



**PENGARUH VARIABEL KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA OBYEK
WISATA TAMAN BOTANI SUKORAMBI JEMBER**

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON VISITOR'S SATISFACTION OF SUKORAMBI
JEMBER BOTANICAL GARDEN

SKRIPSI

Oleh:

MUHAMMAD AMAR

NIM 120810201315

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER
2019**



**PENGARUH VARIABEL KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA OBYEK
WISATA TAMAN BOTANI SUKORAMBI JEMBER**

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON VISITOR'S SATISFACTION OF SUKORAMBI
JEMBER BOTANICAL GARDEN

SKRIPSI

Diajukan Guna Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember

Oleh:

MUHAMMAD AMAR

NIM 120810201315

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER
2019**

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

SURAT PERNYATAAN

Nama : Muhammad Amar
NIM : 120810201315
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan
Pengunjung Pada Obyek Wisata Taman Botani Sukorambi Jember

Menyatakan dengan sungguh bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan maupun paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 22 Agustus 2019

Yang menyatakan,

Muhammad Amar
NIM: 120810201315

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan
Pengunjung Pada Obyek Wisata Taman Botani Sukorambi
Jember
Nama Mahasiswa : Muhammad Amar
NIM : 120810201315
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Manajemen
Disetujui Tanggal : 22 Agustus 2019

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Ika Barokah S, S.E., M.M.
NIP. 19780525 200312 2 002

Drs. Adi Prasodjo, M.P.
NIP. 19550516 198703 1 001

Menyetujui,
Koordinator Program Studi
S1 Manajemen

Hadi Paramu, S.E., M.B.A., Ph.D.
NIP. 19690120 199303 1 002

JUDUL SKRIPSI

**PENGARUH VARIABEL KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PENGUNJUNG PADA OBYEK WISATA TAMAN BOTANI SUKORAMBI
JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Muhammad Amar
NIM : 120810201315
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

05 September 2019

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : Gusti Ayu Wulandari, S.E., M.M. : (.....)
NIP. 19830912 200812 2 001

Sekretaris : N. Ari Subagio, S.E., M.Si. : (.....)
NIP. 19731109 200003 1 002

Anggota : Chairul Saleh, S.E., M.Si. : (.....)
NIP. 19690306 199903 1 001

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jember

Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak.
NIP. 19710727 199512 1 001

PERSEMBAHAN

Dengan penuh kebahagiaan dan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas rahmat dan hidayah-Nya kepada hambanya untuk kemudahan pembuatan skripsi ini, Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku, Ayah Abdul Halim dan Ibu Kusmiyati, Saudara-saudaraku dan Keluarga besarku tercinta yang tidak pernah lelah memberikan do'a dan sabar dalam menunggu kelulusanku;
2. Dosen Pembimbing Ibu Dr. Ika Barokah Suryaningsih, S.E., M.M. dan Bapak Drs. Adi Prasodjo, M.P., terimakasih atas kesabaran dan kebaikan hatinya selama proses bimbingan skripsi ini;
3. Ibu Gusti Ayu Wulandari, S.E., M.M., Bapak N. Ari Subagio, S.E., M.Si. dan Bapak Chairul Saleh, S.E., M.Si. selaku Dosen Penguji terimakasih atas masukan dan semua bekal ilmu yang diberikan;
4. Sahabat-sahabat terbaikku yang selalu menemani perjalanan hidupku, terimakasih atas semangat dan do'anya dalam menyelesaikan skripsi ini;
5. Teman-teman seperjuangan dalam menyelesaikan tugas akhir ini (Rizal panjol, Rahmat, Adit, Abi, Robi, Hanafi, Mas Hois, Windi, Wiwin, dan lainnya yang belum tersebut), terimakasih atas segala nasehat, bantuan, dan semangatnya;
6. Teman-teman seperkopian (Haris, Triswanto, Ridho, Dani, Dimas aryo, Yanuar rizal), terimakasih atas candaan-candaan dan dukungannya;
7. Rumah kos Pak Wantok Bangka 3, semoga mahasiswa yang kos disini dilancarkan segala urusannya;
8. Almamater Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember yang kubanggakan.

MOTTO

Janganlah melihat masa depan dengan mata buta, masa yang lampau adalah berguna sekali untuk menjadi kaca bengala dari pada masa yang akan datang. *)

Apa gunanya ilmu kalau tidak memperluas jiwa seseorang sehingga ia berlaku seperti samudra yang menampung sampah-sampah. **)

Tidaklah penting secepat atau setinggi apa anda meniti jika tangga itu disandarkan di tembok yang salah. ***)

Jangan takut *chaos* karena *chaos* akan menghasilkan harmoni. *****)

*) Bung Karno (HUT Proklamasi 1966)

**) Emha Ainun Nadjib

***) Stephen R. Covey

*****) Rocky Gerung

RINGKASAN

Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Obyek Wisata Taman Botani Sukorambi Jember; Muhammad Amar; 120810201315; 2019; 69 Halaman; Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember.

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Obyek Wisata Taman Botani Sukorambi Jember”. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh bukti fisik (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), dan empati (X_5) terhadap kepuasan pengunjung (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung obyek wisata Taman Botani Sukorambi Jember. Teknik pengambilan sampling penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 105 orang. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Berdasarkan karakteristik responden, mayoritas responden berusia termasuk dalam usia remaja yaitu 17-25 tahun. Selain itu responden didominasi oleh pengunjung dengan pendidikan terakhir Sekolah Menengah Atas. Status pekerjaan responden didominasi oleh responden dengan status pelajar atau mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) bukti fisik secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Botani. 2) keandalan secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Botani. 3) daya tanggap secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Botani. 4) jaminan secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Botani. 5) empati secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Botani.

SUMMARY

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY VARIABLES ON VISITOR'S SATISFACTION OF SUKORAMBI JEMBER BOTANICAL GARDEN;
Muhammad Amar; 120810201315; 2019; 69 pages; Management Major, Economics and Business Faculty, Jember University.

This research is entitled “The Effect Of Service Quality Variables On Visitor’s Satisfaction Of Sukorambi Jember Botanical Garden”. This study aimed to determine the effect of tangibles (X_1), reliability (X_2), responsiveness (X_3), assurance (X_4), and empathy (X_5) on visitor’s satisfaction (Y). The population in this study were visitor’s of Sukorambi Jember Botanical Garden. Sampling technique of this research using purposive sampling with the number of respondents as many as 105 people. The analysis tool used is multiple linear regression.

Based on the characteristics of the respondents, the majority of respondents aged include in adolescent that is 17-25 years. In addition respondents were dominated by visitors with the latest high school education. The job status of respondents is dominated by respondent with student status or college student. The result showed that; 1) tangibles partially has a significant positive effect on visitors satisfaction of Sukorambi Botanical Garden. 2) reliability partially has a significant positive effect on visitors satisfaction of Sukorambi Botanical Garden. 3) responsiveness partially has a significant positive effect on visitors satisfaction of Sukorambi Botanical Garden. 4) assurance partially has a significant positive effect on visitors satisfaction of Sukorambi Botanical Garden. 5) empathy partially has a significant positive effect on visitors satisfaction of Sukorambi Botanical Garden.

PRAKATA

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Adapun skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program studi S1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam tulisan ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh terbatasnya kemampuan yang dimiliki. Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember;
2. Ibu Dr. Novi Puspitasari, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember;
3. Bapak Hadi Paramu, S.E., M.B.A., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Binis Universitas Jember;
4. Ibu Dr. Ika Barokah Suryaningsih, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Utama dan Bapak Drs. Adi Prasodjo, M.P. selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesainya penyusunan skripsi ini;
5. Ibu Gusti Ayu Wulandari, S.E., M.M. selaku dosen penguji utama, Bapak N. Ari Subagio, S.E., M.Si. selaku dosen penguji II dan Bapak Chairul Saleh, S.E., M.Si. yang telah memberikan kritik dan masukan pada skripsi ini;
6. Bapak Hadi Paramu, S.E., M.B.A., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah mengingatkan agar segera menyelesaikan tugas akhir ini;
7. Seluruh Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember, Guruku sejak Madrasah Ibtidaiyah, SMP sampai SMA, yang selama ini telah banyak membimbing serta memberikan ilmu kepada penulis sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini;
8. Ayah Abdul Halim, Ibu Kusmiyati, saudara-saudaraku dan keluarga besarku tercinta yang tidak pernah lelah memberikan doa dan dukungan, kasih sayang, serta pengorbanan yang begitu besar selama ini;

9. Sahabat-sahabatku selama perkuliahan ini terima kasih atas dorongan semangat, pengalaman dan kebersamaan selama ini;
10. Teman-teman Kos Las Vegas yang banyak memberikan pengalaman yang sangat bermanfaat selama menyelesaikan studi ini;
11. Semua teman-teman Jurusan manajemen yang senasib dan seperjuangan, serta saudara Jajang yang banyak memberikan masukan, bantuan dan dukungan;
12. Semua pihak yang membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Jember, 22 Agustus 2019

Penulis

Muhammad Amar

120810201315

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
RINGKASAN	viii
SUMMARY	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Pengertian Jasa	6
2.1.2 Kualitas Jasa.....	8
2.1.3 Variabel Kualitas Pelayanan	11
2.1.4 Kepuasan Pelanggan Dan Pengukurannya	15
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Konseptual	22
2.4 Hipotesis Penelitian	23

