

**“ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP
TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN DI MUSEUM BENTENG
VREDEBURG DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA”**

(STUDI KASUS PADA PENGUNJUNG MAHASISWA)

SKRIPSI



DISUSUN OLEH:

GUS TAFIANTO SALIM

11140022

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2018

**“ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP
TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN DI MUSEUM BENTENG
VREDEBURG DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA”**

(STUDI KASUS PADA PENGUNJUNG MAHASISWA)

SKRIPSI



DISUSUN OLEH:

GUS TAFIANTO SALIM

11140022

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2018

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Syarat-Syarat

Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Disusun oleh:

Gus Tafianto Salim

11140022

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP TINGKAT
KEPUASAN KONSUMEN DI MUSEUM BENTENG VREDEBURG DI DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA)**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

GUS TAFIANTO SALIM

11140022

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 25 Januari 2018

Nama Dosen:

Tanda Tangan

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

(Ketua Tim)

2. Jonathan Herdioko, S.E., MM

(Dosen Penguji)

3. Dr. Singgih Santoso, MM

(Dosen Penguji)

Yogyakarta, 30 JAN 2018

Disahkan Oleh:

Dekan,



Dr. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen,

Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP
TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN DI MUSEUM BENTENG
VREDEBURG DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA)**

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

Yogyakarta, 16 Januari 2022



Gus Tafianto Salim. (11140022)

HALAMAN MOTTO

Ketika kamu jatuh, Jangan tetap dibawah, Jatuh bukan berarti kalah, Itu hanya berarti kamu harus bangkit dan mulai mencoba lagi.

(Albert Einstein)

Jangan menilai buku hanya dari sampulnya.

(Syarif Yunus)

Jenius adalah 1% inspirasi dan 99% keringat

Tidak ada yang dapat menggantikan kerja keras.

Keberuntungan adalah sesuatu yang terjadi ketika kesempatan bertemu dengan kesiapan.

(Thomas Alfa Edison)

Orang yang melanggar aturan memang disebut sampah, Tetapi orang yang meninggalkan sahabatnya lebih rendah dari sampah

(Obito)

HALAMAN PERSEMBAHAN

© UKDW

Kupersembahkan Untuk:

- ⇒ Tuhan Yesus
- ⇒ Papa & Mama
- ⇒ Saudara ku Feny & Vivilianti
- ⇒ Pacar ku Renny Rusmadayanti
- ⇒ Sahabat ku Dapbun
- ⇒ Perkam Family & Fedcom
- ⇒ Teman-teman Fakultas Bisnis 2014
- ⇒ Almamater Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW)

KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati dan puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN DI MUSEUM BENTENG VREDEBURG DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA" (STUDI KASUS PADA MAHASISWA).

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Peneliti menyadari, skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan dukungan banyak pihak. Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan terima kasih yang tulus dan penghargaan yang setinggi-tingginya terutama kepada :

1. Bapak Singgih Santosa, SE, MM, selaku dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Terima kasih telah menjadi dekan dan dosen yang memberi semangat dan inspirasi bagi mahasiswanya.
2. Bapak Jonathan Herdioko, SE., 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. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam kelancaran penulisan skripsi ini.
4. Para konsumen di Museum Benteng Vredeburg yang telah bersedia menjadi responden dan memberikan data penelitian.
5. Terkhusus, terhebat dan teristimewa untuk kedua orang tua saya, Sugandhi dan Yuli Fransiska. Terima kasih banyak atas doa, dukungan, kasih sayang, kepercayaan, dan inspirasi di sepanjang hidup saya. Terima kasih untuk papa dan mama atas kesempatan, kepercayaan dan doa yang telah diberikan untuk anakmu selama ini. Terima kasih atas dukungan materi maupun non materi

yang telah berperan banyak dalam menyelesaikan studi saya. Kasih sayang kalian selalu menjadi penyemangat dan inspirasi serta motivasi dalam hidup saya. Melihat kalian bahagia adalah tujuan hidup saya saat ini. Sayang dan cinta kalian pah & mah.

