

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PENGUNJUNG PADA BUKIT WISATA PULE PAYUNG KULON PROGO  
YOGYAKARTA**



Nama : Angga Wiyanto  
NomorMahasiswa : 131114201  
Jurusan : Manajemen

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI WIDYA WIWAHA**

**YOGYAKARTA**

**2018**

## ABSTRAK

Objek wisata merupakan produk jasa yang di tawarkan oleh suatu perusahaan jasa dengan harapan agar konsumen datang untuk berkunjung dan menikmati objek wisata yang ditawarkan. Untuk menarik kepuasan konsumen, pengelola manajemen harus dapat memberikan pelayanan yang baik untuk menciptakan suatu kepuasan konsumen. Menurut Gasperz (1997), penerapan manajemen kualitas dalam industri jasa menjadi kebutuhan pokok apabila ingin berkontribusi dalam pasar domestik dan pasar global. Kualitas pelayanan yang terbaik merupakan suatu *profit strategy* untuk mengikat lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang sudah sering berkunjung, menghindari kaburnya konsumen dan menciptakan keunggulan yang tidak hanya bersaing dari segi harga (Wicaksono, 2005).

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dalam bentuk kuisioner. Alat yang digunakan untuk menganalisis data penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, uji t variabel kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Bukit Wisata Pule Payung, cepat tanggap tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Bukit Wisata Pule Payung, empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Bukit Wisata Pule Payung, bentuk fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Bukit Wisata Pule Payung. Uji f variabel kehandalan, cepat tanggap, empati, bukti fisik, dan jaminan secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel kepuasan pengunjung Bukit Wisata Pule Payung. Variabel kehandalan, cepat tanggap, empati, bentuk fisik, dan jaminan secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan sebesar 16,10%, sedangkan sisanya 83,90% dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Kepuasan pengunjung, Bukit Wisata Pule Payung.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji kepada Allah SWT. yang telah memberikan rahmat ma'unah dan hidayah-Nya kepada penyusun sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul, *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Bukit Wisata Pule Payung Kulon Progo Yogyakarta”*. Penyelesaian penyusunan skripsi ini merupakan sebuah pencapaian bagi penyusun setelah berjuang kurang lebih 6 (enam) bulan untuk menyelesaikannya. Salawat beriring dengan salam semoga selalu terhaturkan kepada Nabi Muhammad SAW. yang telah menyampaikan hukum Islam sesuai dengan kultur dan nilai-nilai masyarakat yang luhur sehingga kelak dirindukan syafaat-Nya di hari akhir.

Skripsi ini diajukan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE). Selama penyusunan skripsi dan selama menempuh pendidikan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta penyusun mendapat banyak bimbingan, motivasi, dan penyediaan fasilitas-fasilitas yang sangat membantu bagi penyusun dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penyusun mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Muhammad Subhan, M.M., sebagai ketua dan guru besar Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta.
2. Ibu Dila Damayanti, S.E., M.M., sebagai Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta.

3. Dosen Pembimbing, Yenni Kurnia Gusti, S.E, M.Si, dalam memberikan saran, kritik, masukan, serta meluangkan waktu dan tenaga dalam membantu penyusunan skripsi ini.
4. Orang tua saya , bapak Aspu Rahmat. Ibu Sahrati tercinta dan tersayang yang telah memberikan doa dan semangat sepanjang waktu, memberi dukungan secara moral dan moril. Terima kasih atas segala ketulusan yang tak tergantikan dan tak terlupakan.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta Pegawai Tata Usaha Jurusan manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE)Widya Wiwaha Yogyakarta yang tidak dapat penyusun sebutkan satu-persatu, yang telah tulus ikhlas membekali dan membimbing penyusun dalam memperoleh ilmu yang bermanfaat.
6. Kakak pertama, Wahyudi Ilahi, dan adik – adikku Asti Ayu Andira, Mohammad Nurus Saffairi, Zakkiyah Nurmala, yang menjadi *energi* di tengah kesibukan revisi
7. Teruntuk teman-teman Pinky Boy ,Sulhan, Nafa Aminuddin, Pak Nur, Rahmat, Suryadi, Same, Haris Jamil dan kekasihnya” Fransiska” , teman-teman yang lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih
8. Teman- teman yang slalu memberi arti kehidupan dijalanan, Komonitas GRAB FAMILY YOGYAKARTA, pak Lolik, om Ikhsan, Nari Ratih, Panji dan teman- teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, tak lupa pula Ocha Maharani yang membantu memberikan masukan dalam proses revisi yang saya tidak mengerti,

Semoga Allah SWT. membalas dengan kebaikan mereka dengan ganti berlipat. Akhir kata, semoga skripsi ini memberikan manfaat, tambahan pengetahuan, dan tambahan informasi bagi para pembacanya.

Yogyakarta, 28 Maret 2018

Menyatakan,

ANGGA  
WIYANTO

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	I
ABSTRAK .....	II
HALAMAN PENGESAHAN.....	III
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	IV
MOTTO .....	V
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	VI
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR LAMPIRAN .....	X
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	5
1.4 Batasan Masalah .....	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
1.7 Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1 Hasil Peneltian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori .....	10
2.3 Kualitas Pelayanan .....	11
2.4 Pengertian Kepuasan .....	13

2.5 Pengertian Jasa .....	15
2.6 Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	17
2.7 Hipotesis .....	19
2.8 Model Penelitian.....	22
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
3.1 Lokasi Penelitian .....	24
3.2 Variabel Penelitian.....	24
3.3 Devinisi Oprasional.....	25
3.4 Istrumen Dan Alat Pengumpulan Data .....	25
3.4.1 Uji Validitas .....	26
3.4.2 Uji Reliabilitas .....	26
3.5. Data Dan Teknik Pengumpulan Data .....	27
3.5 Populasi Dan Sampel .....	29
3.7 Metode Analisis .....	30
<b>BAB IV. ANALISIS PEMBAHASAN.....</b>	<b>32</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	36
4.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	36
4.1.2 Responden Berdasarkan Umur .....	36
4.1.3 Responden Berdasarkan Pendidikan .....	37
4.1.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	37
4.2 Hasil Analisis Data .....	38
4.3 Uji Instrumen Penelitian .....	39
4.3.1 Uji Validitas .....	39
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	41
4.4 Hasil Analisis Linier Regresi Berganda.....	42
4.5 Pengujian Hipotesis.....	43
4.5.1 Uji Koefisiensi Determiasi.....	43

4.5.2 Uji t.....	44
4.5.3 Uji f.....	46
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>47</b>
5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Saran-saran.....	50
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>I</b>
<b>KUESIONER PENELITIAN.....</b>	<b>II</b>

**STIE Widya Wiwaha**  
**Jangan Plagiat**

## DAFTAR LAMPIRAN

4.4	Karakteristik Responden.....	35
4.4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	35
4.4.2	Responden Berdasarkan Umur .....	36
4.4.3	Responden Berdasarkan Pendidikan .....	37
4.4.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	37
4.5	Hasil Analisis Data .....	38
4.6	Uji Instrumen Penelitian .....	39
4.7	Uji Validitas .....	39
4.8	Uji Reliabilitas .....	41
4.6	Hasil Analisis Linier Regresi Berganda .....	42
4.7	Pengujian Hipotesis.....	43
4.8	Uji Koefisiensi Determiasi .....	43
4.9	Uji t.....	44
4.5.3	Uji f.....	46

## LAMPIRAN

### Lampiran

I Kuesioner kinerja dan kepuasan pengunjung .....	49
II Data Hasil Penelitian .....	50
III Tabel t.....	51
IV Tabel f.....	52

**STIE Widya Wiwaha**  
**Jangan Plagiat**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Indonesia sebagai negara agraris memiliki kekayaan alam yang dapat dimanfaatkan oleh berbagai sektor, diantaranya adalah sektor pariwisata. Perkembangan kegiatan ekonomi senantiasa memberikan pengaruh terhadap aspek pemasaran. Manajemen perusahaan di tuntut untuk mempunyai konsep pemasaran yang tepat agar senantiasa mampu mengatasi persaingan dalam dunia bisnis. Pada umumnya setiap perusahaan menganut sistem pemasaran yang berorientasi konsumen yaitu sistem pemasaran yang senantiasa berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sektor pariwisata turut berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, karena dengan adanya tempat parawisata dapat memberikan sumbangan pemasukan bagi devisa negara dan kesejahteraan daerah setempat, memperluas lapangan kerja, mengurangi angka pengangguran, serta turut membantu untuk mempromosikan sumber daya kepada manca negara, memperkenalkan budaya lokal, produk lokal, yang patut di perkenalkan.

