ARTIKEL

ANALISIS LOKASI, FASILITAS, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TEMPAT WISATA AIR TERJUN SEDUDO NGANJUK

Analysis of Location, Facilities, and Service Quality on Consumer Satisfaction at tourist attraction Sedudo Nganjuk Waterfall

Oleh:

DENTY PUSPITA SARI

14.1.02.02.0180

Dibimbing oleh :

1. **Dr Sri Aliami, M.M**
2. **Sigit Ratnanto, S.T.,M.M**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2018

SURATPERNYATAAN

ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018

Yang bertanda tangandibawahini:

Nama Lengkap	: Denty Puspita Sari
NPM	: 14.1.02.02.0180
Telepun/HP	: 082143330831
Alamat Surel (Email)	: dhentywelland@gmail.com
Judul Artikel	: Analisis lokasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada tempat wisata Air Terjun Sedudo Nganjuk
Fakultas – Program Studi	: Ekonomi – Manajemen
NamaPerguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat PerguruanTinggi	: Jalan. K.H Achmad Dahlan No. 78 Mojoroto, Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa:

a. Artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
b. Artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihaklain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 30 Juli 2018
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Dr. Srialiami, M.M	Sigit Ratnanto, S.T.,M.M	Denty Puspita Sari
NIP / NIDN. 0716086403	NIP / NIDN. 0706067004	NPM. 14.1.02.02.0180

ANALISIS LOKASI, FASILITAS, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TEMPAT WISATA AIR TERJUN SEDUDO NGANJUK

Denty Puspita Sari
14.1.02.02.0180
Ekonomi – Manajemen
Dhentywelland@gmail.com
Dr Sri Aliami,M.M.[1] dan Sigit Ratnanto,S.T.,M.M,[2]
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi hasil observasi dari pentingnya kualitas jasa dalam perusahaan. Hal tersebut mengharuskan para pelaku usaha pariwisata untuk selalu membuat inovasi-inovasi, kreatifitas yang baru serta menciptakan strategi agar mampu bersaing dengan competitor lain.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis penelitian: (1) Lokasi secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada wisata air terjun sedudo nganjuk. (2) Fasilitas secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada wisata air terjun sedudo nganjuk. (3) Kualitas Pelayanan secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada wisata air terjun sedudo nganjuk. (4) Lokasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada wisata air terjun sedudo nganjuk.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *kuantitatif* populasi, sampel penelitian ini yaitu 40 pengunjung wisata air terjun sedudo nganjuk. Penelitian ini menggunakan instrument berupa kuisioner dan di uji menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi,dan hipotesis dengan *software SPSS For Windows.*

Hasil kesimpulan penelitian ini adalah: (1) Lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada tempat wisata Air Terjun Sedudo Nganjuk. (2) Fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada tempat wisata Air Terjun Sedudo Nganjuk. (3) Kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada tempat wisata Air Terjun Sedudo Nganjuk. (4) Lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki signifikan terhadap kepuasan konsumen pada tempat wisata Air Terjun Sedudo Nganjuk. Dengan adanya penelitian ini sebaiknya area parkir di tempat wisata Air Terjun Sedudo Nganjuk diperluas agar pengunjung semakin puas.

I. LATAR BELAKANG

Indonesia merupakan Negara kepulauan serta memiliki beragam kekayaan sumberdaya alam. Beberapa bentuk sumber daya alam yang dapat ditemui di Indonesia diantaranya adalah pemandangan alam pegunungan, bentangan lembah, sungai, goa, air terjun, hamparan persawahan dan perkebunan dengan udara segar, gelombang air laut maupun keanekaragaman flora dan fauna. Pengelolaan sumber daya alam yang dilakukan secara terus menerus sebagai usaha untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat tentu harus memperhatikan lingkungan, karena pengelolaan alam hanya beorentasi akan membawa efek positif (Firmansyah dan Gunawan,2007:106).

Di Indonesia saat ini perkembangan usaha pariwisata terbilang sangat cepat. Seiring dengan pesatnya perkembangan usaha pariwisata ini, persaingan dibidang pariwisatapun semakin meningkat. Dengan demikian, terjadilah persaingan antara produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan.