6. Terima kasih untuk saudara- saudarakufeny, vivi, chika, sahabat terdekatku Kevin, Kartika, Nabila, Epen, Happy, Valen, Felix, Jeff. Terima kasih atas doa dan dukungan motivasinya. Terima kasih telah menjadi saudara dan sahabat yang terbaik di kehidupan saya. Kalian adalah sahabat, teman, dan keluarga ku di Yogyakarta.
7. Teristimewa untuk pacar hebatku, perempuan hebat yang membuat pasangannya hebat, Renny. Terima kasih atas cinta, doa, dukungan, inspirasi dan kasih sayangnya selama ini. Terima kasih atas semangat hidup yang diberikan. Bahagia bersamamu kini menjadi salah satu tujuan hidupku.
8. Sahabat-sahabat terbaikku dan keluargaku Perkam Family, Fedcom, dan Teman-teman Fakultas Bisnis 2014. Terima kasih untuk kenangan, bantuan dan cerita hebat selama saya di yogyakarta. Semangat buat kalian semua dan sampai bertemu di puncak kesuksesan sahabat.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dalam penulisan skripsi ini.

Peneliti berharap semoga semua jasa dan budi baik dari semua pihak yang diberikan kepada peneliti dalam penulisan skripsi ini mendapat balasan semestinya.

Yogyakarta, 2 Januari 2018

Penulis

Gus Tafianto Salim

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAKSI	xv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Batasan Penelitian	8
BAB II. LANDASAN TEORI	
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1. Pengertian Fasilitas.....	11

2.1.2.	Pengertian Pelayanan.....	12
2.1.3.	Dimensi Kualitas Layanan.....	13
2.1.4.	Konsep Kepuasan Pelanggan.....	20
2.1.5.	Hubungan Kualitas Layanan dengan Harapan Konsumen.....	22
2.2	Penelitian Terdahulu	23
2.3	Pengembangan Hipotesis	25

BAB III. METODA PENELITIAN

3.1	Data Penelitian	26
3.1.1.	Data Primer	26
3.1.2.	Data Sekunder	26
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	27
3.2.1.	Populasi.....	27
3.2.2.	Sample.....	27
3.3	Definisi Variabel dan Pengukurannya	29
3.3.1.	Variabel Penelitian	29
3.3.2.	Pengukuran Variabel	32
3.4	Desain Penelitian	33
3.5	Model Statistik dan Uji Hipotesis	34
3.5.1.	Uji Validitas	34
3.5.2.	Uji Reabilitas	35
3.5.3.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	36

BAB IV. HASIL PENELITIAN

4.1	Profil Konsumen.....	41
4.1.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
4.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	43

4.1.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi.....	44
4.1.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	45
4.1.6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	46
4.2	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	47
4.2.1.	Hasil Uji Validitas	47
4.2.2.	Hasil Uji Reabilitas	53
4.2.3.	Uji Hipotesis	55
4.2.3.1.	Analisis linier Berganda.....	55
4.2.3.2.	Uji Signifikasi Parsial (Uji t).....	58
4.2.3.3.	Uji Signifikasi Simultan (Uji F).....	66
4.2.3.4.	Koefisien Determinasi (R^2).....	68
4.3	Analisis	69
BAB V. SIMPULAN dan SARAN		
5.1	Simpulan	76
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	78
5.3	Saran	78
DAFTAR PUSTAKA		81
LAMPIRAN		83

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Atribut dan Dimensi Model Servqual.....	19
Tabel 2.2	Hasil Penelitian Sebelumnya	23
Tabel 2.3	Persamaan dan perbedaan dengan penelitian sebelumnya	24
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan	44
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi	45
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	47
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Wujud Fisik.....	48
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Keandalan Layanan.....	49
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Ketanggapan Karyawan	50
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Jaminan Layanan	51
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Empati Karyawan	52
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen	53
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	54
Tabel 4.14	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
Tabel 4.15	Nilai Uji t	58
Tabel 4.16	Nilai Uji F	67
Tabel 4.17	Nilai Koefisien Determinasi R ²	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Konsep Kepuasan Pelanggan	21
Gambar 3.1. Desain Penelitian.....	33