Objek wisata merupakan produk jasa yang di tawarkan oleh suatu perusahaan jasa dengan harapan agar konsumen datang untuk berkunjung dan menikmati objek wisata yang ditawarkan. Untuk menarik kepuasan konsumen, pengelola manajemen harus dapat memberikan pelayanan yang baik untuk menciptakan suatu kepuasan konsumen. Menurut Gasperz (1997), penerapan manajemen

kualitas dalam industri jasa menjadi kebutuhan pokok apabila ingin berkontribusi dalam pasar domestik dan pasar global.

Secara umum industri jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan manufaktur, karena pada industri jasa produk yang dihasilkan tidak berwujud secara fisik. Karakteristik yang berbeda pada industri jasa seringkali menyebabkan pelanggan sulit melakukan evaluasi terhadap kualitas sehingga ukuran kualitas sering mengacu pada persepsi positif terhadap kualitas pelanggan dan pelayanan (Kotler, 2000) tidak jarang persepsi pelanggan terbentuk berdasarkan *servicescape*, yaitu bukti fisik yang seolah olah membungkus layanan yang bersangkutan dan mencerminkan citra eksternal dari apa yang ada didalamnya pada pelanggan (Wicaksono, 2005) kualitas pelayanan yang terbaik merupakan suatu *profit strategy* untuk mengikat lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang sudah sering berkunjung, menghindari kaburnya konsumen dan menciptakan keunggulan yang tidak hanya bersaing dari segi harga. Apabila pelayanan sesuai dengan apa yang di harapkan, maka kualitas pelayanan bisa di persepsikan baik dan memuaskan. Menurut Scifman (Wicaksono, 2005), pelanggan melakukan keputusan berdasarkan persepsi yang dimiliki dari pada kenyataan. Hal ini menyatakan citra kualitas yang baik tidak berdasarkan persepsi perusahaan melainkan berdasarkan persepsi pelanggan (Tjiptono,2002).

Obyek Bukit Wisata Pule Payung merupakan obyek wisata alam yang berada di Dusun Soropati Desa Hargotirto Kulonprogo Yogyakarta, pengelola wisata ini menyuguhkan panorama Waduk Sermo, alam hijau dan gugusan perbukitan

menoreh, termasuk wisata di Jogja yang baru *booming* dan kini menjadi incaran bagi para pecinta wisata. Nama Pule Payung sendiri diambil dari lokasi tempat itu berada. di bukit tersebut banyak pohon pule yang daun-daunnya berbentuk menyerupai payung, dibanding Kalibiru tempat ini memiliki akses menuju *spot* foto yang lebih mudah diakses karena tidak perlu berjalan kaki lebih jauh untuk mencoba semua wahana-wahana yang tersedia, pengambilan foto yang lebih luas memanjakan pengunjung penikmat eksotisme pemandangan alam secara leluasa. Selain pemandangan, para wisatawan juga bisa lebih menikmati dengan permainan alam seperti *Outbond*, di sana ada juga seperti jembatan gantung. Pengunjung bisa bermain dengan mengayuh sepeda gunung di atas kabel yang mengacu adrenalin. Wisata Pule Payung ini berada di atas perbukitan dengan ketinggian mencapai 700m di atas permukaan laut, inilah yang menjadikan suhu udara cukup sejuk, dari atas ketinggian nampak begitu luas pemandangan alam yang eksotis.

Obyek Bukit Wisata Pule Payung ini didirikan oleh pemerintah daerah Kabupaten Kulon Progo untuk memberikan kenyamanan dan hiburan kepada masyarakat terutama masyarakat setempat yang juga tidak terlepas dari tujuan utamanya, yaitu mendapatkan profit guna mendapatkan pendapatan daerah. Pengelola obyek Bukit Wisata Pule Payung tidak hanya mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi juga harus berusaha untuk memahami kebutuhan konsumen seperti kebutuhan akan harga yang terjangkau, fasilitas kebutuhan akan penunjang yang memadai serta yang tak kalah penting adalah kualitas pelayanan yang baik dan memuaskan. Keberhasilan dalam memberikan pelayanan yang

bermutu kepada pengunjung sangat ditentukan oleh pendekatan yang digunakan. Salah satu pendekatan pelayanan yang banyak di jadikan bahan riset pemasaran adalah SERVQUAL (*service quality*) yang di kembangkan oleh Parasuraman, Zaithml dan Bery. Salah satu studi mengenai SERVQUAL oleh Parasuraman (1998) dalam Rangkuti (2006) terdapat lima bukti SERVQUAL yaitu bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsivines*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Hal-hal tersebut merupakan penunjang agar perusahaan dapat mempertahankan kepuasan pengunjung serta untuk mencapai tujuan jangka panjang perusahaan.

Di era sekarang penemuan dan pertumbuhan tempat wisata membludak cepat yang diakibatkan oleh meningkatnya para wisatawan lokal atau wisatawan asing. Bukit Wisata Pule Payung sendiri termasuk wisata yang baru di Kabupaten Kulon Progo, tetapi pengunjungnya sudah mencapai lebih 1000 pengunjung, menurut Budi Purowo Nugroho selaku pihak pengelola di wisata Pule Payung tersebut. Ini merupakan tantangan bagi pihak pelayanan, untuk memberikan pelayanan yang terbaik, guna menciptakan kepuasan para pengunjung Bukit Wisata Pule Payung.

Berdasarkan fenomena di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan Penelitian yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PELAYAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA OBJEK WISATA BUKIT PULE PAYUNG KULONPROGO YOGYAKARTA”.

## 1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan suatu usaha untuk mendapatkan jawaban atas permasalahan yang ada di uraian latar belakang di atas dapat di rumuskan masalahnya yaitu: “ Belum optimalnya kualitas pelayanan dan perlunya peningkatan kepuasan pengunjung Bukit Wisata Pule Payung Kulon Progo Yogyakarta”

## 1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka terdapat pertanyaan penelitian:

- a. Apakah ada pengaruh bukti langsung (*tangibles*) terhadap kepuasan pengunjung Bukit Wisata Pule Payung?
- b. Apakah ada pengaruh aspek kehandalan (*reliabilty*) terhadap kepuasan pengunjung Bukit Wisata Pule Payung?
- c. Apakah ada pengaruh aspek ketanggapan (*responsiveness*) terhadap kepuasan pengunjung pada Bukit Wisata Pule Payung?
- d. Apakah ada pengaruh aspek jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan pengunjung Bukit Wisata Pule Payung?
- e. Apakah ada pengaruh aspek empati (*emphaty*) terhadap kepuasan pengunjung Bukit Wisata Pule Payung?
- f. Apakah ada pengaruh aspek bukti langsung (*tangibles*),kehandalan (*reliability*),ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan

empati (*emphaty*) terhadap kepuasan pengunjung Bukit Wisata Pule Payung?

#### 1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Obyek penelitian adalah Bukit Wisata Pule Payung.
- b. Subyek penelitian adalah semua orang yang menjadi pengunjung Bukit Wisata Pule Payung.
- c. Variabel yang diteliti adalah 5 dimensi yaitu aspek bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*).