Dalam menjalankan usahanya, pemilik usaha harus dapat menentukan strategi yang harus dipakai agar dapat menciptakan kepuasan dari konsumen. Sebelum konsumen memutuskan berwisata disuatu tempat mereka akan mempertimbangkan dahulu lokasi tempat wisata tersebut. Lokasi tempat dimana suatu usaha atau aktifitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relative untuk setiap jenis usaha yang berbeda (Swastha2002:24).

Disamping lokasi, fasilitas juga turut berperan dalam menjaring konsumen. Fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktifitas. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Semakin lengkap fasilitas yang disediakan di tempat wisata, maka akan semakin puas pelanggan dan ia akan terus kembali ketempat wisata tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan pesepsi yang ia peroleh terhadap fasilitas yang tersedia (Tjiptono, 2006).

Kualitas pelayanan merupakan penggerak kepuasan pengunjung. Hal tersebut sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Menurut Harbiyati (2010), dalam penelitiannya yang menyatakan

Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian permasalahan yang disampaikan diatas maka, penulis bermaksud mengadakan penelitian pada konsumen wisata Air Terjun Sedudo Nganjuk dengan mengambil judul " **Analisis Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Wisata Air Terjun Sedudo Nganjuk".**

II. METODE

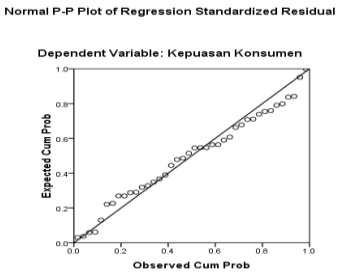
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisisi data dilakukan secara statistik. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 40 responden dan menggunakan teknik *samplinginsidenta.* Analisisi data dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik, Uji regresi linier berganda, uji t dan uji f. data yang diperoleh selanjutnya dianalisis menggunakan program *SPSS For Windows.*

III. HASIL DAN KESIMPULAN

A. Hasil Penelitian

1. Uji Normalitas

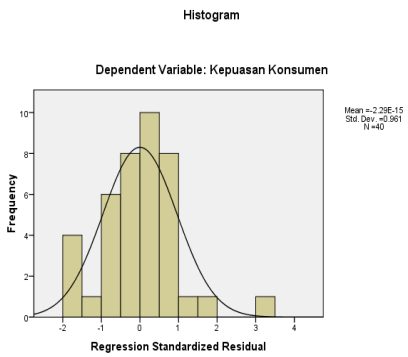
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Output SPSS

Berdasarkan gambar diatas hasil uji normalitas menggunakan graffik *normal probability plot* menunjukkan titik-titik menyebar mengikuti garis diagonal dan berada disekitar garis diagonal sehingga data berdistribusi normal atau asumsi normalitas telah terpenuhi.

2. Hasil Uji Normalitas Grafik



Sumber: Output SPSS

Berdasarkan gambar di atas bahwa data telah terdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan pada gambar tersebut memenuhi dasar pengambilan keputusan, bahwa data memiliki puncak tepat ditenggah-tengah titik nol membagi dua sama besar dan tidak menceng ke kanan maupun ke kiri, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3. Uji Multikolineritas

Tabel
Hasil Uji Multikoliner...

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Lokasi	.221	4.535
	fasilitas	.322	3.110
	Kualitas pelayanan	.208	4.803

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan memiliki nilai *tolerance* yang lebih besar dari 0,10 yaitu masing-masing sebesar 0,221, 0,322, dan 0,208, sedangkan VIF lebih besar dari 10 yaitu masing-masing sebesar 4.53,3,110, dan 4,803. Dengan demikian dalam model ini tidak terdapat multikolinieritas.