©UKDWN

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A.Kuesioner penelitian

Lampiran B.Data Excel

Lampiran C.Hasil uji validatas dan reabilitas

Lampiran D.Hasil uji t, Uji F, dan Koefisien R²

Lampiran E.Tabel t hitung, Tabel F hitung

Lampiran F.Tabel r

Lampiran G.Surat ijin penelitian

Lampiran H.Revisi

©UKDW

ABSTRAKSI

Penelitian ini membahas mengenai tempat wisata Museum Benteng Vredeburg. Alasan pemilihan ini adalah untuk menguji seberapa besar pengaruh *service quality* terhadap tingkat kepuasan konsumen. Adapun yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah “Pengaruh *Service Quality* Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen di Museum Benteng Vredeburg” (Studi Kasus Pada Mahasiswa). Penelitian ini menguji pengaruh variabel independen yaitu bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*), terhadap kepuasan pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini dilakukan dengan metode penyebaran kuesioner terhadap 100 responden yang merupakan pengunjung di Museum Benteng Vredeburg yang diperoleh dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi berganda, koefisien determinasi (R^2), dan uji t (parsial). Analisis kualitatif merupakan interpretasi data yang diperoleh dalam penelitian serta hasil pengolahan data yang sudah dilaksanakan dengan memberi keterangan dan penjelasan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel jaminan (*assurance*) menunjukkan angka 0,002 dan empati (*empathy*) dengan angka 0,005 berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui uji t, sedangkan variabel fisik (*tangible*) dengan angka 0,334, kehandalan (*reliability*) dengan angka 0,413, dan daya tanggap (*responsiveness*) dengan angka 0,287 tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : *Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Tempat Wisata*

ABSTRACT

This research is discussing about a place of tourism, Vredeburg Fortress Museum. The reason of choosing this theme is to test how large the affect of service quality to the level of customers satisfaction. The problem in this research is “ The affect of service quality to the level of customers satisfaction in Vredeburg Fortress Museum” (Case Study to Student). This research is test the affect of independent variable, tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy to customers satisfaction. The purpose of this research is to know the affect of independent variable to customers satisfaction.

This research is using the method of spreading 100 questionnaires to the visitors of Vredeburg Fortress Museum which is obtains with purposive sampling technique. The data will be analyzed with a quantitative analysis. The quantutative analysis contains validity test, reliability test, multiple regression analysis, coefficient of determination (R^2), and t test (partial). Qualitative analysis is the interpretation of the data that obtained in the research and the result of the processed data performed by giving description and explanation.

The result of this research shows that assurance has a score 0,002, empathy has a score 0,005, it shows that this variable has affected positively and significantly to customers satisfaction through T Test. Tangible with 0,334, reliability with 0,413, and responsiveness 0,287 does not affected significantly to customers satisfaction.

Keywords - *service quality, customers satisfaction parking area.*

ABSTRAKSI

Penelitian ini membahas mengenai tempat wisata Museum Benteng Vredeburg. Alasan pemilihan ini adalah untuk menguji seberapa besar pengaruh *service quality* terhadap tingkat kepuasan konsumen. Adapun yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah “Pengaruh *Service Quality* Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen di Museum Benteng Vredeburg” (Studi Kasus Pada Mahasiswa). Penelitian ini menguji pengaruh variabel independen yaitu bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*), terhadap kepuasan pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini dilakukan dengan metode penyebaran kuesioner terhadap 100 responden yang merupakan pengunjung di Museum Benteng Vredeburg yang diperoleh dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi berganda, koefisien determinasi (R^2), dan uji t (parsial). Analisis kualitatif merupakan interpretasi data yang diperoleh dalam penelitian serta hasil pengolahan data yang sudah dilaksanakan dengan memberi keterangan dan penjelasan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel jaminan (*assurance*) menunjukkan angka 0,002 dan empati (*empathy*) dengan angka 0,005 berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui uji t, sedangkan variabel fisik (*tangible*) dengan angka 0,334, kehandalan (*reliability*) dengan angka 0,413, dan daya tanggap (*responsiveness*) dengan angka 0,287 tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : *Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Tempat Wisata*

