukkan keunggulannya bagi para wisatawan dengan kepuasan yang di berikan, salah satunya dengan meningkatkan promosi. Menurut Purnama (2001:69) promosi adalah komunikasi dari para pemasar yang menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan para calon pembeli suatu produk dalam rangka mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu respon. Selain kualitas layanan, ada juga promosi yang dilakukan perusahaan akan menciptakan suatu penilaian tersendiri pada pikiran konsumen terhadap promosi perusahaan secara langsung maupun tidak langsung. Philip Kotler (2005) juga menjelaskan bahwa aktivitas promosi dikatakan sebagai suatu usaha pemasaran yang memberikan berbagai upaya intensif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa.

Kepuasan konsumen adalah perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005:65). Dalam memasarkan produknya perusahaan akan selalu berusaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen lama atau pun baru. Kepuasan konsumen saat ini menjadi tujuan utama dari sebuah perusahaan karena kepuasan konsumen adalah kunci

utama untuk memenangkan pesaing. Oleh karena itu, penelitian ini memfokuskan kepada kepuasan konsumen pada objek wisata Hutan Pinus mangunan, sehingga dapat di ketahui sebarapa besar kepuasan konsumen terhadap jasa penggunaan wisata objek Hutan Pinus Mangunan.

Menyadari pentingnya kualitas layanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen malalui uraian latar belakang masalah yang telah di kemukakan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kepuasan konsumen dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI OBJEK WISATA HUTAN PINUS MANGUNAN YOGYAKARTA”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah variabel kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di objek wisata Hutan Pinus Mangunan Yogyakarta ?
- b. Apakah variabel promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di objek wisata Hutan Pinus Mangunan Yogyakarta ?
- c. Apakah variabel kualitas layanan dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di objek wisata Hutan Pinus Mangunan Yogyakarta ?

1.3 Tujuan Penelitian

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

- a. Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam berkunjung di objek wisata Hutan Pinus Mangunan Yogyakarta.
- b. Untuk mengetahui pengaruh variabel promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam berkunjung di objek wisata Hutan Pinus Mangunan Yogyakarta.
- c. Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas layanan dan promosi berpengaruh secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di objek wisata Hutan Pinus Mangunan Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi di bidang pemasaran, khususnya terhadap permasalahan dengan pengembangan produk atau jasa, sehingga hasil penelitian ini diharapkan nantinya dapat memberikan informasi sebagai bahan pembanding selanjutnya.

b. Manfaat Bagi Penulis

Memberikan pengalaman kepada penulis untuk menerapkan dan memperluas wawasan penerapan teori dan pengetahuan yang telah diterima di dalam perkuliahan pada kegiatan nyata.

1.5 Batasan Penelitian

Adapun batasan masalah agar penelitian ini tidak terlalu luas, penelitian ini difokuskan pada :

1. Responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah pengunjung yang sudah pernah pergi ke objek wisata Hutan Pinus Mangunan Yogyakarta.
2. Jumlah responden yang diteliti 100 orang.
3. Jasa atau layanan yang diteliti adalah objek wisata Hutan Pinus Mangunan Yogyakarta.
4. Waktu penelitian : Agustus – Desember 2019
5. Variabel yang di gunakan dalam penelitian adalah :
 - a. Kualitas Layanan sebagai variabel independen (X1)
 - b. Promosi sebagai variabel independen (X2)

c. Kepuasan konsumen sebagai variabel dependen (Y)

©UKDW

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas layanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen Objek Wisata Hutan Pinus Mangunan. Pengujian menggunakan sampel sebanyak 100 responden dimana yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang sudah pernah mengunjungi Objek Wisata Hutan Pinus Mangunan. 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 gender Pria dengan jumlah 79 responden (79%).
2. Mayoritas responden dalam penelitian ini dengan usia 20 - 25 tahun yaitu sebanyak 84 orang (84%).
3. Mayoritas responden dalam penelitian ini dengan pekerjaan sebagai Mahasiswa yaitu sebanyak 73 orang (73%).
4. Mayoritas responden dalam penelitian ini dengan pendidikan terakhir Sarjana (S1 – S3) yaitu sebanyak 52 orang (52%).

