

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Indonesia Kaya Semarang

Suhartapa

*Prodi Studi Pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo
Jl. Ahmad Yani Ring Road Timur Banguntapan Bantul Yogyakarta
E-mail: suhartopomm@gmail.com*

Abstrak

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang meliputi variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik terhadap kepuasan wisatawan pada obyek wisata Taman Indonesia Kaya di Semarang. Populasi penelitian adalah pengunjung wisata di Taman Indonesia Kaya Semarang. Jumlah sampel penelitian yang digunakan sebanyak 92 responden. Pengambilan sampel menggunakan metode *nonprobability sampling* dan *convenience sampling*. Analisis data menggunakan analisis diskriptif dan analisis Regresi Linier Berganda. Penelitian menghasilkan kesimpulan bahwa berdasarkan uji t pada variabel-variabel kualitas pelayanan di Taman Indonesia Kaya mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hasil uji F secara simultan diperoleh nilai sebesar 27.668 signifikancy floor $0,000 < 0,05$ sehingga menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik terhadap kepuasan wisatawan. Koefisien determinasi (R^2) kelima variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan diperoleh sebesar 0,617 yang menunjukkan bahwa 61,7% kepuasan wisatawan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, sedangkan 38,3% kepuasan wisatawan dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel kualitas pelayanan.

Kata Kunci: Pengaruh Kualitas, Kualitas Pelayanan , Kepuasan wisatawan

The influence of Service Quality On Tourist Satisfaction at Taman Indonesia Kaya Semarang

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of service quality which includes variables of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and physical evidence on tourist satisfaction at Taman Indonesia Kaya tourism objects in Semarang. The research population is tourist visitors at Taman Indonesia Kaya Semarang. The number of research samples used were 92 respondents. Sampling used nonprobability sampling and convenience sampling methods. Data analysis used descriptive analysis and Multiple Linear Regression analysis. The study concluded that based on the t-test on the service quality variables at Taman Indonesia Kaya, it had a positive and significant effect on tourist satisfaction. The results of the F test simultaneously obtained a value of 27,668 significance floor $0.000 < 0.05$, indicating a significant influence between the variables of reliability, responsiveness, assurance, empathy, physical evidence on tourist satisfaction. The coefficient of determination (R^2) of the five service quality variables on tourist satisfaction is 0.617, which indicates that 61.7% of tourist satisfaction is influenced by service quality, while 38.3% of tourist satisfaction is influenced by other variables outside the service quality variable.

Keywords: Quality Influence, Service Quality, Tourist Satisfaction

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan pemanfaatan sumber daya alam yang wajib dilindungi dan dijaga serta dikelola dengan baik dan benar agar mampu menambah nilai ekonomi yang tinggi. Pariwisata merupakan sumber penerimaan negara yang memiliki peran sangat penting khususnya dalam meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat di sekitar tempat wisata. Indonesia adalah negara yang memiliki keunggulan berupa keindahan alam dan aneka ragam budaya, sehingga pariwisata sebagai sektor andalan yang perlu ditingkatkan mengingat perannya yang dinilai menguntungkan dan mempunyai potensi besar menjadi sumber sektor pemasukan bagi negara.

Kota Semarang adalah Ibu Kota Propinsi Jawa Tengah yang memiliki berbagai objek wisata untuk di kunjungi, baik wisata religi, wisata alam, wisata buatan, wisata budaya, dan yang lainnya. Di antara wisata buatan tersebut adalah Taman Indonesia Kaya Semarang yang letaknya di jalan Menteri Supeno No. 11 A Mugassari Kecamatan Semarang Selatan Kota Semarang Jawa Tengah yang diresmikan tanggal 10 Oktober tahun 2018. Sebagaimana objek wisata pada umumnya, pengelola objek wisata ini senantiasa berusaha menarik pengunjung wisata secara maksimal. Usaha menarik wisatawan dapat tercapai apabila destinasi wisata mampu memberikan kepuasan kepada pengunjungnya dengan pelayanan secara berkualitas.