ABSTRACT

This research is discussing about a place of tourism, Vredeburg Fortress Museum. The reason of choosing this theme is to test how large the affect of service quality to the level of customers satisfaction. The problem in this research is “ The affect of service quality to the level of customers satisfaction in Vredeburg Fortress Museum” (Case Study to Student). This research is test the affect of independent variable, tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy to customers satisfaction. The purpose of this research is to know the affect of independent variable to customers satisfaction.

This research is using the method of spreading 100 questionnaires to the visitors of Vredeburg Fortress Museum which is obtains with purposive sampling technique. The data will be analyzed with a quantitative analysis. The quantutative analysis contains validity test, reliability test, multiple regression analysis, coefficient of determination (R^2), and t test (partial). Qualitative analysis is the interpretation of the data that obtained in the research and the result of the processed data performed by giving description and explanation.

The result of this research shows that assurance has a score 0,002, empathy has a score 0,005, it shows that this variable has affected positively and significantly to customers satisfaction through T Test. Tangible with 0,334, reliability with 0,413, and responsiveness 0,287 does not affected significantly to customers satisfaction.

Keywords - *service quality, customers satisfaction parking area.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dahulu wisata dianggap kegiatan untuk kalangan tertentu dan bukan termasuk kebutuhan utama. Tapi sekarang wisata menjadi suatu kebutuhan, setiap orang perlu berwisata dalam hidupnya bahkan mungkin untuk sekedar menghilangkan penat. Berwisata sebenarnya tidak harus pergi ketempat yang jauh tapi bisa berwisata di dalam kota sendiri. Ada bermacam-macam objek wisata yang ada dengan berbagai macam keunikannya masing-masing. Dari bermacam-macam objek tersebut masuk dalam jenis-jenis wisata. Mulai dari wisata belanja yang paling dikenal, sampai wisata minat khusus yang tidak banyak orang mengetahuinya.

Dunia pariwisata saat ini sangat didukung oleh beragam cabang kegiatan. Salah satunya cabang yang berperan penting dalam pariwisata adalah fasilitas sarana dan prasarana yang dimiliki oleh objek wisata tersebut. Definisi objek wisata adalah sesuatu yang menjadi pusat daya tarik wisatawan dan dapat memberikan kepuasan pada wisatawan (Wardiyanta, 2006). Salah satu obyek wisata yang mempunyai dukungan fasilitas yang baik mulai dari parkir, toilet, diorama yang ada di dalamnya, *touch screen* yang sangat berpengaruh terhadap obyek wisatanya adalah

Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta di daerah Malioboro. Benteng Vredeburg Yogyakarta merupakan sebuah bangunan yang lokasinya berada di seberang Istana Kepresidenan. Bangunan tersebut merupakan salah satu bangunan yang menjadi lokasi wisata Jogja yang berada di Jalan A. Yani atau di kawasan Nol Kilometer Yogyakarta dan berada satu ruas dengan Jalan Malioboro. Bangunan ini awal mulanya terkenal dengan nama Benteng Rustenburg yang dibangun sekitar tahun 1760 an.

Sejarah berdirinya Benteng Vredeburg, diusulkan oleh Belanda lewat utusan Gubernur W.H Van Ossenberch, dengan tujuan untuk menjaga stabilitas dan keamanan Pemerintahan Sri Sultan Hamengkubuwono I. Butuh waktu 5 tahun untuk merealisasikan ide dari Belanda tersebut, karena harus menunggu restu dari Sri Sultan Hamengkubuwono I. Pembangunan Benteng Vredeburg sebenarnya hanya menyempurnakan bangunan yang sudah ada sebelumnya, Benteng Rustenburg. Frans Haak adalah arsitek yang ditugaskan untuk memimpin pembangunan Benteng Vredeburg di Yogyakarta. Kemudian nama Benteng Rustenburg diganti nama dengan nama Benteng Vredeburg Yogyakarta yang mempunyai makna Perdamaian.