5. Mayoritas responden dalam penelitian ini dengan pendapatan Rp 1.500.001 – Rp 3.000.000 yaitu sebanyak 71 orang (71%).
6. Mayoritas responden dalam penelitian ini berasal dari Luar DIY yaitu sebanyak 90 orang (90%).
7. Mayoritas responden dalam penelitian ini dengan frekuensi 2 - 4 kali berkunjung yaitu sebanyak 55 orang (55%).

5.1.2 Hasil Analisis Regresi Koefisien Determinasi (r^2)

Berdasarkan hasil analisis regresi untuk Koefisien Determinasi (r^2), dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan dan promosi mempengaruhi sebesar 55,4% terhadap variabel kepuasan pengunjung. Sedangkan sisanya yaitu 44,6% 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 yaitu kualitas layanan dan promosi secara simultan atau bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Hutan Pinus Mangunan Yogyakarta karena nilai probabilitasnya adalah 0,000.

5.1.4 Hasil Analisis Uji t

Dari analisis uji t dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Objek Wisata Hutan Pinus Mangunan. Sedangkan variabel lainnya yaitu promosi

secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Objek Wisata Hutan Pinus Mangunan.

5.2. Saran

5.2.1. Saran berdasarkan hasil penelitian bagi Perusahaan

1. Dengan promosi yang baik ini maka Objek Wisata Hutan Pinus Mangunan diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan apa yang sudah dicapai saat ini. Melihat semakin banyaknya pengunjung Hutan Pinus Mangunan saat ini membuat perusahaan harus melakukan perbaikan dan penyesuaian untuk menciptakan kepuasan konsumen.
2. Berdasarkan jawaban responden terkait kualitas layanan, pengunjung yang datang ke Objek Wisata Hutan Pinus Mangunan tidak memerlukan kualitas layanan yang ada untuk meningkatkan kepuasan konsumen dalam berkunjung, untuk itu perusahaan diharapkan untuk meningkatkan dan mempertahankan promosi.

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 konsumen.

2. Dalam menyusun kuesioner, peneliti diharapkan dapat menyusun pernyataan-pernyataan yang sesuai dengan indikator dan mudah dimengerti responden.

©UKDW

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hamdani, Nizar Alam dan Maulida Agustianus Zaman. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pizza Express Jakarta*. Garut: Fakultas Ekonomi Universitas Garut.
- Handayani, Estu dan Dedi Mohamad. (2017). *Pengaruh Promosi Wisata bahari dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Kunjungan Wisata di Pelabuhan Muncar Banyuwangi*. Banyuwangi: Sekolah Tinggi Ilmu Komputer PGRI Banyuwangi.
- Kotler, Amstrong. (2001). *Prinsip - prinsip pemasaran*, Edisikeduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. (1995). *Marketing*. Jakarta:jilid II. PenerbitErlangga
- Kotler, Philip.(2000). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Jilid 2. Jakarta : Indeks
- Kotler, Philip dan Amstrong Gary. (2008). *Principles of Marketing*. First Impression, Prentice Hall Inc, New Jersey
- Lewis, B. R., dan Mitchell, V. W., (1990). "Defining and Measuring The Quality of Customer Service," *Marketing Intelligence & Planning*. Vol. 8.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Salemba Empat. Jakarta.
- Lingga Purnama. (2001). *Strategic Marketing Plan: Panduan Lengkap dan Praktis Menyusun Rencana Pemasaran yang Strategis dan Efektif*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama
- Massie, Shelly P. (2016). *Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Objek Wisata Sumaru Endo Remboken*. Manado: Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sam Ratulangi, Manado.
- Prayitno, Erman Amti. (1993). *Psikologi Dalam Pemilihan Karyawan*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Rahman, Yusli Fadlika dan Harti. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Wisata Kolam Renang Teuku Umar Bojonegoro*. Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.
- Rangkuti, Freddy (2002). *Measuring Customer Satisfaction*, Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Simamora, Henry (2007). *Akutansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono, (2002). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

- Sugiyono, (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- S. Sangkaeng, L. Mananeke, S.G. Oroh. (2015). *Pengaruh Citra, Promosi dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan di Objek Wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi utara*. Manado: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Tjiptono, Fandy. (2004). *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua. ANDI: Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy, (2006). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Umar, H. (1997). *Study Kelayakan Bisnis*. Edisi Ketiga. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Umar, H. (1997). *Study Kelayakan Bisnis*. Edisi Ketiga. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

©UKDW