Pelayanan pada tempat wisata adalah usaha jasa meliputi beberapa aspek yaitu kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*). Pengelola wisata harus selalu mempertimbangkan kepuasan pengunjung disamping pencapaian keuntungan. Dalam memberikan pelayanan, hal penting yang mesti menjadi perhatian adalah mendengarkan keluh kesah pengunjung, yang berarti perusahaan perlu melakukan interaksi langsung dengan pengunjung guna mendapatkan umpan balik berupa

respon atau tanggapan pengunjung tentang sarana prasarana dan layanan yang didapat wisatawan sebagai bentuk pengawasan sekaligus ukuran keberhasilan dalam pemberian kepuasan kepada para pengunjung.

Menurut Tjiptono (2016), "kualitas pelayanan merupakan harapan tingkat keunggulan dan pengendalian dari keunggulan tersebut guna memenuhi keinginan pelanggan". Jika kualitas pelayanan yang diharapkan sesuai dengan kenyataan diterima konsumen maka akan bisa memberi kepuasan pengunjung. Pengunjung yang puas atas layanannya juga akan bisa merekomendasikan ke semua orang (*word of mouth*) untuk datang berkunjung di tempat wisata tersebut.

Pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam usaha menjaga kelangsungan hidup suatu industri jasa khususnya industri pariwisata. Dalam rangka mengoptimalkan pelayanan diantaranya adalah dengan meminimalkan rasa ketidakpuasan konsumen. Menurut Tjiptono (2011), keunggulan dalam pemberian pelayanan ditentukan tiga hal pokok. Pertama, kemampuan dalam memahami terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen. Kedua, mengembangkan database yang akurat dari pesaing, yang meliputi data kebutuhan pada setiap segmen pasar dan memahami akan perubahan kondisi persaingan. Ketiga, kemampuan pemanfaatan informasi berdasarkan penelitian pasar sebagai suatu dasar strategi dalam pelayanan. Ketiga hal tersebut menjelaskan bahwa pelanggan harus dipahami kebutuhan yang diinginkan setelah itu para pembuat keputusan dapat membuat kerangka strategis untuk mewujudkan keinginan pelanggan. Hal ini sesuai dengan konsep pemasaran, bahwa pelaku usaha hanya akan menjual produk berdasarkan keinginan dan kebutuhan konsumen. Bersumber latar belakang serta penjelasan fenomena yang ada, maka penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di Taman Indonesia Kaya Semarang.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016), kualitas pelayanan ialah ukuran kesesuaian tentang seberapa besar tingkat layanan yang diterima konsumen dengan harapannya atas layanan yang diterimanya. Atas dasar pengertian ini kualitas dalam pelayanan bisa diwujudkan dengan cara pemenuhan keinginan dan kebutuhan para konsumen serta dalam hal ketepatan penyampaian pelayanan supaya bisa memenuhi yang harapannya. Dalam hal ini kualitas pelayanan dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu jasa yang diharapkan (*expected service*) dan pelayanan yang dirasakan atau dipersepsikan (*perceived service*).

Sedangkan menurut pendapat Kotler dan Keller (2010), kualitas merupakan keseluruhan dari fitur-fitur dan karakteristik yang ada pada produk dan atau layanan yang menunjang kemampuannya dalam memuaskan kebutuhan.. Dengan demikian, penjual sudah mengirim kualitas ketika produk atau layanannya telah memenuhi harapan konsumen. Beberapa ahli mempunyai pendapat bahwa kualitas merupakan kelayakan untuk dapat digunakan, penyesuaian terhadap persyaratan-persyaratan tertentu, dan kebebasan dari variasi-variasi. Berdasarkan berbagai pendapat tersebut maka bisa disimpulkan bahwa perusahaan telah mengantarkan kualitas apabila produk atau jasa yang dihasilkan memenuhi harapan- harapan konsumen.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan konsep yang fokus mengenai penilaian yang menggambarkan tentang persepsi pada diri konsumen yang berdasarkan lima dimensi fisik dan kinerja layanan. Adapun beberapa dimensi kualitas pelayanan tersebut di jelaskan oleh Tjiptono (2016:137) yaitu :

- a. Bukti fisik (*Tangible*) yaitu daya tarik dari sisi fasilitas fisik, perlengkapan atau fasilitas fasilitas, dan bahan-bahan dalam komunikasi serta penampilan karyawan. Dimensi ini merefleksikan wujud fisik dan layanan konsumen.

