

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PENGUNJUNG PADA WISATA
TAMAN RIMBA ZOO KOTA JAMBI**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Cara Memperoleh Gelar
Sarjana (S1) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Batanghari Jambi

OLEH :

Nama : M. Miftakhul Khoiri

NIM : 1700861201136

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BATANGHARI JAMBI
TAHUN 2022**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Pembimbing Skripsi ini menyatakan, bahwa skripsi yang disusun oleh :

Nama : M. Miftakhul Khoiri

NIM : 1700861201136

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi**

Telah memenuhi persyaratan dan layak untuk di uji pada Ujian Komprehensif sesuai dengan prosedur yang berlaku pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi.

Jambi, Januari 2023

Pembimbing Skripsi I



Ahmad Tarmizi, SE, MM

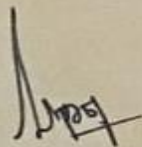
Pembimbing Skripsi II



Akhmad Irwansyah S,SE,MM

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



Hana Tamara Putri, SE, MM.

TANDA PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan panitia penguji Skripsi dan Komprehensif Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi, pada :



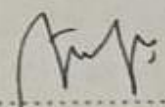
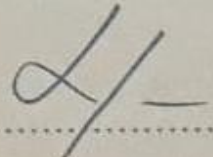
Hari : Senin

Tanggal : 13 Februari 2023

Jam : 08.00 – 10.00

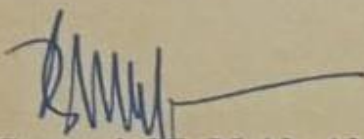
Tempat : Ruang Sidang 1 Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari

PANITIA PENGUJI

| JABATAN | NAMA | TANDA TANGAN |
|---------------|----------------------------|--|
| Ketua | : M. Alhudori, SE, MM | 1.  |
| Sekretaris | : Akhmad Irwansyah S,SE,MM | 2.  |
| Penguji Utama | : Pupu Sopini, S.E., M.M. | 3.  |
| Anggota | : Ahmad Tarmizi, SE, MM | 4.  |

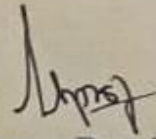
Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Batanghari



Dr. Hj. Arna Suryani, SE, M.Ak, Ak, CA, CMA

Ketua
Program Studi Manajemen



Hana Tamara Putri, SE, MM.

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : M. Miftakhul Khoiri

NIM : 1700861201136

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

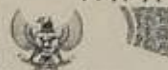
Dosen Pembimbing : 1. Ahmad Tarmizi, SE, MM

2. Akhmad Irwansyah S,SE,MM

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung
Pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, bahwa data-data yang saya cantumkan pada skripsi ini adalah benar bukan hasil rekayasa, bahwa skripsi ini adalah karya orisinal bukan hasil plagiatisme atau diupah pada pihak lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima saksi sesuai dengan peraturan yang berlaku di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.



Jambi

Januari 2023

METERAI
TEMPEL

DDFAKX590012088

M. Miftakhul Khoiri

Nim : 1700861201136

LEMBAR PERSEMBAHAN

Waktu berlalu tak terasa dan tersisa, berputar silih berganti
menemani hari-hariku. Saat Sedih, duka dan senang
menghampiri.

Saat hembusan nafas dan detak jantungku terus menderu
Selalu berdoa dan harapan...Ku harapkan pada-Mu

Demi sebuah angan-angan dan cita-cita dalam hidupku
Angan dan cita ini ku persembahkan teruntuk orang-orang
yang kucintai dan yang mencintaiku

Teruntuk Ayahanda A. Munir dan Ibunda Jumariah

Yang telah mengasuh, mendidik dan membesarkanku

Dengan segenap kasih sayang Hingga selesainya skripsi ini

Buat Kakakku yang telah banyak membantuku beserta keluarga
besar dan teman-temanku yang selalu memberi motivasi,
dukungan dan perhatiannya

Akhir kata

Terimalah bingkisan ini sebagai baktiku

Semoga Allah Meridhoinya

Aamiin ya robbal alamin

ABSTRACT

M. MIFTAKHUL KHOIRI / 1700861201136 / 2022 / THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON VISITOR SATISFACTION IN JAMBI CITY JUNGLE ZOO PARK / FACULTY OF ECONOMICS, MANAGEMENT STUDY PROGRAM / AHMAD TARMIZI, SE, MM, AS ADVISOR I AND AKHMAD IRWANSYAH S, SE, MM, AS ADVISOR II.

This study aims to determine the effect of service quality on visitor satisfaction at tourism objects. Especially for visitors to the Jungle Zoo Tourism Park, Jambi City. To be able to attract visitors, managers must be able to provide the best quality service to create visitor satisfaction.

The population of this study were visitors to the Taman Rimba Zoo Tourism in Jambi City, with a sample of 100 respondents. The method of data collection is by questionnaire which is distributed to visitors to Taman Rimba Zoo Tourism in Jambi City.

The history of the establishment of the Jungle Zoo Park in Jambi City stems from the potential of this park. Therefore, starting in mid-2008, the Jambi City government made this area a mainstay tourist attraction.

Based on the results of simple regression research, $Y = 1.648 + 0.282 X$, with a correlation coefficient (R) of 0.243 and a coefficient of determination (R Square) of 0.059 means that the percentage contribution to the influence of the variable Quality of Service on Visitor Satisfaction at the Rimba Zoo Tourism in Jambi City is 5, 9% and the remaining 94.1% is influenced by other factors not examined in this study. The results of the statistical test with the t test obtained the value of $t_{count} > t_{table}$ with a value of $2.476 > 1.984$, so the decision was H_0 rejected and H_1 accepted. The hypothesis which states "Allegedly Quality of Service has a significant effect on Visitor Satisfaction at Taman Rimba Zoo Kota Jambi is proven."

Keywords: Service Quality, Visitor Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan rasa syukur atas kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya lah sehingga skripsi yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi” bisa diselesaikan dengan baik.

Dan tak lupa pula penulis haturkan sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat-Nya dari zaman kebodohan menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti saat ini. Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi sebagian dari persyaratan guna memperoleh Sarjana Manajemen (S.M) pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Batanghari Jambi.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Berkat pengetahuan serta bimbingan yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan di Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Batanghari Jambi. Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu menyelesaikan skripsi ini, kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. Herri, M.B.A., selaku Pj. Rektor Universitas Batanghari Jambi.
2. Ibu Dr. Hj. Arna Suryani, SE, M.Ak, Ak, CA, CMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari.

3. Ibu Anisah, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari.
4. Bapak Dr. Said Almaududi, SE,MM, selaku Pembimbing Akademik selama perkuliahan.
5. Bapak Ahmad Tarmizi, SE, MM dan Bapak Akhmad Irwansyah S,SE,MM, selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu, serta memberikan bimbingan, arahan, dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak M.Alhudori, SE, MM dan Ibu Pupu Sopini, S.E, M.M selaku penguji, yang telah memberikan arahan dalam penulisan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar serta karyawan di Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi yang telah memberikan ilmu dan tenaganya bagi penulis selama studi.
8. Teman-teman seperjuangan angkatan 2017 yang telah banyak membantu dan memberi motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Jika dalam penulisan skripsi ini terdapat kekurangan dan kesalahan, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua, akhirnya semoga Allah SWT memberkahi usaha kita. Aamiin.

Jambi, Februari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|----------------|
| HALAMAN JUDUL | |
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI | i |
| LEMBAR PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI | ii |
| LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | iii |
| LEMBAR PERSEMBAHAN | iv |
| ABSTRACK..... | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2. Identifikasi Masalah | 8 |
| 1.3. Rumusan Masalah | 9 |
| 1.4. Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.5. Manfaat Penelitian | 9 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN | |
| 2.1. Landasan Teori..... | 11 |
| 2.1.1. Manajemen | 11 |
| 2.1.2. Pemasaran | 12 |
| 2.1.3. Jasa..... | 13 |
| 2.1.4. Manajemen Pemasaran Jasa..... | 14 |
| 2.1.5. Kualitas Pelayanan..... | 16 |
| 2.1.6. Perilaku Konsumen..... | 20 |
| 2.1.7. Kepuasan Pelanggan | 22 |
| 2.1.8. Hubungan Antar Variabel..... | 26 |

| | |
|--|----|
| 2.1.9. Kerangka Pemikiran | 28 |
| 2.1.10. Hipotesis Penelitian | 29 |
| 2.2. Metode Penelitian..... | 31 |
| 2.2.1. Metode Penelitian Yang Digunakan..... | 31 |
| 2.2.2. Jenis dan Sumber Data | 31 |
| 2.2.3. Metode Pengumpulan Data..... | 32 |
| 2.2.4. Populasi dan Sampel..... | 33 |
| 2.2.5. Metode Analisis | 36 |
| 2.2.6. Uji Hipotesis | 38 |
| 2.2.7. Operasional Variabel | 39 |

BAB III GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

| | |
|--|----|
| 3.1. Sejarah Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi | 41 |
| 3.2. Visi Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi | 43 |
| 3.3. Misi Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi..... | 43 |
| 3.4. Fungsi Kebun Binatang | 44 |
| 3.5. Struktur Organisasi Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi | 45 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|----|
| 4.1. Hasil Penelitian | 47 |
| 4.1.1. Karakteristik Responden..... | 47 |
| 4.1.2. Kualitas Pelayanan Pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi..... | 51 |
| 4.1.3. Kepuasan Pengunjung Pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi | 57 |
| 4.1.4. Hasil Perhitungan..... | 61 |
| 4.2. Analisis dan Pembahasan..... | 65 |
| 4.2.1. Analisis Karakteristik Responden Pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi..... | 65 |
| 4.2.2. Analisis Kualitas Pelayanan Pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi..... | 66 |

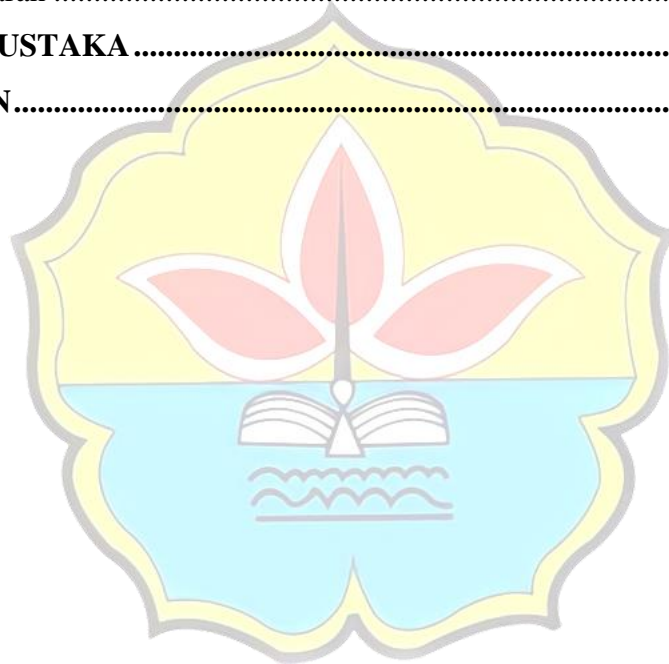
| | |
|---|----|
| 4.2.3. Analisis Kepuasan Pengunjung Pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi..... | 67 |
| 4.2.4. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi..... | 69 |
| 4.2.5. Pembahasan..... | 70 |

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|--------------------------------|----|
| 5.1. Kesimpulan dan Saran..... | 73 |
| 5.1.1. Kesimpulan | 73 |
| 5.1.2. Saran | 74 |

| | |
|-----------------------------|-----------|
| DAFTAR PUSTAKA | 75 |
|-----------------------------|-----------|

| | |
|----------------------|-----------|
| LAMPIRAN..... | 77 |
|----------------------|-----------|



DAFTAR TABEL

| No Tabel | Judul Tabel | Halaman |
|----------|---|---------|
| 1.1 | Data Harga Tiket Masuk Pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi..... | 4 |
| 1.2 | Data Jumlah Pengunjung Pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi..... | 6 |
| 1.3 | Data Keluhan Pengunjung Pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi..... | 7 |
| 2.1 | Kriteria Penilaian | 35 |
| 2.2 | Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r | 37 |
| 2.3 | Operasional Variabel..... | 40 |
| 4.1 | Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin..... | 47 |
| 4.2 | Karakteristik Responden Menurut Usia | 48 |
| 4.3 | Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan | 49 |
| 4.4 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 50 |
| 4.5 | Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Tangible..... | 51 |
| 4.6 | Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Emphathy | 52 |
| 4.7 | Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Responsiveness..... | 53 |
| 4.8 | Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Reliability | 54 |
| 4.9 | Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Assurance | 55 |
| 4.10 | Rekap Jawaban Dimensi Kualitas Pelayanan..... | 56 |
| 4.11 | Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Kesesuaian Harapan | 57 |
| 4.12 | Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Minat Berkunjung Kembali | 58 |
| 4.13 | Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Kesiediaan Merekomendasikan..... | 59 |
| 4.14 | Rekap Jawaban Dimensi Kepuasan Pengunjung..... | 60 |
| 4.15 | Persamaan Linear Sederhana | 61 |
| 4.16 | Koefisien Korelasi..... | 62 |
| 4.17 | Koefisien Determinasi..... | 62 |

| | | |
|------|--|----|
| 4.18 | Uji t..... | 63 |
| 4.19 | Analisis Kualitas Pelayanan Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi..... | 66 |
| 4.20 | Analisis Kepuasan Pengunjung Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi..... | 68 |



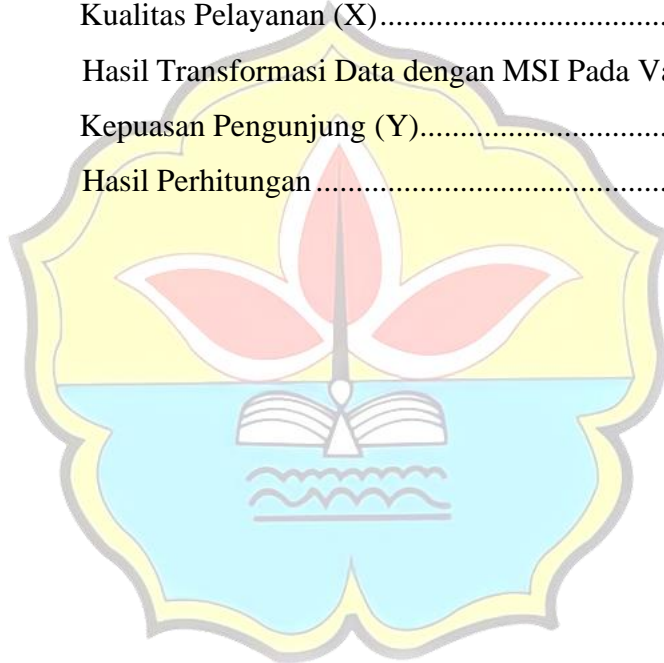
DAFTAR GAMBAR

| No Gambar | Judul Gambar | Halaman |
|-----------|--|---------|
| 2.1 | Skema Kerangka Pemikiran..... | 29 |
| 3.1 | Bagan Struktur Organisasi Kebun Binatang Taman Rimba Jambi..... | 46 |



DAFTAR LAMPIRAN

| No Lampiran | Judul Lampiran | Halaman |
|-------------|--|---------|
| 1 | Surat Permohonan Pengisian Kuesioner | 77 |
| 2 | Identitas Responden | 78 |
| 3 | Kuesioner Penelitian | 79 |
| 4 | Data Asli Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X)..... | 81 |
| 5 | Data Asli Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)..... | 84 |
| 6 | Hasil Transformasi Data dengan MSI Pada Variabel Kualitas Pelayanan (X)..... | 87 |
| 7 | Hasil Transformasi Data dengan MSI Pada Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)..... | 90 |
| 8 | Hasil Perhitungan..... | 93 |



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan kegiatan ekonomi senantiasa memberikan pengaruh terhadap aspek pemasaran. Pemasaran mempunyai peranan yang penting dalam masyarakat karena pemasaran menyangkut berbagai aspek kehidupan. Pemasaran saat ini terus berkembang dan berubah, dari pemasaran konvensional menuju pemasaran modern, berbagai cara dilakukan oleh perusahaan agar bisnisnya terus berjalan dan tidak tertinggal oleh perkembangan zaman. Setiap perusahaan harus selalu berinovasi dan dapat berorientasi kepada konsumen dengan cara menyediakan barang atau jasa yang diharapkan sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Perusahaan harus memiliki manajemen konsep pemasaran yang tepat agar mampu mengatasi persaingan dalam dunia bisnis.

Sebuah perusahaan jasa harus menjaga kualitas jasa yang ditawarkan harus berada diatas saingan dan lebih hebat dari yang dibayangkan oleh konsumen. Apabila kualitas jasa yang diterima oleh konsumen lebih baik atau sama dengan yang ia bayangkan, maka ia cenderung akan mencobanya kembali. Akan tetapi, bila *perceived services* lebih rendah dari *excepted services*, maka konsumen akan kecewa dan akan menyetop hubungannya dengan perusahaan jasa yang bersangkutan, Buchari Alma (2011 : 282).

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 untuk melakukan evaluasi terhadap kualitas sehingga ukuran kualitas sering mengacu pada persepsi pelanggan. Pelanggan juga dapat dikatakan sebagai pengunjung. Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan pengunjung dan berakhir dengan kepuasan pengunjung.

Dasar bagi loyalitas sejati terletak pada kepuasan pelanggan, di mana kualitas layanan menjadi input utamanya. Pelanggan yang sangat puas atau bahkan yang menyenangi layanan cenderung menjadi pendukung loyal perusahaan, menggabungkan semua pembelian mereka dengan satu penyedia layanan, dan menyebarkan berita positif. Ketidakpuasan, sebaliknya menjauhkan pelanggan dan menjadi faktor penentu dalam perilaku beralih. Christopher LoveLock, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry (2010: 91).

Menurut Kotler (2000:440) dalam Bukhari Alma (2011:284) mengungkapkan ada lima faktor dominan atau penentu kualitas jasa disingkat dengan *TERRA* yaitu : *Tangible* (berwujud), *Empathy* (empati), *Responsiveness* (cepat tanggap), *Reliability* (kehandalan) dan *Assurance* (kepastian). Hal-hal tersebut merupakan faktor penunjang agar dapat mempertahankan kepuasan pengunjung serta untuk pencapaian tujuan jangka panjang. Tingkat kualitas pelayanan

tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan melainkan harus dilihat dari sudut pandang penilaian konsumen. Dengan peningkatan kualitas pelayanan yang dilakukan pihak pengelola, akan lebih mampu meningkatkan kepuasan pengunjung.

