

# **ANALISA PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI GEMBIRA LOKA**

Oleh :

Dedy Hidayat  
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas PGRI Yogyakarta

## **Abstract**

This study aims to analyze the extent of the influence of service quality, price and product completeness for visitor satisfaction on the Gembira Loka Zoo and to analyze the variables of price, service and support facilities are the most dominant influence on visitor satisfaction on the Gembira Loka Zoo. The research data obtained from observation, interviews and questionnaires, from 100 respondents based on Slovin formula and using a Likert scale as the result. Methods of this analysis using multiple linear regression and processed using SPSS 16 program. The results of this study indicate simultaneously the quality of service, price and product completeness made positive and significant impact on customers satisfaction. Partially, price and completeness of the product have positive and significant impacts, while the quality of service wasn't has positive and not significant influence on the visitor in Gembira Loka Zoo. And of the results of the regression coefficients it can be seen that the most dominant variable affects visitor satisfaction is product completeness. Because the service has the largest beta value when compared with variable service quality and pricing.

**Keywords:** Service Quality, Price, Product Completeness, Satisfaction

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh harga, pelayanan dan fasilitas pendukung terhadap kepuasan pengunjung di kebun binatang Gembira Loka dan untuk menganalisis variabel dari kualitas pelayanan, harga dan kelengkapan produk yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di kebun binatang Gembira Loka. Data penelitian ini diperoleh dari observasi, interview dan kuesioner yang berjumlah 100 responden berdasarkan rumus Slovin dan menggunakan skala likert sebagai penilaiannya. Metode analisisya menggunakan statistik regresi linier berganda dan diolah menggunakan SPSS 16. Hasil dari penelitian ini menunjukkan secara simultan kualitas pelayanan, harga dan kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara parsial harga dan kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan, sementara kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan pada pengunjung di Gembira Loka. Dan dari hasil koefisien regresi maka dapat diketahui bahwa variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung adalah kelengkapan produk. Hal ini disebabkan karena pelayanan memiliki nilai beta yang terbesar jika dibandingkan dengan variabel kualitas pelayanan dan harga.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kelengkapan Produk, Kepuasan

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Dalam era perdagangan bebas, setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar (Atmawati dan Wahyuddin, 2007).

Setiap perusahaan dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggan.

Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image atau citra, dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga dan biaya pikiran.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan berkunjung kembali serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk berkunjung di tempat yang sama. Oleh karena itu, perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004:145).

Bersamaan dengan adanya perubahan lingkungan yang terjadi dan adanya perubahan perilaku manusia, serta aktivitas manusia yang semakin padat setiap harinya, maka semakin mendorong bertambahnya permintaan akan kebutuhan rekreasi. Apalagi kebisingan dan terjadinya polusi di kota membuat manusia ingin mencari suasana yang lebih tenang dan jauh dari polusi, daerah pegunungan menjadi pilihan bagi mereka.

Pada November 2009 Yayasan Gembira Loka menjalin kerja sama dengan PT. Buana Alam Tirta untuk mengelola kebun raya dan kebun binatang Gembira Loka, yang diharapkan dapat meningkatkan dan mengembangkan potensi Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka di masa depan. Renovasi fasilitas dan peningkatan kualitas jasa adalah target dari Gembira Loka selaku pengelola Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka untuk meningkatkan kembali jumlah kedatangan wisatawan paska gempa. Peningkatan jumlah pengunjung dapat dilihat pada tabel.1 berikut ini:

**Tabel.1 Jumlah Pengunjung Gembira Loka  
Tahun 2011-2016**

Tahun	Jumlah Pengunjung
2011	1.198.800
2012	1.440.816
2013	1.537.496
2014	1.796.865

2015	1.862.312
2016	1.658.493
Rata-rata	1.578.131

Sumber: Bagian Pendidikan Gembira loka

Dalam prosesnya pihak pengelola berusaha menjadikan Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka sebagai objek wisata yang dinamis dan tentu saja berkualitas. Hal nyata yang dilakukan dalam usaha untuk mengembangkan obyek daya tarik wisata adalah dengan membangun sarana-sarana penunjang bagi kemajuan Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka. Salah satunya dengan menghadirkan wahana permainan, museum dan event berkelanjutan. Namun yang jadi masalah apakah pengembangan yang sudah terlaksana bisa menjadi referensi bahwa kunjungan wisatawan akan menaik atau tidak dan apakah dampak baik buruknya bagi aspek kebersihan dan kenyamanan lingkungan, apa saja perubahan-perubahan yang terjadi di Gembira Loka setelah dilakukannya renovasi.