BAB 3. METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Rancangan Penelitian	25
3.2 Populasi Dan Sampel	25
3.2.1 Populasi.....	25
3.2.2 Sampel.....	25
3.3 Jenis Dan Sumber Data	26
3.4 Metode Pengumpulan Data	27
3.5 Definisi Operasional Variabel Dan Skala	
Pengukurannya.....	27
3.5.1 Definisi Operasional Variabel	27
3.5.2 Skala Pengukuran	29
3.6 Metode Analisis Data	30
3.6.1 Uji Instrumen.....	30
3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda	33
3.7 Uji Asumsi Klasik	33
3.8 Uji Hipotesis	35
3.9 Kerangka Pemecahan Masalah	36
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Umum	38
4.1.1 Kondisi Obyek Wisata	38
4.2 Statistik Deskriptif	39
4.2.1 Deskriptif Karakteristik Responden	39
4.2.2 Deskripsi Variabel Bukti Fisik (X1).....	42
4.2.3 Deskripsi Variabel Keandalan (X2)	44
4.2.4 Deskripsi Variabel Daya Tanggap (X3)	45
4.2.5 Deskripsi Variabel Jaminan (X4)	47
4.2.6 Deskripsi Variabel Empati (X5).....	48
4.2.7 Deskripsi Variabel Kepuasan (Y).....	49
4.3 Hasil Analisis Data	50
4.3.1 Uji Instrumen.....	50
4.3.2 Uji Normalitas Data.....	53

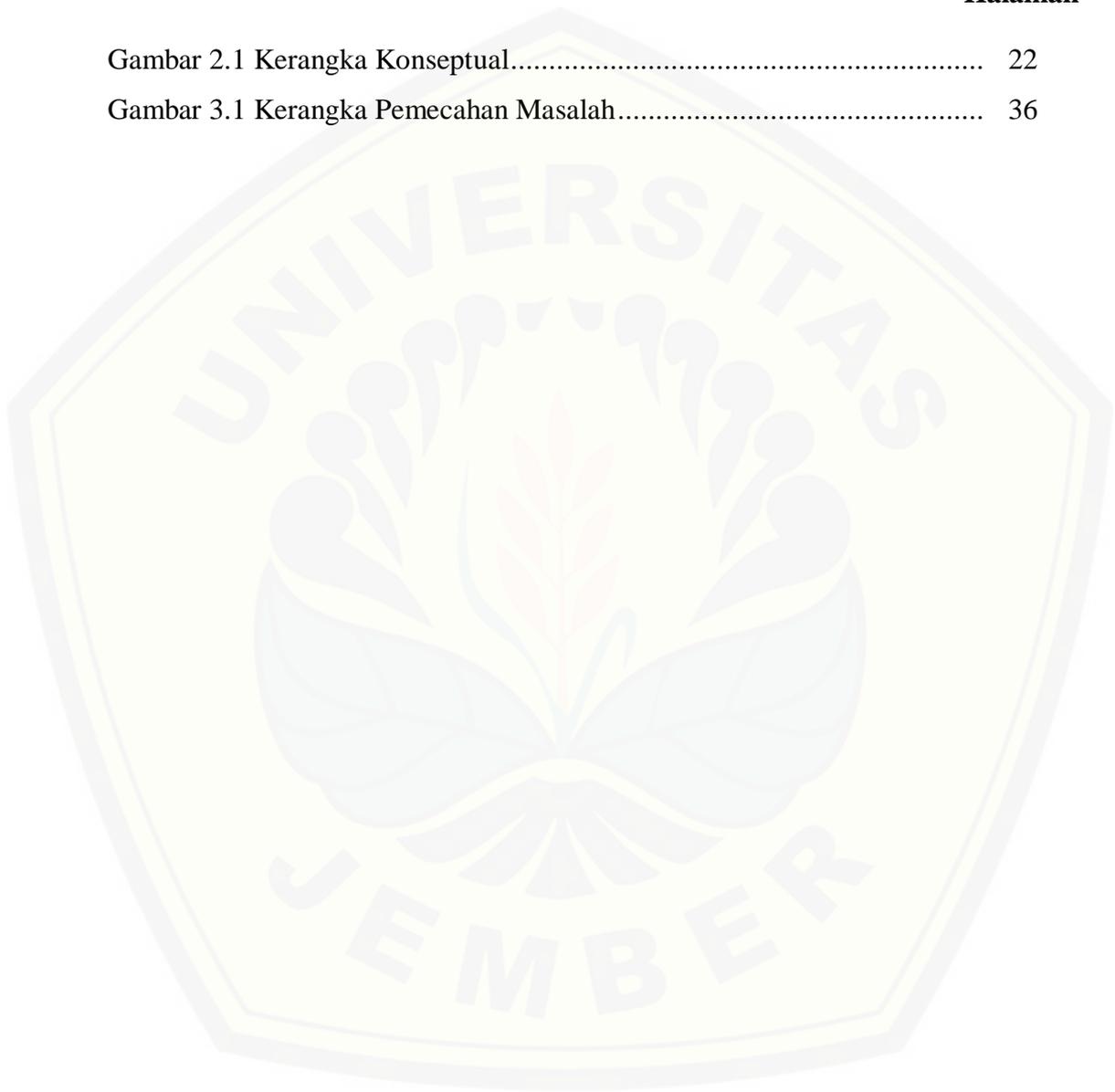
4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda	53
4.3.4 Uji Asumsi Klasik	55
4.3.5 Uji Hipotesis.....	57
4.4 Pembahasan	58
4.4.1 Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Pengunjung	58
4.4.2 Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Pengunjung	59
4.4.3 Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Pengunjung	61
4.4.4 Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Pengunjung	62
4.4.5 Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Pengunjung	63
4.5 Keterbatasan Penelitian.....	64
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
DAFTAR LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Pengunjung Taman Botani Sukorambi 2012-2015.....	3
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Pedoman Interpretasi Reliabilitas (Alpha).....	32
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	39
Tabel 4.2 Karakteristik Usia Responden.....	40
Tabel 4.3 Karakteristik Pendidikan Terakhir Responden	41
Tabel 4.4 Karakteristik Pekerjaan Responden.....	42
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Bukti Fisik.....	43
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keandalan.....	44
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Daya Tanggap.....	46
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Jaminan	47
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Variabel Empati	48
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas Data.....	53
Tabel 4.14 Hasil Regresi Linear Berganda	54
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Multikolinearitas	56
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas.....	57
Tabel 4.17 Hasil Uji t.....	57

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	22
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah.....	36



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Daftar Kuesioner	69
Lampiran 2 Karakteristik Responden	73
Lampiran 3 Rekapitulasi Jawaban Responden	74
Lampiran 4 Uji Instrumen	82
Lampiran 5 Uji Normalitas	93
Lampiran 6 Uji t	94
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik	95
Lampiran 8 Tabel R	97
Lampiran 9 Tabel t	98

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Jasa adalah sesuatu yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan terjadinya perpindahan kepemilikan (Muhammad Adam, 2015:10). Jasa memiliki empat karakteristik pokok yang utama, yaitu: tidak berwujud, tidak terpisahkan, bervariasi, mudah lenyap dan tidak dapat disimpan (Kotler dan Keller, 2009). Dalam menawarkan suatu jasa terdapat elemen penting yang harus diperhatikan oleh penyedia jasa yaitu kualitas dalam melayani pelanggan. Dengan kualitas pelayanan yang baik terhadap pelanggan maka diharapkan pelanggan akan memberikan penilaian yang baik pula terhadap jasa yang ditawarkan oleh penyedia jasa.

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Fandy Tjiptono, 2006). Penyedia jasa memberikan pelayanan terbaiknya guna mengimbangi harapan atau keinginan pelanggan. Apabila harapan pelanggan terpenuhi dengan baik maka akan menimbulkan kepuasan dalam diri pengguna jasa tersebut, tentunya ini akan menguntungkan bagi penyedia jasa tersebut.

Menurut Kotler dalam buku Sunyoto (2013, p.35), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa, tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan, maka pelanggan akan merasakan sangat puas, senang atau gembira.

Menurut Undang-undang No.10 tahun 2009 tentang Kepariwisata, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah. Jadi para penyedia jasa pariwisata

diharapkan dapat memberikan fasilitas serta pelayanan terbaiknya guna memenuhi kebutuhan konsumen saat berwisata.

Kegiatan berwisata biasanya dilakukan dengan cara mengunjungi suatu obyek daya tarik wisata (ODTW) yang mempunyai keunikan tertentu sehingga diharapkan bisa menimbulkan perasaan senang dan terhibur bagi para wisatawan. Obyek daya tarik wisata (ODTW) menurut UU No 9 tahun 2009 tentang kepariwisataan adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Dengan melakukan kegiatan kunjungan wisata diharapkan bisa menghilangkan kepenatan yang ada dalam diri wisatawan sehingga siap menjalani rutinitasnya kembali dengan kondisi pikiran yang jauh lebih segar.

Peranan pentingnya akan kegiatan kunjungan wisata menjadikan banyak tempat-tempat atau obyek wisata di Indonesia berlomba-lomba dalam memenuhi kebutuhan kegiatan para wisatawan agar menarik minat mereka terhadap obyek pariwisata yang disediakan. Berbagai fasilitas sarana dan prasarana pendukung lainnya diperbaiki untuk lebih meningkatkan kepuasan wisatawan sehingga menimbulkan kesan yang baik terhadap obyek wisata tersebut. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen sudah baik, maka tingkat kepuasan konsumenpun akan tercapai.

Banyak sekali manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan terciptanya kepuasan pengunjung yang tinggi, yaitu meningkatkan loyalitas pengunjung, mencegah perputaran pengunjung dan mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pengunjung (Lupiyoadi, 2006:192). Semakin tinggi pelanggan semakin tinggi pula laba yang diperoleh (Lupiyoadi, 2006:194).

Pariwisata telah menjadi industri unggulan baru bagi Indonesia. Sektor pariwisata memiliki pengaruh yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara mulai dari penerimaan devisa, penciptaan lapangan pekerjaan dan kesempatan untuk berwirausaha. Taman Botani Sukorambi Jember merupakan salah satu penyedia jasa obyek pariwisata berwawasan lingkungan dan bersifat edukatif yang ada di Kabupaten Jember. Taman Botani Sukorambi (TBS) ini

terletak di Jalan Mujahir Desa Sukorambi, Kecamatan Sukorambi, Kabupaten Jember, sekitar 8 km ke arah barat laut dari kota Jember. Taman Botani Sukorambi menyajikan aneka ragam koleksi tanaman, hewan, permainan dan wahana-wahana yang dapat dinikmati oleh pengunjung mulai dari segala umur. Diantaranya yaitu kolam renang berbagai ukuran (Anak-anak, Dewasa, dan kolam renang Muslimah), kolam ikan, kolam perahu/kano, kolam pancing, dan *flying fox*. Fasilitas pendukung lain yang ada di Taman Botani Sukorambi ialah pendopo, gazebo, perpustakaan, restoran, serta area parkir yang luas.