Salah satu industri jasa yaitu sektor pariwisata yang turut berperan penting dalam mendukung pertumbuhan perekonomian nasional maupun daerah karena dengan keberadaannya dapat memberikan sumbangan pemasukan bagi devisa, memperluas lapangan kerja, serta memperkenalkan kebudayaan nasional dan daerah sehingga patut untuk dikembangkan. Industri pariwisata salah satunya adalah Kebun binatang diorientasikan untuk meningkatkan kualitas manajemen dan kualitas pelayanan yang disuguhkan untuk pengunjung sekaligus merupakan industri jasa yang bersifat edukatif dan juga merupakan obyek rekreasi umum yang relatif murah. Provinsi Jambi memiliki banyak potensi obyek wisata baik wisata alam maupun buatan. Salah satu obyek wisata alam di Provinsi Jambi yang menawarkan jasa adalah kebun binatang yang berada di Kota Jambi tepatnya di Talang Bakung, Kecamatan Jambi Selatan yaitu wisata alam Taman Rimba Zoo. Dalam upaya meningkatkan kepuasan pengunjung, ia berusaha menetapkan strategi yang tepat serta memberikan fasilitas sesuai keinginan pengunjung.

Taman Rimba Zoo merupakan salah satu objek wisata yang terdapat di Kota Jambi yang berlokasi strategis yaitu berada di tengah -

tengah Kota Jambi atau hanya sekitar ± 500 meter dari Bandar Udara Sulthan Thaha Syaifuddin Jambi dan banyak dikunjungi oleh warga. Selain itu Taman Rimba Zoo Kota Jambi juga menyajikan ratusan Satwa, memberikan pendidikan dan pengetahuan mengenai pentingnya konservasi alam dan lingkungan, menanamkan rasa cinta dan peduli terhadap satwa serta alam flora dan fauna, tempat penelitian, tempat rekreasi/ hiburan yang layak dan sehat bagi masyarakat. Taman Rimba Zoo juga menyediakan berbagai wahana seperti naik gajah, naik kuda poni dan tamannya pun sangat menarik untuk pengambilan gambar. Dengan tiket masuk yang relatif murah dan juga terjangkau untuk semua kalangan dengan harga tiket yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Data Harga Tiket Masuk Pada Wisata Taman Rimba Zoo
Kota Jambi

| Hari | Harga Tiket | |
|------------------------|--------------|------------|
| | Dewasa | Anak-anak |
| Senin - Sabtu | 10.000/orang | 5000/orang |
| Minggu/ Libur Nasional | 12.000/orang | 6000/orang |

Sumber: Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi

Disamping itu, dalam upaya untuk meningkatkan perkembangan UPTD Kebun Binatang Taman Rimba Jambi demi mencapai tujuan nasional, dibutuhkan perpustakaan tentang satwa sebagai tempat pendidikan, peragaan, penitipan sementara, sumber indukan dan cadangan genetik untuk mendukung populasi *In-situ*. Perpustakaan juga merupakan gudang informasi untuk pengunjung Taman Rimba Zoo sesuai dengan salah satu fungsi dan prinsip dari

lembaga konservasi, selain fungsi utama pengembang biakan terkontrol dan/atau penyelamatan satwa dengan tetap mempertahankan kemurnian jenisnya, sarana rekreasi yang sehat serta penelitian dan pengembang ilmu pengetahuan. Untuk itu diperlukan standar pelaksanaan yang jelas agar setiap tahapan dalam merencanakan pembangunan berjalan sesuai prosedur dan dibantu oleh pelaksana yaitu pustakawan/petugas yang telah mengikuti bimbingan teknis perpustakaan.

Keberhasilan dalam memberikan layanan yang bermutu kepada para pengunjung sangat ditentukan oleh pengelolaan yang dilakukan. Para Pengunjung pun harus mematuhi segala prosedur pelayanan yang telah ditetapkan oleh pihak pengelola. Setiap pengunjung harus mengetahui tata tertib yang berlaku di obyek wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi. Adapun tata tertib pengunjung Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi adalah sebagai berikut:

1. Kebun Binatang Taman Rimba adalah lembaga konservasi yang salah satu misinya adalah melestarikan satwa langka yang terancam punah.
2. Pengunjung tidak dibenarkan membawa mainan senapan tembak ke dalam lingkungan kebun binatang.
3. Pengunjung tidak dibenarkan memberi makan satwa selain dari pakan yang disediakan oleh pengelola. Pakan yang tidak sesuai bisa menyebabkan indigesti dan bisa menyebabkan kematian satwa.

4. Pengunjung tidak dibenarkan mencederai satwa apapun alasannya. Bagi pelaku yang melempar sembarang objek dan mencederai satwa akan dikenakan sanksi denda Rp. 5.000.000 (berdasarkan UU No 19 Tahun 2009).

Konsekuensi atas pendekatan kualitas pelayanan suatu jasa memiliki esensi penting untuk mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan. Hal ini diharapkan dapat mendongkrak tingkat kunjungan wisata yang dalam 5 tahun terakhir ini berfluktuasi.

Dalam hubungannya dengan uraian diatas dapat disajikan jumlah pengunjung Obyek Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi Tahun 2017 – 2021 yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2
Data Jumlah Pengunjung Pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi Tahun 2017-2021

| Tahun | Jumlah Pengunjung (Orang) | Perkembangan (%) |
|------------------|----------------------------------|-------------------------|
| 2017 | 377.595 | - |
| 2018 | 403.919 | 6,97 |
| 2019 | 308.593 | (23,6) |
| 2020 | 138.440 | (55,1) |
| 2021 | 170.217 | 22,95 |
| Rata-rata | 279.753 | (48.78) |

Sumber: Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi

Keterangan () : Penurunan

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah peningkatan pengunjung Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi tertinggi pada tahun 2018 dengan jumlah pengunjung 403.919 orang, sedangkan mengalami penurunan pada tahun 2019 dengan jumlah

pengunjung 308.593 orang dan tahun 2020 dengan jumlah pengunjung 138.440 orang dikarenakan adanya Pandemi Covid-19 yang mengakibatkan penurunan di berbagai sektor kehidupan. Namun secara persentase perkembangan yang terbesar terjadi di tahun 2021 dengan nilai 22,95 %.

Namun ada beberapa keluhan pengunjung di Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi diantaranya fasilitas seperti toilet/wc umum yang harus lebih di bersihkan dan di perbanyak terkait dengan pengunjung yang terkadang ramai sehingga terlalu lama mengantri untuk ke toilet/wc umum, fasilitas pendopo untuk istirahat lebih diperbesar dan di perbanyak, kandang hewan yang lebih di perbaiki dan dicat kembali serta area tempat wisata yang lebih di perbagus dan lebih diperhatikan kembali pengelolaannya.

Tabel 1.3
Data Keluhan Pengunjung Pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi Tahun 2021

| Keluhan Pengunjung | Jumlah Keluhan Pengunjung (Kasus) |
|---|--|
| Toilet/ WC umum yang harus dibersihkan dan diperbanyak | 90 |
| Fasilitas Pendopo untuk istirahat yang lebih diperbesar dan diperbanyak | 58 |
| Kandang hewan yang lebih diperbaiki dan dicat kembali | 45 |
| Area tempat wisata yang lebih diperbagus dan lebih diperhatikan kembali pengelolaannya. | 62 |

Sumber: Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi

Dari data keluhan pengunjung diatas dapat diketahui bahwa Toilet/WC umum yang harus dibersihkan dan diperbanyak merupakan

keluhan paling banyak terjadi di Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi yaitu sebanyak 90 kasus. Dan kandang hewan yang lebih di perbaiki dan dicat kembali merupakan keluhan pengunjung yang paling rendah di Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi Tahun 2021.

Evaluasi mengenai kepuasan atau ketidakpuasan terhadap pelayanan yang sudah diberikan Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi sangat penting. Untuk itu pihak pengelola perlu untuk selalu mendapatkan informasi yang berasal dari pengunjung sebagai masukan bagi penyempurnaan pelayanan wisata. Berdasarkan kenyataan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **”Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fakta dan latar belakang diatas dapat ditampilkan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Jumlah pengunjung menurun pada tahun 2019 dan 2020.
2. Masih terdapat keluhan pengunjung terhadap fasilitas yang diberikan oleh Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi diantaranya toilet/wc umum yang harus lebih di bersihkan dan diperbanyak, fasilitas pendopo untuk istirahat lebih diperbesar dan di perbanyak, kandang hewan yang lebih di perbaiki dan dicat kembali serta area tempat wisata yang lebih di perbagus dan lebih diperhatikan kembali pengelolaannya

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Sebagai bahan pertimbangan bagi pihak obyek wisata dalam menentukan langkah dan kebijakan pengembangan destinasi wisata demi peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung obyek wisata.

2. Untuk menambah wawasan pengetahuan dan pengalaman bagi penulis dalam penelitian dibidang yang ditekuni selama menjalani studi di Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Manajemen

Secara umum, manajemen adalah suatu proses di mana seseorang dapat mengatur segala sesuatu yang dikerjakan oleh individu atau kelompok. Manajemen perlu dilakukan guna mencapai tujuan atau target dari individu ataupun kelompok tersebut secara kooperatif menggunakan sumber daya yang tersedia.

Menurut Philip Kotler (1994:105), Manajemen adalah alat bagi para pengusaha untuk menafsirkan berbagai kebutuhan pasar dan menerjemahkannya kedalam produk dan jasa yang mendatangkan laba.

Menurut Buchari Alma (2011:343), Manajemen merupakan suatu ilmu dan seni bagaimana merencanakan, mengatur, menggerakkan orang-orang, mengawasinya agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan baik.

Menurut Indartono, (2012:2) manajemen adalah “proses perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, personalia, pengarahan, dan pengawasan anggota - anggota organisasi untuk mencapai tujuan organisasi”.

Dari pengertian tersebut, ilmu manajemen dapat diartikan sebagai kemampuan dalam mengatur sesuatu agar tujuan yang ingin dicapai dapat terpenuhi. Sebetulnya, hal ini sudah sering terjadi di kehidupan nyata. Setiap orang juga pasti pernah mempraktikkan ilmu manajemen secara tidak langsung setiap harinya. Dengan menerapkan ilmu manajemen, diharapkan sesuatu yang sedang dikerjakan dapat selesai tepat waktu dan tanpa ada hal yang menjadi sia-sia. Tujuan tercapai karena terorganisir secara baik.

2.1.2. Pemasaran

Pemasaran lebih dipandang sebagai seni daripada ilmu, maka seorang ahli pemasaran lebih banyak bergantung pada keterampilan pertimbangan dalam membuat kebijakan alih-alih berorientasi pada ilmu tertentu. Pandangan ahli ekonomi terhadap pemasaran adalah dalam menciptakan waktu dan tempat dimana produk diperlukan atau di inginkan lalu menyerahkan produk tersebut untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, Agus Hermawan (2012:33).

Menurut Philip Kotler (1994:20), Pemasaran adalah Suatu proses sosial dengan mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2001:7), Pemasaran adalah Suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.

Menurut Riza Fahlevi (2020), Pemasaran adalah sistem dari kegiatan usaha dimana didalamnya terdapat perencanaan, penentuan harga, promosi, distribusi barang serta jasa untuk dapat memuaskan kebutuhan pelanggan dan merupakan suatu bagian terpenting agar suatu kegiatan atau aktifitas untuk keberlangsungan dari suatu kelompok atau perusahaan bisa bertahan serta bisa memberikan keuntungan atau margin laba bagi kelompok atau perusahaan itu sendiri

2.1.3. Jasa

Menurut Kotler dan Armstrong (2001:11), Jasa adalah Segala aktivitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh suatu kelompok kepada yang lainnya, yang pada dasarnya tidak nyata dan tidak berakibat pada kepemilikan apapun.

Pengertian Jasa menurut William J, Stanton dalam Buchari Alma (2011:243), adalah Sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. Jasa dapat dihasilkan dengan menggunakan benda-benda berwujud atau tidak.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:36), Jasa/layanan (*service*) adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

2.1.4. Manajemen Pemasaran Jasa

Menurut Philip Kotler (1994:20), Manajemen Pemasaran adalah analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian terhadap program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran dan hubungan yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.

Manajemen Pemasaran menurut (Daryanto, 2011) adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

Pengertian manajemen pemasaran menurut Sofjan Assauri (2013:12) didefinisikan sebagai berikut :

Manajemen Pemasaran adalah kegiatan menganalisis, merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan program-program yang disusun dalam pembentukan, pembangunan, dan pemeliharaan keuntungan dari pertukaran/ transaksi melalui sasaran

pasar dengan harapan untuk mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang.

Pengertian *Marketing management* menurut William J, Stanton dalam Buchari Alma (2011:131), *is the marketing concept in action*. Defenisi ini mempunyai implikasi:

1. Kegiatan pemasaran pada sebuah perusahaan, harus dikoordinasi, dikelola dengan sebaik-baiknya.
2. Manajer pemasaran, harus memainkan peranan penting dalam perencanaan perusahaan.

Pemasaran jasa tidak kalah pentingnya dengan masalah pemasaran barang. Kita mengetahui bahwa yang di salurkan oleh para produsen, bukan benda-benda berwujud saja, tapi juga jasa-jasa. Sifat perusahaan yang menghasilkan jasa ialah bahwa jasa itu tidak bisa di timbun atau ditumpuk. Penyaluran jasa kebanyakan bersifat langsung dari produsen ke konsumen.

Menurut Buchari Alma (2011:251), Sifat-sifat khusus dari pemasaran jasa adalah sebagai berikut :

1. Menyesuaikan dengan selera konsumen.
2. Keberhasilan pemasaran jasa di pengaruhi oleh jumlah pendapatan penduduk.
3. Pada pemasaran jasa tidak ada pelaksanaan fungsi penyimpanan.
4. Mutu jasa dipengaruhi oleh benda berujud (perlengkapannya).

5. Saluran distribusi dalam marketing jasa tidak begitu penting
6. Beberapa problema pemasaran dan harga jasa.

2.1.5. Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Armstrong (2001:310), Kualitas adalah Totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang mempengaruhi kemampuannya untuk memenuhi keinginan yang dinyatakan atau yang tersirat.

Pengertian kualitas pelayanan menurut Christhoper Lovelock, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry (2010:153), bahwa kata kualitas memiliki arti yang berbeda bagi tiap orang, tergantung dari konteksnya. Perpekstif umum terhadap kualitas meliputi:

1. Pandangan transenden mengenai kualitas bersinonim dengan keunggulan bawaan: tanda-tanda standar dan prestasi yang tinggi. Sudut pandang ini sering diterapkan pada seni pertunjukkan dan visual. Pandangan ini berpendapat bahwa orang belajar untuk mengenai kualitas hanya melalui pengalaman yang diperoleh dari paparan berulang. Namun, dari sudut pandang praktis, manajer atau pelanggan menilai kualitas dari sesuatu yang menurut mereka tidak terlalu membantu.
2. Pendekatan berbasis manufaktur didasarkan pada persediaan dan terutama sangat memperhatikan praktik-praktik teknik dan manufaktur. Dalam sektor jasa, kami mengatakan bahwa

kualitas dipicu oleh operasi. Pendekatan ini berfokus pada kesesuaian spesifikasi yang dikembangkan secara internal, yang sering kali dipicu oleh tujuan produktivitas dan pengamanan biaya.

3. Defenisi berbasis pengguna dimulai dengan premis bahwa kualitas terletak dimata orang yang melihatnya. Defenisi ini menyamakan kualitas dengan kepuasan maksimum. Perspektif yang subjektif dan berorientasi pada kebutuhan ini mengakui bahwa pelanggan yang berbeda memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda pula.

4. Defenisi berbasis nilai mendefenisikan kualitas dalam nilai dan harga. Dengan mempertimbangkan pertukaran antara kinerja (atau kesesuaian) dan harga, kualitas didefenisikan sebagai “keunggulan yang terjangkau”.

Definisi kualitas layanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta ketepatannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2019).

Sedangkan Wyckof dalam Simamora (2003) berpendapat bahwa kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry dalam Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:51) mengungkapkan model kualitas jasa untuk menghantarkan kualitas jasa yang tinggi. Model ini mengidentifikasi lima kesenjangan yang menyebabkan kegagalan pengiriman jasa:

1. Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen

Yaitu manajemen yang tidak selalu mempunyai anggapan yang benar tentang apa yang diinginkan pelanggan.

2. Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa

Yaitu manajemen mungkin mempunyai anggapan benar terhadap keinginan pelanggan tetapi tidak menetapkan standar kinerja.

3. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penghantaran jasa

Yaitu personel mungkin tidak terlatih, atau tidak mampu atau tidak bersedia memenuhi standar; atau mungkin terikat dengan standar yang bertentangan, seperti meluaangkan waktu untuk mendengarkan pelanggan dan melayani mereka dengan cepat.

4. Kesenjangan antara penghantaran jasa dan komunikasi eksternal

Yaitu harapan konsumen di pengaruhi oleh pernyataan yang dibuat oleh iklan dan perwakilan perusahaan.

5. Kesenjangan antara jasa anggapan dan jasa yang diharapkan

Yaitu kesenjangan terjadi ketika konsumen salah menganggap kualitas jasa.

Menurut Kotler dalam Buchari Alma (2011:284) ada lima determinan kualitas jasa yang disingkat dengan *TERRA* yaitu :

1. *Tangible* (berwujud)

Yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik, terawat lancar dsb.

2. *Empathy*

Yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada langganan.

3. *Responsiveness* (cepat tanggap)

Yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan/*complain* dari konsumen.

4. *Reliability* (keandalan)

Yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, dan konsisten.

5. *Assurance* (kepastian)

Yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.

Kualitas yang dirasakan oleh pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan. Maka dari itu kualitas layanan dari sudut pandang pengguna sebagai sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.

2.1.6. Perilaku Konsumen

Menurut Gerald Zaldman dalam Hadiyati Fitria dan Endang Ahmad Yani (2013:108), Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan, proses dan hubungan sosial yang dilakukan individu, kelompok dan organisasi dalam mendapatkan, menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan dan sumber sumber lainnya.

Schiffman dan Kanuk (1994) menjelaskan bahwa perilaku konsumen adalah suatu studi tentang bagaimana seseorang dalam mengambil keputusan untuk mendistribusikan sumber daya yang ada, yaitu berupa waktu, uang, usaha, dan energy.

Perilaku konsumen merupakan tahapan-tahapan langkah yang ditempuh dan dilakukan oleh seseorang/individual atau

kelompok orang dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Mulyadi, 2013).

Menurut Kotler dan Armstrong (2001 : 197), Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen antara lain :

1. Faktor - faktor budaya

Faktor-faktor budaya memberikan pengaruh paling luas pada keinginan dan perilaku konsumen. Orang Pemasaran perlu memahami peranan dari budaya, sub budaya, dan kelas sosial pembeli.