#### 1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh aspek bukti langsung (*tangibles*) terhadap kepuasan pengunjung Bukit Wisata Pulo Payung?
- b. Untuk mengetahui pengaruh aspek kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pengunjung Bukit Wisata Pulo Payung?
- c. Untuk mengetahui aspek ketanggapan (*responsiveness*) terhadap kepuasan pengunjung Bukit Wisata Pule Payung?
- d. Untuk mengetahui pengaruh aspek jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan pengunjung Bukit Wisata Pule Payung?

- e. Untuk mengetahui pengaruh aspek empati (*emphaty*) terhadap kepuasan pengunjung Bukit Wisata Pule Payung?
- f. Untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan pengunjung Bukit Wisata Pule Payung?

### **1.6. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, manfaat yang diharapkan adalah:

- a. Bersifat Teoritis
  - 1. Bagi pembaca, untuk menambah pengetahuan tentang pemasaran jasa dan masalah yang dihadapinya, terutama tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung.
  - 2. Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan dan dipakai sebagai dasar untuk penelitian lebih lanjut.
  - 3. Bagi peneliti, penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk sarana pengembangan ilmu pengetahuan dalam penerapan ilmu yang berkaitan dengan pemasaran jasa, kualitas pelayanan dan hubungannya dengan kepuasan pengunjung.

b. Bersifat praktis

Bagi pengelola, penelitian ini dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan jasa terutama dalam kualitas pelayanan jasa sehingga kepuasan pengunjung dapat terwujud.

### **1.7. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penyusunan penelitian ini sebagai berikut :

#### **BAB 1: PENDAHULUAN**

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah penelitian, batasan masalah dan asumsi, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

#### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang hasil penelitian terdahulu, landasan teori, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, kerangka teori dan hipotesis.

#### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang lokasi penelitian, variabel penelitian, definisi operasional, data dan teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, skala pengukuran, metode analisis data, model penelitian, dan hipotesis operasional.

#### **BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang proses tentang analisis data untuk membuktikan kebenaran hipotesis yang telah dikemukakan dalam perumusan hipotesis.

## BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai hasil-hasil penelitian, analisis data, dan saran-saran yang penulis ajukan bagi perusahaan.

**STIE Widya Wiwaha**  
**Jangan Plagiat**

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 1.8. Tinjauan Pustaka

##### 2.1.1. Hasil Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian Ai Lili Yulianti dan Januar Efendi Panjaitan (2016), yang menguji tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung. Metode analisis data penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif dan dengan menggunakan regresi berganda. Variabel *independen* dalam penelitian ini adalah keandalan, jaminan, bukti fisik, perhatian, daya tanggap, dan kepuasan konsumen sebagai variabel *dependen*.

Berdasarkan hasil penelitian Ai Lili Yulianti dan Januar Efendi Panjaitan (2016) menunjukkan bahwa, kehandalan tidak berpengaruh signifikan (X) terhadap kepuasan pelanggan JNE Cabang Bandung, jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, empati berpengaruh terhadap signifikan terhadap kepuasan pelanggan, daya tanggap tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah metode analisis data yang digunakan, yaitu menggunakan pengujian secara simultan, pengujian secara parsial, analisis koefisiensi determinasi, dan variabel *independen*.

Perbedaan dengan penelitian terdahulu adalah objek penelitian, variabel independen, dan jumlah responden. Objek dalam penelitian Ai Lili Yulianti dan Januar Efendi Panjaitan bertempat di JNE Cabang Bandung, sedangkan penelitian ini bertempat di Kulon Progo Yogyakarta. Variabel *independen* yang digunakan meliputi: kehandalan, jaminan, bukti fisik, perhatian, daya tanggap, dan kepuasan konsumen. Jumlah responden sebanyak 50 responden, sedangkan penelitian ini sebanyak 100 responden.

### 2.1.2. Landasan Teori

Teori yang sering digunakan untuk menjelaskan tentang variabel yang akan diteliti dan sebagai dasar untuk memberi jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang diajukan (hipotesis), dan penyusunan instrumen penelitian (Yamit, 1996).

Salah satu pendekatan jasa yang sering digunakan dalam riset pemasaran adalah model SERVQUAL (*service quality*), dikembangkan oleh Parasuraman dalam Wahyudin, (2005) SERVQUAL dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*), dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (*expected service*).

SERVQUAL adalah ukuran seberapa baik pelayanan menemui kesesuaian dengan harapan pelanggan. Penyelenggaraan kualitas layanan berarti melakukan kompromi dengan harapan pelanggan dengan tata cara yang konsisten Parasuraman dalam Wahyudin,

(2005). Lima SERVQUAL sebagai berikut Parasuraman dalam Wahyudin, (2005) :

- a. Berwujud (*tangible*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
- b. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- c. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d. Jaminan (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan.
- e. Empati (*empathy*), yaitu memberikan pelayanan dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan pada pelanggan dengan berupaya memahami apa yang diinginkan pelanggan atau konsumennya.

#### **2.1.2.1. Kualitas Pelayanan**

Berikut ini terdapat beberapa definisi kualitas pelayanan yang disampaikan oleh beberapa tokoh. Definisi-definisi tersebut antara lain adalah sebagai berikut :

- Kualitas pelayanan menurut J Supranto

Menurut Supranto, kualitas pelayanan adalah sebuah hasil yang harus dicapai dan dilakukan dengan sebuah tindakan. Namun tindakan tersebut tidak berwujud dan mudah hilang, namun dapat dirasakan dan diingat. Dampaknya adalah konsumen dapat lebih aktif dalam proses mengkonsumsi produk dan jasa suatu perusahaan.

- Kualitas pelayanan menurut Fandy Tjiptono

Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Tjiptono, definisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut. Kualitas pelayanan yang baik, terdapat beberapa jenis kriteria pelayanan, antara lain adalah sebagai berikut:

1. Ketepatan waktu pelayanan, termasuk di dalamnya waktu untuk menunggu selama transaksi maupun proses pembayaran.

2. Akurasi pelayanan, yaitu meminimalkan kesalahan dalam pelayanan maupun transaksi.
3. Sopan santun dan keramahan ketika memberikan pelayanan.
4. Kemudahan mendapatkan pelayanan, yaitu seperti tersedianya sumber daya manusia untuk membantu melayani konsumen, serta fasilitas pendukung seperti komputer untuk mencari ketersediaan suatu produk.
5. Kenyamanan konsumen, yaitu seperti lokasi, tempat parkir, ruang tunggu yang nyaman, aspek kebersihan, ketersediaan informasi, dan lain sebagainya.

#### **2.1.2.2. Pengertian Kepuasan**

Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan suatu atau membuat sesuatu yang memadai (Tjiptono dalam Sanowo, 2005). Kotler (2000), mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapannya.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa adanya perbandingan antara harapan dan kinerja/hasil yang dirasakan pelanggan. Harapan pelanggan dibentuk dan dirasakan oleh beberapa faktor, diantaranya pengalaman berbelanja dimasa

lampau, opini teman dan kerabat, serta informasi dan janji-janji perusahaan dan pesaing.

Untuk definisi kepuasan pelanggan sebenarnya tidaklah mudah, karena pelanggan memiliki berbagai macam karakteristik, baik pengetahuan, kelas sosial, pengalaman, pendapatan maupun harapan. Misalnya, seseorang pelanggan baru ingin mencoba masakan tertentu dari restoran. Sebelum melakukan pembelian, pelanggan baru tersebut pasti memiliki harapan bahwa dia akan dilayani secara baik, pelayanannya yang ramah, responnya cepat, dan pelayanan yang diberikan memuaskan. Jika harapan pelanggan ini sesuai dengan apa yang dialami dan dirasakan melebihi harapannya sudah dapat dipastikan bahwa pelanggan tersebut merasa puas. Tetapi bila yang dialami dan dirasakan pelanggan tidak sesuai dengan harapannya, misal pelayanan tidak ramah, tidak tanggap, sudah dapat dipastikan pelanggan tersebut tidak merasa puas.