4. Uji Autokorelasi

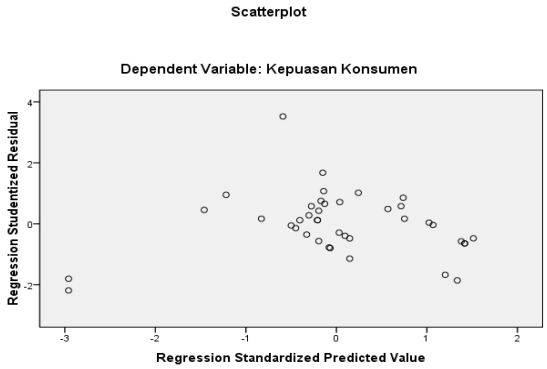
Tabel
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	Adjusted R Square	Durbin-Waston
1	.727	1.993

Berdasarkan tabel diatas dapat dianalisis bahwa DW sebesar 1.993 sedangkan DW tabelnya untuk tingkat =5% dengan n =30 dan k =3 adalah batas bawah (di = 1.338 dan du =1.658 dan batas atas 4-du = 2.342) dapat disimpulkan nilai Durbin Waston (DW) terletak antara DU s/d 4-DU sehingga Autokorelasi telah dipenuhi.

5. Uji Heteroskedastisitas



Gambar Uji Hesteroskedastisitas

Sumber: data yang di olah 2018

Berdasarkan gambar *scatterplot* diatas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukan bahwa dalam model regresi ini tidak terjadi Hesteroskedastisitas.

6. Analisis Hasil Regresi Linier Berganda

Tabel
Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Contsant)	.497	4.186	
Lokasi	.225	.204	.196
Fasilitas	.737	.162	.673
	.036	.198	.033

Kualitas Pelayanan			

Sumbr: data yang diolah 2018

Hasil persamaan Regresi Linier Berganda tersebut mempunyai makna sebagai berikut:

a. Konstanta = 0.497
   Jika variabel lokasi dan kualitas pelayanan = 0, maka kepuasan konsumen sebesar 0,497
b. Koefisien X_1 = 0,225
   Setiap penambahan 1 satuan lokasi dengan fasilitas dan kualitas pelayanan tetap, maka nilai kepuasan konsumen akan meningkat 0,225. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara lokasi dengan kualitas pelayanan, semakin naik lokasi semakin naik maka semakin meningkat kepuasan konsumen.
c. Koefisien X_2 = 0,737
   Setiap penambahan 1 satian lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan tetap, maka nilai kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,737. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara fasilitas dengan kepuasan konsumen, semakin naik fasilitas maka semakin meningkat kepuasan konsumen.
d. Koefisien X_3 = 0,036
   Setiap penambahan 1 satuan kualitas pelayanan dengan asumsi lokasi dan fasilitas tetap maka, nilai kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,036. Koefisien bernilai positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, semakin naik kualitas pelayanan semakin meningkat kualitas pelayanan.

7. Koefisien Determinan (R^2)

Tabel
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.865[a]	.748	.727

a.Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, fasilitas, lokasi.

b. Dependen Variabel: kepuasan konsumen

Sumber: data yang diolah 2018

Berdasarkan tabel di atas nilai R adalah sebesar 865. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan variabel bebas dan variabel terikat adalah sempurna. Sementara itu diketahui nilai *Adjusted R Ssquare* 727.

8. Uji t

Tabel
Hasil Uji t (parsial)

Model	t	Sig
1 (Constanta)	.119	.906
Lokasi	1.101	.278
Fasilitas	4.556	.000
Kualitas Pelayanan	.181	.858

Sumber: data yang diolah 2018

a. Pengujian Hipotesis 1.

Berdasarkan hasil uji t (persial) pada tabel diatas diperoleh nilai signifikan lokasi 0,278. Nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 berarti H_o ditolak dan H_1 diterima.

b. Pengujian hipotesis 2

Berdasarkan hasil uji t (persial) pada tabel diperoleh nilai signifikasi fasilitas 0,00. Karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 berarti H_o ditolak dan H_a diterima.

c. Pengujian Hipotesis 3

Berdasarkan hasil uji t (persial) diperoleh nilai signifikan kualitas pelayanan 0,858. Karena nilai signifikan lebih besar dari 0,05 berarti H_o ditolak dan H_3 diterima.