Oleh karena Taman Botani Sukorambi ini bergerak pada layanan jasa obyek pariwisata maka kualitas layanan yang disediakanpun harus memenuhi keinginan dan harapan konsumen agar mencapai tingkat kepuasan konsumen yang maksimal. Dengan tercapainya kepuasan konsumen yang tinggi diharapkan dapat menambah kunjungan wisatawan pada obyek wisata tersebut dan menambah pula terhadap pendapatan obyek wisata tersebut.

Taman Botani Sukorambi merupakan salah satu wisata unggulan yang ada di Kabupaten Jember, dimana sejak diresmikannya Taman Botani Sukorambi pada tahun 2007 sampai sekarang perkembangannya sangat pesat dan semakin maju. Berikut ini adalah data pengunjung objek wisata Taman Botani Sukorambi selama periode tahun 2012 sampai dengan tahun 2015, sebagaimana tabel 1.1:

Tabel 1.1 Data Pengunjung Taman Botani Sukorambi 2012-2015

Tahun	Triwulan I (Januari- Maret)	Triwulan II (April- Juni)	Triwulan III (Juli- September)	TriwulanIV (Oktober- Desember)	Total
2012	21938	16780	23792	22399	84909
2013	24132	18459	26172	24639	93402
2014	25339	19382	27480	24982	97183
2015	25429	20452	28390	25239	99510

Sumber: Taman Botani Sukorambi, diolah, 2015

Tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah pengunjung pada objek wisata Taman Botani Sukorambi dari tahun 2012 mengalami peningkatan hingga tahun 2015, khususnya pada triwulan I, III, dan IV. Seiring dengan peningkatan jumlah pengunjung, pengelolaan beberapa kualitas layanan yang ada di Taman Botani

juga terus diperbaiki dan diperbarui. Beberapa kualitas layanan berupa sarana yang diperbarui oleh pengelola antara lain, rumah pohon, *flying fox tombro*, dan kolam renang pelangi. Kualitas layanan berupa fasilitas juga turut diperbarui antara lain, layanan berkuda, pondok seni, *golf cart*, villa, *horti hut*, dan fasilitas pondok rapat gaharu.

Untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan tingkat kepuasan dan kunjungan perlu diadakannya evaluasi mengenai kepuasan atau ketidakpuasan terhadap layanan yang sudah diberikan oleh pengelola objek wisata. Tingkat kualitas layanan yang disediakan pengelola berupa keadaan fisik wisata, fasilitas, sarana, prasarana, sikap petugas, dan keamanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang penilaian perusahaan melainkan harus dilihat dari sudut pandang penilaian konsumen (Rangkuti, 2006:18). Penelitian dengan judul “Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Obyek Wisata Taman Botani Sukorambi Jember” penting dilakukan untuk mendapatkan informasi yang berasal dari konsumen sebagai masukan untuk perbaikan layanan wisata.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah bukti fisik (*Tangible*) berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung pada obyek wisata Taman Botani Sukorambi Jember?
- b. Apakah keandalan (*Reliability*) berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung pada obyek wisata Taman Botani Sukorambi Jember?
- c. Apakah daya tanggap (*Responsiveness*) berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung pada obyek wisata Taman Botani Sukorambi Jember?
- d. Apakah jaminan (*Assurance*) berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung pada obyek wisata Taman Botani Sukorambi Jember?
- e. Apakah empati (*Empathy*) berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung pada obyek wisata Taman Botani Sukorambi Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan adalah:

- a. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pengunjung pada obyek wisata Taman Botani Sukorambi Jember.
- b. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh keandalan terhadap kepuasan pengunjung pada obyek wisata Taman Botani Sukorambi Jember.
- c. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pengunjung pada obyek wisata Taman Botani Sukorambi Jember.
- d. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh jaminan terhadap kepuasan pengunjung pada obyek wisata Taman Botani Sukorambi Jember.
- e. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh empati terhadap kepuasan pengunjung pada obyek wisata Taman Botani Sukorambi Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi berbagai pihak antara lain:

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan atau masukan bagi perusahaan atau pengelola obyek wisata dalam rencana perbaikan kualitas layanan mereka agar kepuasan konsumen dapat tercapai.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai kualitas layanan pada suatu obyek pariwisata.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta wadah penerapan ilmu pengetahuan mengenai kualitas layanan jasa dan kepuasan konsumen.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Jasa

Jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari satu pihak ke pihak lain. Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, dimana interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut (Rangkuti, 2006:26). Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata jasa itu sendiri mempunyai banyak arti, dari mulai pelayanan personal sampai jasa sebagai suatu produk. Sejauh ini sudah banyak pakar pemasaran jasa yang telah berusaha mendefinisikan pengertian jasa.

Kotler dan Keller (2009:410) mendefinisikan jasa sebagai semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada intinya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan sesuatu kepemilikan apapun. Menurut Stanton (dalam Danang, 2013) Jasa adalah “kegiatan yang dapat diidentifikasi, yang bersifat tak teraba, yang direncanakan untuk pemenuhan kepuasan pada konsumen”.

Jasa mencakup semua aktivitas ekonomi yang outputnya bukanlah produk atau konstruksi fisik yang secara umum diproduksi dan dikonsumsi dilakukan pada waktu yang sama (*simultan*) dan nilai tambah yang diberikannya dalam bentuk secara prinsip *intangibile* (kenyamanan, hiburan, kecepatan dan kesehatan) bagi pembeli pertamanya (Zeithaml dan Bitner dalam Lupiyoadi, 2001:5).

Berkembangnya sektor jasa menurut Scholl dan Gultinan dalam Tjiptono (2002:3) dipicu oleh beberapa faktor seperti:

- a. Adanya peningkatan pengaruh sektor jasa dalam perekonomian.
- b. Waktu santai yang semakin banyak.
- c. Persentase wanita yang masuk dalam angkatan kerja semakin besar.
- d. Tingkat harapan hidup yang semakin meningkat.
- e. Produk-produk yang dibutuhkan dan dihasilkan semakin kompleks.
- f. Adanya peningkatan kompleksitas kehidupan.
- g. Meningkatkan perhatian terhadap ekologi dan kelangkaan sumber daya.

h. Perubahan teknologi berlangsung semakin cepat.

Menurut Fitzsimmons dan Sullivan dalam Tjiptono (2002:2) perkembangan sektor jasa sangat erat kaitannya dengan tahap-tahap perkembangan aktivitas perekonomian yaitu:

- a. Primer (ekstraktif): pertambangan, pertanian, kehutanan dan perikanan.
- b. Sekunder (produk barang): pemanufakturan dan pemrosesan.
- c. Tersier (jasa domestik): terdiri atas restoran dan hotel, salon kecantikan, *laundry* dan *dry cleaning*, pemeliharaan dan reparasi.
- d. Kuartier (perdagangan): meliputi transportasi, perdagangan eceran, komunikasi, keuangan dan asuransi, real estate dan pemerintahan.
- e. Kuiner (perbaikan dan peningkatan kapasitas manusia): terdiri atas kesehatan, pendidikan, riset, rekreasi dan kesenian.

Jasa juga berarti aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual (Tjiptono, 2002:15). Jasa memiliki empat karakteristik utama yang membedakannya dari barang, yaitu:

a. *Intangibility* (tidak berwujud)

Artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium atau didengar sebelum dibeli. Konsep *intangibility* pada jasa memiliki dua pengertian:

- 1) Sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat dirasa.
- 2) Sesuatu yang tidak mudah didefinisikan, diformulasikan atau dipahami secara rohaniah.

b. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Proses pemakaian jasa bersamaan dengan kegiatan mengonsumsi jasa, jadi kegiatan produksi dan konsumsi jasa dilakukan pada saat yang sama. Jasa tidak terpisahkan (*service inseparability*), artinya jasa tidak dapat dipisahkan dari penyediannya, baik itu penyediannya manusia atau mesin (Nasution, 2004:8).

c. *Variability* (beraneka ragam)

Jasa bersifat sangat beraneka ragam karena merupakan *non-standardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Menurut Bovee, Houston

&Thill (2003), terdapat tiga faktor yang menyebabkan variabilitas kualitas jasa:

- 1) Kerjasama atau partisipasi pelanggan selama penyampaian jasa
 - 2) Moral/motivasi karyawan dalam melayani pelanggan
 - 3) Beban kerja perusahaan
- d. *Perishability* (tidak tahan lama)
Artinya jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan.

2.1.2 Kualitas Jasa (pelayanan)

Menurut Tjiptono (2006:51), terdapat 5 macam perspektif kualitas, yaitu:

a. *Transcendental approach*

Kualitas dipandang sebagai *innate excellence*, dimana kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan, biasanya diterapkan dalam dunia seni.

b. *Product-based approach*

Kualitas merupakan karakteristik atau atribut yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk.

c. *User-based approach*

Kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang (misalnya *perceived quality*) merupakan produk yang berkualitas tinggi.

d. *Manufacturing-based approach*

Kualitas sebagai kesesuaian/sama dengan persyaratan. Dalam sektor jasa bahwa kualitas sering kali didorong oleh tujuan peningkatan produktivitas dan penekanan biaya. Dalam perspektif ini yang menentukan kualitas adalah standar-standar yang telah ditentukan perusahaan, bukan konsumen yang menggunakannya.

e. *Value-based approach*

Kualitas dipandang dari segi nilai dan harga. Kualitas dalam pengertian ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai. Akan tetapi yang paling bernilai adalah barang atau jasa yang paling tepat dibeli.