Kepuasan pelanggan dapat diketahui setelah pelanggan menggunakan jasa produk dan pelayanan. Evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah dibandingkan apa yang dirasakan sesuai dengan harapannya. pelanggan tersebut dapat disimpulkan penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan (Yamit,1996)

Kepuasan pelanggan menurut Lukman (2000), menyadarkan bahwa kesadaran sebagaimana tingkat persamaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya. Gibson *et.al* (1998), dijelaskan bahwa kepuasan pada hakikatnya berkaitan dengan faktor kebutuhan seseorang (pelanggan). Artinya, jika kebutuhan seseorang terpenuhi maka orang tersebut merasa puas, demikian pula sebaliknya (Pasalong, 2011).

Tjiptono dan Chandra dalam Sanowo (2005), kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan (Assauri dalam Sanowo, 2005). Kepuasan pelanggan dapat membentuk persepsi dan selanjutnya dapat memposisikan produk perusahaan dimata pelanggannya.

### **2.1.2.3. Pengertian Jasa**

Menurut Yamit (1998), meskipun terjadi beberapa perbedaan terhadap pengertian jasa pelayanan dan secara terus menerus perbedaan tersebut mengganggu, beberapa karakteristik jasa pelayanan berikut ini akan memberikan jawaban yang lebih

mantap terhadap pengertian jasa pelayanan. Karakteristik jasa pelayanan tersebut adalah:

- a. Tidak dapat di raba (*intangibility*). Jasa adalah sesuatu yang sering kali tidak dapat di sentuh atau tidak dapat diraba. Jasa mungkin berhubungan dengan suatu secara fisik, seperti pesawat udara, kursi meja dan peralatan makan di restoran, atau peralatan untuk *selfie*, tempat istirahat buat wisatawan, bagaimanapun juga pada kenyataannya konsumen membeli dan memerlukan suatu yang tidak dapat diraba. hal ini banyak terdapat pada biro perjalanan atau biro travel dan tidak terdapat pada pesawat terbang maupun kursi, meja dan peralatan makan, bukan terletak pada tempat *selfie*, tempat beristirahat bagi wisatawan, tetapi lebih pada nilai. Oleh karena itu, jasa atau pelayanan yang terbaik menjadi penyebab khusus yang secara alami disediakan.
- b. Tidak dapat disimpan (*inability to inventory*). Salah satu ciri khusus dari jasa adalah tidak dapat disimpan. Misalnya ketika kita menginap di hotel tidak dapat dilakukan untuk setengah malam dan setengahnya dilanjutkan lagi besok, jika hal ini dilakukan konsumen tetap dihitung menginap dua hari.
- c. Produksi dan konsumsi secara bersama. Jasa adalah suatu yang dilakukan secara bersama dengan produksi, misalnya, tempat

*outbond, snalking*, jaminan kesehatan, jaminan keamanan, pengurusan asuransi mobil dan lain sebagainya.

- d. Pengaruh oleh faktor dari luar. Jasa sangat dipengaruhi oleh faktor dari luar seperti: teknologi, peraturan pemerintah dan kenaikan harga energi. Sektor jasa keuangan merupakan contoh yang paling banyak dipengaruhi oleh peraturan dan perundang-undangan pemerintah.

#### **2.1.2.4. Mengukur Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan. Kotler dalam Yamit (1996) mengemukakan beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, metode tersebut antara lain:

- a. Sistem Pengaduan

Sistem ini memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk memberikan saran, keluhan dan bentuk ketidakpuasan lainnya dengan cara menyediakan kotak saran, setiap saran dan keluhan yang masuk harus menjadi perhatian bagi perusahaan, sebab saran dan keluhan itu pada umumnya dilandasi oleh pengalaman mereka dan hal ini sebagai bentuk kecintaan mereka terhadap perusahaan.

b. Survei pelanggan

Survei pelanggan merupakan cara yang umum digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan misalnya, melalui surat pos, telpon, atau wawancara secara langsung.

c. Panel pelanggan

Perusahaan mengundang pelanggan yang setia terhadap produk dan mengundang pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah pindah menjadi pelanggan perusahaan lain. Pelanggan yang setia akan diperoleh informasi tingkat kepuasan yang mereka rasakan dari pelanggan yang berhenti membeli (*customer loss rate*) hal ini menentukan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggan.

Implikasi dari pengukuran kepuasan pelanggan tersebut adalah pelanggan dilibatkan dalam pengembangan produk atau jasa dengan cara mengidentifikasi apa yang dibutuhkan pelanggan. Hal ini berbeda dengan pelanggan dalam konsep tradisional, dimana mereka tidak dalam pengembangan produk, karena mereka diluar sistem.

Tujuan untuk melibatkan pelanggan dalam mengembangkan produk dan jasa adalah agar perusahaan dapat memenuhi harapan pelanggan, bahkan jika mungkin melebihi harapan pelanggan. Persepsi yang akurat mengenai harapan pelanggan merupakan hal yang perlu, namun tidak cukup untuk

memberikan kepuasan kepada pelanggan. Perusahaan harus mewujudkan harapan pelanggan kedalam desain dan standar kepuasan pelanggan. Desain dan standar kepuasan pelanggan dikembangkan atas dasar harapan konsumen dari prioritasnya (Yamit, 1996).

#### 2.1.4. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu kesimpulan yang sifatnya sementara dan masih dibuktikan kebenarannya. Hipotesis ini merupakan dugaan yang masih dimungkinkan benar atau salah. Berdasarkan rumusan permasalahan dan temuan di atas sehingga hipotesis alternatif yang dirumuskan dalam penelitian ini yaitu:

pengujian  $H_0: b_1=0$  dan  $H_a: b_1 \neq 0$  untuk mengetahui apakah ada hubungan linier ataupun tidak antara variabel dependen (Y) dengan variabel independen  $X_1, X_2, \dots, X_n$  hipotesis yang digunakan adalah:

1. Hipotesis untuk uji secara persial (uji t)

##### 1. *Tangibles* ( bukti fisik)

$H_0$ : Tidak ada hubungan signifikan antara atribut jasa dengan kepuasan konsumen.

$H_a$ : Ada hubungan signifikan antara atribut jasa dengan kepuasan konsumen.

2. *Reliability* (keandalan).

Ho: Tidak ada pengaruh positif antara kualitas *reliability* terhadap kepuasan wisatawan Pule Payung.

Ha: Ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan *reliability* terhadap kepuasan wisatawan bukit Pule Payung.

3. *Responsiveness* (daya tanggap)

Ho: Tidak ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan *responsiveness* terhadap kepuasan pengunjung Bukit Wisata Pule Payung.

Ha: Ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan *responsiveness* terhadap kepuasan pengunjung Bukit Pule Payung.

4. *Assurance* (jaminan)

Ho: Tidak ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan *assurance* terhadap kepuasan pengunjung Bukit Wisata Pule Payung

Ha: Ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan *assurance* terhadap kepuasan pengunjung Bukit Wisata Pule Payung.

5. *Empathy* (empati/perhatian)

Ho: Tidak ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan *empathy* terhadap kepuasan pengunjung Bukit Wisata Pule Payung.

Ha: Ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan pengunjung Bukit Pule Payung.