2. Faktor - faktor sosial

Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga, serta aturan dan status sosial konsumen.

3. Faktor - faktor pribadi

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur pembeli dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri.

4. Faktor - faktor Psikologis

Pilihan – pilihan seseorang dalam membeli dipengaruhi lagi oleh empat faktor psikologis yang penting : motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan sikap.

2.1.7. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pengunjung dalam pembahasan teori ini diartikan sama dengan kepuasan pelanggan. Menurut Veloutsou (2005:46), Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2004 :10), mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) adalah tingkatan dimana anggapan kinerja (*perceived performance*) produk akan sesuai dengan harapan seorang pembeli. Bila kinerja produk jauh lebih rendah dibandingkan harapan pelanggan, pembelinya tidak puas. Bila kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi harapan, pembelinya merasa puas atau merasa amat gembira.

Menurut Effendi M. Guntur (2010:69), mengemukakan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.

Menurut Oliver (2007:31), menjelaskan kepuasan pelanggan merupakan bagian dari pemasaran dan memainkan peran penting di pasar.

Menurut Tjiptono (2014:311), mengemukakan bahwa kepuasan pengunjung yaitu respon pelanggan pada evaluasi pada

perbedaan harapan awal sebelum pembelian dan kinerja aktual produk atau jasa sebagaimana dipersepsikan setelah jasa.

Kepuasan pengunjung merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang dirasakan dengan harapannya. Seorang pengunjung akan mengalami berbagai tingkat kepuasan bila kinerja produk dan produk yang dihasilkan sesuai dengan harapannya, dan akan merasa tidak puas bila barang yang dihasilkan tidak sesuai dengan harapannya (Armstrong et al., 2014).

Menurut Kotler dan Armstrong (2001a:13), Kepuasan pelanggan adalah suatu tingkatan dimana perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli.

Menurut Kotler dan Armstrong (2001b:298), Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana kinerja yang diberikan oleh sebuah produk sepadan dengan harapan pembeli. Jika kinerja produk kurang dari yang diharapkan itu, pembelinya tidak puas.

Menurut John C. Mowen dan Michael Minor (2002 :89), Kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction*) didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya.

Ada beberapa cara mengukur kepuasan pelanggan menurut Kotler dalam Buchari Alma (2011:285) :

1. *Complaint and suggestion system* (sistem keluhan dan saran).

Banyak perusahaan membuka kotak saran dan menerima keluhan yang dialami oleh langganan.

2. *Customer satisfaction surveys* (survey kepuasan pelanggan).

Perusahaan melakukan survey untuk mendeteksi komentar pelanggan survey ini dapat dilakukan melalui pos, telepon, atau wawancara pribadi, atau pelanggan diminta mengisi angket.

3. *Ghost shopping* (pembeli bayangan).

Perusahaan menyuruh orang tertentu sebagai pembeli ke perusahaan lain atau ke perusahaannya sendiri.

4. *Lost Customer Analysis* (Analisa pelanggan yang lari).

Langganan yang hilang, dicoba dihubungi. Mereka diminta untuk mengungkapkan mengapa mereka berhenti, pindah ke perusahaan lain, adakah sesuatu masalah yang terjadi yang tidak bisa diatasi atau terlambat diatasi.

Berdasarkan kerangka definisional yang disusun oleh Giese dan Cote (2000) yang dikutip oleh Tjiptono dan Chandra (2011, p.292), kepuasan pelanggan adalah:

- a. Rangkuman berbagai intensitas respon aktif. Tipe respon efektif dan tingkat intensitas yang mungkin dialami konsumen harus didefinisikan secara eksplisit oleh peneliti, tergantung pada konteks penelitiannya.

- b. Dalam waktu penentuan spesifik dan durasi terbatas. Peneliti harus menentukan waktu penentuan yang paling relevan dengan masalah penelitiannya dan mengidentifikasi kemungkinan durasi respon tersebut.
- c. Yang ditunjukkan bagi aspek penting dalam pemerolehan dan atau konsumsi produk. Peneliti harus mengidentifikasi fokus riset berdasarkan pertanyaan riset atau masalah manajerial yang dihadapi. Fokus ini bisa luas maupun sempit cakupannya dalam hal isu atau aktivitas pemerolehan atau konsumsi produk.

Suatu perusahaan kadang-kadang mengalami kegagalan dalam memenuhi kepuasan pelanggan, Buchari Alma (2011:286) mengemukakan ada beberapa sebab – sebab munculnya rasa tidak puas terhadap sesuatu antara lain :

1. Tidak sesuai harapan dengan kenyataan.
2. Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan.
3. Perilaku personil kurang memuaskan.
4. Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang.
5. *Cost* terlalu tinggi, karena jarak terlalu jauh, banyak waktu terbuang dan harga tidak sesuai.
6. Promosi/iklan terlalu muluk, tidak sesuai dengan kenyataan.

Dasar bagi loyalitas sejati terletak pada kepuasan pelanggan, di mana kualitas layanan menjadi input utamanya.

Pelanggan yang sangat puas atau bahkan yang menyenangi layanan cenderung menjadi pendukung loyal perusahaan, menggabungkan semua pembelian mereka dengan satu penyedia layanan, dan menyebarkan berita positif. Ketidakpuasan, sebaliknya menjauhkan pelanggan dan menjadi faktor penentu dalam perilaku beralih. Christopher LoveLock, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry (2010: 91).

2.1.8. Hubungan Antar Variabel

2.1.8.1 Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengunjung

Kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan kualitas. Menurut Kotler dan Armstrong (2001a:13), Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) bergantung pada perkiraan kinerja produk dalam memberikan nilai, relative terhadap harapan pembeli. Jika kinerja produk jauh lebih rendah dari harapan pelanggan, pembeli tidak terpuaskan. Jika kinerja sesuai dengan harapan, pembeli terpuaskan. Jika kinerja melebihi yang diharapkan, pembeli lebih senang.

The American Society of Quality Control dalam Kotler dan Armstrong (2001b:310) mendefenisikan kualitas (*quality*) sebagai totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang mempengaruhi kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan dan disiratkan. Ini benar-benar merupakan defenisi kualitas yang berpusat pada pelanggan. Defenisi ini mengesankan bahwa suatu perusahaan telah memberikan kualitas apabila produk

dan jasanya telah memenuhi atau melebihi keinginan, persyaratan, dan harapan pelanggan.

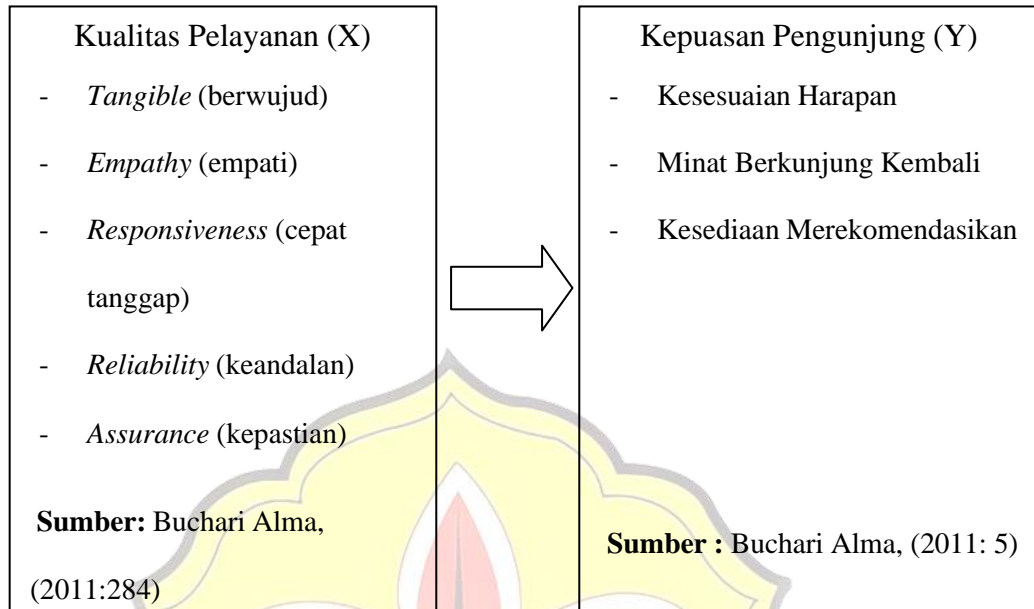
Kualitas yang di rasakan dari pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan. Oleh karena itu, kita mendefenisikan kualitas layanan dari sudut pandang pengguna sebagai sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. (Christopher LoveLock, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry (2010:154).



2.1.9. Kerangka Pemikiran

Semakin berkembangnya kecenderungan peran konsumen sebagai penentu atau pemegang kunci keberhasilan perusahaan mendorong perilaku bisnis untuk lebih berorientasi pada kepentingan konsumen. Pada hakekatnya konsumen mempunyai harapan-harapan terhadap kinerja perusahaan. Karena itu perusahaan perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan pada konsumen sebagai upaya penciptaan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan terdiri lima dimensi yaitu *Tangible* (berwujud), *Empathy* (empati), *Responsiveness* (cepat tanggap), *Reliability* (keandalan), *Assurance* (kepastian). Kualitas pelayanan dibangun atas adanya perbandingan antara persepsi konsumen atas pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diberikan. Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian atas suatu jasa sehingga tercipta kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dapat diukur dengan beberapa indikator seperti kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan. Terciptanya kepuasan akan membentuk suatu loyalitas konsumen.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disusun kerangka pemikiran dalam penelitian ini, seperti tersaji dalam gambar berikut:



Gambar 2.1

Skema Kerangka Pemikiran

2.1.10. Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2008:64), Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan.

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:110), Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul.

Adapun hipotesis yang telah dirumuskan berdasarkan tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Diduga kualitas pelayanan berpengaruh baik terhadap kepuasan pengunjung.
2. Diduga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi.



2.2 Metode Penelitian

2.2.1. Metode Penelitian yang digunakan

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2008:8), Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:3), yang dimaksud dengan penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian.

2.2.2. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data Primer adalah suatu data yang ada hubungannya langsung dengan masalah penelitian, mutakhir artinya data yang diperoleh masih hangat dibicarakan, dan diusahakan oleh orang pertama, Riduwan (2010 : 31).

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil pengisian kuesioner yang diberikan terhadap pengunjung wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi.

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber yang telah ada. Sumber data sekunder dari studi dokumen untuk mempelajari data-data wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi. Disamping itu juga dilengkapi dengan studi atau penelitian kepustakaan sebagai data pendukung.

3. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari kuesioner yang diperoleh langsung dari pengunjung wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi.

2.2.3. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi secara representatif maka metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2008:142), Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

2. Penelitian Kepustakaan

Dalam metode pengumpulan data ini penulis mencoba mempelajari dan mengkaji berbagai literatur yang berkaitan

dengan topik yang akan diteliti, termasuk didalamnya adalah buku-buku, jurnal serta hasil penelitian terdahulu.

3. Penelitian lapangan

Untuk memperoleh data primer, penulis turun kelapangan dengan harapan memperoleh data yang benar-benar objektif.

2.2.4. Populasi dan Sampel

2.2.4.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2008:80), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah jumlah pengunjung yang pernah berkunjung ke Wisata taman Rimba Zoo Kota Jambi pada tahun 2021 yaitu sebanyak 170.217 orang.

2.2.4.2. Sampel

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:174), Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah probabilitas/acak (*random sampling*) yaitu metode pemilihan sampel dimana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Diketahui dari jumlah populasi dari tahun terakhir yang berjumlah 170.217 orang dengan tingkat

presisi ditetapkan sebesar 10%. Untuk menentukan sampel di gunakan rumus dari slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = Toleransi ketidaktelitian dalam persen (%)

maka,

$$n = \frac{170.217}{1 + (170.217)(0,1)^2}$$

n = 99,94 atau dibulatkan menjadi 100

Penelitian ini dilakukan di Wisata Taman Rimba Zoo Kota

Jambi dengan menggunakan skala likert dimana :

Nilai 5 = Sangat Baik

Nilai 4 = Baik

Nilai 3 = Cukup Baik

Nilai 2 = Tidak Baik

Nilai 1 = Sangat Tidak Baik

Berdasarkan jumlah responden yang di dapat pada penelitian lapangan dengan sampling aksidental 100 responden, maka dapat ditentukan bobot penelitian dengan menggunakan jarak yang

dapat dihitung melalui nilai tertinggi dan terendah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Jarak} &= (\text{nilai tertinggi} \times \text{sampel}) - (\text{nilai terendah} \times \text{sampel}) \\ &= (5 \times 100) - (1 \times 100) \\ &= 500 - 100 \\ &= 400\end{aligned}$$

Dengan diketahui nilai dan jarak, maka dapat ditentukan interval dan perhitungan sebagai berikut :

$$\text{Interval} = \frac{400}{5} = 80$$

Setelah diketahui intervalnya, maka penelitian kepuasan pengunjung dapat dikelompokkan sebagai berikut :

Tabel 2.1
Kriteria Penelitian

| Interval Kelas | Kriteria Penilaian |
|-----------------------|---------------------------|
| 100 – 179 | Sangat Tidak Baik |
| 180 – 259 | Tidak Baik |
| 260 – 339 | Cukup Baik |
| 340 – 419 | Baik |
| 420 - 500 | Sangat Baik |

2.2.5. Metode Analisis

2.2.5.1. Alat Analisis Yang Digunakan

2.2.5.1.1. Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis Regresi Linier Sederhana di gunakan untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi. Analisis Regresi Linier Sederhana menggunakan alat bantu SPSS.

Menurut Riduwan (2010:244), rumus regresi sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Kepuasan Pengunjung

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Kualitas Pelayanan

2.2.5.1.2. Koefisien Korelasi (r)

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:313), Koefisien korelasi adalah suatu alat statistic, yang dapat digunakan untuk membandingkan hasil pengukuran dua variabel yang berbeda agar dapat menentukan tingkat hubungan antara variabel-variabel. Penelitian korelasi bertujuan untuk menemukan ada

tidaknya hubungan dan apabila ada, berapa eratnya hubungan serta bearti atau tidak hubungan itu.

Tabel 2.2

Interpretasi koefisien korelasi Nilai r

| Interval Koefisien | Tingkat Hubungan |
|---------------------------|-------------------------|
| 0,00 – 0,199 | Sangat rendah |
| 0,20 – 0,399 | Rendah |
| 0,40 – 0,599 | Cukup |
| 0,60 – 0,799 | Kuat |
| 0,80 – 1,000 | Sangat Kuat |

2.2.5.1.3. Koefisien Determinasi (r²)

Menurut Riduwan (2010 :228), untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap Y dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

$$KP = r^2 \times 100 \%$$

Dimana :

KP = Besarnya koefisien penentu (determinasi)

r = Koefisien korelasi

2.2.6. Uji Hipotesis

2.2.6.1. Uji Hipotesis t

Uji t digunakan untuk menentukan apakah variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y). Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Rumusan Hipotesis

Ho : Diduga Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap
Kepuasan Pengunjung

Hi : Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan
terhadap Kepuasan Pengunjung

2. Tentukan tingkat signifikan dengan $\alpha = 5\%$

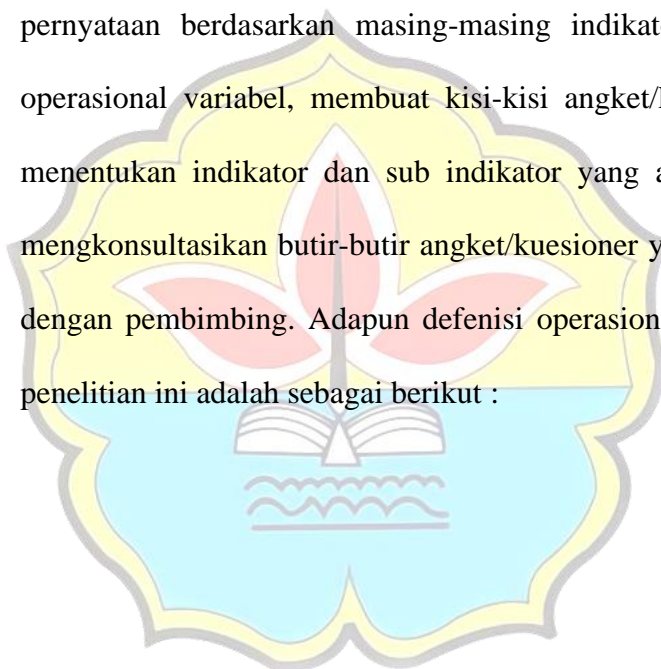
3. Kriteria keputusan

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya Ho ditolak dan Hi diterima terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ artinya Ho diterima dan Hi ditolak tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung.

2.2.7. Operasional Variabel

Metode penelitian yang dilakukan oleh penulis bersifat metode studi lapangan dengan cara survey langsung kelapangan dengan membuat angket/kuesioner kepada responden yang akan menjawab pernyataan/pertanyaan tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi. Adapun langkah awal yang dilakukan dalam pembuatan angket/kuesioner ini yaitu dengan menyusun pernyataan-pernyataan berdasarkan masing-masing indikator dalam bentuk operasional variabel, membuat kisi-kisi angket/kuesioner dengan menentukan indikator dan sub indikator yang akan diteliti serta mengkonsultasikan butir-butir angket/kuesioner yang telah disusun dengan pembimbing. Adapun defenisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Tabel 2.3
Operasional Variabel

| Konsep Variabel | Dimensi | Indikator | Skala |
|--|---------------------------------------|--|--------------|
| Kualitas Pelayanan (X) | <i>Tangible</i> (berwujud) | a.Area Parkir | Ordinal |
| | | b.Seragam Karyawan | |
| | | c. Fasilitas | |
| | <i>Empathy</i> (Empati) | d. Memahami kebutuhan pengunjung | |
| | <i>Responsiveness</i> (cepat tanggap) | e.Respon karyawan dalam melayani pengunjung | |
| | <i>Reliability</i> (keandalan) | f.Keandalan karyawan dalam melayani pengunjung | |
| | | g.Kemudahan dalam memperoleh akses layanan | |
| <i>Assurance</i> (kepastian) | i.Keamanan dan ketenangan pengunjung | | |
| Kepuasan Pengunjung (Y) | Kesesuaian Harapan | j. Sesuai dengan harapan | Ordinal |
| | Minat berkunjung kembali | k.Tetap setia pada produk | |
| | Kesediaan merekomendasikan | l.Kesediaan untuk merekomendasikan kepada orang lain | |

BAB III

GAMBARAN UMUM

3.1 Sejarah Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi

Taman Rimba Jambi adalah salah satu objek wisata andalan yang terdapat di Kota Jambi. Taman ini berada di tengah-tengah kota atau hanya sekitar 500 meter dari Bandar Udara Sulthan Thaha Syaifuddin Jambi. Taman yang didirikan sekitar awal tahun 80an di atas lahan seluas 18 hektare ini menggabungkan dua konsep wisata, yaitu wisata hiburan (bermain) dan kebun binatang. Taman Rimba pada awalnya merupakan langkah pemerintah setempat dalam menyediakan tempat hiburan yang nyaman untuk masyarakat kota. Apalagi di Kota Jambi masih sangat minim sarana bermain juga taman hiburan yang mudah untuk diakses. Dengan harapan, selain dapat melihat aneka jenis hewan, wisatawan juga terhibur dengan berbagai macam permainan. Oleh sebab itu, objek wisata ini kemudian disebut Taman Rimba Jambi.