- b. Empati (*Emphaty*) yaitu memahami berbagai masalah yang dirasakan oleh konsumen dan bertindak atas kepentingan pelanggan, serta dapat memberikan perhatian kepada konsumen secara personal. Dimensi empati menunjukkan bahwa layanan itu spesial dan dapat mengerti dan memenuhi kebutuhan mereka.
- c. Daya tanggap (*Responsiveness*) yaitu berhubungan dengan masalah kemauan dan kemampuan dalam membantu dan merespon permintaan konsumen, serta memberi informasi kapan pelayanan akan diberikan secara cepat. Dimensi daya tanggap ini menitik beratkan dalam hal memberikan perhatian dan ketepatan kepada konsumen pada saat ada urusan dengan permintaan, pertanyaan serta keluhannya.
- d. Reliabilitas (*Reliability*) yaitu suatu kemampuan dalam memberikan layanan secara akurat mulai pertama tanpa ada kesalahan sedikitpun dan penyampaian jasa secara tepat dengan waktu yang disepakati.
- e. Jaminan (*Assurance*) yaitu sikap dan perilaku konsumen yang mampu memjamin kepercayaan perusahaan dan dapat memberi rasa aman pelanggannya. Dalam jasa layanan, dimensi ini akan sangat penting karena jasa layanan memerlukan tingkat kepercayaan cukup tinggi.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan, bahwa kualitas pelayanan dalam pemberian layanan yang bertujuan membuat para konsumen atau pengunjung merasa puas.

Konsep Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan ialah perasaan senang atau tidak senang yang dirasakan oleh seseorang sesudah membandingkan antara persepsi atas kinerja suatu produk dengan apa yang diharapkan.(Tjiptono,2016:146).

Seorang pelanggan merasa puas atau tidak puas sangat ditentukan berdasarkan kinerja produk terhadap ekspektasinya. Pelanggan yang merasa puas berarti kinerja produk sama dengan ekspektasinya, sedangkan jika kinerja

melampaui ekspektasinya maka pelanggan itu akan memiliki rasa sangat puas dan bahkan bahagia. Sedangkan menurut Windasuri dan Hyacintha (2016:64), kepuasan pelanggan adalah respon secara emosional dari evaluasi tentang pengalaman pelanggan ketika mereka mengkonsumsi produk atau jasa.

Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono (2011) mengungkapkan enam konsep dalam pengukuran kepuasan pelanggan yaitu :

1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan
Pengukuran kepuasan dilakukan dengan menanyakan langsung tentang seberapa puas yang dirasakan pelanggan terhadap produk atau jasa spesifik tertentu. Proses pengukurannya dilakukan terhadap dua hal, yaitu menilai kepuasan konsumen atas produk dan atau jasa di perusahaannya, kemudian dilakukan perbandingan dengan tingkat kepuasan secara keseluruhan dari jasa pesaingnya.
2. Dimensi Kepuasan Pelanggan
Banyak penelitian yang telah menggunakan komponen kepuasan di dalam penelitiannya.. Proses ini dilakukan dengan empat langkah: (a) Mengidentifikasi dimensi-dimensi utama kepuasan pelanggan, (b) Pelanggan diminta menilai produk dan atau jasa menurut item-item spesifik antara lain kecepatan pelayanan dan keramah-tamahan staf layanan, (c) Pelanggan diminta menilai produk atau jasa para pesaing menurut item-item spesifik yang sama, dan (d) Para pelanggan diminta untuk membuat dimensi-dimensi tentang kepuasan yang menurut mereka dianggap paling penting dan berpengaruh.
3. Kesesuaian Harapan
Pengukuran kepuasan ini dilakukan dengan melihat sesuai atau tidaknya antara ekspektasi konsumen terhadap kinerja produk atau jasa perusahaan. Fokus pengukuran ini meliputi beberapa komponen pelayanan (seperti: kebersihan lokasi, kecepatan pelayanan, keramahan/kesopanan).
4. Minat Pembelian Ulang

Pengukuran ini dilakukan secara behavioral dengan mempertanyakan apakah pelanggan akan membeli lagi produk atau jasa yang sudah pernah dibelinya. Pelayanan berkualitas akan bisa menciptakan kepuasan konsumen, sehingga akan masuk di dalam benak konsumen dan akan dipersepsikan baik.