9. Uji f

Tabel Hasil Uji f

Model	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	333.564	35.558	.000
Residual	9.381		
Total			

Sumber: Data yang diolah 2018

Berdasarkan hasil uji f (simultan) pada tabel di atas diperoleh nilai f hitung sebesar 35.564 dengan signifikasi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikasi uji f variabel lokasi (X1), fasilitas (X2), dan kualitas pelayanan (X3) <0,05. Karena nilai signifikasi lebih kecil dari 0,05 berarti H_o di tolak dan H_a diterima.

PEMBAHASAN

Dari penelitian ini menyatakan bahwa ada pengaruh antara lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen secara simultan. Dari hasil uji analisis menunjukkan bahwa:

1. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil pengujian terhadap hipotesis satu menunjukkan bahwa Lokasi secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Lokasi yang strategis sesuai dengan harapan konsumen. Hasil penelitian ini mendukung penelitian oleh Bangun (2015) dalam penelitian yang menyatakan bahwa

lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang datang ke tempat wisata Air Terjun Sedudo Nganjuk.

2. Pengaruh Fassilitas terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil pengujian terhadap hipotesis dua menunjukkan bahwa secara parsial fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen yang datang ke tempat wisata Air Terjun Sedudo Nganjuk. Hasil penelitian ini mendukung penelitian oleh Sulistiono (2010).

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil pengujian terhadap hipotesis tiga menunjukkan bahwa secara persial kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pelayanan yang diberikan wisata Air Terjun Sedudo Nganjuk sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. Hasil penelitian ini mendukung peneliti yang dilakukan Harbiyan (2010) dalam penelitian yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

4. Pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil penguji hipotesis empat menunjukkan bahwa secara simultan bahwa lokasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

IV. PENUTUP

Peneliti ini bertujuan untuk meneliti Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada tempat wisata Air Terjun Sedudo Nganjuk. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada tempat wisata Air Terjun Sedudo Nganjuk.
2. Fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada tempat wisata Air Terjun Sedudo Nganjuk.
3. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada tempat wisata Air Terjun Sedudo Nganjuk.
4. Lokasi, fasilitas, dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada tempat wisata Air Terjun Sedudo Nganjuk.

V. DAFTAR PUSTAKA

Firmansyah dan Gunawan, 2007. Antara Pembangunan Ekonomi Lingkungan dan Degradasi lingkungan. Eko-Regional.106.

Yoeti, Oka A. (2003), *Tours And Travel Marketing.* Jakarta: Pradnya Paramita. (2006), *Pariwisata Budaya Masalah dan Solusinya.* Jakrta: Pradnya Paramita. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 25 NO.1 Agustus 2015|*administrasibisnis .studentjournal.ub.ac.id*

Damanik J, Weber HF. 2006. "Perencanaan Eko wisata dari teori ke Aplikasi". ANDI Yogyakarta: Yogyakarta.

Kotler, Philip, Jhon Bowen, dan James Makens. (2002), *pemasaran Perhotelan dan Kepariwisatawan.* Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Renata Pohan. Jakarta: Prenhalindo.

Kotler, Philip, Gary Amstrong. (2006), *prinsip-prinsip pemasaran.* Alih Bahasa Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.

Lupiyoadi, Rambat, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek,* Edisi satu. Salemba Empat. Jakarta.

Lupiyoadi, Rambat. (2013), *Manajemen Pemasaran Jasa.* Jakarta: Salemba Empati: Jakarta.

Tjiptono, Fandy. (2006), *Pemasaran Jasa,* Malang: Bayu Media. (2008), *Strategi Pemasaran (edisi 3.* Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Pemasaran* , Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono ,F. 2007. *Strategi Pemasaran.* Edisi Ke Dua, Andi Offset. Yogyakarta Pengaruh Lokasi, Promosi dan Harga terhadap …-Afifudin 17.

Sugiyono.2012. *Metode Penelitian Bisnis.* Alfabeta. Bandung, 2010. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif.* Alfa Beta.