Objek wisata Taman Rimba ini berlokasi di Jalan Sunaryo, tepatnya berada di Kecamatan Jambi Selatan, Kota Jambi, Provinsi Jambi . Untuk menuju ke lokasi Taman Rimba Jambi ini, anda bisa menggunakan transportasi apa saja, bisa menggunakan kendaraan pribadi dan juga bisa menggunakan kendaraan umum atau bisa menggunakan transportasi taksi.

Pada tahun 1997, kawasan ini dijadikan sebagai pusat penyelenggaraan Musabaqah Tilawatil Quran (MTQ) tingkat Nasional ke-18. Untuk mendukung kegiatan tersebut, maka di dalam taman dibangun beberapa fasilitas penunjang, seperti tribun, rumah panggung (Kejang Lako), dan 6 rumah adat yang masing-masing mewakili kabupaten yang ada di Provinsi Jambi. Setelah kegiatan MTQ selesai, bangunan-bangunan tersebut tetap dipertahankan dan digunakan sebagai pelengkap Taman Mini dan Taman Rimba Jambi.

Melihat potensi yang dimiliki oleh taman ini, mulai pertengahan tahun 2008, Pemerintah Kota Jambi menjadikan kawasan ini sebagai salah satu objek wisata andalan. Untuk mendukung hal itu, berbagai upaya telah dilakukan, seperti pembangunan pusat souvenir, penambahan koleksi kebun binatang, dan pembangunan sarana hiburan. Untuk penataan pusat belanja dan souvenir, maka tribun yang terdapat di dalam taman disulap menjadi kios-kios souvenir. Rumah-rumah adat yang dibangun di dalam taman juga dimanfaatkan untuk tempat penjualan cenderamata khas masyarakat Jambi. Untuk penambahan koleksi kebun binatang, pemerintah setempat melakukan berbagai upaya dengan mendatangkan beberapa jenis hewan langka, baik yang didapat dari hasil penyitaan dari masyarakat, maupun sumbangan dari para pemerhati hewan.

Taman Rimba Jambi memiliki koleksi hewan yang terdiri dari berbagai jenis burung dan hewan langka lainnya. Jenis-jenis burung

langka yang dipelihara di taman ini, antara lain burung rangkok, pelikan laut, elang, rajawali, bangau, dan burung unta. Burung-burung tersebut ditempatkan di dalam satu ruangan yang dibangun seperti rumah kaca yang dirancang berbentuk bulat seperti bola besar.

Sementara jenis hewan langkanya antara lain beruang hitam, gajah, dan buaya. Para wisatawan dapat melihat dari dekat dan jika membawa makanan bisa memberikannya kepada hewan-hewan tersebut. Bagi wisatawan yang senang mengendarai binatang dapat mencobanya dengan menunggang gajah. Gajah-gajah tersebut siap mengantar para pengunjung untuk berkeliling di arena yang sudah disediakan oleh pengelola.

3.2 Visi Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi

Tersedia taman satwa / kebun binatang sebagai upaya pelestarian dan benteng terakhir penyelamatan satwa endemik, sarana pendidikan lingkungan dan tempat rekreasi keluarga yang nyaman dan edukatif, sekaligus dapat dijadikan sebagai sumber PAD yang baru bagi pemerintah Provinsi Jambi.

3.3 Misi Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi

1. Menyelamatkan satwa yang terancam punah karena kerusakan habitatnya.
2. Memberikan informasi, penggalian ilmu pengetahuan tentang lingkungan dan bioteknologi.

3. Meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap keanekaragaman hayati melalui pendidikan konservasi.
4. Menyediakan taman hiburan yang sehat, nyaman dan edukatif bagi masyarakat.

3.4 Fungsi Kebun Binatang

1. Konservasi

- Sebagai lembaga konservasi *ex-situ* (untuk memelihara satwa langka di luar habitatnya) dan merupakan benteng terakhir penyelamatan satwa serta menyelamatkan satwa yang terancam punah.

2. Pendidikan

- Memberikan pendidikan dan pengetahuan kepada masyarakat luas mengenai pentingnya konservasi alam dan lingkungan melalui peragaan maupun pertunjukkan satwa .
- Menanamkan rasa cinta dan peduli terhadap satwa serta alam “flora dan fauna” sejak dini kepada siswa sekolah dan berbagai kalangan masyarakat lainnya, melalui program pengenalan satwa liar dan lingkungannya.

3. Rekreasi

- Hiburan layak dan terjangkau bagi masyarakat dan sebagai tempat rekreasi yang sehat dan mendidik dari berbagai kalangan serta dapat mengurangi ketegangan yang berdampak konflik.

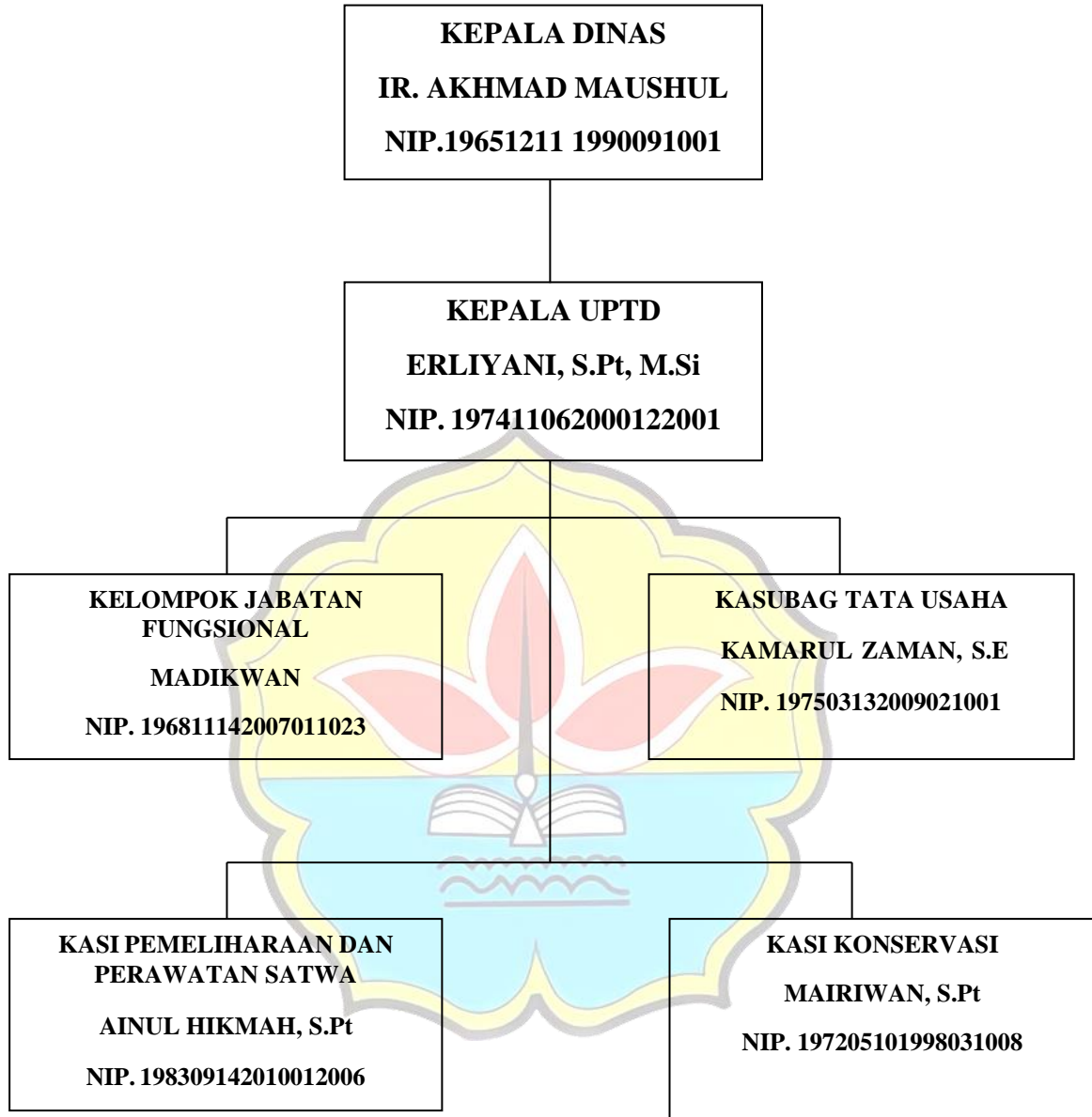
3.5 Struktur Organisasi Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi

Struktur adalah suatu susunan pengurus yang terdiri dari beberapa personil yang tergabung dalam suatu wadah perusahaan, organisasi, lembaga dan lain sebagainya. Struktur organisasi di Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi sangat sederhana sekali karena hanya terdiri dari beberapa orang dalam mengelola Wisata Taman Rimba Zoo tersebut. Untuk lebih jelasnya gambaran struktur organisasi pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi dapat di lihat pada gambar sebagai berikut:



STRUKTUR ORGANISASI

UPTD KEBUN BINATANG TAMAN RIMBA JAMBI



Sumber : Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi (2022)

Gambar 3.1

Bagan Struktur Organisasi Kebun Binatang Taman Rimba Jambi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Karakteristik Responden

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara langsung kepada 100 orang responden. Responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah orang yang berkunjung di Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi. Karakteristik responden terdiri dari jenis kelamin, komposisi usia, pendidikan dan pekerjaan.

4.1.1.1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Karakteristik responden menurut jenis kelamin dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|---------------|----------------|----------------|
| Perempuan | 56 | 56 |
| Laki-laki | 44 | 44 |
| Jumlah | 100 | 100 |

Sumber : Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa berdasarkan jenis kelamin yang menjadi responden penelitian ini didominasi oleh Perempuan dengan komposisi yaitu sebanyak 56 orang, sedangkan yang Laki-laki sebanyak 44 orang.

4.1.1.2. Karakteristik Responden Menurut Usia

Karakteristik responden menurut usia <18 - >55 Tahun untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Menurut Usia

| Usia Responden | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|----------------|----------------|----------------|
| < 18 | 20 | 20 |
| 18 – 25 | 13 | 13 |
| 26 – 35 | 24 | 24 |
| 36 – 45 | 21 | 21 |
| 46 – 55 | 12 | 12 |
| > 55 | 10 | 10 |
| Jumlah | 100 | 100 |

Sumber : Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa komposisi usia responden terbanyak pada usia 26-35 dengan jumlah 24 orang atau sebesar 24%, usia responden terendah pada > 55 tahun dengan jumlah 10 orang atau sebesar 10%.

4.1.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan

| Tingkat Pendidikan | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|---------------------------|-----------------------|-----------------------|
| SD | 10 | 10 |
| SMP | 20 | 20 |
| SLTA | 35 | 35 |
| Sarjana (S1) | 25 | 25 |
| Master (S2) | 8 | 8 |
| Doktoral (S3) | 1 | 1 |
| Lain-lain | 0 | 0 |
| Jumlah | 100 | 100 |

Sumber : Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa responden paling banyak berpendidikan SLTA sebanyak 35 orang dan Doktoral (S3) sebanyak 1 orang.

4.1.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

| Pekerjaan | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|------------------|-----------------------|-----------------------|
| PNS | 21 | 21 |
| Mahasiswa/i | 24 | 24 |
| TNI/Polri | 10 | 10 |
| Wiraswasta | 32 | 32 |
| Lain-lain | 13 | 13 |
| Jumlah | 100 | 100 |

Sumber : Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pekerjaan Wiraswasta merupakan pekerjaan paling banyak yaitu sebanyak 32 orang, dan TNI/Polri merupakan pekerjaan paling rendah pada pengunjung Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi.

Untuk dapat mengidentifikasi tanggapan responden mengenai Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi, maka penulis menyajikan hasil jawaban dari kuesioner yang disebarkan kepada responden.

Untuk mengetahui tanggapan responden kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung, maka dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban mereka di bawah ini:

4.1.2. Kualitas Pelayanan pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi

Hasil analisis deskriptif data variabel kualitas pelayanan sebagai salah satu variabel yang diukur melalui analisis deskriptif dengan menggunakan skala likert yang dilihat dari tujuan dan kemampuan.

a. *Tangible* (Berwujud)

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Terhadap Dimensi *Tangible* (Berwujud)

| No | Pernyataan | Pilihan Jawaban | | | | | Skor | Keterangan |
|--------------------|--|-----------------|----|----|----|----|---------------|-------------|
| | | STP | TP | CP | P | SP | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| 1. | Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi menyediakan area parkir yang luas | - | 6 | 32 | 41 | 21 | 377 | Puas |
| 2. | Karyawan Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi memakai seragam yang rapi | - | 6 | 35 | 44 | 15 | 368 | Puas |
| 3. | Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi menyediakan pandopo/tempat istirahat | - | 5 | 25 | 36 | 34 | 399 | Puas |
| 4. | Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi menyediakan wahana naik gajah | - | - | 22 | 31 | 47 | 425 | Sangat Puas |
| Total | | | | | | | 1569 | |
| Rata - Rata | | | | | | | 392,25 | Puas |

Sumber : Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 responden, rata-rata memberikan penilaian sebesar 392,25 dan nilai tersebut kategori Puas. Dengan demikian menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung terhadap variabel kualitas layanan pada dimensi *Tangible* adalah Puas. Penilaian responden pada variabel ini yang tertinggi adalah pada indikator “Wisata Taman

Rimba Zoo Kota Jambi menyediakan wahana naik gajah” dengan skor 425, dan penilaian terendah pada indikator “Karyawan Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi memakai seragam yang rapi” dengan skor 368.

b. Empathy (Empati)

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Empathy (Empati)

| No | Pernyataan | Pilihan Jawaban | | | | | Skor | Keterangan |
|--------------------|---|-----------------|----|----|----|----|------------|-------------|
| | | STP | TP | CP | P | SP | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| 1. | Karyawan Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi sangat memperhatikan kebutuhan pengunjung | - | - | 17 | 42 | 41 | 424 | Sangat Puas |
| 2. | Karyawan Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik terhadap pengunjung | - | - | 26 | 42 | 32 | 406 | Puas |
| Total | | | | | | | 830 | |
| Rata - Rata | | | | | | | 415 | Puas |

Sumber : Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 responden, rata-rata memberikan penilaian sebesar 415 dan nilai tersebut kategori Puas. Dengan demikian menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung terhadap variabel kualitas layanan pada dimensi *Empathy* adalah Puas. Penilaian responden pada variabel ini yang tertinggi adalah pada indikator “Karyawan Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi sangat memperhatikan kebutuhan pengunjung” dengan skor 424, dan penilaian terendah pada indikator “Karyawan Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi

memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik terhadap pengunjung” dengan skor 406.

c. Responsiveness (cepat tanggap)

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Responsiveness (cepat tanggap)

| No | Pernyataan | Pilihan Jawaban | | | | | Skor | Keterangan |
|--------------------|--|-----------------|----|----|----|----|------------|--------------------|
| | | STP | TP | CP | P | SP | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| 1. | Kemampuan karyawan cepat tanggap terhadap kesulitan-kesulitan pengunjung yang datang pada Wisata Taman Rimba Zoo kota Jambi. | - | 1 | 14 | 42 | 43 | 427 | |
| Total | | | | | | | 427 | |
| Rata - Rata | | | | | | | 427 | Sangat Puas |

Sumber : Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, rata-rata memberikan penilaian sebesar 427 dan nilai tersebut termasuk dalam kategori Sangat Puas. Dengan demikian menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung terhadap variabel kualitas layanan pada dimensi *Responsiveness* adalah Sangat Puas pada indikator “Kemampuan karyawan cepat tanggap terhadap kesulitan-kesulitan pengunjung yang datang pada Wisata Taman Rimba Zoo kota Jambi “.

d. *Reliability* (Keandalan)

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Terhadap Dimensi *Reliability* (Keandalan)

| No | Pernyataan | Pilihan Jawaban | | | | | Skor | Keterangan |
|--------------------|--|-----------------|----|----|----|----|------------|-------------|
| | | STP | TP | CP | P | SP | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| 1. | Memiliki Keandalan dalam memberikan pelayanan dengan segera pada pengunjung di Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi | - | - | 7 | 46 | 47 | 440 | Sangat Puas |
| 2. | Pelayanan yang diberikan di Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi sesuai dengan janji yang ditawarkan | - | - | 24 | 54 | 22 | 398 | Puas |
| Total | | | | | | | 838 | |
| Rata - Rata | | | | | | | 419 | Puas |

Sumber : Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 100 Responden, rata-rata memberikan penilaian sebesar 419 dan nilai tersebut termasuk dalam kategori puas. Dengan demikian menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung terhadap variabel kualitas layanan pada dimensi *Reliability* adalah puas. Penilaian responden pada variabel ini yang tertinggi adalah pada indikator “Memiliki Keandalan dalam memberikan pelayanan dengan segera pada pengunjung di Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi” dengan skor 440, dan penilaian terendah pada indikator “Pelayanan yang diberikan di Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi sesuai dengan janji yang ditawarkan” dengan skor 398.

e. Assurance (Kepastian)

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Assurance (Kepastian)

| No | Pernyataan | Pilihan Jawaban | | | | | Skor | Keterangan |
|--------------------|--|-----------------|----|----|----|----|------------|-------------|
| | | STP | TP | CP | P | SP | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| 1. | Pengunjung Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi merasa aman dan tenang dengan kunjungan yang mereka lakukan | - | - | 27 | 53 | 20 | 393 | Puas |
| Total | | | | | | | 393 | |
| Rata - Rata | | | | | | | 393 | Puas |

Sumber : Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, rata-rata memberikan penilaian sebesar 393 dan nilai tersebut termasuk dalam kategori puas. Dengan demikian menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung terhadap variabel kualitas layanan pada dimensi Assurance adalah puas pada indikator “Pengunjung Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi merasa aman dan tenang dengan kunjungan yang mereka lakukan”.