5. Ketersediaan Untuk Merekomendasi.
Pelanggan yang mendapatkan pelayanan sesuai harapannya akan mempunyai persepsi yang baik dan merasa puas, sehingga mereka akan merekomendasikan agar orang lain tertarik dan bersedia membelinya.
6. Ketidakpuasan Pelanggan
Cara pengukuran ini dijalankan dengan menelaah berbagai aspek untuk mengevaluasi ketidakpuasan pelanggan, seperti: *komplain*, *return* atau pengembalian produk, biaya garansi, *recall*, *word of mouth* negatif, dan *defections*.

Beberapa penelitian membuktikan adanya pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Prasetyo, Dwi. (2009) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung pada Obyek Wisata taman Rekreasi Pantai Kartini Rembang menunjukkan bahwa antara variabel pelayanan bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjungnya. Menurut penelitian Leni, L. (2018) tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada obyek wisata Taman rekreasi Cimalati Pesawahan Cicurug Sukabumi, menyimpulkan adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjungnya. Penelitian lain yang dilakukan Nira, A., yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Musium Adityawarman juga menyimpulkan bahwa antara kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung mempunyai pengaruh signifikan.

METODE PENELITIAN

Populasi penelitian ini adalah para wisatawan yang pernah berkunjung di Taman Indonesia Kaya Semarang. Metode pengambilan sampel penelitian yang digunakan metode *nonprobability sampling* dan *convenience sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 92 responden.

Teknik analisa data penelitian yang digunakan adalah analisis diskripsi data mean dan analisis regresi berganda. Analisa diskripsi data mean dilakukan dengan maksud memberi gambaran atau mendeskripsikan data dalam variabel berdasarkan nilai rata-rata (mean), minimum, maksimum dan standar deviasi (Ghozali,2009). Analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara lebih dari dua variabel bebas terhadap variabel terikat yang dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + b_4.X_4 + b_5.X_5$$

Keterangan :

- Y : Kepuasan Wisatawan
- a : konstanta
- b₁, b₂, b₃, b₄, b₅ : koefisien regresi
- X₁ : Keandalan
- X₂ : Daya Tanggap
- X₃ : Jaminan
- X₄ : Empati
- X₅ : Bukti fisik

Guna mengukur seberapa banyak pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dilakukan uji t. Sedangkan untuk mengetahui secara simultan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat digunakan uji F. (Ghozali, 2009).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Diskripsi

Deskriptif data mean digunakan untuk mengukur nilai rata- rata maupun data mean tiap-tiap operasional variabel.

Tabel 1. Analisis Data Mean

Mean	N	
	Statistic	Statistic
Std.Error		
Kehandalan .084	92	3,53
Daya Tangkap .072	92	3,61
Jaminan .052	92	3,72
Empati .067	92	3,44
Bukti Fisik .063	92	3,54
Kepuasan Wisatawan .052	92	3,71
Valid N (listwise)	92	

Sumber : data primer diolah tahun 2021

Dari tabel tersebut terlihat bahwa variabel kehandalan, daya tangkap, jaminan, empati, dan bukti fisik masing-masing mempunyai nilai mean 3,53; 3,61; 3,72; 3,44; dan 3,54. Dalam tabel *discriptive statistik* diketahui juga bahwa variabel kepuasan wisatawan mendapatkan jumlah nilai mean sebesar 3,71.

Analisis Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan

Dalam uji hipotesis tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pengunjung secara parsial digunakan analisis regresi linear berganda.

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Berganda

Sub Variabel	Koefisien Regresi	Std. Error	t _{hitung}	Sig.	Kesimpulan
Kehandalan	0,143	0,047	3,036	0,003	Signifikan
Daya Tangga	0,155	0,052	2,956	0,004	Signifikan
Jaminan	0,294	0,081	3,642	0,000	Signifikan
Empati	0,174	0,058	3,025	0,003	Signifikan
Bukti Fisik	0,182	0,061	2,974	0,004	Signifikan
Konstaa	= 1,233				
R	= 0,785				
R ²	= 0,617				
Adjusted R ²	= 0,594				
F	= 27,668				
Sig F	= 0,000				
N	= 92				

Sumber : data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diformulasikan dalam persamaan regresi linier berganda:

$$Y = 1,233 + 0,143(X_1) + 0,155(X_2) + 0,294(X_3) + 0,174(X_4) + 0,182(X_5).$$

Persamaan ini mengandung arti bahwa semua variabel yang ada pada kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Variabel kualitas pelayanan yang mempunyai pengaruh terbesar pada kepuasan wisatawan adalah jaminan (*assurance*) dengan nilai koefisien regresi 0,294.