### **Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung,
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pengunjung,
3. Untuk menganalisis pengaruh kelengkapan produk terhadap kepuasan pengunjung,
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kelengkapan produk terhadap kepuasan pengunjung.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kepuasan Konsumen**

Kepuasan didefinisikan sebagai persaaan senang atau kecewa seseorang dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dalam hubungan dan harapannya (Kotler 2001,21). Kepuasan merupakan fungsi dari kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectations*). Jika kinerja produk atau jasa lebih rendah dari harapan, konsumen akan merasa tidak puas. Jika kinerja sesuai harapan maka konsumen akan merasa puas, jika kinerja sampai melebihi harapan, maka konsumen akan merasa sangat puas (*delighted*).

### **Kualitas Pelayanan**

Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dangaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zenthaml (dalam Lupiyoadi,2006:181).

### **Harga**

Menurut kotler dan Amstrong (2001: 493) bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga sering kali sebagai indikator nilai bilaharga tersebut dihubungkan dengan

manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa yang mana pada tingkat harga tertentu bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Demikian pula pada tingkat harga tertentu, nilai suatu barang dan jasa akan meningkat seiring dengan meningkatnya manfaat yang dirasakan.

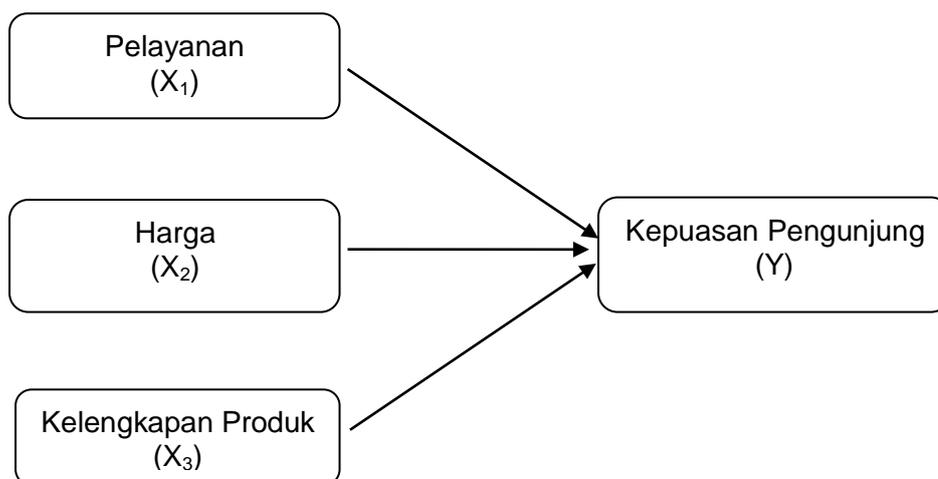
### **Produk**

Di dalam mengembangkan sebuah program untuk mencapai pasar yang diinginkan, sebuah perusahaan mulai dengan produk atau jasa yang dirancang untuk memuaskan keinginan pasar. Para eksekutif harus merencanakan, mengembangkan dan mengelola produk perusahaan baik secara gabungan maupun secara tersendiri. Tugas ini bukanlah tugas yang ringan, terbukti dengan banyaknya produk yang gagal dalam dunia perdagangan. Sebuah produk tidak sekedar sebuah barang, Ia adalah sekumpulan atribut-atribut yang tampak dan yang tidak tampak. Definisi produk menurut Kotler (2001) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan.

### **Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu yang ada kaitannya dengan kualitas pelayanan jasa, diantaranya penelitian yang dilakukan Atmawati dan Wahyuddin (2007) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Matahari Departement Store di Solo Grand Mall”. Variable bebas yang digunakan adalah bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati serta variabel tidak bebasnya adalah kepuasan pelanggan. Hasil uji koefisien regresi diperoleh bahwa semua variable independen yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil uji ekspektasi  $\beta$  atau  $Exp(\beta)$  diketahui bahwa kontribusi yang diberikan variable empati terhadap kepuasan konsumen yang paling besar dibandingkan variable bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan. Hal ini ditunjukkan dari besarnya nilai  $Exp(\beta) = 2,489$  yang paling besar dari nilai  $Exp(\beta)$  variable yang lain. Hal ini juga dapat dilihat dari besarnya nilai koefisien beta variable empati yang paling besar yaitu 0,912.