6. Hipotesis untuk uji secara simultan (uji 1)

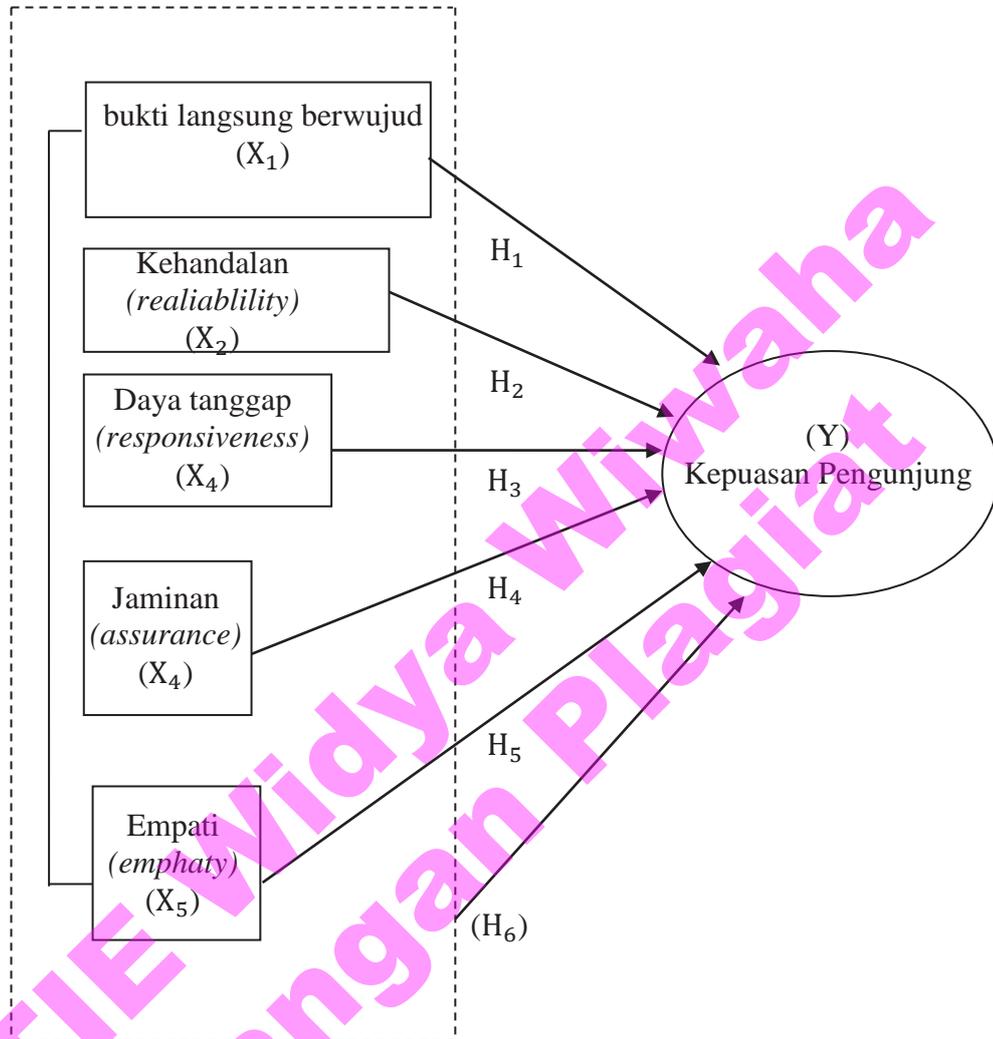
Ho: Tidak ada pengaruh positif antara dimensi kualitas pelayanan *reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *empathy* dan *tangibles* terhadap kepuasan pengunjung di Bukit Wisata Pule Payung.

Ha:  $b_1 \neq 0$  yang artinya model regresi linier berganda signifikan atau dengan kata lain ada hubungan linier antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen* (Sulaiman, 2004).

Diharapkan berdasarkan hipotesis ini, akan diketahui keadaan yang sesungguhnya terjadi antara harapan dan kinerja pelayanan yang berikan oleh pengunjung Bukit Pule Payung

STIE Widya Winwaha  
Jangan Plagiat

▪ **Model Penelitian**



Sumber : Konsep yang dikembangkan dalam penelitian ini, 2018.

## BAB III

### Metode Penelitian

#### 3.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini di Bukit Wisata Pule Payung yang terletak di Dusun Soropati, Desa Hargotirto, Kecamatan Kokap, Kabupaten Kulon Progo, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Lokasi ini berjarak kurang lebih 50 km dari Kota Yogyakarta. Selain terdapat Bukit Wisata Pule Payung dilokasi sekitar juga terdapat tempat-tempat wisata yang lainnya seperti Wisata Alam Kalibiru, Tebing Gunung Gajah, Waduk Sermo, Goa Kiskendo, Sungai Mudal dan Air Terjung Kembang Soka. Untuk menuju ke Bukit Wisata Pule Payung, rute yang bisa diambil, yaitu melalui rute Kalibiru.

#### 3.2. Variabel Penelitian

Terdapat 2 variabel, yaitu :

- a. Variabel Terikat (*Dependen*) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Wahyudin,2005).

Variabel penelitian ini penulis meneliti kualitas pelayanan Wisata Pule Payung Kulun Progo Yogyakarta yang diukur melalui tanggapan konsumen sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Kurang Setuju

4. Setuju

5. Sangat Setuju

- b. Variabel bebas (*independen*) adalah variabel yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel dependen (variabel terkait). Jadi variabel *independen* adalah variabel yang mempengaruhi (Wahyudin,2005).

Dalam variabel bebas ini penulis meneliti lima dimensi pokok yang berkaitan dengan pengukuran kualitas pelayanan jasa yaitu:

1. Bukti Langsung (*Tangible*)
2. Keandalan (*Reliability*)
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
4. Jaminan (*Assurance*)
5. Empati (*Empathy*)

### 3.3. Definisi Operasional

Variabel-variabel yang dapat memenuhi kualitas jasa Bukit Wisata Pule Payung sebagai berikut:

- a. Dimensi bukti fisik berwujud (*tangible*), yaitu kemampuan menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal atau bukti fisik yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan dan peralatan yang digunakan serta penampilan para pegawainya yang masing-masing menggunakan skala likert 5.

- b. Dimensi keandalan (*realibility*), yaitu keandalan dalam pelayanan secara akurat dan terpercaya. Masing-masing menggunakan skala likert 5.
- c. Dimensi ketanggapan (*Responsiveness*), yaitu ketanggapan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat. Masing-masing menggunakan skala likert 5.
- d. Dimensi keterjaminan (*Assurance*), yaitu jaminan kepastian, pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya terhadap konsumen. Masing-masing menggunakan skala likert 5.
- e. Dimensi empati (*Empathy*), yaitu pemahaman kepada konsumen secara spesifik serta memberikan perhatian penuh kepada konsumen, misalnya sabar dalam menerima kritikan konsumen. Masing-masing menggunakan skala likert 5.

### **3.4. Instrumen Dan Alat Pengumpulan Data**

Alat penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, yaitu dengan daftar pertanyaan kepada responden. Daftar pertanyaan meliputi: *Tangible*, *Realibity*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* (Wahyudi, 2005).

Untuk instrumen dan alat pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan skala likert 5 sebagai berikut:

Table 3.1

Skala likert

Kriteria	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

### 3.41 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui tingkat kecermatan suatu alat ukur dalam menjalankan fungsi ukurannya. Kriteria yang digunakan valid atau tidak valid adalah koefisiensi korelasi ( $r$ ) yang diperoleh lebih dari atau sama dengan koefisiensi tabel nilai-nilai kritis  $r$ , yaitu pada taraf signifikansi 5% instrumen tes yang diujicobakan tersebut dinyatakan valid apabila ( $r$ ) hitung lebih besar dari ( $r$ ) tabel. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan perhitungan *product moment* terhadap pertanyaan-pertanyaan kuesioner dengan program komputer statistik SPSS seri 16 (Wiyono, 2011).

### 3.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apalagi dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap obyek yang sama. *Output* dari *reliability analysis* tidak lain adalah *item-total statistics*, yang menghasilkan nilai *alpha* pada kolom *cronbach's alpha if item deleted* untuk masing-masing item, dan menghasilkan nilai *alpha* simultan pada tabel *reliability statistics* yang berada dibawahnya (Wiyono, 2011).