Adapun hasil rekap jawaban responden dimensi Kualitas Pelayanan pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10
Rekap Jawaban Dimensi Kualitas Pelayanan

| No | Dimensi | Skor Rata-rata | Keterangan |
|------------------|--|-----------------------|-------------------|
| 1 | <i>Tangible</i> (Berwujud) | 392,25 | Puas |
| 2 | <i>Empathy</i> (Empati) | 415 | Puas |
| 3 | <i>Responsiveness</i> (Cepat Tanggap) | 427 | Sangat Puas |
| 4 | <i>Reliability</i> (Keandalan) | 419 | Puas |
| 5 | <i>Assurance</i> (Kepastian) | 393 | Puas |
| Total | | 2046,25 | |
| Rata-rata | | 409,25 | Puas |

Sumber : Data Primer Diolah

Berdasarkan keterangan di atas dapat diketahui bahwa jawaban responden tertinggi untuk dimensi Kualitas Pelayanan rata-rata skornya sebesar 427 pada dimensi *Responsiveness (Cepat Tanggap)*. Sedangkan jawaban terendah untuk dimensi Kualitas Pelayanan yaitu rata-rata skornya sebesar 392,25 pada dimensi *Tangible (Berwujud)*.

4.1.3. Kepuasan Pengunjung Pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota

Jambi

a. Kesesuaian Harapan

Tabel 4.11
Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Kesesuaian Harapan

| No | Pernyataan | Pilihan Jawaban | | | | | Skor | Keterangan |
|--------------------|--|-----------------|----|----|----|----|--------------|-------------|
| | | STP | TP | CP | P | SP | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| 1. | Pelayanan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan | - | - | 17 | 46 | 37 | 420 | Sangat Puas |
| 2. | Fasilitas yang diberikan oleh Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi sesuai atau melebihi yang diharapkan | - | - | 21 | 43 | 36 | 415 | Puas |
| Total | | | | | | | 835 | |
| Rata - Rata | | | | | | | 417,5 | Puas |

Sumber : Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, rata-rata memberikan penilaian sebesar 417,5 dan nilai tersebut termasuk kategori puas. Dengan demikian menunjukkan bahwa Kepuasan Pengunjung terhadap dimensi Kesesuaian Harapan adalah Puas.

b. Minat Berkunjung Kembali

Tabel 4.12
Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Minat Berkunjung Kembali

| No | Pernyataan | Pilihan Jawaban | | | | | Skor | Keterangan |
|--------------------|---|-----------------|----|----|----|----|--------------|--------------------|
| | | STP | TP | CP | P | SP | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| 1. | Berminat berkunjung kembali ke Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi karena tiket masuk yang relatif murah | - | - | 11 | 52 | 37 | 426 | Sangat Puas |
| 2. | Berminat berwisata kembali ke Taman Rimba Zoo Kota Jambi karena fasilitas penunjang yang disediakan yaitu adanya perpustakaan tentang satwa | - | - | 20 | 43 | 37 | 417 | Puas |
| Total | | | | | | | 843 | |
| Rata - Rata | | | | | | | 421,5 | Sangat Puas |

Sumber : Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, rata-rata memberikan penilaian sebesar 421,5 dan nilai tersebut termasuk kategori Sangat Puas. Dengan demikian menunjukkan bahwa Kepuasan Pengunjung terhadap dimensi Minat Berkunjung Kembali adalah Sangat Puas.

c. Kesiediaan Merekomendasikan

Tabel 4.13
Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Kesiediaan Merekomendasikan

| No | Pernyataan | Pilihan Jawaban | | | | | Skor | Keterangan |
|--------------------|--|-----------------|----|----|----|----|------------|-------------|
| | | STP | TP | CP | P | SP | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| 1. | Menyarankan kerabat atau teman untuk bewisata ke Taman Rimba Zoo Kota Jambi karena fasilitas yang disediakan | - | - | 36 | 49 | 15 | 379 | Puas |
| 2. | Menyarankan kerabat atau teman untuk bewisata ke Taman Rimba Zoo Kota Jambi karena sebagai sarana wisata edukatif bagi anak-anak | - | - | 17 | 53 | 30 | 413 | Puas |
| Total | | | | | | | 792 | |
| Rata - Rata | | | | | | | 396 | Puas |

Sumber : Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, rata-rata memberikan penilaian sebesar 396 dan nilai tersebut termasuk kategori puas. Dengan demikian menunjukkan bahwa Kepuasan Pengunjung terhadap dimensi Kesiediaan Merekomendasikan adalah Puas.

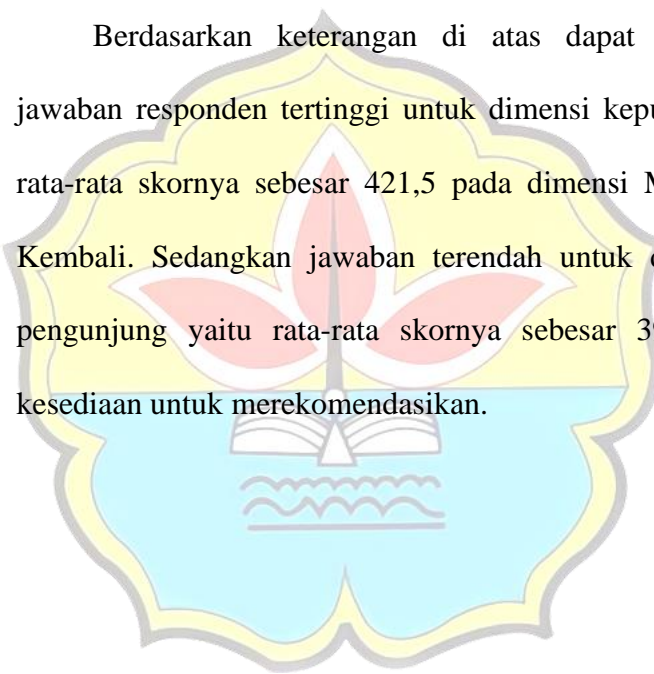
Adapun hasil rekap jawaban responden Kepuasan Pengunjung pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.14
Rekap Jawaban Dimensi Kepuasan Pengunjung

| No | Dimensi | Skor Rata-rata | Keterangan |
|------------------|----------------------------------|----------------|-------------|
| 1 | Kesesuaian Harapan | 417,5 | Puas |
| 2 | Minat Berkunjung Kembali | 421,5 | Sangat Puas |
| 3 | Kesediaan Untuk Merekomendasikan | 396 | Puas |
| Total | | 1.235 | |
| Rata-rata | | 411,67 | Puas |

Sumber : Data Primer Diolah

Berdasarkan keterangan di atas dapat diketahui bahwa jawaban responden tertinggi untuk dimensi kepuasan pengunjung rata-rata skornya sebesar 421,5 pada dimensi Minat Berkunjung Kembali. Sedangkan jawaban terendah untuk dimensi kepuasan pengunjung yaitu rata-rata skornya sebesar 396 pada dimensi kesediaan untuk merekomendasikan.



4.1.4 Hasil Perhitungan

a. Persamaan Regresi Sederhana

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi berdasarkan perhitungan SPSS 23 dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.15
Persamaan Linear Sederhana

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 1.648 | .313 | | 5.266 | .000 |
| | Kualitas Pelayanan | .282 | .114 | .243 | 2.476 | .015 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Sumber : Data Diolah (SPSS.23)

Berdasarkan keterangan tersebut dapat diketahui persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = 1,648 + 0,282 X$$

Terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi. Nilai Konstanta sebesar 1,648 artinya jika variabel kualitas pelayanan diabaikan maka kepuasan pengunjung pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi akan menurun sebesar 1,648. Nilai Koefisien variabel Kualitas pelayanan sebesar 0,282 artinya jika skor variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1 satuan

maka kepuasan pengunjung pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi akan mengalami peningkatan sebesar 0,282.

b. Koefisien Korelasi

Hasil perhitungan SPSS 23 untuk melihat koefisien korelasi dapat dilihat pada model summary sebagai berikut:

Tabel 4.16
Koefisien Korelasi

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .243 ^a | .059 | .049 | .40997 |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Sumber : Data Diolah (SPSS.23)

Berdasarkan tabel 4.16 diatas, dapat diketahui nilai R sebesar 0,243. Artinya terdapat hubungan yang rendah antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y).

c. Koefisien Determinasi (R²)

Hasil perhitungan SPSS 23 untuk melihat koefisien determinasi (R²) dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.17
Koefisien Determinasi

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .243 ^a | .059 | .049 | .40997 |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

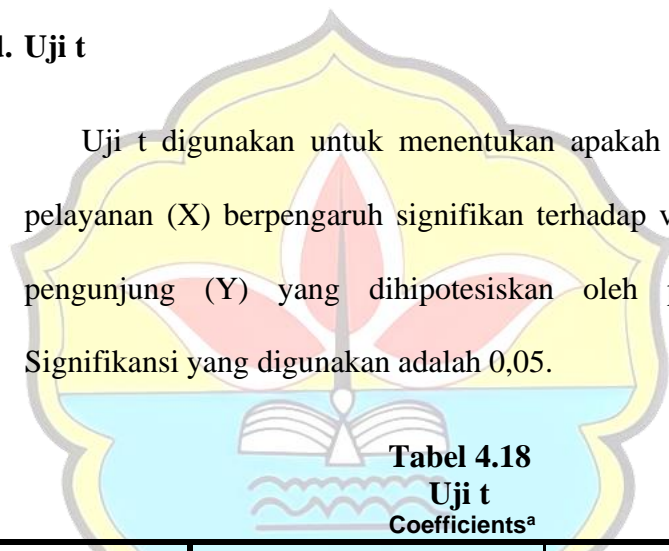
b. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Sumber : Data Diolah (SPSS.23)

Berdasarkan tabel 4.17 diatas, dapat dilihat bahwa besarnya koefisien determinasi atau (R Square) variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Kepuasan Pengunjung (Y) pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi sebesar 0,059, artinya persentase sumbangan pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi adalah 5,9 % dan sisanya 94,1 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

d. Uji t

Uji t digunakan untuk menentukan apakah variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y) yang dihipotesiskan oleh peneliti. Derajat Signifikansi yang digunakan adalah 0,05.



Tabel 4.18
Uji t
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 1.648 | .313 | | 5.266 | .000 |
| Kualitas Pelayanan | .282 | .114 | .243 | 2.476 | .015 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung
Sumber : Data Diolah (SPSS.23)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.18 diatas, maka akan dijelaskan pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y) sebagai berikut:

Variabel Kualitas Pelayanan sebesar 2,476 dengan nilai t tabel 1,984 atau $2,476 > 1,984$ maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima dengan tingkat signifikan $0,015 < 0,05$. Jadi, hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.



4.2. Analisis dan Pembahasan

4.2.1. Analisis Karakteristik Responden Pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi

Berdasarkan hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh 100 responden yang merupakan pengunjung pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi yang didapat pada data responden, maka dapat dilihat bahwa berdasarkan pada tabel 4.1, jenis kelamin pengunjung Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi didominasi oleh perempuan sebanyak 56 % sedangkan laki-laki 44 %.

Berdasarkan tabel 4.2 usia pengunjung Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi didominasi pada usia 26-35 tahun sebesar 24 % dan yang paling rendah usia pengunjung Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi yaitu pada usia > 55 tahun hanya 10 %.

Sedangkan berdasarkan tabel 4.3, pendidikan pengunjung Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi didominasi oleh SLTA yaitu 35% dan yang paling rendah yaitu Doktoral (S3) hanya 1 %.

Dan terakhir berdasarkan tabel 4.4, pekerjaan pengunjung Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi didominasi oleh wiraswasta yaitu sebesar 32 % dan pekerjaan paling sedikit adalah TNI/Polri yaitu hanya 10 %.

4.2.2. Analisis Kualitas Pelayanan Pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi

Berdasarkan hasil analisis terhadap kualitas pelayanan yang dilakukan terhadap kualitas pelayanan Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi mendapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.19
Analisis Kualitas Pelayanan Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi

| No | Indikator | Dimensi | Skor | Keterangan |
|------------------|--|---------------------------------------|--------------|-------------|
| 1 | Memiliki Keandalan dalam memberikan pelayanan dengan segera pada pengunjung di Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi | <i>Reliability</i> (Keandalan) | 440 | Sangat Puas |
| 2 | Kemampuan karyawan cepat tanggap terhadap kesulitan-kesulitan pengunjung yang datang pada Wisata Taman Rimba Zoo kota Jambi. | <i>Responsiveness</i> (cepat tanggap) | 427 | Sangat Puas |
| 3 | Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi menyediakan wahana naik gajah | <i>Tangible</i> (Berwujud) | 425 | Sangat Puas |
| 4 | Karyawan Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi sangat memperhatikan kebutuhan pengunjung | <i>Empathy</i> (Empati) | 424 | Sangat Puas |
| 5 | Karyawan Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik terhadap pengunjung | <i>Empathy</i> (Empati) | 406 | Puas |
| 6 | Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi menyediakan pandopo/tempat istirahat | <i>Tangible</i> (Berwujud) | 399 | Puas |
| 7 | Pelayanan yang diberikan di Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi sesuai dengan janji yang ditawarkan | <i>Reliability</i> (Keandalan) | 398 | Puas |
| 8 | Pengunjung Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi merasa aman dan tenang dengan kunjungan yang mereka lakukan | <i>Assurance</i> (Kepastian) | 393 | Puas |
| 9 | Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi menyediakan area parkir yang luas | <i>Tangible</i> (Berwujud) | 377 | Puas |
| 10 | Karyawan Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi memakai seragam yang rapi | <i>Tangible</i> (Berwujud) | 368 | Puas |
| Total | | | 4.057 | |
| Rata-rata | | | 405,7 | Puas |

Sumber : Data Primer diolah

Berdasarkan keterangan diatas dapat diketahui bahwa Kualitas Pelayanan pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi dengan total 4.057, rata-rata skornya sebesar 405,7 dan dalam kategori Puas. Jawaban tertinggi berkaitan dengan kualitas pelayanan yaitu pernyataan Memiliki Keandalan dalam memberikan pelayanan dengan segera pada pengunjung di Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi total skornya yaitu 440 pada dimensi *Reliability* (Keandalan). Sedangkan jawaban terendah berkaitan dengan Kualitas Pelayanan yaitu pada pernyataan Karyawan Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi memakai seragam yang rapi total skornya yaitu 368 pada dimensi *Tangible* (Berwujud).

4.2.3. Analisis Kepuasan Pengunjung Pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi

Berdasarkan hasil analisis terhadap kepuasan pengunjung Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.20**Analisis Kepuasan Pengunjung Pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi**

| No | Indikator | Dimensi | Skor | Keterangan |
|------------------|---|----------------------------|---------------|-------------------|
| 1 | Berminat berkunjung kembali ke Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi karena tiket masuk yang relatif murah | Minat Berkunjung Kembali | 426 | Sangat Puas |
| 2 | Pelayanan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan | Kesesuaian Harapan | 420 | Sangat Puas |
| 3 | Berminat berwisata kembali ke Taman Rimba Zoo Kota Jambi karena fasilitas penunjang yang disediakan yaitu adanya perpustakaan tentang satwa | Minat Berkunjung Kembali | 417 | Puas |
| 4 | Fasilitas yang diberikan oleh Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi sesuai atau melebihi yang diharapkan | Kesesuaian Harapan | 415 | Puas |
| 5 | Menyarankan kerabat atau teman untuk bewisata ke Taman Rimba Zoo Kota Jambi karena sebagai sarana wisata edukatif bagi anak-anak | Kesediaan Merekomendasikan | 413 | Puas |
| 6 | Menyarankan kerabat atau teman untuk bewisata ke Taman Rimba Zoo Kota Jambi karena fasilitas yang disediakan | Kesediaan Merekomendasikan | 379 | Puas |
| Total | | | 2.470 | |
| Rata-rata | | | 411,67 | Puas |

Sumber : Data Primer diolah

Berdasarkan keterangan di atas dapat diketahui bahwa Kepuasan Pengunjung pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi dengan total 2.470, rata-rata skornya sebesar 411,67 dan dalam kategori Puas. Jawaban tertinggi berkaitan dengan kepuasan pengunjung pada pernyataan Berminat berkunjung kembali ke Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi karena tiket masuk yang relatif murah total skornya yaitu 426 pada dimensi Minat Berkunjung Kembali. Sedangkan jawaban terendah berkaitan

dengan kepuasan pengunjung pada pernyataan Menyarankan kerabat atau teman untuk bewisata ke Taman Rimba Zoo Kota Jambi karena fasilitas yang disediakan total skornya adalah 379 pada dimensi Kesediaan Merekomendasikan.

4.2.4. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi

Berdasarkan Kenyataan tersebut diatas dapat dijelaskan dari hasil perhitungan persamaan regresi linier sederhana yang menyatakan pengaruh di peroleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 1,648 + 0,282 X$. Dari persamaan tersebut terlihat adanya pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi, dibuktikan dari nilai koefisien regresi yang dimiliki persamaan tersebut sebesar 0,282 artinya jika kualitas pelayanan naik 1 maka kepuasan pengunjung Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi mengalami peningkatan sebesar 0,282.

Sementara itu hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi terlihat rendah atau lemah yaitu sebesar 0,243 terlihat dari nilai r . Hubungan yang rendah atau lemah masih memberikan dampak walaupun tidak terlalu dominannya kemampuan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pengunjung pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi.

Dari uraian diatas dapat dikatakan bahwa hipotesis yang telah diajukan sebelumnya diterima. Dengan kata lain ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung, pernyataan ini dibuktikan dari nilai $t_{hitung} 2,476 > \text{nilai } t_{tabel} 1,984$ dengan signifikansi $0,015 < 0,05$. Maka keputusannya H_0 ditolak dan H_1 diterima.

4.2.5. Pembahasan

Hasil regresi menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Hasil ini sependapat dengan dengan teori yang dikemukakan The American Society of Quality Control dalam Kotler dan Armstrong (2001b:310) yang mendefinisikan kualitas (*quality*) sebagai totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang mempengaruhi kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan dan disiratkan. Ini benar-benar merupakan defenisi kualitas yang berpusat pada pelanggan. Defenisi ini mengesankan bahwa suatu perusahaan telah memberikan kualitas apabila produk dan jasanya telah memenuhi atau melebihi keinginan, persyaratan, dan harapan pelanggan.. Selain sependapat dengan teori, penelitian ini juga sependapat dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Fahtira Virdha Noor (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil korelasi yaitu sebesar 0,243, artinya ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang rendah terhadap kepuasan pengunjung. Hubungan yang rendah atau lemah masih memberikan dampak walaupun tidak terlalu dominannya kemampuan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pengunjung.