Kualitas memiliki banyak definisi untuk hal yang berbeda dan bagi orang yang berbeda. Definisi kualitas menurut para ahli:

- a. Deming (1992) mendefinisikan kualitas sebagai perbaikan terus-menerus. Ia mendasarkan pada peralatan statistik, dengan proses *bottom-up*. Deming (1992) tidak memasukkan biaya ketidakpuasan pelanggan, karena menurutnya biaya ini tidak dapat diukur. Strategi Deming adalah dengan melihat proses untuk mengurangi variasi. Perbaikan kualitas akan mengurangi biaya. Ia memiliki kepercayaan yang tinggi pada pemberdayaan pekerja untuk memecahkan masalah, memberikan kepada manajemen peralatan yang tepat.
- b. Menurut Juran dalam Schonberger dan Knod (1997), kualitas adalah *fitness for use/kesesuaian* penggunaan. Beberapa alat yang dapat digunakan untuk pemecahan masalah adalah *statistical process control* (SPC). Ia berorientasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Juran memperkenalkan *quality trilogy* yang terdiri dari:
 - 1) *Quality Planning* / perencanaan kualitas
Perencanaan kualitas merupakan proses untuk merencanakan kualitas sesuai dengan tujuan. Dalam proses ini pelanggan diidentifikasi dan produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dikembangkan.
 - 2) *Quality Control* / kontrol kualitas
Kontrol kualitas merupakan proses mencapai tujuan selama operasi. Kontrol kualitas meliputi lima tahap: (1) menentukan apa yang seharusnya dikontrol; (2) menentukan unit-unit pengukuran; (3) menetapkan standar kinerja; (4) mengukur kinerja; dan (5) evaluasi dengan membandingkan antara kinerja sebenarnya dengan standar kinerja.
 - 3) *Quality Improvement* / perbaikan kualitas, untuk mencapai tingkat kinerja yang lebih tinggi.

c. Kotler (1997) mendefinisikan kualitas sebagai keseluruhan ciri dan karakteristik produk atau jasa yang mendukung kemampuan untuk memuaskan kebutuhan. Definisi ini menekankan pada fokus pelanggan. Dari definisi-definisi kualitas yang telah disebutkan diatas, terdapat beberapa persamaan, yakni adanya unsur-unsur sebagai berikut:

- 1) Kualitas dimaksudkan untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
- 2) Kualitas meliputi produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan.
- 3) Kualitas adalah suatu kondisi dinamis, yang selalu berubah (*moving target*). Dimana dalam hal ini kualitas harus diperbaiki setiap waktu karena produk yang dianggap berkualitas pada saat ini mungkin akan dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang.

Jadi kualitas dapat didefinisikan sebagai suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Dalam industri jasa, kualitas dapat diartikan sebagai semua karakteristik produk jasa yang memiliki kemampuan untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Fandy Tjiptono, 2006). Definisi kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyckof (dalam Tjiptono, 2004:59) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Kualitas layanan dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atau pengunjung atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan (*expected service*). Apabila layanan yang diterima atau dirasakan oleh pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan tersebut dipersepsikan baik dan memuaskan. *Service quality* dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan

pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh (Lupiyoadi, 2001:148).

2.1.3 Variabel Kualitas Pelayanan

Penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan dapat diukur melalui indikator variabel kualitas layanan. Menurut Fandy Tjiptono (2006) variabel kualitas jasa (pelayanan) terdiri dari:

a. Bukti Fisik

Bukti fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pelanggan. Menurut Tjiptono (2006:70), bukti fisik (*tangible*) merupakan meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Hal ini bisa berarti penampilan fasilitas fisik, seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, keberhasilan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi, dan penampilan karyawan. Prasarana yang berkaitan dengan layanan pelanggan juga harus diperhatikan oleh manajemen perusahaan. Gedung yang megah dengan fasilitas pendingin (AC), alat telekomunikasi yang canggih atau perabot kantor yang berkualitas, dan lain-lain menjadi pertimbangan pelanggan dalam memilih suatu produk/jasa. Menurut Muhammad Adam (2015:16) kriteria bukti fisik (*tangibles*) dari sebuah perusahaan penyedia jasa antara lain meliputi faktor-faktor:

- 1) Peralatan atau mesin-mesin yang digunakan dalam melakukan pelayanan cukup modern dan dapat diandalkan.
- 2) Penampilan fisik dari bangunan yang menarik dan mampu mendukung proses pelayanan terhadap pelanggan.
- 3) Pakaian yang dikenakan karyawan perusahaan penyedia jasa cukup rapi, pantas dan sopan untuk digunakan dalam memberikan pelayanan.
- 4) Lokasi yang cukup mudah untuk dicapai oleh pelanggan dan letak peralatan yang mampu mendukung proses pelayanan.

b. Keandalan

Menurut Tjiptono (2006:70), keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama (*right the first time*). Selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati. Dalam unsur ini, pemasar dituntut untuk menyediakan produk/jasa yang handal. Produk/jasa jangan sampai mengalami kerusakan/kegagalan. Dengan kata lain, produk/jasa tersebut harus selalu baik. Para anggota perusahaan juga harus jujur dalam menyelesaikan masalah sehingga pelanggan tidak merasa ditipu. Selain itu, pemasar harus tepat janji bila menjanjikan sesuatu kepada pelanggan. Sekali lagi perlu diperhatikan bahwa janji bukan sekedar janji, namun janji harus ditepati. Oleh karena itu, *time schedule* perlu disusun dengan teliti. Menurut Muhammad Adam (2015:14) kriteria keandalan (*reliability*) dari sebuah perusahaan penyedia jasa antara lain meliputi faktor-faktor:

- 1) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk menepati janji sesuai dengan pelayanan tertentu yang telah dijanjikan.
- 2) Keinginan perusahaan penyedia jasa untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi pelanggan dengan tulus dan sungguh-sungguh.
- 3) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan pelayanan yang tepat dan akurat sehingga langsung dapat dirasakan manfaatnya.
- 4) Terdapat keinginan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan.
- 5) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk semaksimal mungkin menghindari kesalahan yang dapat terjadi di dalam memberikan pelayanan.

c. Daya Tanggap

Menurut Tjiptono (2006:70), daya tanggap (*responsiveness*) merupakan keinginan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Daya tanggap dapat berarti respon

atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, yang meliputi kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan para anggota perusahaan harus memperhatikan janji spesifik kepada pelanggan. Unsur lain yang juga penting dalam elemen cepat tanggap ini adalah anggota perusahaan selalu siap membantu pelanggan. Apapun posisi seseorang di perusahaan hendaknya selalu memperhatikan pelanggan yang menghubungi perusahaan. Menurut Muhammad Adam (2015:14-15) kriteria daya tanggap (*responsiveness*) dari sebuah perusahaan penyedia jasa antara lain meliputi faktor-faktor:

- 1) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan penjelasan yang benar atas pelayanan yang diberikan dan pertanyaan yang dilontarkan oleh pelanggan.
- 2) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk melakukan pelayanan dengan cepat dan tanggap.

d. Jaminan

Menurut Tjiptono (2006:70), jaminan (*assurance*) merupakan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Pada saat persaingan sangat kompetitif, anggota perusahaan harus tampil lebih kompeten, artinya memiliki pengetahuan dan keahlian di bidang masing-masing. IBM sangat menekankan faktor-faktor tersebut kepada para teknisi yang menangani pemasangan dan layanan purna jual. Faktor *security*, yaitu memberikan rasa aman dan terjamin kepada pelanggan merupakan hal yang penting pula. Menurut Muhammad Adam (2015:15) kriteria jaminan (*assurance*) dari sebuah perusahaan penyedia jasa antara lain meliputi faktor-faktor:

- 1) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk menumbuhkan kepercayaan dan rasa percaya diri pada pelanggannya.
- 2) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan jaminan atau garansi terhadap pekerjaannya.

- 3) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan pelayanan dengan sopan santun dan ramah.

e. Empati

Menurut Tjiptono (2006:70), empati (*empathy*) merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen. Setiap anggota perusahaan hendaknya dapat mengelola waktu agar mudah dihubungi, baik melalui telepon ataupun bertemu langsung. Dering telepon usahakan maksimal tiga kali, lalu segera dijawab. Ingat, waktu yang dimiliki pelanggan sangat terbatas sehingga tidak mungkin menunggu terlalu lama. Usahakan pula untuk melakukan komunikasi individu agar hubungan dengan pelanggan lebih akrab. Anggota perusahaan juga harus memahami pelanggan, artinya pelanggan terkadang seperti anak kecil yang menginginkan segala sesuatu atau pelanggan terkadang seperti orang tua yang cerewet. Dengan memahami pelanggan, bukan berarti anggota perusahaan merasa “kalah” dan harus “mengiyakan” pendapat pelanggan, tetapi paling tidak mencoba untuk melakukan kompromi bukan melakukan perlawanan. Menurut Muhammad Adam (2015:15) kriteria empati (*empathy*) dari sebuah perusahaan penyedia jasa antara lain meliputi faktor-faktor:

- 1) Kesiediaan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan perhatian secara individual atau perorangan kepada pelanggannya.
- 2) Perusahaan penyedia jasa untuk memiliki jam kerja yang sesuai atau cocok dengan semua pelanggannya.
- 3) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk menarik minat pelanggan untuk menggunakan jasa pelayanannya.
- 4) Kesiediaan perusahaan penyedia jasa untuk mendengarkan keluhan-keluhan atau keinginan-keinginan yang spesifik mengenai pelayanan yang diberikan.

2.1.4 Kepuasan Pelanggan dan Pengukurannya

Menurut Kotler dalam buku Sunyoto (2013, p.35), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa, tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan, maka pelanggan akan merasakan sangat puas, senang atau gembira.