### 3.5. Data Dan Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan informasi yang diakui kebenarannya dan akan menjadi dasar untuk dianalisis dalam penelitian (Wahyudin, 2005)

#### a. Jenis data

Penelitian ini penulis menggunakan jenis data primer dan data sekunder.

Data primer: data yang diperoleh langsung dari subyek peneliti dengan menggunakan alat pengukur atau alat pengambilan data secara langsung kepada subyek sebagai sumber informasi (Wahyudin, 2005).

#### b. Teknik Pengumpulan Data Kuantitatif

Pengumpulan data penelitian ini penulis menggunakan metode angket yaitu: data dikumpulkan dengan cara menyebar daftar pertanyaan untuk mendapatkan data-data penelitian pengunjung tentang kualitas pelayanan Bukit Wisata Pulo Payung, khususnya

tentang lima dimensi pelayanan: *reliability* (keandalan), *responsiveness*, (cepat tanggap), *assurance*, (jaminan), *empathy*, (empati), *tangible* (pengumpulan data), Parasuraman dalam Wahyudin, (2005).

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman dalam Wahyuddin, (2005), yaitu:

1. Kuesioner kinerja. Data ini diperlukan untuk mengetahui harapan atau keinginan pengunjung setelah menggunakan pelayanan yang ada sebagai tanggapan dan masukan kepada pihak penyedia jasa pelayanan.
2. Kuesioner kepuasan pengunjung. Data ini diperlukan untuk mengetahui harapan/ keinginan pengunjung setelah menggunakan pelayanan yang ada sebagai tanggapan dan masukan kepada pihak penyedia jasa layanan.

Kuesioner kinerja atau keyakinan dan harapan pengunjung, ini memberikan kepada responden yaitu para pengguna jasa pelayanan di Bukit Wisata Pulo Payung. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang bersifat tertutup. Data kuesioner yang diambil dari SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman (seperti yang dikutip Wahyudin, 2005) mencakup aspek-aspek:

- *Reliability* (Keandalan), kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kesediaan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang tepat dan cepat.
- *Assurance* (jaminan), merupakan karyawan yang sopan dan berpengetahuan luas yang memberikan rasa percaya serta keyakinan.
- *Empathy* (Empati), mencakup kepedulian serta perhatian individual kepada para pengguna.
- *Tangibles* (bukti langsung), meliputi penampilan fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

## 2.6. Populasi dan Sampel

### a. Populasi

Populasi adalah suatu himpunan unit yang biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya (Rahmulyono, 2008). Populasi penelitian yang dimaksudkan adalah semua objek yang ada di Wisata Bukit Pule Payung Yogyakarta.

## b. Sample

Sample adalah suatu himpunan bagian dari unit populasi. Konsumen yang dijadikan sampel adalah pengunjung (minimal dua kali berkunjung)/ pengunjung yang pernah menggunakan jasa pelayanan Wisata Bukit Pule Payung Yogyakarta. Jumlah sampel berdasarkan pendapat Roscoe seperti dikutip Mulyono (2008) bahwa ukuran sampel lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 telah mencukupi untuk digunakan dalam sebuah penelitian. Pengambilan sampel di tentukan dengan *purposivesampling* yaitu pengambilan sampel dilakukan berdasarkan pertimbangan yang sesuai dengan maksud penelitian (Mulyono, 2008), pada penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 100 responden.

### 3.7. Metode Analisis Data

Untuk menjawab perumusan masalah, alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda (Djarwanto dalam Sanowo, 2005).

#### a. Analisis Regresi Sederhana

$Y = a + b_1X_1 + e$  pengaruh bukti langsung (*tangible*) terhadap kepuasan pengunjung.

$Y = a + b_2X_2 + e$  pengaruh keandalan (*reability*) terhadap kepuasan pengunjung.

$Y = a + b_3 X_3 + e$  pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan pengunjung.

$Y = a + b_8 X_8 + e$  pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan pengunjung

$Y = a + b_9 X_9 + e$  pengaruh empati (*emphaty*) terhadap kepuasan pasien.

Dimana :

Y = Variable dependen, yaitu kualitas jasa yang diberikan oleh Wisata

Pule Payung

$b_5$  = Bukti langsung (*Tangible*)

$b_6$  = Keandalan (*Reliability*)

$b_7$  = Daya tanggap (*Responsiveness*)

$b_8$  = Jaminan (*Assurance*)

$b_9$  = Empati (*Empathy*)

a = Nilai konstanta

e = Variabel pengganggu

$X_5, X_6, X_7, X_8, X_9$  = Variable Independen

$b_5, b_6, b_7, b_8, b_9$  = Koefisien Regresi 0

b. Analisis Regresi Berganda

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana :

Y = Variabel dependen, yaitu kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh Bukit Wisata Pule Payung

$X_1$  = Bukti langsung (*tangible*)

$X_2$  = Keandalan (*Reliability*)

$X_3$  = Daya tanggap (*responsiveness*)

$X_4$  = Jaminan (*assurance*)

$X_5$  = Empati (*empathy*)

$a$  = Nilai Konstanta

$e$  = Variable pengganggu

$X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$  = Variable Independen

$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5$  = Koefisien Regresi

$a$  = Intersep. Konstanta yang merupakan rata-rata nilai Y pada saat  $X_1, X_2, X_3, X_4$ , dan  $X_5$  Sama dengan nol

$b_1$  = Koefisiensi regresi persial, mengukur nilai rata-rata Y untuk tiap unit perubahan dalam  $X_1$  dengan menganggap  $X_2, X_3, X_4$ , dan  $X_5$  konstan

$b_2$  = Koefisiensi regresi parsial, mengukur nilai rata-rata Y untuk tiap unit perubahan dalam  $X_2$  dengan menganggap  $X_2, X_3, X_4,$  dan  $X_5$  konstan

$b_3$  = Koefisiensi regresi parsial, mengukur nilai rata-rata Y untuk tiap unit perubahan dalam  $X_3$  dengan menganggap  $X_2, X_3, X_4,$  dan  $X_5$  konstan

$b_4$  = Koefisiensi regresi parsial, mengukur nilai rata-rata Y untuk tiap unit perubahan dalam  $X_4$  dengan menganggap  $X_2, X_3, X_4,$  dan  $X_5$  konstan

$b_5$  = Koefisiensi regresi parsial, mengukur nilai rata-rata Y untuk tiap unit perubahan dalam  $X_5$  dengan menganggap  $X_2, X_3, X_4,$  dan  $X_5$  konstan

$e$  = Variable pengganggu

#### 1. Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Uji t adalah jenis pengujian statistika untuk mengetahui apakah ada perbedaan dari nilai yang diperkirakan dengan nilai hasil perhitungan statistika. Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variable bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (Wahyudi,2005).

#### 2. Pengujian Secara Serempak (Uji f)

Uji f dikenal dengan uji serentak, yaitu untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variable terikatnya. Atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik/signifikan atau baik/non signifikan. Jika model signifikan

maka model bisa digunakan untuk prediksi/peramalan, sebaiknya jika non/tidak signifikan maka model regresi tidak bisa digunakan untuk peramalan (Wahyudi, 2005).

### 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi merupakan salah satu nilai statistik yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan pengaruh antara dua variabel. Nilai koefisien determinasi menunjukkan presentase variasi nilai variabel Dependen yang dapat dijelaskan oleh persamaan Regresi yang dihasilkan. Misalnya, Nilai  $R^2$  pada suatu persamaan Regresi yang menunjukkan hubungan pengaruh variabel Y sebagai variabel dependen dan variabel X sebagai variabel *independen* (Algivari, 2000).

## BAB IV

### ANALISIS PEMBAHASAN

#### 4.1. Karakteristik Responden

Karakteristik yang digunakan untuk menggambarkan subyek penelitian sebanyak 100 responden, maka didapatkan hasil karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, dan pekerjaan.