Nilai R square yaitu sebesar 0,059 artinya persentase sumbangan pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi adalah 5,9 % dan sisanya 94,1 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, faktor lain yang tidak diteliti adalah seperti promosi, periklanan dan yang lainnya.

Berdasarkan Uji Statistik / Uji t diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi dengan melihat nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai $2,476 > 1,984$ maka keputusannya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Penelitian ini sependapat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Leni Lasmiansi (2018), yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} .

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab – bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan pelaksanaannya kualitas pelayanan pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi berada pada kategori puas artinya pengunjung puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi dengan total skor sebesar 2046,25 dan rata-rata sebesar 409,25.
2. Kepuasan pengunjung pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi berada pada kategori puas, artinya pengunjung puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi dengan total skor sebesar 1.235 dan rata-rata sebesar 411,67.
3. Berdasarkan uji statistik diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi, hal ini dibuktikan dengan melihat nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dengan nilai $2,476 > 1,984$ dengan signifikansi $0,015 < 0,05$.

5.2 Saran

Dalam penelitian ini penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Diharapkan bagi pihak Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi, untuk meningkatkan pelayanan pada variabel kualitas pelayanan (X) yaitu pada dimensi *Tangible* (Berwujud) yaitu pada pernyataan Karyawan Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi memakai seragam yang rapi.
2. Selain itu, Diharapkan bagi pihak Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi, untuk meningkatkan pelayanan pada variabel kepuasan pengunjung (Y) yaitu pada dimensi Kesiediaan Merekomendasikan yaitu pada pernyataan Menyarankan kerabat atau teman untuk bewisata ke Taman Rimba Zoo Kota Jambi karena fasilitas yang disediakan.
3. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak dan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi yang membacanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Suharsimi Arikunto, (2010), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta : Rineka Cipta.
- Sugiyono, (2008), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta .
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, (2009), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Erlangga.
- Christopher Lovelock. Jochen Wirtz. Jacky Mussry. (2010), *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia*, Jakarta : Erlangga.
- Buchari Alma, (2011), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta .
- Philip Kotler, (1994), *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, Jakarta : Erlangga.
- Agus Hermawan, (2012), *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta : Erlangga.
- Kotler dan Armstrong, (2001), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta : Erlangga.
- John C.Moven dan Michael Minor, (2002), *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Riduwan, (2010), *Dasar – dasar Statistika*, Bandung : Alfabeta.
- Sukmamedian, Haufi & Lapotulo, Nensi. (2002), *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Museum Nasional Jakarta*, Jurnal Mekar, April Vol.1
- Sumarsid & Budi Paryanti, Atik. (2022), *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan SetiaBudi)*, Jurnal Ilmiah M-Progress, Januari Vol. 12
- Eviana, Nova & Yusrini, Lenny. (2016), *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung di Daya Tarik Wisata Taman Buah Mekarsari Bogor*, Jurnal Eduturisma, November Vol. 1
- Lestari, Gita Ayu Mawarni, Sudarijati, & Samsuri. (2021), *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata*, Jurnal Visionida, Juni Vol. 7

- Daffa, Katon Van & Ratnasari, Ina. (2002), *Pengaruh Citra Destinasi dan Promosi Terhadap Kepuasan Wisatawan di Puncak Sempur Kabupaten Karawang*, Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Januari Vol. 8
- Fahlevi, Muhamad Reza. Achmad, Bachrudin Ali, & Rahmawati, Emy. (2021), *Pengaruh Strategi Pemasaran dan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumen Cafe Malam*, Jurnal Bisnis dan Pembangunan, Desember Vol. 10
- Hariyoga, I Made & Suryanata, I Gusti Ngurah P. (2021), *Instastory Perilaku Konsumen di Era New Normal*, Jurnal Manajemen dan Bisnis, September Vol. 18
- Anwar, Syaiful & Mujito. (2021), *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha Di Kota Bogor*, Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, Maret Vol. 9
- Arie Sulistyawati, Ni Made & Seminari, Ni Ketut. (2015), *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar*, E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4
- Philip Kotler dan Gary Armstrong, (2004), *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta : PT Indeks.
- Effendi M. Guntur, (2010), *Transformasi Manajemen Pemasaran + Membangun Citra Negara*, Jakarta : Sagung Seto.



LAMPIRAN

Lampiran 1

Surat Permohonan Pengisian Kuesioner

Responden yang terhormat,

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir yang merupakan salah satu syarat akademis untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari maka ditengah-tengah kesibukan anda, kami memohon kesediaan waktu anda untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang kami ajukan, adapun identitas saya sebagai berikut :

Nama : M. Miftakhul Khoiri

NIM 1700861201136

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi

Kepada responden kami mohon untuk memberikan jawaban menurut pendapat anda masing-masing (bukan menurut pandangan umum), agar sesuai dengan tujuan penyelesaian tugas akhir ini. Seluruh informasi/jawaban yang diberikan dijamin kerahasiannya dan hanya untuk kepentingan penyusunan skripsi ini, serta bukan penilaian pekerjaan anda.

Akhir kata kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, atas kesediaan bapak/ibu untuk mengisi kuesioner ini.

Jambi, November 2022

(M.Miftakhul Khoiri)

Lampiran 2

IDENTITAS RESPONDEN

Pilihlah salah satu jawaban yang memenuhi persepsi bapak/ibu/saudara/i dengan cara memberi tanda *checklist* (✓) di setiap nomor pada kolom yang tersedia :

1. Jenis Kelamin : Pria Wanita

2. Usia : < 18 Tahun 18 – 25 Tahun

26 – 35 Tahun 36 – 45 Tahun

46 – 55 Tahun > 55 Tahun

3. Pendidikan : SD SMP SLTA

Sarjana (S1) Master (S2) Doktoral (S3)

Lain-lain

4. Pekerjaan : PNS Mahasiswa/i TNI/Polri

Wiraswasta Lain-lain

Lampiran 3

KUESIONER PENELITIAN

Mohon dengan hormat untuk menjawab semua pertanyaan sesuai dengan pendapat ibu/bapak/saudara, dengan cara memberi tanda *checklist* (√) pada kolom jawaban yang dianggap sesuai. Berikut ini disajikan pertanyaan dengan lima kategori pilihan:

1. Sangat Tidak Baik (STB)
2. Tidak Baik (TB)
3. Cukup Baik (CB)
4. Baik (B)
5. Sangat Baik (SB)

A. Kualitas Layanan (X)

| No | Pernyataan | Pilihan Jawaban | | | | |
|--|---|-----------------|----|----|---|----|
| | | STB | TB | CB | B | SB |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <i>Tangible (berwujud)</i> | | | | | | |
| 1. | Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi menyediakan area parkir yang luas | | | | | |
| 2. | Karyawan Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi memakai seragam yang rapi | | | | | |
| 3. | Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi menyediakan pandopo/tempat istirahat | | | | | |
| 4. | Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi menyediakan wahana naik gajah | | | | | |
| <i>Empathy (Empati)</i> | | | | | | |
| 5. | Karyawan Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi sangat memperhatikan kebutuhan pengunjung | | | | | |
| 6. | Karyawan Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik terhadap pengunjung | | | | | |
| <i>Responsiveness (cepat tanggap)</i> | | | | | | |

| | | | | | | |
|--------------------------------|---|--|--|--|--|--|
| 7. | Kemampuan karyawan cepat tanggap terhadap kesulitan-kesulitan pengunjung yang datang pada Wisata Taman Rimba Zoo kota Jambi | | | | | |
| Reliability (keandalan) | | | | | | |
| 8. | Memiliki Keandalan dalam memberikan pelayanan dengan segera pada pengunjung di Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi | | | | | |
| 9. | Pelayanan yang diberikan di Wisata taman Rimba Zoo Kota Jambi sesuai dengan janji yang ditawarkan | | | | | |
| Assurance (kepastian) | | | | | | |
| 10. | Pengunjung Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi merasa aman dan tenang dengan kunjungan yang mereka lakukan | | | | | |

B. Kepuasan Pengunjung (Y)

| No | Pernyataan | Pilihan Jawaban | | | | |
|-----------------------------------|---|-----------------|----|----|---|----|
| | | STB | TB | CB | B | SB |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 1. | Pelayanan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan | | | | | |
| 2. | Fasilitas yang diberikan oleh Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi sesuai atau melebihi yang diharapkan | | | | | |
| Minat Berkunjung Kembali | | | | | | |
| 3. | Berminat berkunjung kembali ke Wisata Taman Rimba Zoo Kota Jambi karena tiket masuk yang relatif murah | | | | | |
| 4. | Berminat berwisata kembali ke Taman Rimba Zoo Kota Jambi karena fasilitas penunjang yang disediakan yaitu adanya perpustakaan tentang satwa | | | | | |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 5. | Menyarankan kerabat atau teman untuk bewisata ke Taman Rimba Zoo Kota Jambi karena fasilitas yang disediakan | | | | | |
| 6. | Menyarankan kerabat atau teman untuk bewisata ke Taman Rimba Zoo Kota Jambi karena sebagai sarana wisata edukatif bagi anak-anak | | | | | |

Lampiran 4

Data Asli Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel

Kualitas Pelayanan (X)

| Responden | Pernyataan | | | | | | | | | |
|-----------|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 |
| 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 6 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 7 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 8 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 |
| 9 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 |
| 10 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 11 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 |
| 12 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 13 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 |
| 14 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 |
| 15 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 16 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 |
| 17 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 18 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 |
| 19 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 |
| 20 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 |
| 21 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 22 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 23 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 24 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| 25 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 26 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 27 | 2 | 2 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 28 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| 29 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 30 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 31 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 |

| | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 32 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 |
| 33 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 34 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 35 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 36 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| 37 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 |
| 38 | 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 |
| 39 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 40 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 |
| 41 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 |
| 42 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| 43 | 5 | 2 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 44 | 3 | 4 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 45 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| 47 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 48 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 |
| 49 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 |
| 50 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 |
| 51 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 52 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 53 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 |
| 54 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 |
| 55 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 56 | 2 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 57 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 6 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 58 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 |
| 59 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 60 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 61 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 62 | 2 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 63 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 64 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 |
| 65 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 66 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 |
| 67 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 68 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 69 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 70 | 2 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 |

| | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 71 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 72 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 73 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 |
| 74 | 3 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 |
| 75 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 76 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 77 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 78 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 |
| 79 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 |
| 80 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 |
| 81 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 82 | 5 | 2 | 2 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 83 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 84 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 85 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 |
| 86 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 87 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 88 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 89 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 90 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 91 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 92 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 |
| 93 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 |
| 94 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 95 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 96 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 97 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 98 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 99 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 100 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |

Lampiran 5

Data Asli Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel

Kepuasan Pengunjung (Y)

| Responden | Pernyataan | | | | | |
|-----------|------------|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 |
| 6 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 7 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 8 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 |
| 9 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 10 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 11 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 |
| 12 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 |
| 13 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 |
| 14 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 15 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 16 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 18 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 |
| 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 |
| 20 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 |
| 21 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| 22 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 |
| 23 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 24 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 25 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 |
| 26 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 |
| 27 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 28 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 29 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 30 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 31 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 |

| | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|
| 32 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 |
| 33 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 34 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 35 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 36 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 37 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 38 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 |
| 39 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 |
| 40 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 41 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 42 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 |
| 43 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 44 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 45 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 |
| 46 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 47 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 48 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 49 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 |
| 50 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 51 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 52 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 53 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 54 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 55 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 |
| 56 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 |
| 57 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 |
| 58 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 59 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| 60 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 61 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 |
| 62 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 |
| 63 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 64 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 65 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 66 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 67 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 68 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 69 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 |
| 70 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 |

| | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|
| 71 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 72 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 |
| 73 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 74 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 75 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 76 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 |
| 77 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| 78 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 79 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| 80 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 81 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 |
| 82 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 |
| 83 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 |
| 84 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 85 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 86 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 87 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 88 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 89 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 |
| 90 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 91 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| 92 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 93 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 94 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 95 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 |
| 96 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 97 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 98 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 99 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 100 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |

Lampiran 6

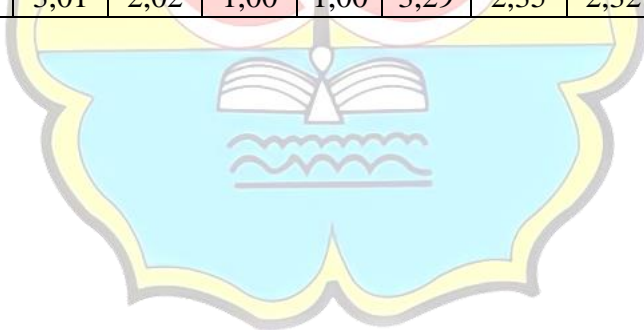
Hasil Transformasi Data dengan MSI Pada Variabel

Kualitas Pelayanan (X)

| Responden | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | Rata-rata |
|-----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-----------|
| 1 | 2,17 | 3,34 | 2,08 | 1,00 | 2,17 | 1,00 | 2,19 | 3,76 | 2,32 | 2,32 | 2,24 |
| 2 | 3,21 | 2,22 | 2,08 | 2,02 | 2,17 | 2,17 | 4,58 | 2,35 | 1,00 | 2,32 | 2,41 |
| 3 | 4,36 | 4,54 | 3,01 | 2,02 | 3,44 | 3,35 | 3,29 | 2,35 | 2,32 | 1,00 | 2,97 |
| 4 | 2,17 | 3,34 | 2,08 | 3,19 | 3,44 | 3,35 | 3,29 | 2,35 | 2,32 | 2,32 | 2,78 |
| 5 | 2,17 | 2,22 | 2,08 | 1,00 | 2,17 | 2,17 | 3,29 | 3,76 | 2,32 | 3,62 | 2,48 |
| 6 | 4,36 | 3,34 | 4,14 | 3,19 | 2,17 | 1,00 | 3,29 | 2,35 | 3,64 | 2,32 | 2,98 |
| 7 | 2,17 | 2,22 | 3,01 | 2,02 | 3,44 | 2,17 | 2,19 | 2,35 | 2,32 | 2,32 | 2,42 |
| 8 | 3,21 | 2,22 | 4,14 | 3,19 | 2,17 | 3,35 | 4,58 | 2,35 | 1,00 | 1,00 | 2,72 |
| 9 | 3,21 | 2,22 | 2,08 | 2,02 | 2,17 | 1,00 | 4,58 | 3,76 | 1,00 | 2,32 | 2,44 |
| 10 | 4,36 | 4,54 | 3,01 | 3,19 | 3,44 | 2,17 | 4,58 | 3,76 | 2,32 | 2,32 | 3,37 |
| 11 | 3,21 | 2,22 | 2,08 | 2,02 | 1,00 | 3,35 | 2,19 | 2,35 | 3,64 | 3,62 | 2,57 |
| 12 | 4,36 | 4,54 | 4,14 | 2,02 | 3,44 | 1,00 | 4,58 | 2,35 | 2,32 | 2,32 | 3,11 |
| 13 | 2,17 | 3,34 | 3,01 | 3,19 | 2,17 | 2,17 | 4,58 | 3,76 | 1,00 | 2,32 | 2,77 |
| 14 | 3,21 | 2,22 | 2,08 | 3,19 | 2,17 | 3,35 | 4,58 | 3,76 | 2,32 | 1,00 | 2,79 |
| 15 | 2,17 | 2,22 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 3,35 | 3,29 | 2,35 | 2,32 | 2,32 | 2,10 |
| 16 | 3,21 | 3,34 | 4,14 | 3,19 | 2,17 | 3,35 | 4,58 | 3,76 | 1,00 | 2,32 | 3,11 |
| 17 | 3,21 | 3,34 | 4,14 | 3,19 | 3,44 | 2,17 | 4,58 | 2,35 | 1,00 | 2,32 | 2,97 |
| 18 | 4,36 | 4,54 | 3,01 | 3,19 | 3,44 | 1,00 | 3,29 | 2,35 | 1,00 | 3,62 | 2,98 |
| 19 | 3,21 | 3,34 | 3,01 | 3,19 | 3,44 | 2,17 | 4,58 | 3,76 | 1,00 | 2,32 | 3,00 |
| 20 | 2,17 | 2,22 | 3,01 | 3,19 | 1,00 | 3,35 | 4,58 | 2,35 | 1,00 | 1,00 | 2,39 |
| 21 | 2,17 | 4,54 | 2,08 | 2,02 | 1,00 | 3,35 | 4,58 | 3,76 | 2,32 | 2,32 | 2,81 |
| 22 | 3,21 | 3,34 | 3,01 | 3,19 | 3,44 | 2,17 | 3,29 | 3,76 | 3,64 | 3,62 | 3,27 |
| 23 | 4,36 | 3,34 | 2,08 | 3,19 | 3,44 | 1,00 | 4,58 | 2,35 | 2,32 | 2,32 | 2,90 |
| 24 | 4,36 | 3,34 | 3,01 | 2,02 | 3,44 | 2,17 | 4,58 | 2,35 | 2,32 | 1,00 | 2,86 |
| 25 | 3,21 | 2,22 | 4,14 | 2,02 | 3,44 | 3,35 | 3,29 | 3,76 | 2,32 | 2,32 | 3,01 |
| 26 | 4,36 | 4,54 | 4,14 | 2,02 | 3,44 | 1,00 | 4,58 | 2,35 | 2,32 | 3,62 | 3,24 |
| 27 | 1,00 | 1,00 | 4,14 | 1,00 | 2,17 | 2,17 | 2,19 | 2,35 | 1,00 | 1,00 | 1,80 |
| 28 | 3,21 | 3,34 | 4,14 | 3,19 | 3,44 | 3,35 | 3,29 | 3,76 | 1,00 | 2,32 | 3,10 |
| 29 | 1,00 | 2,22 | 2,08 | 1,00 | 3,44 | 3,35 | 3,29 | 2,35 | 2,32 | 2,32 | 2,34 |
| 30 | 2,17 | 3,34 | 4,14 | 1,00 | 2,17 | 2,17 | 4,58 | 2,35 | 2,32 | 2,32 | 2,65 |
| 31 | 4,36 | 4,54 | 4,14 | 3,19 | 3,44 | 1,00 | 3,29 | 3,76 | 3,64 | 3,62 | 3,50 |
| 32 | 3,21 | 4,54 | 4,14 | 3,19 | 3,44 | 2,17 | 3,29 | 3,76 | 1,00 | 1,00 | 2,97 |
| 33 | 4,36 | 3,34 | 4,14 | 3,19 | 1,00 | 2,17 | 3,29 | 2,35 | 2,32 | 2,32 | 2,85 |
| 34 | 3,21 | 2,22 | 2,08 | 2,02 | 2,17 | 3,35 | 3,29 | 2,35 | 3,64 | 2,32 | 2,66 |
| 35 | 3,21 | 3,34 | 4,14 | 2,02 | 3,44 | 2,17 | 3,29 | 2,35 | 2,32 | 1,00 | 2,73 |
| 36 | 3,21 | 2,22 | 4,14 | 2,02 | 3,44 | 3,35 | 4,58 | 2,35 | 2,32 | 1,00 | 2,86 |