Sejak dibangunnya Benteng Vredeburg di Yogyakarta ini sudah beberapa kali mengalami perubahan fungsi, seperti yang anda ketahui saat ini. Benteng Vredeburg digunakan sebagai salah satu museum yang ada di Yogyakarta. Bangunan ini juga

bisa menjadi alternatif dan sekaligus anda masukkan dalam daftar tempat wisata Yogyakarta yang akan anda kunjungi.

Setiap tahun, jumlah wisatawan Benteng Vredeburg meningkat pesat. Hal ini dapat dilihat dari tahun 2014 jumlah wisatawan yang mengunjungi Museum Benteng Vredeburg sebanyak 325.486 dan pada tahun 2016 jumlah wisatawan yang mengunjungi Museum Benteng Vredeburg sebanyak 448.545. Wisatawan tidak hanya dari Daerah Istimewa Yogyakarta, namun meluas dari berbagai daerah di Indonesia. Rombongan sejumlah negara asing pun rutin mengunjungi Benteng Vredeburg, di antaranya dari Korea Selatan, Filipina, dan Belanda.

Banyaknya pengunjung yang datang seringkali membuat kurangnya pengawasan terhadap fasilitas yang berupa prasarana dan sarana, sehingga ada beberapa alat peraga dan simulasi yang rusak. Keadaan dan fungsi dari prasarana dan sarana erat kaitannya dengan persiapan, perawatan dan pelayanan dari pengelola kepada wisatawan sebagai konsumen produk wisata. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui tanggapan wisatawan terhadap kualitas layanan, prasarana, dan sarana bagi wisatawan. Hal itu menjadi penting karena kualitas yang baik menjadi tolok ukur kinerja pelayanan dan kesiapan terhadap prasarana serta sarana yang ditawarkan sebelumnya. Wisatawan sebagaimana layaknya pelanggan yang lain, biasanya memiliki harapan terhadap kualitas jasa dan prasarana serta sarana yang ditawarkan oleh pengelola. Harapan - harapan ini dapat diketahui jawabannya melalui informasi yang disampaikan melalui brosur, iklan, dan

informasi dari mulut ke mulut. Terpenuhinya harapan wisatawan setelah melakukan kunjungan wisata akan menentukan tingkat kepuasan, ketika atau sesudah kunjungan, mulai dari informasi awal sampai proses membayar jasa yang ditawarkan. Jika prasaranan dan sarana serta pelayanan yang dirasakan memenuhi harapan, maka wisatawan merasa puas, dan sebaliknya jika kinerja yang dirasakan lebih rendah dari harapan, akan mengakibatkan wisatawan tidak puas. Dari hasil pendapat wisatawan tersebut diharapkan dapat menjadi salah satu pertimbangan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, prasarana dan sarana Benteng Vredeborg.

Museum ini menampilkan konsep yang unik dari museum lain mulai dari lokasinya, arsitektur bangunannya yang merupakan bentuk bangunan benteng yang dibangun oleh Belanda yang sekarang dialih fungsikan sebagai museum. Jika mendengar museum ini orang akan berpikiran museum yang bernilai sejarah terlebih lagi di dalamnya terdapat diorama yang menampilkan sejarah mulai dari masa perang Pangeran Diponegoro sampai revolusi kemerdekaan. Fasilitas pendukung suatu objek wisata adalah hal yang penting agar pengunjung objek wisata tersebut merasa nyaman dan aman dan akan menimbulkan perasaan puas saat meninggalkan objek tersebut. Pengunjung akan merasa lebih puas jika mereka mendapatkan sesuatu yang lebih dari harapan mereka, tapi kadang banyak pengelola yang belum menyadari tentang pentingnya kepuasan pengunjung terhadap apa yang mereka sajikan. Salah satu fasilitas pendukung yang sangat penting keberadaannya di Museum Benteng adalah ketersediaan fasilitas pemandu.

Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006), menyatakan bahwa awalnya mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok kualitas jasa tetapi pada saat itu mereka menyempurnakan dan merangkum sepuluh dimensi kualitas jasa tersebut, yakni kompetensi, kesopanan, kredibilitas, dan keamanan disatukan menjadi jaminan (*assurance*). Akses, komunikasi, dan kemampuan memahami pelanggan dikategorikan sebagai empati (*empathy*). Tiga lainnya adalah bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*). Dengan demikian, terdapat lima dimensi utama kualitas jasa yaitu bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

Mengacu pada hal tersebut membuat peneliti merasa perlu untuk meneliti tentang tingkat kepuasan wisatawan di Museum Benteng Vredeburg dari segi pelayanan, meskipun ada beberapa hal lain yang perlu untuk diteliti juga seperti fasilitas dan layanan. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa wisatawan juga berhak mendapatkan pelayanan yang layak dan memadai pada kegiatan wisata Museum Benteng Vredeburg. Maka dari itu, guna mengukur tingkat kepuasan wisatawan, yang diharapkan dapat berguna bagi jasa Museum Benteng Vredeburg dan peneliti, maka dilakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh *Service Quality* Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen di Museum Benteng Vredeburg di Daerah Istimewa Yogyakarta” (Studi Kasus Pada Mahasiswa).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan permasalahan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah variabel wujud fisik berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan Wisatawan di Museum Benteng Vredeburg?
- b. Apakah variabel keandalan layanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan Wisatawan di Museum Benteng Vredeburg?
- c. Apakah variabel ketanggapan karyawan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan Wisatawan di Museum Benteng Vredeburg?
- d. Apakah variabel jaminan layanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan Wisatawan di Museum Benteng Vredeburg?
- e. Apakah variabel empati karyawan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan Wisatawan di Museum Benteng Vredeburg?
- f. Apakah variabel wujud fisik, keandalan layanan, ketanggapan karyawan, Jaminan Layanan, dan empati berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan Wisatawan di Museum Benteng Vredeburg?

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh variabel wujud fisik terhadap kepuasan Wisatawan di Museum Benteng Vredeburg.
- b. Untuk mengetahui pengaruh variabel keandalan layanan terhadap kepuasan Wisatawan di Museum Benteng Vredeburg.
- c. Untuk mengetahui pengaruh variabel ketanggapan karyawan terhadap kepuasan Wisatawan di Museum Benteng Vredeburg.
- d. Untuk mengetahui pengaruh variabel jaminan layanan terhadap kepuasan Wisatawan di Museum Benteng Vredeburg.
- e. Untuk mengetahui pengaruh variabel empati karyawan terhadap kepuasan Wisatawan di Museum Benteng Vredeburg.
- f. Untuk mengetahui pengaruh signifikan variabel wujud fisik, keandalan layanan, ketanggapan karyawan, Jaminan Layanan, dan empati secara simultan terhadap kepuasan Wisatawan di Museum Benteng Vredeburg.

1.4 Manfaat Penelitian

a) Bagi pemerintah pengelola Museum Benteng Vredeburg

Untuk mengetahui faktor-faktor yang membuat wisatawan tertarik ke Museum Benteng Vredeburg supaya terjadi peningkatan kedatangan wisatawan dan meningkatkan pendapatan bagi pemerintah daerah.

b) Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh selama belajar di perguruan tinggi khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

1.5 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis akan meneliti tentang Analisis Pengaruh Fasilitas Fisik dan Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Wisatawan di Museum Benteng Vredeburg. Agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas. Maka, penulis menentukan batasan masalah sebagai berikut:

- a. Tempat wisata yang diteliti adalah Museum Benteng Vredeburg
- b. Penelitian dilakukan di Kota Yogyakarta
- c. Konsumen yang diteliti adalah orang yang pernah berkunjung ke Museum Benteng Vredeburg
- d. Waktu penelitian dilakukan pada bulan September-Desember 2017
- e. Jumlah responden yang diteliti sebanyak 100 orang
- f. Data yang akan diteliti

Profil konsumen, terdiri dari

- a. Jenis kelamin : Pria dan Wanita
- b. Umur : 15 – 35 tahun
- c. Tingkat Pendapatan :
 1. \leq Rp. 1.000.000,00
 2. Rp. 1.000.000,00 – Rp. 1.500.000,00
 3. Rp. 1.501.000,00 – Rp. 2.000.000,00
 4. Rp. 2.001.000,00 – Rp. 3.000.000,00
 5. $>$ Rp. 3.000.000,00
- d. Pekerjaan :
 1. Pelajar / Mahasiswa
 2. Pegawai
 3. Wiraswasta
 4. Lain-lain

Kualitas yang diteliti

- a) Apakah variabel wujud fisik berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan Wisatawan di Museum Benteng Vredeburg?
- b) Apakah variabel keandalan layanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan Wisatawan di Museum Benteng Vredeburg?
- c) Apakah variabel ketanggapan karyawan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan Wisatawan di Museum Benteng Vredeburg?

- d) Apakah variabel jaminan layanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan Wisatawan di Museum Benteng Vredeburg?
- e) Apakah variabel empati karyawan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan Wisatawan di Museum Benteng Vredeburg?
- f) Apakah variabel wujud fisik, keandalan layanan, ketanggapan karyawan, Jaminan Layanan, dan empati berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan Wisatawan di Museum Benteng Vredeburg?

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diuraikan sebelumnya, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Profil Konsumen

- a. Berdasarkan usia disimpulkan bahwa paling banyak adalah responden usia 17 – 25 tahun.
- b. Berdasarkan jenis kelamin disimpulkan bahwa responden mayoritas berjenis kelamin perempuan.
- c. Berdasarkan jumlah kunjungan disimpulkan bahwa paling banyak responden telah mengunjungi Museum Benteng Vredeburg sebanyak 1-3 kali.
- d. Berdasarkan mendapatkan informasi disimpulkan bahwa paling banyak responden mendapatkan informasi tentang Museum Benteng Vredeburg dari Word of Mouth.
- e. Berdasarkan pekerjaan disimpulkan bahwa paling banyak responden yang mengunjungi Museum Benteng Vredeburg merupakan pelajar/mahasiswa.

- f. Berdasarkan pendapatkan bahwa paling banyak responden yang mengunjungi Museum Benteng Vredeburg memiliki pendapatan <1 Jt

2. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan (Wujud Fisik, Keandalan Layanan, Ketanggapan Karyawan, Jaminan Layanan, dan Empati Karyawan) terhadap kepuasan konsumen di Museum Benteng Vredeburg

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Wujud fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Museum Benteng Vredeburg secara parsial. Dengan demikian hipotesis penelitian ini ditolak.
2. Keandalan layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Museum Benteng Vredeburg secara parsial. Dengan demikian hipotesis penelitian ini ditolak.
3. Ketanggapan karyawan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Museum Benteng Vredeburg secara parsial. Dengan demikian hipotesis penelitian ini ditolak.
4. Jaminan layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Museum Benteng Vredeburg secara parsial. Dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima.
5. Empati karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Museum Benteng Vredeburg secara parsial. Dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima.

6. Wujud fisik, keandalan layanan, ketanggapan karyawan, jaminan layanan, dan empati karyawan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Museum Benteng Vredeburg secara simultan. Dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima.

5.2. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya memberikan jawaban tertutup yang memaksa responden untuk memberikan jawaban sesuai dengan pilihan-pilihan jawaban yang diberikan.
2. Cakupan jumlah responden hanya terbatas pada 100 orang responden.
3. Ukuran kepuasan terhadap kualitas layanan hanya menggunakan *ServQual* (*Service Quality*).