##### 4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Setelah dilakukan proses tabulasi dari 100 kuesioner yang disebarikan kepada responden, maka didapatkan hasil karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

**Tabel 4.1**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis kelamin	Jumlah responden	
	Dalam rangka	Presentase (%)
Laki-laki	37	37
Perempuan	63	63
Jumlah	100	100

Sumber : data primer diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas dapat diketahui mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 37 orang (37%) dan sisanya adalah responden perempuan sebanyak 63 orang (63%).

#### 4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan karakteristik umur, maka responden dalam penelitian ini terbagi ke dalam lima kelompok. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut:

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

No	Umur	jumlah responden	
		Dalam Angka	persentase (%)
1	15-20 tahun	27	27
2	21-25 tahun	34	34
3	26-30 tahun	23	23
4	31-35 tahun	11	11
5	36-40 tahun	5	5
	Jumlah	100	100

Sumber: data primer di olah (2018)

Hasil tabulasi jawaban responden seperti yang tercantum dalam Tabel 4.2 di atas, sebagian besar responden dalam penelitian ini berumur antara 21-25 tahun sebanyak 34 orang (34%), kemudian diikuti responden dengan umur 15 – 20 tahun sebanyak 27 orang (27%), umur 26-30 tahun sebanyak 11 orang (11%), sedangkan responden yang berumur 36-40 tahun sebanyak 5 orang (5%). Responden yang terbanyak berumur 21-25 tahun dan yang paling sedikit berumur 36-50 tahun.

#### 4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berdasarkan karakteristik tingkat pendidikan, maka responden dalam penelitian ini terbagi ke dalam lima kelompok, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.3 berikut:

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah responden	
		Dalam angka	Presentase (%)
1	SD	0	0
2	SMP	7	7
3	SMA	27	27
4	AKADEMI	30	30
5	PERGURUAN TINGGI	36	36
JUMLAH		100	100

Sumber : data primer diolah (2018)

Hasil tabulasi jawaban responden seperti yang tercantum dalam Tabel 4.3, sebagian besar responden dalam penelitian ini tingkat pendidikan perguruan tinggi sebanyak 36 orang (36%), kemudian diikuti responden dengan tingkat pendidikan akademi sebanyak 30 orang (30%), SMA sebanyak 27 orang (27%), SMP sebanyak 7 orang (7%), dan responden dengan tingkat pendidikan SD sebanyak 0 orang (0%).

#### 4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan karakteristik pekerjaan, maka responden dalam penelitian ini terbagi ke dalam lima kelompok. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.4 berikut ini:

**Tabel 4.4**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah responden	
		Dalam Angka	Presentase (%)
1	Pelajar / Mahasiswa	68	68
2	Pegawai Swasta	11	11
3	PNS	4	4
4	Wiraswasta	6	6
5	Lain-lain	11	11
JUMLAH		100	100

Sumber: data primer diolah (2018)

Hasil tabulasi jawaban responden seperti yang tercantum dalam Tabel 4.4, sebagian besar responden dalam penelitian ini berdasarkan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 68 orang (68%), kemudian diikuti responden dengan pekerjaan Pegawai Swasta sebanyak 11 orang (11%) dan lain-lain sebanyak 11 orang (11%), wiraswasta sebanyak 6 orang (6%), sedangkan pekerjaan sebagai PNS sebanyak 4 orang (4%).

#### **4.2. Hasil Analisis Data**

Bab 4 ini merupakan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh dimensi kualitas pelayanan Bukit Wisata Pule Payung Yogyakarta terhadap kepuasan pengunjung. Data penelitian merupakan data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang sebagai sample penelitian. Responden dalam penelitian ini merupakan pengunjung yang sedang berkunjung atau yang pernah berkunjung ke Bukit Wisata Pule Payung.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan diperoleh data sebagaimana terlihat Tabel 4.5 berikut yang menunjukkan secara ringkas mengenai jumlah sampel dan tingkat pengembalian kuesioner yang dijawab oleh responden.

**Tabel 4.5**

**Jumlah Sampel dan Tingkat Pengembalian Kuesioner**

Keterangan	Jumlah
Total penyebaran kuesioner	100
Total pengembalian kuesioner	100
Jumlah kuesioner yang tidak dikembalikan	-
<i>Response rate</i> (Tingkat Pengembalian)	100%
Jumlah responden	100
Total kuesioner yang dapat diolah	100
Total kuesioner yang tidak dapat diolah	

Sumber: data primer di olah (2018)

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa dari 100 kuesioner yang disebarkan kepada responden, semua kuesioner yang dikembalikan kepada penelitan, atau dengan kata lain peneliti ini mempunyai *response rute* sebesar 100%. Dari 100 kuesioner yang dikembalikan dapat digunakan untuk analisis data sebanyak 100 responden.

**4.3. Uji Instumen Penelitian**

**4.3.1. Uji Validitas**

Dalam penelitian ini uji validitas menggunakan rumus korelasi produk moment person, jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel berarti valid. Sebaliknya lebih kecil dari pada  $r$  tabel berarti item tidak valid (Gozali, 2011). Uji validitas dilakukan dengan melakukan uji korelasi antara pertanyaan masing-masing variabel

dengan skor total (*item total corelation*). Ringkasan hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel 4.6. berikut:

**Tabel 4.6**

**Hasil Uji Validitas Pertanyaan Kualitas Pelayanan**

Indikator	Item	r hitung	r tabel	keterangan
Keandalan	1	0,531	0,1654	valid
	2	0,558	0,1654	valid
	3	0,592	0,1654	valid
	4	0,622	0,1654	valid
Cepat Tanggap	1	0,573	0,1654	valid
	2	0,521	0,1654	valid
	3	0,485	0,1654	valid
	4	0,568	0,1654	valid
Empati	1	0,627	0,1654	Valid
	2	0,588	0,1654	valid
	3	0,477	0,1654	valid
Bentuk fisik	1	0,495	0,1654	valid
	2	0,486	0,1654	valid
	3	0,551	0,1654	valid
	4	0,447	0,1654	valid
	5	0,386	0,1654	valid

Jaminan	1	0,315	0,1654	valid
	2	0,459	0,1654	valid
	3	0,580	0,1654	valid
	4	0,475	0,1654	valid
	5	0,542	0,1654	valid
Kepuasan	1	0,393	0,1654	valid
	2	0,350	0,1654	valid
	3	0,412	0,1654	valid
	4	0,394	0,1654	valid
	5	0,389	0,1654	valid
	6	0,426	0,1654	valid

Sumber: data primer diolah (2018)

Hasil uji validitas terhadap variabel penelitian pada Tabel 4.6 menunjukkan koefisien korelasi antara skor pernyataan dengan skor total (*item total correlation*) semua pernyataan memiliki r hitung lebih dari r tabel, maka dapat dikatakan bahwa semua pernyataan untuk mengukur variabel tersebut dinyatakan valid.

#### 4.3.2. Uji Reliabilitas

Suatu kuisioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan *reliabel* jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,70 (Gozali, 2011). Berikut adalah hasil uji reliabilitas:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of item</i>
0,737	6

Sumber: data primer diolah(2018)

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa nilai koefisien Cronbach's Alpha variabel-variabel penelitian sebesar 0,737. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen tersebut realibel.