Pengujian Hipotesa Secara Parsial

Uji hipotesis merupakan langkah ataupun prosedur dalam memastikan menerima ataupun menolak suatu hipotesa. Metode pengujian hipotesis secara parsial ini dilakukan dengan cara membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel}. Jika t_{hitung} > t_{tabel} maka Ho ditolak dan kebalikannya Ha diterima pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ sehingga bisa diartikan adanya pengaruh antara tiap-tiap variabel independen terhadap variabel dependen yang signifikan. Hasil uji t secara parsial dapat dilihat pada tabel 3 di bawah ini:

Tabel 3. Hasil Statistik Uji t

Model	Unstandardize Coefficients		Standardized Coefficients	
	B	Std.Error	Beta	t
Sig				
Constant	1.032	.305		1.194
Kehandalan	.143	.047		.030
Daya Tanggap.	.155	.052		.213
Jaminan	.294	.081		.294
Empati	.174	.058		.222
Bukti Fisik	.182	.061		.219

Dari hasil analisis data memakai SPSS, menunjukkan hasil bahwa seluruh variabel dalam kualitas pelayanan mempunyai nilai t_{hitung} > t_{tabel} sehingga seluruh hipotesa diterima yang berarti seluruh variabel dari kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Pengujian Hipotesa Secara Simultan

Sedangkan hasil dari pengujian secara simultan tentang pengaruh pelayanan kualitas terhadap kepuasan adalah:

Tabel 4. Hasil Statistik Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean
			Square
F			
1 Regression	225.241	5	45.043
Residual	140.004	86	1.682
Total	365.271	92	

Berdasarkan tabel 4 di atas bisa dijelaskan hasil uji F diperoleh nilai sebesar 27,668 dengan taraf signifikansi 0,000 (<0,05) maka Ha diterima, sehingga bisa diambil kesimpulan bahwa

variabel kehandalan (X_1), daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati (X_4), dan bukti fisik (X_5) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Taman Indonesia Kaya.

Analisis Koefisien Determinasi

Guna mengetahui seberapa besar model tersebut memiliki kontribusi terhadap kepuasan wisatawan, maka dilakukan analisis determinasi dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 5.
Hasil Analisis Koefisien Determinasi

the Model Estimate	R	Std. Error Adjusted R Square	of R Square
1 1.276	.785 ^a	.617	.594

Dari hasil pengujian korelasi/uji R dapat diketahui nilai $R = 0,785$ yang artinya variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik memiliki hubungan yang kuat terhadap kepuasan wisatawan Taman Indonesia Kaya Semarang. Pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) yang ditunjukkan oleh *R square* (R^2) pada tabel 5 sebesar 0,617. Artinya, 61,7% keputusan responden untuk memilih speedy dipengaruhi kelima faktor kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 38,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Pembahasan Hasil Penelitian

Mendasarkan pada analisis yang ada, mendapatkan hasil bahwa wisatawan Taman Indonesia Kaya merasa puas yang dibuktikan dengan nilai kepuasan sebesar 3,71 dari maksimum nilai 5 (sangat puas). Kepuasan pelanggan sebesar 61,7% menggambarkan kontribusi kualitas pelayanan yang dibentuk melalui beberapa aspek, yakni:

1. Pengaruh Variabel Kehandalan. Variabel kehandalan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang

dibuktikan melalui nilai signifikansi pada uji t yakni $0,003 < 0,05$ artinya hipotesa bisa diterima. Besarnya pengaruh variabel kehandalan ini ditunjukkan pada nilai koefisien regresi yaitu 0,143. Kualitas dalam hal kehandalan yang mendapatkan tanggapan dari wisatawan yang lebih baik dengan ditunjukkan pada nilai mean sebesar 3,58; dari maksimum nilai 5 (sangat baik).

