

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA WATERPARK KINGDOM ANIMALIA CITRALAND DI SAMARINDA

Titin Karisma

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Jl. Muara
Muntai No. 1 Gunung Kelua Samarinda,
Email: tintinrisma@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of service quality variables consisting of tangible (X1), responsiveness (X2), reliability (X3), assurance (X4), empathy (X5), both simultaneously and partially, on visitor satisfaction at Waterpark Kingdom Animalia Citraland in Samarinda, and to find out which service quality variable has the most influence on visitor satisfaction. The population in this study were visitors to Waterpark Kingdom Animalia Citraland, while the sample in this study was 100 respondents. Methods of collecting data with a questionnaire. The analysis technique used is multiple linear regression. The results of the simultaneous test (f test) show that the tangible, responsiveness, reliability, assurance, and empathy variables together have a significant effect on visitor satisfaction at Waterpark Kingdom Animalia Citraland in Samarinda. The results of the partial test (t test) show that all variables affect visitor satisfaction at the Waterpark Kingdom Animalia Citraland in Samarinda. The results of the comparison of standard regression coefficients indicate that the most influential variable is the assurance variable. Based on the analysis and discussion, it is suggested that the Waterpark Kingdom Animalia Citraland should prioritize attention on these variables, such as adding a parking lot expansion game facility, physical appearance (paint colors of statues and rides) Waterpark Kingdom Animalia Citraland Samarinda.

Keywords: *Quality of Service; Visitor Satisfaction.*

Pendahuluan

Kondisi persaingan yang semakin tinggi antar perusahaan, setiap perusahaan saling berpacu untuk memperluas pasar. Harapan dari adanya perluasan pasar secara langsung adalah meningkatnya penjualan sehingga perusahaan akan memiliki lebih banyak konsumen. Ada beberapa hal yang harus

dipahami oleh perusahaan yaitu semakin banyaknya konsumen maka perusahaan harus semakin meningkatkan inovasi-inovasi dan kualitas pelayanan demi mendapatkan kepuasan pelanggan dari hasil yang sudah dibangun, termasuk barang ataupun jasa. Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa yang berkualitas (Djimantoro & Chandra, 2019). Perusahaan juga dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayannya.

Kualitas pelayanan yang baik dapat digunakan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan dalam bidang jasa yang erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan (Putra, 2020). Kualitas pelayanan yang diharapkan oleh para konsumen adalah fasilitas yang memadai, pelayanan yang baik, kenyamanan, keamanan, ketenangan dan hasil yang memuaskan sehingga pihak manajemen harus memikirkan bagaimana kualitas pelayanan yang baik pada saat ini dapat terus berkembang demi kelancaran dimasa mendatang. Kepuasan pelanggan hal yang sangat penting dalam pemasaran modern. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Asbar & Saptari, 2017).

Waterpark Kingdom Animalia Citraland merupakan salah satu wahana wisata kolam renang yang memiliki beberapa fasilitas berupa kolam renang dewasa dan anak-anak, wahana permainan, kamar ganti dan bilas, mushola, serta *Food Court* (stand makanan). Pengunjung juga dapat menikmati suasana yang asri dan sejuk banyak pepohonan, dengan tampilan patung besar seperti panda, singa, yang menarik di area kolam renang serta tempat parkir yang luas.

Ada beberapa dimensi kepuasan yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen (Sumartini & Tias, 2019). Untuk menggunakan jasa Waterpark Citraland dimensi kepuasan antara lain *tangible* (bukti fisik) meliputi penampilan waterpark, interior bangunan, dan penampilan karyawan, dimensi *reliability* (keandalan), meliputi kemampuan staff dan karyawan dalam memberikan pelayanan terbaik, dimensi *responsiveness* (daya tanggap) yang meliputi kesediaan karyawan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat, dimensi *assurance* (jaminan) yang meliputi sopan santun para karyawan dan kemampuan mereka untuk membangkitkan rasa percaya konsumen, serta dimensi *emphaty* (empati) yang meliputi rasa peduli dan perhatian secara pribadi yang diberikan pada konsumen.