#### 4.4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini analisis regresi berganda, karna menggunakan lebih dari dua variabel. Analisis regresi berganda bertujuan untuk menentukan ada atau tidaknya pengaruh variabel independen yaitu kendalan, cepat tanggap, empati, bentuk fisik, jaminan terhadap kepuasan.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Analisis Regresi Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	22.499	2.288		9.834	.000
X1_Kehandalan	.123	.079	.166	1.567	.012
X2_Cepat_Tang gap	.003	.074	.005	.043	.966
X3_Empati	.065	.101	.066	.640	.524
X4_Bentuk_Fisik	.109	.066	.166	1.660	.010
X5_Jaminan	.173	.070	.248	2.482	.015

Sumber: data primer diolah (2018)

Dari hasil pengujian di atas didapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 22,499 + 0,123 (X1) + 0,003 (X2) + 0,065(X3) + 0,109 (X4) + 0,173(X5) + \varepsilon$$

Y= kepuasan

$\alpha$ = konstanta

$\beta$ = koefisien regresi

X1= kehandalan

X2= cepat tanggap

X3= empati

X4= bentuk fisik

X5= jaminan

$\varepsilon$ = standar error

**STIE Widya Wiwaha**  
**Jangan Plagiat**

#### 4.5. Pengujian Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini di uji dengan menggunakan model regresi linear berganda (*multiple regrestion*).

##### 4.5.1. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui indikasi kemampuan persamaan regersi berganda untuk menunjukkan tingkat penjelasan model terhadap variabel dependen, berikut adalah hasil uji koefisien determinasi:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.329 <sup>a</sup>	.183	.161	1.09374

Sumber: data primer diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 4.9 diketahui bahwa besarnya koefisien deteminasi adalah 0,161 atau 16,10%. Hal ini menjelaskan bahwa variabel kehandalan, cepat tanggap, empati, bentuk fisik, dan jaminan secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan sebesar 16,10%, sedangkan sisanya 83,90% dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian.

#### 4.5.2. Uji t

Uji t bertujuan untuk menguji pengaruh variabel *independen*, seperti yang dinyatakan hipotesis yang dipakai penelitian ini. Berikut adalah hasil uji t:

**Tabel 4.10**

**Hasil Uji Nilai t**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	T	
1 (Constant)	22.499	2.288		9.834	.000
X1_Kehandalan	.123	.079	.166	1.767	.012
X2_Cepat_Tanggap	.003	.074	-.005	-.043	.966
X3_Empati	.065	.101	.066	.640	.524
X4_Bentuk_Fisik	.109	.066	.166	1.663	.010
X5_Jaminan	.173	.070	.248	2.482	.015

Sumber: data primer diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 4.10 variabel kehandalan (X1) memiliki nilai t hitung sebesar  $1,767 > 1,661$  yang berarti bahwa kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan, dan signifikan sebesar  $0,012 < 0,05$  yang berarti berpengaruh signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Variabel cepat tanggap (X2) memiliki nilai t hitung sebesar  $0,043 < 1,661$  yang berarti cepat tanggap tidak berpengaruh terhadap kepuasan, dan signifikan sebesar  $0,966 > 0,05$  yang berarti tidak berpengaruh signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa cepat tanggap tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Variabel empati (X3) memiliki nilai t hitung sebesar  $0,640 < 1,661$  yang berarti empati tidak berpengaruh terhadap kepuasan dan signifikan sebesar  $0,524 > 0,05$  yang berarti tidak berpengaruh signifikan,

maka dapat disimpulkan bahwa empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Variabel bentuk fisik (X4) memiliki nilai t hitung sebesar 1,663 > 1,661 yang berarti bentuk fisik berpengaruh terhadap kepuasan dan signifikan sebesar 0,010 < 0,05 yang berarti berpengaruh signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa bentuk fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Variabel jaminan (X5) memiliki nilai t hitung sebesar 2,482 > 1,661 yang berarti jaminan berpengaruh terhadap kepuasan dan signifikan sebesar 0,015 < 0,05 yang berarti berpengaruh signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

#### 4.5.3. Uji f

Uji f digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel *independen* yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel *dependen*. Berikut adalah hasil uji f:

**Tabel 4.11**

**Hasil Uji Nilai f**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.660	5	2.732	2.484	.000 <sup>a</sup>
	Residual	112.450	94	1.196		
	Total	126.110	99			

Sumber: data primer diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat diketahui hasil uji signifikan variabel *independen* dapat mempengaruhi variabel dependen secara signifikan, dan uji anova diketahui nilai  $f$  sebesar 2,484 yang menunjukkan hasil lebih besar dari nilai  $f$  tabel sebesar 2,46 dan signifikan sebesar 0,00 lebih kecil dari nilai  $\alpha = 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel kehandalan, cepat tanggap, empati, bentuk fisik, jaminan secara simultan mempengaruhi variabel kepuasan.

**STIE Widya Wiwaha**  
**Jangan Plagiat**

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Objek Bukit Wisata Pule Payung, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Uji t variabel kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Bukit Wisata Pule Payung, cepat tanggap tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Bukit Wisata Pule Payung, empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Bukit Wisata Pule Payung, bentuk fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Bukit Wisata Pule Payung.
- b. Uji f variabel kehandalan, cepat tanggap, empati, bukti fisik, dan jaminan secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel kepuasan pengunjung Bukit Wisata Pule Payung.
- c. Variabel kehandalan, cepat tanggap, empati, bentuk fisik, dan jaminan secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan sebesar 16,10%, sedangkan sisanya 83,90% dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian.

## 5.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka peneliti mencoba memberikan saran-saran sebagai masukan dan bahan pertimbangan baik untuk perusahaan maupun akademisi dan diharapkan dapat bermanfaat untuk masa sekarang maupun masa yang akan datang untuk pengembangan bisnis maupun ilmu pendidikan.

### 5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

- a. Guna mempertahankan kepuasan pengunjung untuk tetap memilih dan mempercayakan jasa pelayanan Bukit Wisata Pule Payung, maka pihak manajemen hendaknya agar lebih mengutamakan kualitas pelayanan.
- b. Penyampaian pelayanan yang baik akan menimbulkan kepuasan konsumen yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, pihak perusahaan alangkah baiknya untuk melihat permasalahan dari kebutuhan dan keinginan pengunjung

### 5.2.2 Saran Bagi Akademisi

- a. Untuk peneliti selanjutnya bisa menambah atau mengganti variabel-variabel lainnya, hal ini bertujuan agar responden dapat memberikan variabel yang sesungguhnya.

## DAFTAR PUSTAKA

Algivari (2000). *Analisis Regresi, Teori, Kasus, dan Solusi*. Edisi 2. Yogyakarta: BPFE.

Gaspers, Vince (2002). *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa*. Jakarta: Gramedia.

Gozali (2011). *Analisis Regresi, Teori, Kasus, dan Solusi*. Jakarta: Gramedia.

Kotler, Philip (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. PRENHALINDO.

Kotler, Philip (2000). *Marketing Magement*. (Edisi Indonesia Oleh Hendra Teguh, Ronny dan Benjamin ). Jakarta: PT Indeks.

Pasalong, Herbani (2011). *Teori Administrasi Publik*. Bandung: CV. LFABETA.

Raharso, Sri (2005). "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan dan Kesetiaan wisatawan." *Jurnal Bisnis Strategi*. Vol.14 No 2.

Sugiono (2005). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Suharsono, Bambang Tejo (2007). *Analisis Kualitas Pelayanan dan Mutu Produk Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan*. Program Studi Magister Manajemen Pasca Sarjana: UNDIP

Sulaiman, Wahid (2004). *Analisis Regresi Menggunakan SPSS Contoh Kasus & Pemecahannya*. Yogyakarta: Andi

Suwarman, Ujang (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Ghalisa Indonesia.

Tjiptono, Fandy (1997). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Publisher.

..... (2002). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andy.

..... (2003). *Total Quality Management*. Yogyakarta: Andi

..... (2006). *Pemasaran jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.

Wahyuningsih, Anis (2002). "Analisa Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Pelayanan Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Karanganyar". *Skripsi*. Surakarta: Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen UMS.

Wicaksono, Satrio Arry (2005). "Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Klien dan Dampaknya Pada Prefrensi Rekomendasi Klien". *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, IBLI Vol.12-No.3.

Yamit, Zulian (1996). *Manajemen Produksi Dari Operasi*. Edisi pertama. Yogyakarta: Penerbit Indonesia Kampus Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.