5.3. Saran

a. Bagi Perusahaan

1. Dalam variabel ini di dapatkan hasil probabilitas variabel wujud fisik sebesar 0,081 penelitian menyatakan bahwa variabel wujud fisik ini tidak memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan konsumen, hal ini membuktikan bahwa pihak Museum Benteng Vredeburg tidak memperhatikan variable ini.
2. Dalam hal variabel kehandalan layanan, diperoleh nilai probabilitas variabel keandalan layanan sebesar 0,334. Variabel ini tidak memiliki

pengaruh besar dalam kepuasan konsumen. Dari kesimpulan ini pihak Museum Benteng Vredeburg dapat memfokuskan kinerja karyawan khususnya dari sisi keandalan layanan agar kepuasan konsumen tetap terjaga baik.

3. Berdasarkan analisis diperoleh nilai probabilitas variabel ketanggapan karyawan sebesar 0,143. Variabel ini tidak memiliki pengaruh dalam kepuasan konsumen di Museum Benteng Vredeburg. Akan tetapi, pihak Museum Benteng Vredeburg dapat tetap memperhatikan variabel ini sebagai variabel yang perlu diperhatikan.
4. Berdasarkan analisis diperoleh nilai probabilitas variabel jaminan layanan sebesar 0,002 penelitian menyatakan bahwa nilai variabel jaminan layanan mempengaruhi kepuasan konsumen, ini membuktikan bahwa pihak Museum Benteng Vredeburg harus memperhatikan variable ini.
5. Berdasarkan analisis diperoleh nilai probabilitas variabel empati karyawan sebesar 0,005. Berarti variabel empati karyawan merupakan variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Museum Benteng Vredeburg.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan tidak hanya berupa pertanyaan yang tertutup, tapi juga pertanyaan terbuka, yang dapat diajukan dengan metode wawancara untuk menjadi masukan dalam menganalisis responden.
2. Peneliti selanjutnya dapat menambah cakupan jumlah responden penelitian menjadi lebih banyak.
3. Waktu penyebaran kuesioner sebaiknya dilakukan setelah konsumen selesai mengunjungi Museum Benteng Vredeburg, agar kepuasan konsumen dapat diukur dengan lebih tepat.
4. Karena R^2 tinggi sebaiknya penelitian selanjutnya lebih memperluas jangkauan penyebaran kuesioner dan tidak hanya mahasiswa.
5. Karena variabel wujud fisik tidak signifikan sebaiknya peneliti selanjutnya memperluas pertanyaan mengenai variabel wujud fisik pada kuesioner.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S.2004. *Metode Penelitian*, Edisi Pertama, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ferdinand, Agusty. 2002. *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*. Semarang : BP UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Kedua. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasanusi, D.N. 2014. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di DIXIE Easy Dining Yogyakarta. (undergraduate thesis. Duta Wacana Christian University,2014). Retrieved from <http://sinta.ukdw.ac.id>*
- Kotler, P. and Kervin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas Jilid I & II. PT. Indeks, PT Mancana Jaya Cemerlang, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malhotra, N. K. 2005. *Riset Pemasaran Jilid I dan II (Edisi Bahasa Indonesia dari Marketing Research: An Applied Orientation 4e)*. PT. Intan Sejati, Klaten.
- Putra, Yoan Santosa. 2013. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Parkir (Studi pada Mahasiswa Universitas Kanjuruhan Malang)*. Jurnal Pemasaran.
- Tjiptono, Fandy, 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.

Umar, H. 2005. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT Rajagafindo Persada, Jakarta

Yanuardi dan Ing.2007.Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Parkir di Pusat Pembelajaran. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.

Zeithaml V. A., Berry L. L., and Parasuraman A., 1996. The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*. Vol. 60, pp. 31-46.

Zeithaml, Parasuraman A., and Berry L., 1990. *Delivering Quality Service, Balancing Customer Perceptions and Expectations* (New York : The Free Press), *International Journal Of Retail and Distribution Management*. Vol. 10, pp. 47-55.