Untuk mengukur kepuasan pelanggan, terdapat empat metode yang dapat digunakan (Tjiptono, dkk, 2005), antara lain:

a. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa meliputi kotak saran yang ditempatkan pada tempat-tempat yang strategis, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon khusus (*customer hot lines*), *website*, dan lain-lain. Informasi yang diperoleh dari metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkan untuk bereaksi secara tanggap terhadap setiap masalah yang timbul.

b. *Ghost Shopping*

Metode ini dilakukan dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli dari produk perusahaan dan pesaing, kemudian melaporkan mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam membeli produk tersebut. *Ghost shopper* juga mengamati tata cara pelayanan perusahaan dan pesaing dalam melayani pelanggan.

c. *Lost Customer Analysis*

Metode ini sedikit unik. Perusahaan berusaha menghubungi pelanggannya yang telah berhenti membeli atau pindah ke pemasok lain. Yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal

tersebut. Informasi ini sangat berguna bagi perusahaan dalam mengembangkan usahanya.

d. Survei Kepuasan Pelanggan

Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan beberapa cara, antara lain:

- 1) *Directly reported satisfaction*, yaitu menanyakan tingkat kepuasan secara langsung kepada pelanggan.
- 2) *Derived satisfaction*, yaitu memberikan pertanyaan yang mencakup dua hal, yaitu (1) ekspektasi pelanggan terhadap kinerja produk atau perusahaan pada atribut-atribut relevan, dan (2) persepsi pelanggan terhadap kinerja aktual produk atau perusahaan yang bersangkutan.
- 3) *Problem analysis*, yaitu meminta kepada responden untuk menyampaikan masalah-masalah yang mereka hadapi terhadap produk atau jasa perusahaan, serta memberikan saran yang dapat membangun perusahaan untuk menjadi lebih baik lagi.
- 4) *Importance-performance analysis*, yaitu meminta kepada responden untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja perusahaan pada masing-masing atribut. Nilai rata-rata dari tingkat kepentingan atribut dan kinerja perusahaan akan dianalisis di *Importance-Performance Matrix*.

Indikator kepuasan pelanggan menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2001:101) terdiri dari:

a. Kesesuaian harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.

b. Minat berkunjung kembali

Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.

c. Kesediaan merekomendasikan

Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan untuk menentukan beberapa hal, yaitu dijadikan dasar dan perbandingan yang berhubungan dengan teori sistematika penelitian yang dilakukan. Adapun penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pernah dilakukan oleh Anis Wahyuningsih (2002) yang berjudul “Analisa Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Pelayanan Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Karanganyar”. Penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan konsumen dan aspek kehandalan (*reliability*) dari dimensi kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian lain yang serupa juga pernah dilakukan oleh Fia (2006) dengan judul "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Solo". Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan yang terdiri dari aspek bukti fisik (*tangibles*), daya tanggap (*responsiveness*), kehandalan (*reliability*), empati (*emphaty*) dan jaminan (*assurance*) mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah baik secara parsial dan simultan.

Ratih Hardiyati (2010) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agro Wisata Kebun Teh Pagilaran”. Variabel yang digunakan *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil penelitian diperoleh persamaan regresi $Y=0,271 X_1 + 0,197 X_2 + 0,201 X_3 + 0,316 X_4 + 0,165 X_5$. Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolonieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan berdistribusi normal. Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel *assurance* dengan koefisien regresi sebesar 0,316, lalu *tangible* dengan koefisien regresi sebesar 0,271, kemudian diikuti dengan *responsiveness* dengan koefisien regresi

sebesar 0,201, dan *reliability* dengan koefisien regresi sebesar 0,197 sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah adalah *empathy* dengan koefisien regresi sebesar 0,165. Agrowisata Kebun Teh Pagilaran perlu mempertahankan elemen-elemen yang sudah dinilai baik oleh pelanggan serta perlu memperbaiki hal-hal yang masih kurang.

Aditama Kusuma Atmaja (2011) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan studi pada tiket Garuda di PT Falah Fantastic Tour Travel Bogor. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa kelima variabel independen yang diteliti yaitu variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan.

Zafirah (2014) Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Maskapai Penerbangan Lion Air Di Bandar Udara Mutiara SIS Al-Jufri Palu. Variabel (X) yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan variabel (Y) kepuasan pelanggan. Dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dapat disimpulkan bahwa secara simultan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari *tangible* (X_1), *reliability* (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4) dan *empathy* (X_5) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan. Hasil uji t menunjukkan bahwa kelima variabel independen (X) berpengaruh secara parsial terhadap variabel (Y). Dan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan menentukan kepuasan pelanggan adalah *responsiveness* dengan nilai koefisien beta sebesar 0,258. Berikut ringkasan hasil penelitian terdahulu yang disajikan dalam tabel 2.1:

Tabel 2.1 Persamaan Dan Perbedaan Antara Penelitian Saat Ini Dengan Penelitian Sebelumnya.

No	Peneliti	Judul	Keterangan		Hasil
			Persamaan	Perbedaan	
1.	Anis Wahyuningsih (2002)	Analisa Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Pelayanan Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Karanganyar	Variabel yang digunakan adalah lima variabel kualitas jasa yang meliputi variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.	Objek penelitian	Penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan konsumen. Dan aspek kehandalan (<i>reliability</i>) dari variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen.
2.	Fia (2006)	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Solo	Variabel yang digunakan dalam penelitian ini sama yaitu lima variabel kualitas layanan yang meliputi variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati	Objek penelitian	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan yang terdiri dari aspek bukti fisik (<i>tangibles</i>), daya tanggap (<i>responsiveness</i>), kehandalan (<i>reliability</i>), empati (<i>emphaty</i>) dan jaminan (<i>assurance</i>) mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah baik secara parsial dan simultan.
3.	Ratih Hardiyati (2010)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agro	Sama-sama menggunakan lima variabel kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan	Objek penelitian	Dari hasil penelitian diperoleh persamaan regresi $Y=0,271 X_1 + 0,197 X_2 + 0,201 X_3 + 0,316 X_4 + 0,165 X_5$. Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan

Lanjutan Tabel 2.1

	Wisata Kebun empati Teh Pagilaran			variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolonieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan berdistribusi normal. Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel <i>assurance</i> dengan koefisien regresi sebesar 0,316, lalu <i>tangible</i> dengan koefisien regresi sebesar 0,271, kemudian diikuti dengan <i>responsiveness</i> dengan koefisien regresi sebesar 0,201, dan <i>reliability</i> dengan koefisien regresi sebesar 0,197 sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah adalah <i>empathy</i> dengan koefisien regresi sebesar 0,165. Agrowisata Kebun Teh Pagilaran perlu mempertahankan elemen-elemen yang sudah dinilai baik oleh pelanggan serta perlu memperbaiki hal-hal yang masih kurang.
4.	Aditama Kusuma Atmaja (2011)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan	Menggunakan lima variabel yang sama yaitu variabel bukti fisik, keandalan,	Objek penelitian Dari hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa kelima variabel independen yang

Dilanjutkan

Lanjutan Tabel 2.1

	Pelanggan studi pada tiket Garuda di PT Falah Fantastic Tour Travel Bogor	daya tanggap, jaminan, dan empati		diteliti yaitu variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan	
5.	Zafirah (2014)	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Maskapai Penerbangan Lion Air Di Bandar Udara Mutiara SIS Al-Jufri Palu.	Menggunakan lima variabel kualitas pelayanan yang sama yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati	Objek penelitian	Dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dapat disimpulkan bahwa secara simultan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari <i>tangible</i> (X_1), <i>reliability</i> (X_2), <i>responsiveness</i> (X_3), <i>assurance</i> (X_4) dan <i>empathy</i> (X_5) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan. Hasil uji t menunjukkan bahwa kelima variabel independen (X) berpengaruh secara parsial terhadap variabel (Y). Dan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan menentukan kepuasan pelanggan adalah <i>responsiveness</i> dengan nilai koefisien beta sebesar 0,258.

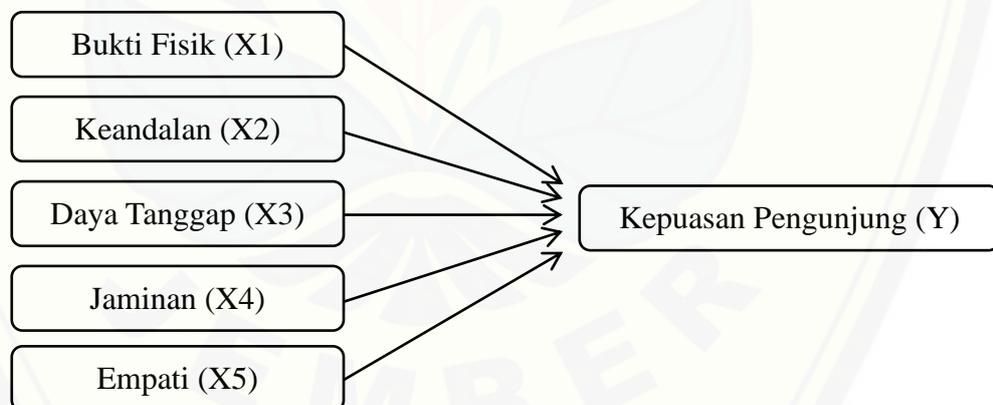
Sumber: Anis Wahyuningsih (2002), Fia (2006), Ratih Hardiyati (2010), Aditama Kusuma Atmaja (2011), Zafirah (2014).

2.3 Kerangka Konseptual

Kualitas layanan dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pengunjung atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan (*expected service*). *Service quality* dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh (Lupiyoadi, 2001: 148).

Tjiptono (2006) mengidentifikasi lima kelompok karakteristik yang digunakan pelanggan dalam mengevaluasi kualitas jasa yaitu: Bukti fisik, Keandalan, Daya tanggap, Jaminan, dan Empati. Kelima variabel kualitas jasa tersebut masing-masing memiliki indikator yang mampu menunjukkan adanya kepuasan terhadap pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, kelima variabel kualitas pelayanan tersebut dapat mempengaruhi kepuasan terhadap pengunjung maka kerangka berpikir pada penelitian ini secara sistematis dan sederhana dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Sumber: Data diolah

2.4 Hipotesis Penelitian

a. Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan

Bukti fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pelanggan. Menurut Tjiptono (2006:70), bukti fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Pernyataan tersebut di perkuat oleh penelitian Fia (2006) yang menyatakan bahwa variabel bukti fisik, daya tanggap, kehandalan, empati, dan jaminan berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Cabang Solo, hal ini menunjukkan bahwa semakin baik bukti fisik penyedia jasa mengakibatkan semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen terhadap penyedia jasa tersebut.