### **Kerangka Berpikir**



**Gb 1. Kerangka Berfikir**

## **Hipotesis**

Berdasarkan landasan teori dan kerangka pemikiran yang telah dipaparkan, maka dapat disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

Ho: = 0, Diduga tidak ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Ha:  $\neq$  0, Diduga ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Ho: = 0, Diduga tidak ada pengaruh positif antara pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan

Ha:  $\neq$  0, Diduga ada pengaruh positif antara pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan

Ho: = 0, Diduga tidak ada pengaruh positif antara pengaruh kelengkapan produk terhadap kepuasan pelanggan

Ha:  $\neq$  0, Diduga ada pengaruh positif antara pengaruh kelengkapan produk terhadap kepuasan pelanggan

Ho: = 0, Diduga tidak ada pengaruh positif antara pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kelengkapan produk terhadap kepuasan pengunjung

Ha:  $\neq$  0, Diduga ada pengaruh positif antara pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kelengkapan produk secara simultan terhadap kepuasan pengunjung.

## **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah Deskriptif Korelasional yang mengungkapkan secara fakta sejauh mana hubungan variabel pelayanan, harga, dan kelengkapan produk variabel bebas (X) dan kepuasan pengunjung sebagai variabel terikat (Y). Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan penelitian korelasional yaitu “penelitian yang dirancang untuk menentukan tingkat hubungan variabel yang berbeda dalam suatu populasi”. Dalam penelitian ini akan diketahui seberapa besar kontribusi variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat serta seberapa besar hubungan terjadi. Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif.

## **Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2016 pada Gembira loka yang bergerak pada jasa Pariwisata dan Pendidikan. Yayasan ini terletak di kawasan Jl. Kebun Raya No. 2, Yogyakarta.

## **Populasi dan Sampel**

populasi dalam penelitian ini adalah Pengunjung di kebun binatang Gembira Loka. Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin yang berjumlah 100 responden.

## **Metode Analisis**

Metode analisa yang digunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, pengujian hipotesis secara parsial dengan uji t dan secara simultan dengan uji F.

### **Uji Validitas**

Pengujian validitas data digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Valid berarti instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak diukur. Validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggambarkan kesesuaian sebuah pengukur data dengan apa yang akan diukur (Augusty, 2007).

### **Uji Reliabilitas**

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2006).

### **Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda adalah suatu analisis untuk melihat sejauhmana pengaruh antara harga, pelayanan dan fasilitas pendukung terhadap kepuasan pelanggan, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2011 : 10) sebagai berikut :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y	=	Kepuasan pelanggan
X <sub>1</sub>	=	Kualitas Pelayanan
X <sub>2</sub>	=	Harga
X <sub>3</sub>	=	Kelengkapan Produk
b <sub>0</sub> ,	=	Nilai konstanta
b <sub>1</sub> , b <sub>2</sub> , b <sub>3</sub> , b <sub>4</sub>	=	Koefisien regresi
e	=	Standar error

### **Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi (r<sup>2</sup>) adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel independen.

### **Uji Parsial (Uji t)**

Uji ini adalah untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat apakah bermakna atau tidak. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai thitung masing-masing variabel bebas dengan nilai ttabel dengan derajat kesalahan 5% dalam arti ( $\alpha = 0.05$ ). Apabila nilai t hitung > t tabel, maka variabel bebasnya memberikan pengaruh bermakna terhadap variabel terikat.