Berdasarkan data jumlah pengunjung pada Waterpark Kingdom Animalia Citraland Samarinda selama satu tahun terakhir mengalami peningkatan maupun penurunan yang fluktuatif. Dan perusahaan pun menghentikan kegiatan operasional pada akhir bulan Februari 2020, dikarenakan terbitnya aturan pemerintah untuk menutup tempat wisata guna mengurangi penyebaran Covid-19. Dari hasil wawancara kepada beberapa pengunjung dapat disimpulkan masalah yang ada kurangnya area teduh dan fasilitas untuk orang dewasa yang memadai dan ruang tunggu yang kurang memadai. Kualitas pelayanan yang baik dapat berupa kedisiplinan petugas atau karyawan dalam melayani pengunjung, memiliki

standar pelayanan yang jelas, merespon semua keluhan pelanggan dengan sigap, dapat memberikan jaminan keselamatan dalam pelayanan, serta mendahulukan kepentingan pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dan memilih untuk berkunjung kembali ke Waterpark Kingdom Animalia Citraland Samarinda.

Metode

Metode yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Pengunjung yang telah berkunjung ke Waterpark Kingdom Animalia Citraland Samarinda selama 14 bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini tidak seluruh anggota populasi diambil, melainkan hanya sebagian dari populasi. Teknik dalam menentukan sampel merupakan batasan yang sering muncul dalam penelitian. Teknik sampling dilakukan setelah ketentuan besarnya responden yang digunakan sebagai sampel diperoleh (Hidayat, 2015). Dalam penelitian ini, peneliti memilih teknik pengambilan sampel acak atau *random sampling/probability sampling*.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan analisis dengan program SPSS diperoleh nilai toleransi untuk variabel bukti fisik (*tangibles*) sebesar 0,354 dengan VIF 2,826, variabel keandalan (*reliability*) sebesar 0,418 dengan VIF 2,393, variabel daya tanggap (*responsiveness*) sebesar 0,302 dengan VIF 3,308, variabel jaminan (*assurance*) sebesar 0,347 dengan VIF 2,879, variabel empati (*emphaty*) sebesar 0,253 dengan VIF 3,950. Karena nilai tolerance kelima variabel tersebut lebih besar dari 0,1 dengan nilai VIF Kurang dari 10. Maka persamaan regresi yang diperoleh tidak mengandung multikolonieritas.

Hasil uji Heterokedastisitas menunjukkan bahwa data penelitian membentuk distribusi normal dan persamaan regresi yang diperoleh tidak mengalami penyimpangan asumsi klasik baik normalitas, heterokedastisitas, multikolonieritas. Dengan demikian persamaan regresi yang diperoleh efisien untuk menggambarkan bentuk hubungan antar variabel.

Nilai *Adjusted R²* sebesar 0,908 atau 90,8%. Hal ini berarti bahwa variabel kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, emphaty*). Secara bersama-sama mampu menjelaskan variabel tetap (kepuasan pengunjung), sedangkan sisanya ($100\% - 90,8\% = 9,2\%$) lainnya dipengaruhi oleh faktor lain diluar model. Hal ini dapat dipahami, karena faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian bisa juga mempengaruhi, akan tetapi masih banyak faktor lain yang mempengaruhinya.

Hubungan antar masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat dalam penelitian ini dapat diketahui nilai koefisien korelasi secara parsial. Berdasarkan hasil perhitungan dengan SPSS diperoleh koefisien korelasi parsial antara bukti fisik (*tangibles*) dengan kepuasan pengunjung sebesar 0,407, koefisien korelasi antara keandalan (*reliability*) dengan kepuasan pengunjung sebesar 0,330, koefisien korelasi antara daya tanggap (*responsiveness*) dengan

kepuasan pengunjung sebesar 0,434, koefisien korelasi parsial antar jaminan (*assurance*) dengan kepuasan pengunjung sebesar 0,550, koefisien korelasi empati (*emphaty*) dengan kepuasan pengunjung sebesar 0,191.