H₁ : Bukti Fisik (*Tangibles*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada obyek wisata Taman Botani Sukorambi Jember.

b. Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan

Menurut Tjiptono (2006: 70), keandalan merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Pernyataan tersebut diperkuat oleh penelitian Anis Wahyuningsih (2002) yang menyatakan bahwa variabel keandalan berpengaruh paling dominan dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Karanganyar, hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat keandalan penyedia jasa mengakibatkan semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen terhadap penyedia jasa tersebut.

H₂ : Keandalan (*Reliability*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada obyek wisata Taman Botani Sukorambi Jember.

c. Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan

Menurut Tjiptono (2006:70), daya tanggap adalah keinginan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Semakin tanggap pelayanan yang diberikan oleh karyawan dalam membantu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi konsumen akan mengakibatkan semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen.

Pernyataan tersebut sesuai dengan hasil penelitian zafirah (2014) yang menyatakan bahwa variabel daya tanggap berpengaruh paling dominan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Maskapai Penerbangan Lion Air Di Bandar Udara Mutiara SIS Al-Jufri Palu.

H₃: Daya Tanggap (*Responsiveness*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada obyek wisata Taman Botani Sukorambi Jember.

d. Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan

Menurut Tjiptono (2005:70), jaminan merupakan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Semakin tinggi tingkat jaminan yang diberikan penyedia jasa berakibat semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen terhadap penggunaan jasa tersebut. Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan Ratih Hardiyati (2010) yang menyatakan bahwa Jaminan berpengaruh paling dominan dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa penginapan (Villa) Agro Wisata Kebun Teh Pagilaran.

H₄: Jaminan (*Assurance*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada obyek wisata Taman Botani Sukorambi Jember.

e. Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan

Menurut Tjiptono (2006:70), empati merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen. Semakin besar empati yang diberikan penyedia jasa berakibat pada semakin besar pula tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen. Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian Aditama Kusuma Atmaja (2011) yang menyatakan bahwa empati terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan tiket Garuda di PT Falah Fantastic Tour Travel Bogor.

H₅: Empati (*Empathy*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada obyek wisata Taman Botani Sukorambi Jember.

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian adalah suatu usulan untuk memecahkan masalah dan merupakan rencana kegiatan yang dibuat peneliti untuk memecahkan masalah, sehingga akan diperoleh data yang valid sesuai dengan tujuan penelitian (Arikunto, 2006: 12). Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dipaparkan, penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai *explanatory resarch*. *Eksplanatory research* adalah penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengajuan hipotesis dengan menggunakan data-data yang sama (Singarimbun,2006).

Penelitian ini menjelaskan hubungan kausal antara variabel kepuasan konsumen dengan lima variabel kualitas pelayanan jasa yang terdiri dari variabel bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) melalui pengujian hipotesa. Penelitian ini menggunakan pendekatan survei, yaitu dengan cara mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan yang pokok (Singarimbun dan effendi, 1995:5).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu (Indriantoro, 1999:115). Arikunto (1998:115) menyebutkan bahwa populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Jadi populasi dalam penelitian ini adalah semua pengunjung obyek wisata Taman Botani Sukorambi Jember.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi yang bersifat representatif (Sugiyono, 2001). Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Purposive Sampling* adalah

pengambilan sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan sampel yang telah ditentukan. Menurut Arikunto (2007) metode *Purposive Sampling* adalah penentuan sampel dilakukan dengan sengaja, dengan catatan bahwa sampel tersebut representatif atau mewakili populasi.

Kriteria responden untuk memenuhi syarat penelitian dalam pengambilan sampel sebagai berikut:

- a. Responden telah berkunjung minimal 2 kali pada objek wisata tersebut.
- b. Pengunjung yang dijadikan responden minimal berusia 17 tahun dengan harapan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti dapat dipahami dan dijawab dengan tepat.

Mengenai banyaknya sampel Roscoe dalam *uma sakaran* (2006:166) menyatakan bahwa suatu ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat dalam kebanyakan penelitian. Ferdinand (2006:51) menyarankan bahwa ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel. Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah indikator dikalikan 5 sampai dengan 10.

Mengacu pada teori diatas, pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan cara mengalikan jumlah seluruh indikator penelitian yang berjumlah 21 indikator, dikalikan dengan 5 parameter sehingga banyaknya sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 105 responden.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dalam bentuk skala ordinal. Kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka atau bilangan. Sesuai dengan bentuknya, data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis menggunakan teknik perhitungan matematika atau statistika. Data kuantitatif berfungsi untuk mengetahui jumlah atau besaran suatu objek yang akan diteliti.

Sumber data dalam penelitian ini berupa:

- a. Data Primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber atau objek penelitian (Algifari, 1997:65). Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui teknik komunikasi dengan menggunakan angket (*kuesioner*) yaitu

memberikan daftar pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian kepada responden pengunjung obyek wisata Taman Botani Sukorambi Jember.

- b. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari berbagai sumber yang berkaitan dengan data yang dibutuhkan. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan berbagai literatur yang berkaitan dengan objek penelitian bisa melalui artikel, jurnal, serta situs internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data bertujuan untuk mendapatkan data-data yang sesuai dan dibutuhkan dalam penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Kuesioner

Pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan daftar pernyataan kepada para responden, kemudian responden akan mengisinya sesuai dengan pendapat dan persepsi responden. Data yang didapat dari kuesioner ini adalah tentang pendapat responden terhadap variabel kualitas layanan pada obyek wisata Taman Botani Sukorambi Jember.

- b. Dokumentasi

Pengumpulan data yang dilakukan tentang profil obyek wisata Taman Botani Sukorambi Jember yang bisa di dapat dari arsip pengelola obyek wisata tersebut.

3.5 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran

3.5.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel – variabel dalam penelitian ini didefinisikan secara operasional serta diukur dengan menggunakan skala ordinal.

Definisi operasional variabel merupakan variabel yang digunakan dalam penelitian untuk mempermudah pengukuran dan memberikan penyederhanaan serta pemahaman terhadap pembahasan pada penelitian ini. Dalam penelitian ini, definisi operasional variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

1) Bukti Fisik (X_1)

Bukti fisik merupakan segala sesuatu yang nampak dan nyata dalam pelayanan pengunjung. Indikator bukti fisik menurut Muhammad Adam (2015:16) adalah sebagai berikut:

- a) Petugas menggunakan peralatan yang modern.
- b) Bangunan yang ada di lokasi wisata berbentuk menarik.
- c) Petugas menggunakan pakaian yang rapi.
- d) Lokasi obyek wisata mudah dijangkau.

2) Keandalan (X_2)

Keandalan merupakan kemampuan obyek wisata Taman Botani dalam memberikan pelayanan secara tepat dan benar sesuai yang telah dijanjikan kepada pengunjung. Variabel ini dapat diukur dengan indikator menurut Muhammad Adam (2015:14) sebagai berikut:

- a) Pengelola menyediakan jasa sesuai dengan apa yang ada di iklan.
- b) Petugas segera melakukan tindakan jika terjadi masalah pada pengunjung.
- c) Petugas memberikan layanan sesuai dengan bidangnya.
- d) Petugas memberikan layanan sesuai dengan yang diminta oleh pengunjung.
- e) Petugas berhati-hati dalam melakukan tugasnya.

3) Daya Tanggap (X_3)

Daya Tanggap adalah kesadaran atau keinginan karyawan Taman Botani Sukorambi dalam memberikan pelayanan tepat waktu dan bertindak membantu pengunjung secara cepat. Indikator dari variabel ini menurut Muhammad Adam (2015:14-15) adalah sebagai berikut:

- a) Petugas memberikan informasi wisata kepada semua pengunjung.
- b) Petugas memberikan layanan dengan cepat.

4) Jaminan (X_4)

Jaminan merupakan pengetahuan, bebas dari bahaya, kesopan santunan serta percaya diri para karyawan obyek wisata Taman Botani Sukorambi. Indikator variabel ini menurut Muhammad Adam (2015:15) adalah sebagai berikut:

- a) Petugas melayani pengunjung dengan percaya diri.
 - b) Petugas memberikan jaminan aman dalam melayani pengunjung.
 - c) Petugas memberikan pelayanan dengan sopan.
- 5) Empati (X_5)
- Empati merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pengunjung obyek wisata Taman Botani Sukorambi. Indikator dari variabel ini menurut Muhammad Adam (2015:15) adalah sebagai berikut:
- a) Petugas memberikan perhatian secara personal kepada pengunjung.
 - b) Jam kerja Taman Botani sesuai atau cocok dengan semua pengunjung.
 - c) Petugas menawarkan layanan wisata dengan menarik.
 - d) Pengelola menyediakan kotak kritik dan saran.

b. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

1) Kepuasan Pengunjung (Y)

Kepuasan pengunjung merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Indikator dari kepuasan menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2001:101) adalah sebagai berikut:

- a) Layanan yang diperoleh sesuai dengan harapan pengunjung.
- b) Pengunjung berminat untuk melakukan kunjungan ulang ke Taman Wisata Botani.
- c) Pengunjung bersedia merekomendasikan ke orang lain untuk berkunjung ke Taman wisata Botani.

3.5.2 Skala Pengukuran

Pengukuran yang dilakukan terhadap variabel penelitian ini adalah bertujuan untuk mendapatkan gambaran empirik dari konsep-konsep yang telah dijabarkan. Menurut Sugiyono (2006:84), skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Skala pengukuran data yang digunakan penelitian ini adalah skala Likert. Menurut Umar (2004:69), skala Likert ini berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu, misalnya setuju-tidak setuju, senang tidak senang dan baik-tidak baik. Dengan skala ini responden diminta untuk memberikan tanggapan terhadap setiap pertanyaan dengan memilih satu dari empat jawaban yang tersedia berdasarkan perasaan mereka. Pertanyaan yang telah dibuat akan ditentukan skornya dengan perincian sebagai berikut:

- a. Jawaban Sangat setuju : bobot nilai 5
- b. Jawaban Setuju : bobot nilai 4
- c. Jawaban Cukup setuju : bobot nilai 3
- d. Jawaban Tidak setuju : bobot nilai 2
- e. Jawaban Sangat tidak setuju : bobot nilai 1

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2006:57) validitas adalah tingkat kendalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur. Dengan demikian, instrumen yang valid merupakan instrumen yang benar-benar tepat untuk mengukur apa yang hendak di ukur. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauhmana data yang dikumpulkan tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.