### **Uji serempak ( Uji F)**

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel pada derajat kesalahan 5% dalam arti ( $\alpha = 0.05$ ). Apabila nilai F hitung  $\geq$  dari nilai F tabel, maka berarti variabel bebasnya secara bersama-sama memberikan pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat atau hipotesis pertama sehingga dapat diterima.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil penelitian

#### A. Deskripsi Identitas Responden

Dalam penelitian ini telah mengambil data pengunjung pada kebun binatang Gembira Loka Yogyakarta. Dari 100 eksemplar kuesioner yang disebarluaskan maka semuanya dapat digunakan untuk analisis data. Sebelum membahas lebih jauh mengenai hasil penelitian ini, maka terlebih dahulu akan dibahas mengenai deskripsi identitas responden yang berisi tentang identifikasi responden berdasarkan jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan dan jenis pekerjaan yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Semua informasi mengenai hasil penelitian dan informasi responden tersebut diperoleh dari hasil distribusi kuesioner yang diperoleh kembali. Dari kuesioner yang telah diisi oleh responden didapat data identitas responden. Penyajian data mengenai identitas responden untuk memberikan gambaran tentang keadaan diri dari pada responden yang dapat diuraikan satu persatu sebagai berikut

#### 1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang diberikan kepada 100 responden, maka dapat diketahui seberapa besar presentase jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Hasil selengkapnya dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

**Tabel 2. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis kelamin	Jumlah responden	Persentase
Laki-laki	36	36.0
Perempuan	64	64.0
Total	100	100.0

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

#### 2. Identitas Responden Berdasarkan Umur

Umur responden seringkali memiliki keterkaitan dengan kepuasan pelanggan pada kebun binatang Gembira Loka. Tabulasi umur responden dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 3. Identitas Responden Berdasarkan Umur**

Umur	Jumlah responden	Persentase
<17	8	8.0
18-28	63	63.0
29-39	19	19.0
40-49	9	9.0
>50	1	1.0
Total	100	100.0

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

#### 3. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis pekerjaan juga dianggap berpengaruh dalam penentuan kepuasan pelayanan. Berikut data pengunjung Gembira Loka dilihat melalui tabel berikut ini:

**Tabel 5. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

Jenis pekerjaan	Jumlah responden	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	28	28.0

PNS	6	6.0
Swasta	41	41.0
Wirausaha	10	10.0
Tidak bekerja	15	15.0
Total	100	100.0

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

#### 4. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis pekerjaan juga dianggap berpengaruh dalam penentuan kepuasan pelayanan. Berikut data pengujung Gembira Loka dilihat melalui tabel berikut ini:

**Tabel 5. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

Jenis pekerjaan	Jumlah responden	Prosentase
Pelajar/Mahasiswa	28	28.0
PNS	6	6.0
Swasta	41	41.0
Wirausaha	10	10.0
Tidak bekerja	15	15.0
Total	100	100.0

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

#### Uji Validitas dan Reliabilitas

**Tabel 6. Hasil Pengujian Validitas dan Reabilitas**

Variabel	Pertanyaan	Sig	Status	Alpha Cornbach	Status
Pelayanan (X <sub>1</sub> )	X1.1	0.008	Valid	0.744	Reliabel
	X1.2	0.012	Valid		Reliabel
	X1.3	0.011	Valid		Reliabel
	X1.4	0.000	Valid		Reliabel
	X1.5	0.000	Valid		Reliabel
	X1.6	0.002	Valid		Reliabel
	X1.7	0.000	Valid		Reliabel
	X1.8	0.000	Valid		Reliabel
	X1.9	0.000	Valid		Reliabel
	X1.10	0.000	Valid		Reliabel
	X1.11	0.002	Valid		Reliabel
	X1.12	0.032	Valid		Reliabel
Harga (X <sub>2</sub> )	X2.1	0.000	Valid	0.698	Reliabel
	X2.2	0.000	Valid		Reliabel
	X2.3	0.000	Valid		Reliabel
	X2.4	0.000	Valid		Reliabel
	X2.5	0.000	Valid		Reliabel
	X2.6	0.000	Valid		Reliabel
	X2.7	0.000	Valid		Reliabel
	X2.8	0.000	Valid		Reliabel
Kelengkapan Produk (X <sub>3</sub> )	X3.1	0.000	Valid	0.696	Reliabel
	X3.2	0.000	Valid		Reliabel
	X3.3	0.000	Valid		Reliabel
	X3.4	0.000	Valid		Reliabel
	X3.5	0.001	Valid		Reliabel

	X3.6	0.002	Valid		Reliabel
Kepuasan Pengunjung (Y)	Y.1	0.042	Valid	0.705	Reliabel
	Y.2	0.000	Valid		Reliabel
	Y.3	0.000	Valid		Reliabel
	Y.4	0.000	Valid		Reliabel
	Y.5	0.000	Valid		Reliabel
	Y.6	0.000	Valid		Reliabel
	Y.7	0.000	Valid		Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Dari Hasil pengujian Validitas dan Reabilitas diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan untuk setiap pernyataan adalah  $< \alpha$  yaitu 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa setiap pertanyaan pada variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Kelengkapan Produk ( $X_3$ ) dan Kepuasan Pengunjung (Y) dikatakan valid. Nilai *alpha cronbach* untuk setiap pernyataan  $> 0,6$  maka dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dikatakan reliabel.

### Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Berganda**

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(constant)	9.312	2.360		3.945	.000
Kualitas pelayanan ( $X_1$ )	.093	.054	.168	1.738	.085
Harga ( $X_2$ )	.196	.067	.281	2.945	.004
Kelengkapan produk ( $X_3$ )	.333	.167	.311	3.092	.003

a. Dependent Variable: kepuasan pengunjung

Sumber : Lampiran SPSS

Bagian ini menggambarkan persamaan regresi untuk mengetahui angka konstan dan uji hipotesis signifikansi koefisien regresi.

Persamaan regresinya:

$$Y = 9.312 + 0.093 X_1 + 0.196 X_2 + 0.333 X_3$$

Dari hasil koefisien regresi berganda yang telah dijelaskan pada uraian di atas, maka diperoleh hasil bahwa variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah kelengkapan produk dilihat dari nilai signifikansi yang paling kecil.

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

**Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjust R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.626	0.392	0.373	2.364

a. Predictors: (constant), kualitas pelayanan, harga, kelengkapan produk

Sumber : Lampiran SPSS

Berdasarkan tabel tersebut di atas yakni hasil olahan data korelasi, nampak bahwa nilai  $R = 0,626$  yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan kelengkapan produk mempunyai hubungan yang kuat dan positif terhadap kepuasan pengunjung pada kebun binatang Gembira Loka Yogyakarta karena nilai  $R$  mendekati 1, sedangkan nilai

koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,392 atau sebesar 39% yang menunjukkan bahwa secara statistik variasi dari kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh kepuasan pelayanan, harga dan kelengkapan produk terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ), sedangkan sisanya sebesar 61% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Pengujian Hipotesis

Perumusan hipotesis yang diuji, dengan tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 5 % atau  $\alpha = 0,05$  maka hasil pengujian hipotesis tersebut adalah sebagai berikut

#### 1. Pengujian Parsial (uji t)

Untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel penjelas atau bebas yakni : kebijakan harga, pelayanan dan fasilitas pendukung secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (kepuasan pelanggan) maka digunakan pengujian parsial (uji t). Berikut ini akan dijelaskan pengujian masing-masing variabel secara parsial.

- a. Uji signifikan kualitas pelayanan dengan kepuasan pengunjung  
 Dalam uji signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, maka diperoleh nilai  $p$  value = 0.085, selain itu memiliki nilai  $t$  hitung = 1.738 dan  $t$  tabel = 1.985, karena nilai  $t$  hitung  $1.738 < t$  tabel 1.985, serta memiliki nilai  $p$  value  $0.085 > 0.05$ . Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  ditolak dan menerima  $H_o$  atau kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap kepuasan pengunjung dapat dikatakan mempunyai pengaruh tidak positif.
- b. Uji signifikan harga dengan kepuasan pengunjung.  
 Dalam uji signifikan antara pelayanan dengan kepuasan pelanggan, maka diperoleh nilai  $p$  value = 0.004, selain itu memiliki nilai  $t$  hitung = 2.945 dan  $t$  tabel = 1.985, karena nilai  $t$  hitung  $2,945 > t$  tabel 1.985, serta memiliki nilai  $p$  value  $0.004 < 0.05$ . Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak atau harga ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pengunjung dapat dikatakan mempunyai pengaruh positif.
- c. Uji signifikan kelengkapan produk dengan kepuasan pengunjung.  
 Dalam uji signifikan antara fasilitas pendukung dengan kepuasan pelanggan, maka diperoleh nilai  $p$ value = 0.003, selain itu memiliki nilai  $t$  hitung = 3.092 dan  $t$  tabel = 1.985, karena nilai  $t$  hitung  $3.092 > t$  tabel 1.985, serta memiliki nilai  $p$  value  $0.003 < 0.05$ . Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak atau kelengkapan produk ( $X_3$ ) terhadap kepuasan pengunjung dapat dikatakan mempunyai pengaruh positif.