2. Pengaruh Variabel Daya Tanggap. Pengaruh variabel daya tanggap terhadap kepuasan wisatawan di Taman Indonesia Kaya adalah positif dan signifikan, yang dapat dibuktikan berdasarkan perolehan nilai uji t yaitu $0,004 < 0,05$. Pengaruh variabel daya tanggap dilihat berdasarkan pada nilai koefisien regresinya yaitu sebesar 0,155. Aspek daya tanggap ini mendapat respon yang baik dari wisatawan yang terlihat dari nilai mean sebesar 3,61.
3. Pengaruh Variabel Jaminan Terhadap Kepuasan Wisatawan. Variabel jaminan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan berdasarkan nilai signifikansi pada uji t yakni $0,000 < 0,05$ yang berarti hipotesa bisa diterima. Besarnya pengaruh variabel jaminan ditunjukkan pada koefisien regresinya sebesar 0,294. Aspek jaminan yang dilakukan oleh pengelola mendapatkan tanggapan dari wisatawan yang lebih baik yang diperlihatkan dengan nilai mean sebesar 3,72; dari nilai maksimum 5. Wisatawan yang mengutamakan jaminan merupakan dimensi pembentuk kepuasan yang penting karena dengan adanya jaminan mereka merasa mendapat layanan yang tinggi.
4. Pengaruh Variabel Empati Terhadap Kepuasan Wisatawan. Variabel empati memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan para wisatawan yang bisa dibuktikan dengan hasil nilai uji t yaitu $0,003 < 0,05$. Besarnya pengaruh variabel empati dapat dilihat dari nilai koefisien regresinya yaitu 0,174. Aspek empati yang dilakukan juga mendapat respon baik dari wisatawan yang terlihat dari nilai mean sebesar 3,44. Wisatawan yang

mengutamakan empati merupakan dimensi pembentuk kepuasan yang penting karena dengan adanya empati mereka merasa mendapat layanan yang tinggi

5. Pengaruh Variabel Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Wisatawan
- Variabel bukti fisik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang dibuktikan pada nilai signifikansi uji t yakni $0,004 < 0,05$ yang berarti hipotesa bisa diterima. Besarnya pengaruh variabel bukti ditunjukkan pada nilai koefisien regresinya yaitu 0,182. Aspek bukti fisik yang dilakukan Taman Indonesia Kaya mendapatkan tanggapan dari wisatawan yang lebih baik yang diperlihatkan pada nilai mean sebesar 3,54. Wisatawan yang mengutamakan bukti fisik merupakan dimensi pembentuk kepuasan yang penting karena dengan adanya jaminan mereka merasa mendapatkan layanan yang tinggi.

PENUTUP

Berdasarkan pada pembahasan hasil penelitian bisa diambil kesimpulan bahwa pengunjung Taman Indonesia Kaya mempunyai tanggapan yang baik terhadap semua variabel kualitas pelayanan yang meliputi kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik. Pengaruh kualitas pelayanan baik secara simultan maupun secara parsial terhadap kepuasan wisatawan di Taman Indonesia Kaya Semarang adalah positif dan signifikan. Sehingga semakin tinggi tingkat kualitas pelayanannya akan meningkatkan kepuasan pengunjungnya. Walaupun demikian penelitian ini masih mengandung kelemahan karena variabel yang digunakan dalam membahas kepuasan wisatawan hanya terbatas pada aspek kualitas pelayanan. Sehingga perlu dikaji lebih mendalam dengan menambah variabel lain seperti kualitas produk, harga, emosional, dan kemudahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. (P.P. Harto, Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane, Keller. (2010). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Leni, L. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung pada Obyek Wisata Taman Rekreasi Cimalati Pesawahan Cicurug Sukabumi*. URINDO. Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Naidoo, P., Ramseok-Munhurrun, P., & Seegoolam, P. (2011). *An Assessment of Visitor Satisfaction with Nature- Based Tourism Attractions*
- Nira, A. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Musium Adityawarman*. Universitas Negeri Padang. Padang
- Prasetyo, Dwi. (2009). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung pada Obyek Wisata Taman Rekreasi Pantai Kartini Rembang*. UNNES. Semarang
- Spillane, James J. (2003). *Pariwisata dan Wisata Budaya*, CV. Rajawali.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2011). *Service Quality & Satisfaction Edisi ketiga*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management, Edisi Kedua*,

Yogyakarta : Penerbit ANDI
Yogyakarta.

Tjiptono, F. dan Greforius, Chandra.
(2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip,
Penerapan, dan Penelitian)*,
Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*.
Malang: Bayumedia

Windasuri, Heria, Hyacintha Susanti dan
BusinessGrowth Team. (2016).
Excellent Service. Jakarta: PT
Gramedia Pustaka Utama