| | | | | | | | | | | | |
|----|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 37 | 2,17 | 2,22 | 2,08 | 2,02 | 2,17 | 1,00 | 2,19 | 3,76 | 2,32 | 1,00 | 2,09 |
| 38 | 3,21 | 1,00 | 2,08 | 2,02 | 3,44 | 2,17 | 4,58 | 3,76 | 3,64 | 1,00 | 2,69 |
| 39 | 1,00 | 1,00 | 3,01 | 1,00 | 2,17 | 2,17 | 3,29 | 3,76 | 3,64 | 2,32 | 2,34 |
| 40 | 2,17 | 2,22 | 2,08 | 1,00 | 3,44 | 1,00 | 4,58 | 3,76 | 1,00 | 2,32 | 2,36 |
| 41 | 3,21 | 2,22 | 2,08 | 1,00 | 3,44 | 1,00 | 3,29 | 3,76 | 1,00 | 1,00 | 2,20 |
| 42 | 3,21 | 2,22 | 3,01 | 2,02 | 2,17 | 2,17 | 4,58 | 2,35 | 2,32 | 1,00 | 2,50 |
| 43 | 4,36 | 1,00 | 4,14 | 3,19 | 1,00 | 1,00 | 3,29 | 2,35 | 3,64 | 2,32 | 2,63 |
| 44 | 2,17 | 3,34 | 1,00 | 3,19 | 2,17 | 1,00 | 3,29 | 3,76 | 2,32 | 2,32 | 2,46 |
| 45 | 4,36 | 3,34 | 4,14 | 3,19 | 3,44 | 2,17 | 4,58 | 2,35 | 1,00 | 1,00 | 2,96 |
| 46 | 3,21 | 3,34 | 3,01 | 3,19 | 2,17 | 2,17 | 3,29 | 3,76 | 1,00 | 2,32 | 2,75 |
| 47 | 2,17 | 2,22 | 4,14 | 3,19 | 3,44 | 3,35 | 4,58 | 2,35 | 2,32 | 3,62 | 3,14 |
| 48 | 2,17 | 2,22 | 2,08 | 2,02 | 2,17 | 3,35 | 4,58 | 1,00 | 2,32 | 3,62 | 2,55 |
| 49 | 3,21 | 2,22 | 3,01 | 3,19 | 2,17 | 1,00 | 4,58 | 1,00 | 3,64 | 2,32 | 2,63 |
| 50 | 2,17 | 2,22 | 4,14 | 3,19 | 3,44 | 2,17 | 4,58 | 2,35 | 3,64 | 1,00 | 2,89 |
| 51 | 4,36 | 2,22 | 2,08 | 2,02 | 2,17 | 3,35 | 4,58 | 3,76 | 2,32 | 2,32 | 2,92 |
| 52 | 3,21 | 2,22 | 4,14 | 2,02 | 2,17 | 3,35 | 4,58 | 3,76 | 2,32 | 2,32 | 3,01 |
| 53 | 2,17 | 2,22 | 4,14 | 3,19 | 1,00 | 2,17 | 2,19 | 3,76 | 1,00 | 2,32 | 2,42 |
| 54 | 3,21 | 4,54 | 4,14 | 3,19 | 2,17 | 3,35 | 4,58 | 3,76 | 2,32 | 1,00 | 3,23 |
| 55 | 2,17 | 4,54 | 4,14 | 3,19 | 3,44 | 1,00 | 3,29 | 3,76 | 3,64 | 3,62 | 3,28 |
| 56 | 1,00 | 3,34 | 4,14 | 1,00 | 3,44 | 2,17 | 3,29 | 2,35 | 2,32 | 3,62 | 2,67 |
| 57 | 3,21 | 3,34 | 2,08 | 2,02 | 2,17 | 6,00 | 4,58 | 3,76 | 2,32 | 2,32 | 3,18 |
| 58 | 2,17 | 3,34 | 4,14 | 3,19 | 2,17 | 2,17 | 4,58 | 2,35 | 1,00 | 1,00 | 2,61 |
| 59 | 3,21 | 3,34 | 4,14 | 1,00 | 2,17 | 2,17 | 4,58 | 3,76 | 2,32 | 2,32 | 2,90 |
| 60 | 2,17 | 4,54 | 3,01 | 2,02 | 2,17 | 1,00 | 3,29 | 3,76 | 3,64 | 2,32 | 2,79 |
| 61 | 3,21 | 3,34 | 3,01 | 3,19 | 2,17 | 2,17 | 3,29 | 2,35 | 2,32 | 2,32 | 2,74 |
| 62 | 1,00 | 2,22 | 3,01 | 3,19 | 1,00 | 3,35 | 3,29 | 2,35 | 1,00 | 2,32 | 2,27 |
| 63 | 4,36 | 3,34 | 4,14 | 3,19 | 2,17 | 2,17 | 4,58 | 3,76 | 2,32 | 2,32 | 3,23 |
| 64 | 3,21 | 4,54 | 3,01 | 3,19 | 2,17 | 3,35 | 4,58 | 3,76 | 2,32 | 1,00 | 3,11 |
| 65 | 4,36 | 3,34 | 3,01 | 3,19 | 2,17 | 1,00 | 4,58 | 2,35 | 3,64 | 2,32 | 3,00 |
| 66 | 2,17 | 3,34 | 3,01 | 2,02 | 2,17 | 3,35 | 4,58 | 3,76 | 2,32 | 1,00 | 2,77 |
| 67 | 3,21 | 3,34 | 2,08 | 3,19 | 3,44 | 3,35 | 3,29 | 2,35 | 2,32 | 2,32 | 2,89 |
| 68 | 3,21 | 3,34 | 3,01 | 1,00 | 3,44 | 3,35 | 4,58 | 3,76 | 2,32 | 3,62 | 3,16 |
| 69 | 2,17 | 2,22 | 4,14 | 3,19 | 3,44 | 2,17 | 4,58 | 2,35 | 3,64 | 2,32 | 3,02 |
| 70 | 1,00 | 4,54 | 3,01 | 1,00 | 3,44 | 1,00 | 3,29 | 3,76 | 1,00 | 2,32 | 2,44 |
| 71 | 2,17 | 2,22 | 3,01 | 1,00 | 3,44 | 1,00 | 2,19 | 1,00 | 2,32 | 3,62 | 2,20 |
| 72 | 3,21 | 3,34 | 4,14 | 3,19 | 1,00 | 3,35 | 3,29 | 2,35 | 2,32 | 2,32 | 2,85 |
| 73 | 3,21 | 3,34 | 1,00 | 2,02 | 3,44 | 2,17 | 2,19 | 3,76 | 1,00 | 2,32 | 2,44 |
| 74 | 2,17 | 1,00 | 3,01 | 2,02 | 3,44 | 3,35 | 4,58 | 3,76 | 2,32 | 1,00 | 2,66 |
| 75 | 2,17 | 3,34 | 4,14 | 3,19 | 3,44 | 3,35 | 3,29 | 2,35 | 2,32 | 1,00 | 2,86 |
| 76 | 3,21 | 3,34 | 3,01 | 3,19 | 2,17 | 2,17 | 3,29 | 3,76 | 2,32 | 2,32 | 2,88 |
| 77 | 4,36 | 2,22 | 3,01 | 3,19 | 3,44 | 2,17 | 4,58 | 3,76 | 2,32 | 3,62 | 3,27 |

| | | | | | | | | | | | |
|-----|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 78 | 3,21 | 2,22 | 3,01 | 2,02 | 2,17 | 3,35 | 3,29 | 3,76 | 1,00 | 3,62 | 2,76 |
| 79 | 4,36 | 4,54 | 2,08 | 3,19 | 1,00 | 2,17 | 2,19 | 3,76 | 1,00 | 2,32 | 2,66 |
| 80 | 2,17 | 2,22 | 3,01 | 2,02 | 3,44 | 1,00 | 2,19 | 3,76 | 2,32 | 2,32 | 2,44 |
| 81 | 2,17 | 2,22 | 3,01 | 2,02 | 3,44 | 3,35 | 3,29 | 3,76 | 3,64 | 3,62 | 3,05 |
| 82 | 4,36 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 3,44 | 1,00 | 4,58 | 3,76 | 3,64 | 2,32 | 2,61 |
| 83 | 3,21 | 2,22 | 4,14 | 3,19 | 2,17 | 2,17 | 3,29 | 2,35 | 2,32 | 1,00 | 2,60 |
| 84 | 2,17 | 2,22 | 2,08 | 3,19 | 2,17 | 1,00 | 2,19 | 1,00 | 2,32 | 1,00 | 1,93 |
| 85 | 2,17 | 2,22 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 2,35 | 1,00 | 2,32 | 1,50 |
| 86 | 2,17 | 2,22 | 3,01 | 3,19 | 2,17 | 2,17 | 3,29 | 2,35 | 2,32 | 1,00 | 2,39 |
| 87 | 2,17 | 3,34 | 3,01 | 1,00 | 2,17 | 2,17 | 3,29 | 1,00 | 2,32 | 2,32 | 2,28 |
| 88 | 3,21 | 3,34 | 3,01 | 2,02 | 1,00 | 1,00 | 3,29 | 3,76 | 2,32 | 2,32 | 2,53 |
| 89 | 4,36 | 3,34 | 3,01 | 3,19 | 3,44 | 2,17 | 2,19 | 1,00 | 3,64 | 3,62 | 3,00 |
| 90 | 2,17 | 3,34 | 4,14 | 2,02 | 2,17 | 1,00 | 2,19 | 1,00 | 3,64 | 3,62 | 2,53 |
| 91 | 3,21 | 3,34 | 3,01 | 1,00 | 1,00 | 2,17 | 3,29 | 2,35 | 3,64 | 2,32 | 2,53 |
| 92 | 3,21 | 3,34 | 2,08 | 2,02 | 3,44 | 1,00 | 3,29 | 3,76 | 2,32 | 1,00 | 2,55 |
| 93 | 3,21 | 3,34 | 3,01 | 1,00 | 1,00 | 2,17 | 2,19 | 3,76 | 2,32 | 1,00 | 2,30 |
| 94 | 3,21 | 4,54 | 4,14 | 3,19 | 1,00 | 3,35 | 4,58 | 2,35 | 3,64 | 2,32 | 3,23 |
| 95 | 3,21 | 3,34 | 2,08 | 3,19 | 2,17 | 3,35 | 3,29 | 2,35 | 3,64 | 3,62 | 3,02 |
| 96 | 3,21 | 3,34 | 2,08 | 1,00 | 1,00 | 2,17 | 4,58 | 2,35 | 3,64 | 3,62 | 2,70 |
| 97 | 4,36 | 3,34 | 2,08 | 1,00 | 2,17 | 2,17 | 3,29 | 2,35 | 2,32 | 2,32 | 2,54 |
| 98 | 3,21 | 3,34 | 3,01 | 1,00 | 2,17 | 2,17 | 4,58 | 2,35 | 2,32 | 2,32 | 2,65 |
| 99 | 4,36 | 3,34 | 4,14 | 3,19 | 2,17 | 2,17 | 3,29 | 3,76 | 2,32 | 3,62 | 3,24 |
| 100 | 2,17 | 3,34 | 3,01 | 2,02 | 1,00 | 1,00 | 3,29 | 2,35 | 2,32 | 1,00 | 2,15 |



Lampiran 7

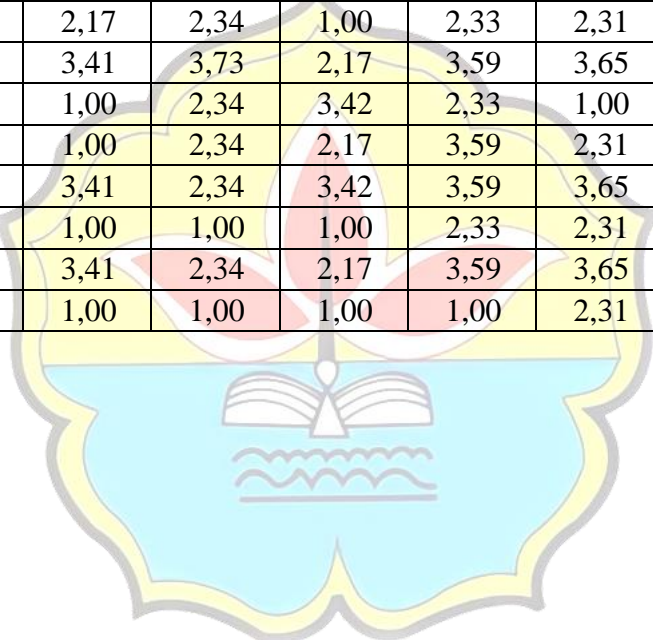
Hasil Transformasi Data dengan MSI Pada Variabel

Kepuasan Pengunjung (Y)

| Responden | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Rata-rata |
|-----------|------|------|------|------|------|------|-----------|
| 1 | 2,22 | 1,00 | 2,34 | 2,17 | 1,00 | 2,31 | 1,84 |
| 2 | 2,22 | 2,17 | 2,34 | 2,17 | 1,00 | 2,31 | 2,04 |
| 3 | 3,51 | 2,17 | 2,34 | 2,17 | 2,33 | 1,00 | 2,25 |
| 4 | 2,22 | 1,00 | 1,00 | 2,17 | 2,33 | 1,00 | 1,62 |
| 5 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 3,42 | 2,33 | 1,00 | 1,62 |
| 6 | 2,22 | 2,17 | 2,34 | 3,42 | 2,33 | 2,31 | 2,47 |
| 7 | 3,51 | 2,17 | 2,34 | 3,42 | 2,33 | 2,31 | 2,68 |
| 8 | 2,22 | 2,17 | 3,73 | 3,42 | 1,00 | 2,31 | 2,48 |
| 9 | 2,22 | 3,41 | 3,73 | 2,17 | 2,33 | 2,31 | 2,69 |
| 10 | 3,51 | 2,17 | 2,34 | 1,00 | 2,33 | 2,31 | 2,28 |
| 11 | 2,22 | 2,17 | 2,34 | 1,00 | 2,33 | 3,65 | 2,28 |
| 12 | 3,51 | 1,00 | 3,73 | 1,00 | 2,33 | 3,65 | 2,54 |
| 13 | 2,22 | 3,41 | 2,34 | 1,00 | 2,33 | 3,65 | 2,49 |
| 14 | 1,00 | 2,17 | 3,73 | 2,17 | 2,33 | 2,31 | 2,29 |
| 15 | 2,22 | 1,00 | 2,34 | 3,42 | 2,33 | 2,31 | 2,27 |
| 16 | 3,51 | 1,00 | 3,73 | 2,17 | 2,33 | 1,00 | 2,29 |
| 17 | 2,22 | 2,17 | 2,34 | 3,42 | 3,59 | 2,31 | 2,68 |
| 18 | 1,00 | 3,41 | 3,73 | 3,42 | 1,00 | 2,31 | 2,48 |
| 19 | 2,22 | 2,17 | 2,34 | 2,17 | 1,00 | 3,65 | 2,26 |
| 20 | 3,51 | 1,00 | 3,73 | 3,42 | 1,00 | 2,31 | 2,49 |
| 21 | 3,51 | 2,17 | 2,34 | 3,42 | 1,00 | 2,31 | 2,46 |
| 22 | 2,22 | 3,41 | 3,73 | 3,42 | 1,00 | 2,31 | 2,68 |
| 23 | 3,51 | 1,00 | 2,34 | 3,42 | 2,33 | 3,65 | 2,71 |
| 24 | 1,00 | 2,17 | 3,73 | 2,17 | 2,33 | 2,31 | 2,29 |
| 25 | 2,22 | 3,41 | 3,73 | 1,00 | 3,59 | 2,31 | 2,71 |
| 26 | 3,51 | 2,17 | 3,73 | 2,17 | 3,59 | 1,00 | 2,70 |
| 27 | 2,22 | 2,17 | 3,73 | 2,17 | 3,59 | 2,31 | 2,70 |
| 28 | 1,00 | 1,00 | 3,73 | 3,42 | 2,33 | 3,65 | 2,52 |
| 29 | 2,22 | 2,17 | 3,73 | 3,42 | 2,33 | 3,65 | 2,92 |
| 30 | 3,51 | 3,41 | 3,73 | 3,42 | 1,00 | 3,65 | 3,12 |
| 31 | 2,22 | 2,17 | 3,73 | 3,42 | 1,00 | 2,31 | 2,48 |
| 32 | 3,51 | 3,41 | 3,73 | 3,42 | 1,00 | 2,31 | 2,90 |
| 33 | 1,00 | 3,41 | 3,73 | 3,42 | 2,33 | 3,65 | 2,92 |
| 34 | 2,22 | 2,17 | 2,34 | 1,00 | 2,33 | 2,31 | 2,06 |
| 35 | 3,51 | 3,41 | 2,34 | 1,00 | 2,33 | 1,00 | 2,27 |
| 36 | 2,22 | 2,17 | 2,34 | 2,17 | 2,33 | 2,31 | 2,26 |