### Pengujian Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis secara bersama-sama dilakukan dengan menggunakan Uji F. Uji F dilakukan untuk menguji hubungan signifikansi antara variabel bebas (kualitas pelayanan, harga, dan kelengkapan produk) dan variabel terikat secara keseluruhan (kepuasan pengunjung). Hasil pengujian diperoleh sebagai berikut

**Tabel 9. Pengujian Simultan (Uji F)**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	345.762	3	115.254	20.632	.000
Residual	536.278	96	5.586		
Total	882.040	99			

Sumber : Lampiran SPSS

Hasil pengujian model regresi untuk keseluruhan variabel menunjukkan nilai F hitung = 20.632 dengan signifikansi 0.000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0.05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0.05. Dengan arah koefisien positif, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan, harga dan kelengkapan produk secara bersama-sama memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung dapat diterima.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung**

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang dimiliki suatu perusahaan yang diharapkan dapat memberikan nilai lebih untuk memenuhi keinginan konsumen. Dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan yang baik diharapkan akan mampu memberikan kepuasan bagi konsumen. Namun sebaliknya apabila kualitas pelayanan buruk maka akan menurunkan kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan Gembira Loka tidak memengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan Gembira Loka belum maksimal sehingga banyak pengunjung yang merasa kecewa. Pengunjung berpendapat bahwa karyawan kurang ramah dalam melayani, penampilan yang kurang menarik, fasilitas toilet yang kurang bersih dan kurangnya informasi yang didapat. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya Wijayanto (2015) yang menunjukkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pengunjung**

Harga ialah sejumlah uang yang telah ditetapkan oleh perusahaan dan kemudian dibebankan kepada konsumen untuk sebuah produk atau jasa atau sejumlah nilai yang konsumennya pertukarkan untuk mendapatkan manfaat dari atau memiliki atau menggunakan produk atau jasa itu. Harga memiliki manfaat yang besar terhadap tingkat kepuasan konsumen karena dengan harga yang terjangkau maka konsumen akan puas. Penetapan harga yang tidak sesuai akan menurunkan kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga yang ditetapkan oleh Gembira Loka dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Harga merupakan salah satu faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Gulla, Ogoh dan Roring (2015) yang menunjukkan hasil yang sama yaitu harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### **Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Pengunjung**

Produk dapat berwujud suatu barang atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan yang bertujuan sebagai pemenuh kebutuhan konsumen. Jenis produk yang bervariasi akan memberikan gambaran bagaimana konsumen dapat memilih produk barang atau jasa sebagai pemenuh kebutuhan. Jadi semakin lengkap produk yang dipasarkan akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kelengkapan produk yang ada di Gembira Loka berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Mulyono (2007) yang menunjukkan hasil yang sama yaitu kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari hasil analisis mengenai analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kelengkapan produk terhadap kepuasan pengunjung di Gembira Loka maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Gembira Loka
2. Harga secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung di Gembira Loka
3. Kelengkapan Produk secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung di Gembira Loka
4. Kualitas pelayanan, harga, dan kelengkapan produk secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung di Gembira Loka
5. Dari hasil koefisien regresi maka dapat diketahui bahwa variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Gembira Loka adalah kelengkapan produk. Hal ini disebabkan karena kelengkapan produk memiliki nilai beta yang terbesar jika dibandingkan dengan variabel pelayanan dan harga.

### **Saran**

1. Apabila dilihat dari hasil penelitian bahwa Harga dan Kelengkapan Produk memiliki pengaruh positif yang signifikan serta memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap Kepuasan Pengunjung di Gembira Loka, maka pihak perusahaan sebaiknya harus memperhatikan serta mempertahankan faktor Harga dan Kelengkapan Produk.
2. Untuk kebun binatang Gembira Loka mengingat variabel Kualitas Pelayanan masih memiliki nilai yang rendah sehingga perlu di tingkatkan lagi.