Pengujian hipotesis secara parsial dimaksudkan untuk menguji pengaruh dari masing-masing variabel bebas yaitu bukti fisik (*tangibles*) X1, keandalan (*reliability*) X2, daya tanggap (*responsiveness*) X3, jaminan (*assurance*) X4, dan empati (*emphaty*) X5 terhadap kepuasan pengunjung Y.

- a. Berdasarkan perhitungan untuk variable bukti fisik (*tangibles*) diperoleh koefisien regresi sebesar 0,242. Uji keberartian koefisien regresi dengan uji t diperoleh t hitung = 4,300 dengan nilai p value $0,000 < 0,05$. hal ini berarti bahwa variabel bukti fisik (*tangibles*) X1 berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Y).
- b. Hasil perhitungan untuk variabel keandalan (*reliability*) diperoleh koefisien regresi sebesar 0,169. Uji keberartian koefisien regresi dengan uji t diperoleh t hitung = 3,370 dengan nilai p value $0,001 < 0,05$. hal ini berarti bahwa variabel keandalan (*reliability*) X2 berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Y).
- c. Perhitungan untuk variabel daya tanggap (*responsiveness*) diperoleh koefisien regresi sebesar 0,261. Uji keberartian koefisien regresi dengan uji t diperoleh t hitung = 4,646 dengan nilai p value $0,000 < 0,05$. hal ini berarti bahwa variabel daya tanggap (*responsiveness*) X3 berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Y).
- d. Berdasarkan perhitungan untuk variabel jaminan (*assurance*) diperoleh koefisien regresi sebesar 0,342. Uji keberartian koefisien regresi dengan uji t diperoleh t hitung = 6,352 dengan nilai p value $0,000 < 0,05$. hal ini berarti bahwa variabel jaminan (*assurance*) X4 berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Y).
- e. Berdasarkan perhitungan untuk variabel empati (*emphaty*) diperoleh koefisien regresi sebesar 0,109. Uji keberartian koefisien regresi dengan uji t diperoleh t hitung = 1,876 dengan nilai p value $0,064 < 0,05$. hal ini berarti bahwa variabel empati (*emphaty*) X5 berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Y).

Hasil penelitian juga menunjukkan secara simultan bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) memberikan kontribusi secara signifikan dengan kepuasan pengunjung. Bentuk kontribusi antara bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) terhadap kepuasan pengunjung adalah pengaruh positif yang ditunjukkan dari nilai koefisien regresi yang bertanda positif. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa jika variabel bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) ditingkatkan bersama-sama maka akan diikuti meningkatnya kepuasan pengunjung dan sebaliknya jika variabel bukti fisik (*tangibles*), keandalan

(*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) mengalami penurunan secara bersama-sama maka akan diikuti dengan menurunnya kepuasan pengunjung.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil suatu simpulan sebagai berikut: (a) Hasil penelitian dalam uji f simultan membuktikan bahwa variabel bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan empati (X5) dengan nilai signifikan 0,000 secara simultan berengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Y). (b) Hasil penelitian dalam uji t parsial membuktikan variabel bukti fisik (X1) dengan nilai signifikan 0,000 secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, sedangkan variabel keandalan (X2) dengan nilai signifikan 0,000, daya tanggap (X3) dengan nilai signifikan 0,001, jaminan (X4) dengan nilai signifikan 0,064, dan empati (X5) dengan nilai signifikan 0,000 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variable kepuasan pengunjung (Y). (c) Dari variabel bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan empati (X5), yang paling dominan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y) adalah variabel jaminan (X4).

Daftar Pustaka

- Asbar, Y., & Saptari, M. A. (2017). Analisa dalam mengukur kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode PIECES. *Jurnal visioner & strategis*, 6(2).
- Djimantoro, S., & Chandra, E. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan, Lokasi, Harga Dan Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Turis Lokal. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 7(1).
- Hidayat, A. A. (2015). *Metode penelitian kesehatan paradigma kuantitatif*. Health Books Publishing.
- Putra, M. A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Paket Tour Pada Travel Mahatalla Graha Tour Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 8(4), 300-308.
- Sumartini, L. C., & Tias, D. F. A. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 3(2), 111-118.