| | | | | | | | |
|----|------|------|------|------|------|------|------|
| 37 | 3,51 | 3,41 | 2,34 | 2,17 | 2,33 | 3,65 | 2,90 |
| 38 | 2,22 | 2,17 | 3,73 | 2,17 | 1,00 | 3,65 | 2,49 |
| 39 | 2,22 | 2,17 | 1,00 | 3,42 | 1,00 | 3,65 | 2,24 |
| 40 | 3,51 | 1,00 | 2,34 | 3,42 | 2,33 | 2,31 | 2,49 |
| 41 | 2,22 | 1,00 | 2,34 | 3,42 | 2,33 | 3,65 | 2,49 |
| 42 | 1,00 | 2,17 | 2,34 | 1,00 | 3,59 | 2,31 | 2,07 |
| 43 | 1,00 | 3,41 | 2,34 | 2,17 | 3,59 | 3,65 | 2,70 |
| 44 | 2,22 | 2,17 | 2,34 | 3,42 | 2,33 | 2,31 | 2,47 |
| 45 | 3,51 | 3,41 | 3,73 | 2,17 | 1,00 | 3,65 | 2,91 |
| 46 | 3,51 | 3,41 | 3,73 | 2,17 | 3,59 | 2,31 | 3,12 |
| 47 | 2,22 | 3,41 | 3,73 | 2,17 | 2,33 | 3,65 | 2,92 |
| 48 | 3,51 | 3,41 | 3,73 | 3,42 | 3,59 | 2,31 | 3,33 |
| 49 | 2,22 | 3,41 | 3,73 | 2,17 | 3,59 | 1,00 | 2,69 |
| 50 | 3,51 | 3,41 | 2,34 | 2,17 | 1,00 | 1,00 | 2,24 |
| 51 | 2,22 | 3,41 | 2,34 | 2,17 | 2,33 | 1,00 | 2,25 |
| 52 | 3,51 | 3,41 | 3,73 | 2,17 | 2,33 | 2,31 | 2,91 |
| 53 | 3,51 | 2,17 | 2,34 | 2,17 | 2,33 | 3,65 | 2,70 |
| 54 | 3,51 | 2,17 | 2,34 | 2,17 | 2,33 | 3,65 | 2,70 |
| 55 | 3,51 | 2,17 | 3,73 | 3,42 | 1,00 | 1,00 | 2,47 |
| 56 | 2,22 | 2,17 | 2,34 | 3,42 | 2,33 | 1,00 | 2,25 |
| 57 | 2,22 | 3,41 | 1,00 | 3,42 | 2,33 | 2,31 | 2,45 |
| 58 | 3,51 | 2,17 | 2,34 | 2,17 | 1,00 | 2,31 | 2,25 |
| 59 | 3,51 | 2,17 | 2,34 | 3,42 | 1,00 | 2,31 | 2,46 |
| 60 | 3,51 | 3,41 | 2,34 | 3,42 | 2,33 | 2,31 | 2,89 |
| 61 | 2,22 | 3,41 | 3,73 | 3,42 | 2,33 | 1,00 | 2,68 |
| 62 | 3,51 | 1,00 | 3,73 | 1,00 | 3,59 | 2,31 | 2,52 |
| 63 | 1,00 | 2,17 | 3,73 | 2,17 | 1,00 | 2,31 | 2,06 |
| 64 | 1,00 | 3,41 | 3,73 | 2,17 | 2,33 | 3,65 | 2,71 |
| 65 | 2,22 | 2,17 | 2,34 | 3,42 | 2,33 | 2,31 | 2,47 |
| 66 | 3,51 | 2,17 | 2,34 | 2,17 | 2,33 | 2,31 | 2,47 |
| 67 | 2,22 | 2,17 | 2,34 | 2,17 | 2,33 | 3,65 | 2,48 |
| 68 | 3,51 | 2,17 | 2,34 | 1,00 | 1,00 | 2,31 | 2,06 |
| 69 | 2,22 | 3,41 | 2,34 | 2,17 | 1,00 | 3,65 | 2,47 |
| 70 | 2,22 | 2,17 | 3,73 | 3,42 | 1,00 | 2,31 | 2,48 |
| 71 | 3,51 | 1,00 | 3,73 | 3,42 | 2,33 | 2,31 | 2,72 |
| 72 | 3,51 | 2,17 | 2,34 | 3,42 | 2,33 | 1,00 | 2,46 |
| 73 | 2,22 | 3,41 | 2,34 | 2,17 | 2,33 | 2,31 | 2,46 |
| 74 | 1,00 | 3,41 | 1,00 | 1,00 | 2,33 | 2,31 | 1,84 |
| 75 | 2,22 | 3,41 | 2,34 | 2,17 | 2,33 | 3,65 | 2,69 |
| 76 | 3,51 | 3,41 | 3,73 | 2,17 | 1,00 | 3,65 | 2,91 |
| 77 | 2,22 | 3,41 | 2,34 | 3,42 | 1,00 | 2,31 | 2,45 |

| | | | | | | | |
|-----|------|------|------|------|------|------|------|
| 78 | 3,51 | 2,17 | 2,34 | 1,00 | 1,00 | 2,31 | 2,06 |
| 79 | 3,51 | 3,41 | 1,00 | 3,42 | 1,00 | 1,00 | 2,22 |
| 80 | 3,51 | 2,17 | 2,34 | 2,17 | 1,00 | 2,31 | 2,25 |
| 81 | 1,00 | 3,41 | 3,73 | 2,17 | 1,00 | 3,65 | 2,49 |
| 82 | 2,22 | 2,17 | 2,34 | 2,17 | 1,00 | 3,65 | 2,26 |
| 83 | 3,51 | 3,41 | 3,73 | 1,00 | 2,33 | 3,65 | 2,94 |
| 84 | 3,51 | 2,17 | 2,34 | 2,17 | 2,33 | 2,31 | 2,47 |
| 85 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 2,31 | 1,22 |
| 86 | 1,00 | 1,00 | 2,34 | 2,17 | 1,00 | 2,31 | 1,64 |
| 87 | 2,22 | 3,41 | 3,73 | 2,17 | 2,33 | 3,65 | 2,92 |
| 88 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 |
| 89 | 3,51 | 2,17 | 1,00 | 1,00 | 3,59 | 2,31 | 2,26 |
| 90 | 2,22 | 2,17 | 2,34 | 2,17 | 1,00 | 2,31 | 2,04 |
| 91 | 2,22 | 1,00 | 2,34 | 3,42 | 1,00 | 2,31 | 2,05 |
| 92 | 2,22 | 2,17 | 2,34 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,62 |
| 93 | 1,00 | 2,17 | 2,34 | 1,00 | 2,33 | 2,31 | 1,86 |
| 94 | 2,22 | 3,41 | 3,73 | 2,17 | 3,59 | 3,65 | 3,13 |
| 95 | 1,00 | 1,00 | 2,34 | 3,42 | 2,33 | 1,00 | 1,85 |
| 96 | 2,22 | 1,00 | 2,34 | 2,17 | 3,59 | 2,31 | 2,27 |
| 97 | 2,22 | 3,41 | 2,34 | 3,42 | 3,59 | 3,65 | 3,11 |
| 98 | 2,22 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 2,33 | 2,31 | 1,64 |
| 99 | 2,22 | 3,41 | 2,34 | 2,17 | 3,59 | 3,65 | 2,90 |
| 100 | 2,22 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 2,31 | 1,42 |

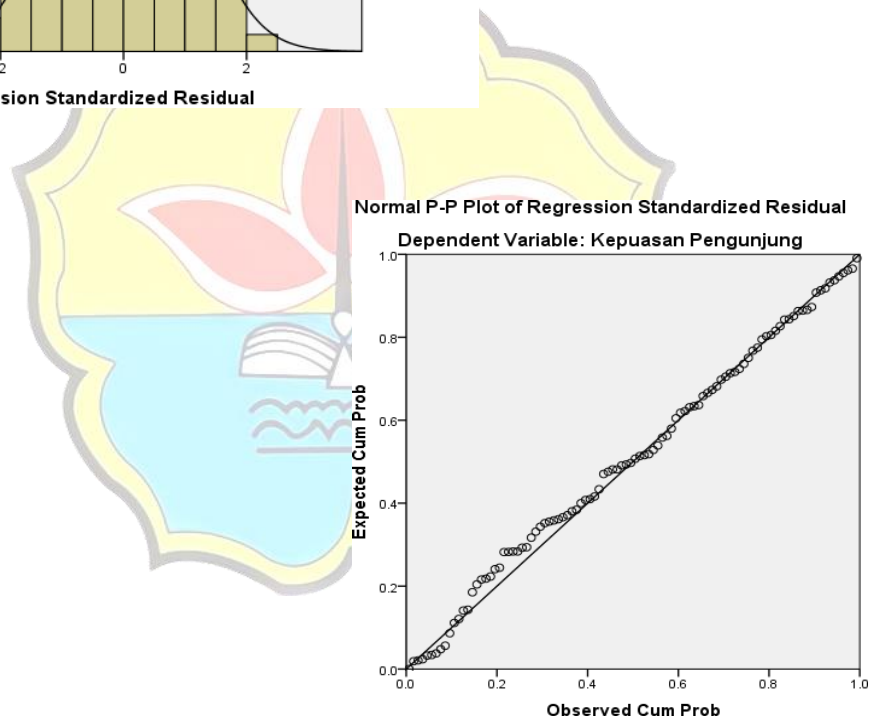
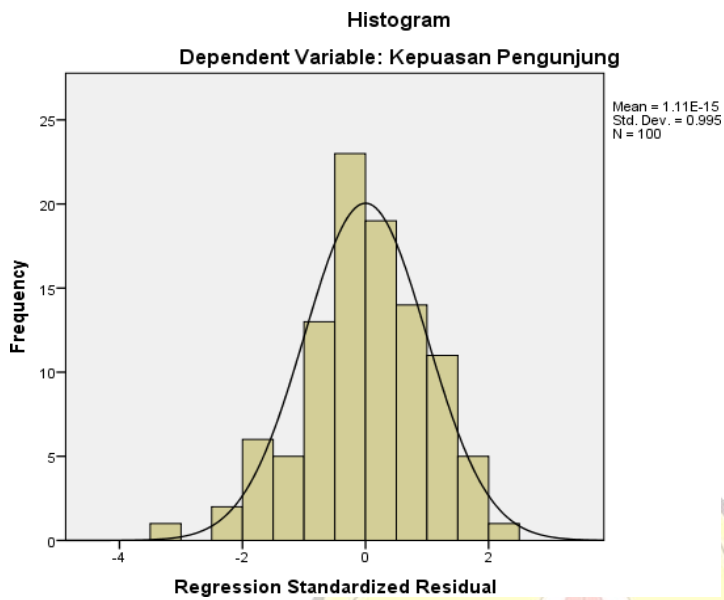


Lampiran 8

HASIL PERHITUNGAN

1. Uji Normalitas

a. Grafik



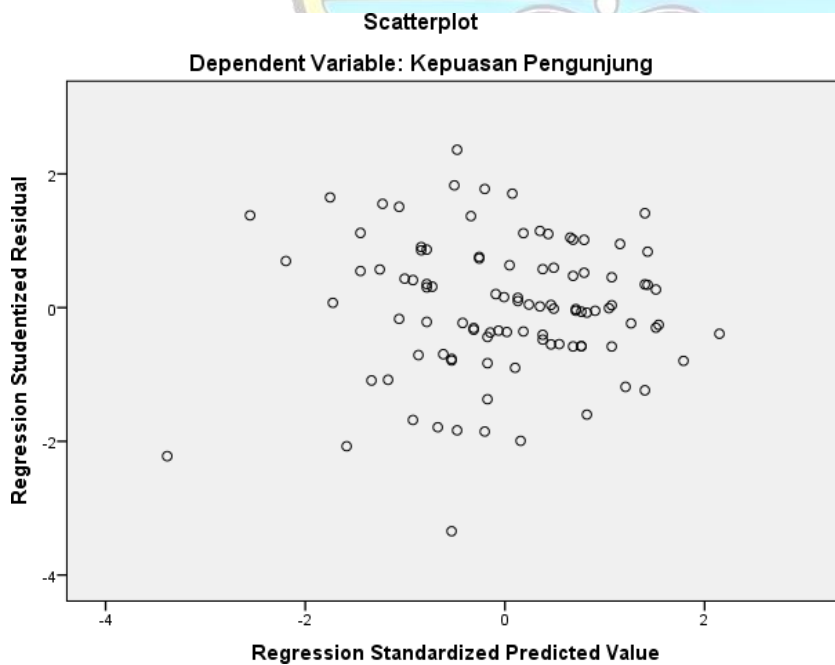
b. Statistik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | KualitasPelayan | KepuasanPengunjung |
|----------------------------------|----------------|---------------------|--------------------|
| N | | 100 | 100 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | 2.7233 | 2.4168 |
| | Std. Deviation | .36158 | .42045 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .057 | .131 |
| | Positive | .042 | .071 |
| | Negative | -.057 | -.131 |
| Test Statistic | | .057 | .131 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200 ^{c,d} | .000 ^c |

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

2. Uji Heterokedastisitas



3. Persamaan Regresi

Variables Entered/Removed^a

| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
|-------|--------------------------------|-------------------|--------|
| 1 | KualitasPelayanan ^b | | Enter |

- a. Dependent Variable: KepuasanPengunjung
 b. All requested variables entered.

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .243 ^a | .059 | .049 | .40997 |

- a. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan
 b. Dependent Variable: KepuasanPengunjung

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| 1 | Regression | 1.030 | 1 | 1.030 | 6.129 | .015 ^b |
| | Residual | 16.471 | 98 | .168 | | |
| | Total | 17.501 | 99 | | | |

- a. Dependent Variable: KepuasanPengunjung
 b. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 1.648 | .313 | | 5.266 | .000 |
| | KualitasPelayanan | .282 | .114 | .243 | 2.476 | .015 |

- a. Dependent Variable: KepuasanPengunjung

Residuals Statistics^a

| | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation | N |
|-----------------------------------|----------|---------|---------|----------------|-----|
| Predicted Value | 2.0717 | 2.6359 | 2.4168 | .10201 | 100 |
| Std. Predicted Value | -3.383 | 2.148 | .000 | 1.000 | 100 |
| Standard Error of Predicted Value | .041 | .145 | .055 | .017 | 100 |
| Adjusted Predicted Value | 2.1117 | 2.6453 | 2.4173 | .10116 | 100 |
| Residual | -1.36227 | .96209 | .00000 | .40789 | 100 |
| Std. Residual | -3.323 | 2.347 | .000 | .995 | 100 |
| Stud. Residual | -3.345 | 2.361 | -.001 | 1.007 | 100 |
| Deleted Residual | -1.38005 | .97409 | -.00054 | .41807 | 100 |
| Stud. Deleted Residual | -3.535 | 2.419 | -.003 | 1.021 | 100 |
| Mahal. Distance | .000 | 11.446 | .990 | 1.541 | 100 |
| Cook's Distance | .000 | .355 | .013 | .038 | 100 |
| Centered Leverage Value | .000 | .116 | .010 | .016 | 100 |

a. Dependent Variable: KepuasanPengunjung



Correlations

| | | X_1 | X_2 | X_3 | X_4 | X_5 | X_6 | X_7 | X_8 | X_9 | X_10 | RATA2 |
|-----|---------------------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|-------|-------|-------|--------|
| X_1 | Pearson Correlation | 1 | .289** | .079 | .308** | .076 | -.086 | .242* | .055 | .118 | .079 | .547** |
| | Sig. (2-tailed) | | .004 | .437 | .002 | .451 | .397 | .015 | .587 | .244 | .435 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X_2 | Pearson Correlation | .289** | 1 | .203* | .225* | .049 | -.070 | .053 | .096 | -.052 | .125 | .488** |
| | Sig. (2-tailed) | .004 | | .043 | .024 | .628 | .490 | .597 | .340 | .610 | .214 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X_3 | Pearson Correlation | .079 | .203* | 1 | .334** | .112 | .043 | .186 | -.105 | .016 | -.052 | .462** |
| | Sig. (2-tailed) | .437 | .043 | | .001 | .266 | .673 | .064 | .297 | .877 | .605 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X_4 | Pearson Correlation | .308** | .225* | .334** | 1 | .031 | .105 | .152 | -.025 | -.031 | -.075 | .508** |
| | Sig. (2-tailed) | .002 | .024 | .001 | | .760 | .300 | .131 | .806 | .760 | .460 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X_5 | Pearson Correlation | .076 | .049 | .112 | .031 | 1 | -.097 | .153 | .077 | -.010 | .055 | .358** |
| | Sig. (2-tailed) | .451 | .628 | .266 | .760 | | .337 | .128 | .449 | .918 | .585 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X_6 | Pearson Correlation | -.086 | -.070 | .043 | .105 | -.097 | 1 | .266** | .064 | -.069 | -.062 | .289** |
| | Sig. (2-tailed) | .397 | .490 | .673 | .300 | .337 | | .007 | .529 | .497 | .539 | .004 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X_7 | Pearson Correlation | .242* | .053 | .186 | .152 | .153 | .266** | 1 | .109 | .005 | -.126 | .514** |
| | Sig. (2-tailed) | .015 | .597 | .064 | .131 | .128 | .007 | | .282 | .964 | .211 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X_8 | Pearson Correlation | .055 | .096 | -.105 | -.025 | .077 | .064 | .109 | 1 | -.195 | -.049 | .248* |
| | Sig. (2-tailed) | .587 | .340 | .297 | .806 | .449 | .529 | .282 | | .052 | .631 | .013 |

| | | | | | | | | | | | | |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X_9 | Pearson Correlation | .118 | -.052 | .016 | -.031 | -.010 | -.069 | .005 | -.195 | 1 | .256* | .260** |
| | Sig. (2-tailed) | .244 | .610 | .877 | .760 | .918 | .497 | .964 | .052 | | .010 | .009 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X_10 | Pearson Correlation | .079 | .125 | -.052 | -.075 | .055 | -.062 | -.126 | -.049 | .256* | 1 | .289** |
| | Sig. (2-tailed) | .435 | .214 | .605 | .460 | .585 | .539 | .211 | .631 | .010 | | .004 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| RATA2 | Pearson Correlation | .547** | .488** | .462** | .508** | .358** | .289** | .514** | .248* | .260** | .289** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .004 | .000 | .013 | .009 | .004 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

| | | Y_1 | Y_2 | Y_3 | Y_4 | Y_5 | Y_6 | RATA2 |
|-----|---------------------|------|--------|--------|------|-------|-------|--------|
| Y_1 | Pearson Correlation | 1 | .054 | .083 | .048 | -.018 | -.078 | .387** |
| | Sig. (2-tailed) | | .595 | .413 | .634 | .861 | .443 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y_2 | Pearson Correlation | .054 | 1 | .276** | .004 | .102 | .204* | .583** |
| | Sig. (2-tailed) | .595 | | .005 | .966 | .313 | .042 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y_3 | Pearson Correlation | .083 | .276** | 1 | .176 | .076 | .198* | .640** |
| | Sig. (2-tailed) | .413 | .005 | | .080 | .451 | .048 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y_4 | Pearson Correlation | .048 | .004 | .176 | 1 | -.128 | -.048 | .375** |
| | Sig. (2-tailed) | .634 | .966 | .080 | | .206 | .636 | .000 |

| | | | | | | | | |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y_5 | Pearson Correlation | -.018 | .102 | .076 | -.128 | 1 | .017 | .372** |
| | Sig. (2-tailed) | .861 | .313 | .451 | .206 | | .870 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y_6 | Pearson Correlation | -.078 | .204* | .198* | -.048 | .017 | 1 | .460** |
| | Sig. (2-tailed) | .443 | .042 | .048 | .636 | .870 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| RATA2 | Pearson Correlation | .387** | .583** | .640** | .375** | .372** | .460** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