### **Tindak Lanjut**

1. Hasil penelitian dapat digunakan untuk pengembangan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran khususnya untuk variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Kelengkapan Produk dalam mempengaruhi Kepuasan Pengunjung.
2. Dalam penelitian ini yang diteliti hanya terbatas pada pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kelengkapan Produk terhadap Pengunjung di Gembira Loka. Sedangkan faktor-faktor lain yang juga berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung yang belum diungkap berapa besar pengaruhnya, semoga pada penelitian selanjutnya dapat membahas faktor-faktor lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arieyani, Pratiwi. 2012. Efek Anomali Pasar Terhadap *Return* Saham LQ45 Di Bursa Efek Indonesia.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta : Jakarta
- Atmawati, R dan M, Wahyudin. 2007. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall. Surakarta: *Jurnal Daya Saing, Program MM-UMS*.
- Chandra, Gregorius, 2002. *Strategi dan Program Pemasaran*. Penerbit : Andi, Yogyakarta
- Diah Dharmayanti, 2006, ` Analisis Dampak Service Performance dan Kepuasan Sebagai Moderating Variable Terhadap Loyalitas Nasabah, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 1 No. 1 April 2006
- Danang, Sunyoto. 2012. *Dasar-dasar Manejemen Pemasaran*, Cetakan Pertama. Caps. Yogyakarta
- Fandy, Tjipton. 2004. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang
- Gitosudarmo, Indriyo, 2008, *Manajemen Pemasaran*, edisi kedua, cetakan keenam, Penerbit : BPFE – Yogyakarta
- Ghozali, Imam. 2007. *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Empat. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang
- Gulla, R, George, Sam dan Roring, F. 2015. Analisis Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace INN. *Jurnal EMBA*. ISSN 2303-1174. Vol.3 No.1 (2015). <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/8297>. Diakses tanggal 15 September 2016. Yogyakarta
- Gusman, R. 2009. *Analisis Strategi Pemasaran Jasa pada Lido Lakes Resort dan Conference*. Skripsi pada Departemen Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Hasan, Ali, 2008, *Marketing*, cetakan pertama, Penerbit : Medpress, Yogyakarta
- Herry, Widagdo, 2008, *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang*. STIE MDP Palembang

- Husen Umar. 2005. Metode Penelitian. Salemba empat : Jakarta
- Irawan, Handi. 2004. Kepuasan Nasabah. Cetakan Kelima, Penerbit : Elex Media Komputindo, Jakarta
- Kotler, Philip. 2000, Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium. PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga : Jakarta
- Lopiyoadi, Rambat dan Hamdani A., 2006, Manajemen Pemasaran Jasa, cetakan pertama, edisi kedua, Penerbit : Salemba Empat, Jakarta
- Mulyono, Bayu, dkk. 2007. Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Perumahan Puri Mediterania Semarang). Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi. Vol.4 No. 2 (2007). <http://ejournal.undip.ac.id/index.php/smo>. Diakses tanggal 15 September 2016. Yogyakarta
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Penerbit : Alfabeta, Bandung
- Sunarto. 2003. Perilaku Konsumen. AMUS Yogyakarta dan CV Ngeksigondo Utama. Yogyakarta
- Sutojo, Siswanto. 2009. Manajemen pemasaran, Penerbit : Damar Mulia Pustaka, Jakarta
- Swatha, Basu. 2005. Azas-azas Marketing. Liberty. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2012. Service Management Mewujudkan Layanan Prima. CV. Andi Offset. Yogyakarta
- Uni, Wijaya, 2003, Analisis Pengaruh Kebijakan harga, pelayanan promosi dan fasilitas pendukung terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Grand Palace. Skripsi Udayana, Bali
- Wijaya, Tony, 2011, Manajemen Kualitas Jasa, cetakan pertama, Penerbit : PT. Indeks, Jakarta
- Wijayanto, Kusuma. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank. Daya Saing. Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya. Vol. 17, No. 1, Juni (2015). [Surakarta.journals.ums.ac.id/index.php/dayasaing/article/download/2272/1542](http://Surakarta.journals.ums.ac.id/index.php/dayasaing/article/download/2272/1542). Diakses tanggal 18 Januari 2017.
- Yamit, Zulian, 2002, Manajemen Kualitas Produk dan Jasa, edisi pertama, cetakan kedua, penerbit : Ekonisia, Yogyakarta.