Cara pengujian validitas dengan menghitung korelasi antar skor total dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

- r_{xy} : Nilai validitas atau koefisien korelasi
 N : Jumlah responden untuk diuji
 X : Skor setiap pertanyaan
 Y : Skor setiap pertanyaan total

Setelah nilai r (koefisien korelasi) diperoleh, maka langkah selanjutnya adalah membandingkan antara hasil nilai r yang terdapat pada tabel nilai kritis. Rahmady dan Andi (2007:91) menyatakan jika p value lebih kecil dari $\alpha = 5\%$, berarti pernyataan-pernyataan dalam kuesioner tersebut mempunyai validitas atau kesahihan, yaitu bahwa pernyataan dalam kuesioner itu dapat melakukan fungsi ukurannya.

b. Uji Reliabilitas

Arikunto (2006:154) menyatakan Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas berkenaan dengan tingkat keajegan atau ketetapan hasil pengukuran (Nana Syaodih Sukmadinata, 2009). Kuesioner dikatakan reliabel jika dapat memberikan hasil relatif sama (ajeg) pada saat dilakukan pengukuran kembali pada obyek yang berlainan pada waktu yang berbeda atau memberikan hasil yang tetap. Uji reliabilitas dilakukan dengan rumus *cronbach alpha* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan:

- r_{11} : Reliabilitas instrument
 k : Banyaknya butir pertanyaan
 $\sum \sigma_b^2$: Jumlah varian butir
 σ_1^2 : Varian total

Nunnally dalam bukunya Ghozali (2005:42) mengatakan bahwa suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *alpha cronbach* (α) > 0,60. Untuk menentukan kriteria indeks reliabilitas (Arikunto dalam Yarnest, 2004:96) adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien reliabilitas (alpha)

No	Interval	Kriteria
1.	<0,200	Sangat rendah
2.	0,200-0,399	Rendah
3.	0,400-0,599	Cukup
4.	0,600-0,799	Tinggi
5.	0,800-1,00	Sangat tinggi

Sumber: Yarnest (2004:96)

Keputusan pengujian diambil dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Item pertanyaan instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila alfa yang dihasilkan lebih besar atau sama dengan 0,60, artinya item instrumen dapat digunakan.
- 2) Item pertanyaan instrumen penelitian dinyatakan tidak reliabel apabila alfa yang dihasilkan lebih kecil dari 0,60, artinya item instrumen tidak dapat digunakan.

c. Uji Normalitas

Menurut Nugroho (2005: 18), uji normalitas data sebaiknya dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian. Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak yang digunakan dalam penelitian adalah data yang berdistribusi normal. Untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov (K-S). Kuesioner penelitian dikatakan terdistribusi normal apabila nilai Asymp. Sig. lebih besar dari 0,05 (5%).

Jika data yang diperoleh tidak berdistribusi normal maka peneliti menggunakan teori “*Central Limit Theorem*”. Teori tersebut menyatakan bahwa data dianggap berdistribusi normal apabila data lebih dari 30.

3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan salah satu analisis yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain. Metode ini menghubungkan satu variabel dependen dengan banyak variabel independen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan pengunjung. Sedangkan variabel bebasnya adalah bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Model hubungan kepuasan pengunjung dengan variabel-variabel bebasnya tersebut disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut:

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + e$$

Keterangan:

Y	:	Variabel terikat yaitu kepuasan pengunjung
a	:	Konstanta
b_1 - b_5	:	Koefisien regresi variabel bebas ke-1 sampai ke-5
x_1	:	Bukti fisik
x_2	:	Keandalan
x_3	:	Daya tanggap
x_4	:	Jaminan
x_5	:	Empati
e	:	Standart error

3.7 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik diperlukan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan benar-benar bebas dari adanya gejala heteroskedastisitas, dan gejala multikolinearitas. Model regresi akan dapat dijadikan alat estimasi yang tidak bias jika memenuhi persyaratan BLUE (*Best*

Linier Unbiased Estimator) yakni tidak terdapat heteroskedastisitas, dan multikolinearitas (Sudrajat, 1988: 64).

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel-variabel bebas. Apabila terdapat korelasi, maka diidentifikasi ada masalah multikolinearitas. Sebab model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (variabel independen). Kolinearitas ganda terjadi apabila terdapat hubungan yang sempurna antar variabel bebas sehingga sulit untuk memisahkan pengaruh tiap-tiap variabel secara individu terhadap variabel terikat.

Salah satu cara untuk melihat terjadinya multikolinearitas yaitu dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dengan ketentuan apabila nilai VIF > 10, maka terjadi multikolinearitas. Begitupun sebaliknya, jika nilai VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas (Gujarati, 1991:299). Bila pada model regresi ditemukan adanya multikolinieritas maka tindakan yang dilakukan adalah menambahkan atau menggantikan sampel baru.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika tetap maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji Glejser. Menurut Gujarati (2014:495), pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan nilai absolut residual terhadap seluruh variabel bebas. Jika nilai signifikan lebih besar 0,05 (5%), berarti tidak terjadi heteroskedastisitas. Atau apabila hasil regresi absolut terhadap seluruh variabel bebas mempunyai nilai t Hitung yang tidak signifikan, maka dapat dikatakan bahwa model penelitian lolos dari adanya heteroskedastisitas.

3.8 Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan uji t (uji parsial). Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2005: 83). Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} . Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan signifikan dibawah 0,05 (5%), maka secara parsial atau individual variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, begitu juga sebaliknya. Rumus hitung nilai t menurut Sugiyono (2002: 84) adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{bi}{Se(bi)}$$

Keterangan :

t = Besarnya t_{hitung}

bi = Koefisien regresi

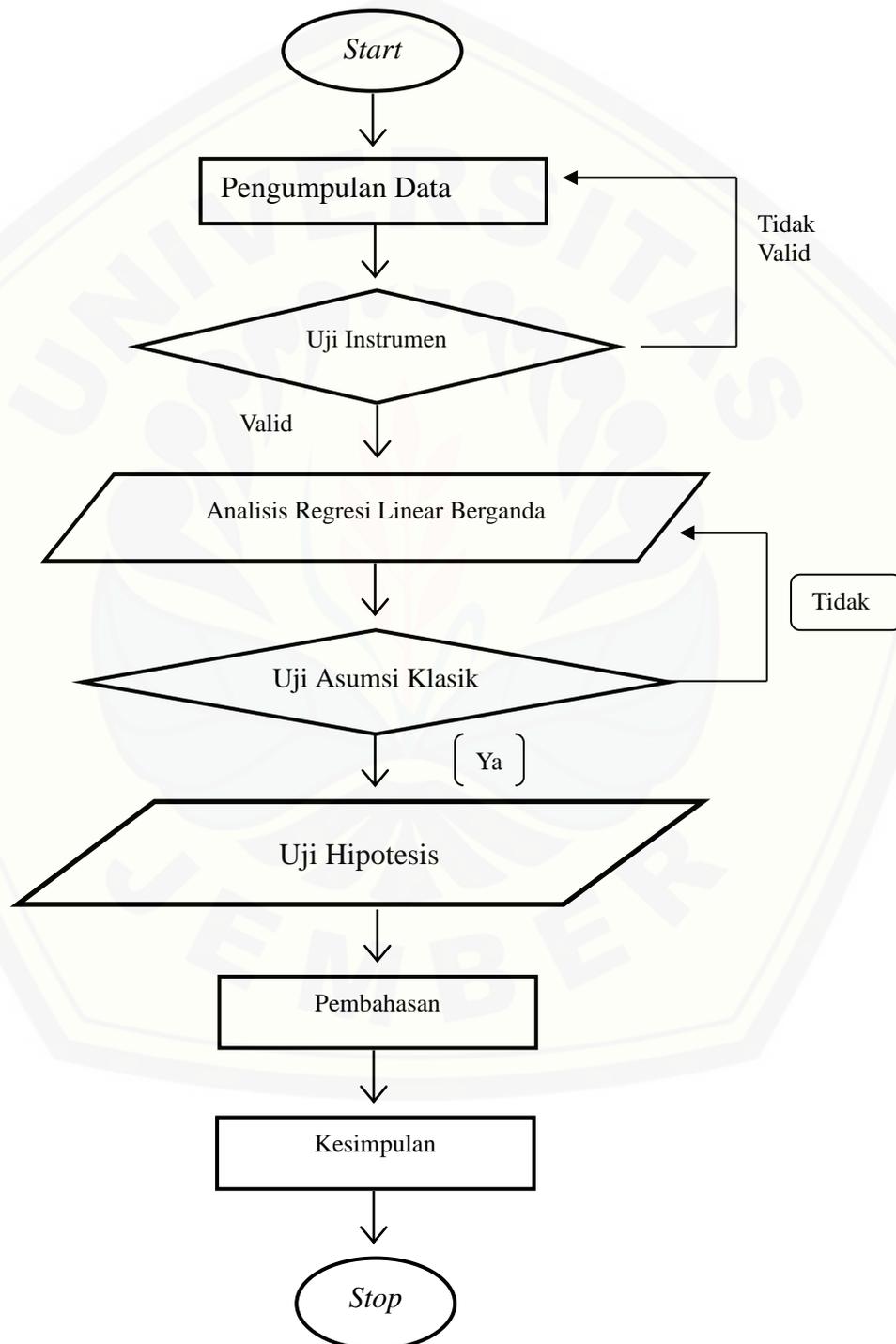
Se(bi) = Standar error dari koefisien regresi

Kriteria pengambilan keputusan:

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.9 Kerangka Pemecahan Masalah

Kerangka pemecahan masalah bertujuan untuk menjelaskan tahap-tahap yang dilakukan mulai dari awal penelitian hingga penelitian selesai yang disajikan dalam bentuk gambar. Kerangka pemecahan masalah dalam penelitian ini:



Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah

Keterangan:

- a. Start, merupakan tahap awal persiapan materi untuk mencari data penelitian.
- b. Pengumpulan Data, dimulai dari peneliti mencari data-data yang diperlukan dalam penelitian. Data yang diperlukan berupa informasi dari daftar pustaka ataupun diperoleh secara langsung dengan menyebarkan kuisioner pada responden.
- c. Uji Instrumen, uji ini merupakan alat yang digunakan untuk mengetahui data yang diperoleh valid dan reliabel atau tidak. Jika tidak valid atau reliabel perlu dilakukan perbaikan ulang dengan cara mengumpulkan data kembali.
- d. Analisis regresi linear berganda yaitu untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (*independent variable*) terhadap variabel terikat (*dependent variable*).
- e. Uji Asumsi klasik, uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Jika salah satu dari uji asumsi klasik tersebut tidak memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan maka perlu dilakukan perbaikan ulang pada uji tersebut. Bisa dengan cara menambah jumlah observasi atau mentransformasikan data ke dalam bentuk lain.
- f. Pengujian Hipotesis dalam pengujian ini menggunakan uji t yakni untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pada setiap variabel yang diukur.
- g. Pembahasan, dalam tahap ini peneliti melakukan pembahasan dan hasil dari penelitian yang telah dilakukan.
- h. Kesimpulan, menyatakan temuan-temuan sebagai hasil selama melakukan penelitian.
- i. Stop, hasil akhir dari seluruh penelitian.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil pengujian dan analisis statistik dalam penelitian ini, maka dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain sebagai berikut:

- a. Variabel bukti fisik secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Botani. Artinya semakin tinggi nilai dimensi kualitas layanan bukti fisik yang ada di objek wisata akan meningkatkan tingkat kepuasan pengunjung Taman Wisata Botani.
- b. Variabel keandalan secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Botani. Artinya semakin tinggi nilai dimensi kualitas layanan keandalan yang ada di objek wisata akan meningkatkan tingkat kepuasan pengunjung Taman Wisata Botani.
- c. Variabel daya tanggap secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Botani. Artinya semakin tinggi nilai dimensi kualitas layanan daya tanggap yang ada di objek wisata akan meningkatkan tingkat kepuasan pengunjung Taman Wisata Botani.
- d. Variabel jaminan secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Botani. Artinya semakin tinggi nilai dimensi kualitas layanan jaminan yang ada di objek wisata akan meningkatkan tingkat kepuasan pengunjung Taman Wisata Botani.
- e. Variabel empati secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Botani. Artinya semakin tinggi nilai dimensi kualitas layanan empati yang ada di objek wisata akan meningkatkan tingkat kepuasan pengunjung Taman Wisata Botani.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka terdapat beberapa saran sebagai berikut:

a. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, variabel keandalan pada Taman Botani Sukorambi mendapat respon negatif terbesar dari responden pada jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju yaitu sebesar 11,22%. Dengan demikian Taman Botani Sukorambi diharapkan dapat memperbaiki variabel keandalan mereka sehingga tingkat kepuasan pengunjung yang diperoleh akan lebih besar lagi. Taman Wisata Botani Sukorambi Kabupaten Jember juga dihimbau untuk mempertahankan dan mengembangkan dimensi kualitas layanan yang ada di objek wisata mereka karena lima dimensi kualitas layanan yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terbukti dapat meningkatkan kepuasan pengunjung.

b. Bagi Akademisi

Peneliti selanjutnya disarankan menggunakan atau menambah variabel yang terkait, serta memberikan pendampingan secara langsung pada saat responden melakukan pengisian kuisioner, terlebih pada responden yang memiliki tingkat pendidikan tingkat menengah agar lebih memahami kuisioner.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. 1997. *Analisis Regresi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Arikunto, Suharsimi. 2007. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Edisi Revisi VI*. Jakarta: Rineka Cipta
- Ghozali, Imam. 2005. “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damudar. 2003. *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Erlangga.
- Indriantoro & Supomo. 1999. *Metode Penelitian*. Jakarta: Alfabeta.
- Kotler, Philip dan Amstrong. 2001. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 9. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Revisi*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Philip., dan Keller, K.L. 2007, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ke dua Belas, Jilid 2, dialihbahasakan oleh Benjamin Molan, Jakarta: PT Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Masri Singarimbun. 2006. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Masri, Singarimbun dan Sofian Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES Indonesia.
- Muhammad Adam. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan aplikasi, cetakan kesatu*. Bandung: Alfabeta.

- Nana Syaodih Sukmadinata. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Prayitno, Duwi. 2010. *Paham Analisa Data Statistik Dengan SPSS*. MediaKom, Yogyakarta.
- Rahmadi Radiany dan R. Andi Sularso. 2007. *Konsentrasi Pemasaran*. Surabaya: Badan Penerbit Mahardika.
- Rangkuti, Fredy. 2006. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2006. *Statistika Untuk Penelitian, Cetakan ketujuh*. Bandung: Alfabeta.
- . 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- , Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Edisi Keempat. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Transtrianingzah, Fia. 2006. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Solo*. Jurusan Ekonomi Islam: STAIN Surakarta.
- Umar, Hussein. 2004. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Wahyuningsih, Anis. 2002. *Analisa Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Pelayanan Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Karanganyar*. *Skripsi*. Surakarta: Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen UMS.
- Yarnest, 2004. *Panduan Aplikasi Statistik*. Malang: Dioma

Lampiran 1. Daftar Kuesioner**LEMBAR KUESIONER**

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

DiTempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penulisan skripsi sebagai syarat pengambilan gelar sarjana (S1) yang berjudul “Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Obyek Wisata Taman Botani Sukorambi Jember”, maka saya:

Nama : Muhammad Amar

NIM : 120810201315

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen UNEJ

Mohon kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner yang saya sediakan.

Penelitian ini digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada obyek wisata Taman Botani Sukorambi Jember. Informasi yang anda berikan ini bersifat terbatas dalam arti hanya digunakan dalam penelitian ini. Identitas responden dan jawaban yang anda berikan terjamin kerahasiaannya.

Atas perhatian dan kerjasamanya, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Muhammad Amar

NIM. 120810201315

KUESIONER PENELITIAN

No. Responden	
---------------	--

A. Data Responden

1. Jenis Kelamin : () Laki-laki; () Perempuan
2. Umur :
3. Pendidikan Terakhir :
 - a. SD/Sederajat
 - b. SMP/Sederajat
 - c. SMA/Sederajat
 - d. Akademi/Perguruan Tinggi (D3/S1/S2/S3)
4. Pekerjaan :
 - a. Pegawai negeri
 - b. Pegawai swasta
 - c. Wiraswasta
 - d. Pelajar/mahasiswa
 - e. Pensiunan
 - f. Lainnya:

B. Petunjuk Pengisian

1. Pernyataan-pernyataan berikut mohon diisi dengan jujur sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
2. Berikan tanda (√) pada salah satu jawaban dari setiap pernyataan sesuai apa yang anda alami dan rasakan.
3. Terdapat 5 (lima) pilihan jawaban atas pernyataan sebagai berikut:
 - Sangat setuju (SS) = 5
 - Setuju (S) = 4
 - Cukup Setuju (CS) = 3
 - Tidak Setuju (TS) = 2
 - Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

C. Daftar Pernyataan

Tangible / Bukti Fisik (X₁)

NO	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Petugas menggunakan peralatan yang modern.					
2	Bangunan yang ada di lokasi wisata berbentuk menarik.					
3	Petugas menggunakan pakaian yang rapi.					
4	Lokasi obyek wisata mudah dijangkau.					

Realibility / Keandalan (X₂)

NO	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Pengelola menyediakan jasa sesuai dengan apa yang ada di iklan.					
2	Petugas segera melakukan tindakan jika terjadi masalah pada pengunjung.					
3	Petugas memberikan layanan sesuai dengan bidangnya.					
4	Petugas memberikan layanan sesuai dengan yang diminta oleh pengunjung.					
5	Petugas berhati-hati dalam melakukan tugasnya.					

Responsiveness / Daya Tanggap (X₃)

NO	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Petugas memberikan informasi wisata kepada pengunjung.					
2	Petugas memberikan layanan dengan cepat.					

Assurance / Jaminan (X₄)

NO	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Petugas melayani pengunjung dengan percaya diri.					
2	Petugas memberikan rasa aman dalam melayani pengunjung.					
3	Petugas memberikan pelayanan dengan sopan					

Empathy / Empati (X₅)

NO	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Petugas memberikan perhatian secara personal kepada pengunjung.					
2	Taman Botani memiliki jam buka yang sesuai dengan semua pengunjungnya.					
3	Petugas menawarkan layanan wisata dengan menarik					
4	Pengelola menyediakan kotak kritik dan saran.					

Kepuasan Pengunjung (Y)

NO	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Layanan yang diperoleh sesuai dengan yang saya harapkan.					
2	Saya berminat untuk melakukan kunjungan ulang ke Taman Wisata Botani.					
3	Saya bersedia menyarankan ke orang lain untuk berkunjung ke Taman wisata Botani.					

TERIMAKASIH

Lampiran 2. Karakteristik Responden

Usia	Jumlah	Presentase
A	46	43,80
B	21	20,00
C	18	17,14
D	11	10,47
E	9	08,57
Total	105	100

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
A	41	39,04
B	64	60,95
Total	105	100

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase (%)
A	11	10,47
B	21	20,00
C	57	54,28
D	16	15,23
Total	105	100

Pekerjaan Responden	Jumlah	Persentase (%)
A	16	15,23
B	12	11,42
C	21	20,00
D	47	44,76
E	9	8,57
Total	105	100

Lampiran 3. Rekapitulasi Jawaban Responden

BUKTI FISIK				X1 TOT	KEANDALAN					X2 TOT
X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4		X2. 1	X2. 2	X2. 3	X2. 4	X2. 5	
5	4	5	4	18	5	3	4	4	5	21
4	2	3	2	11	2	3	3	2	3	13
5	4	5	4	18	3	5	4	3	5	20
5	3	4	4	16	4	3	4	5	4	20
4	4	5	4	17	4	4	5	4	5	22
5	5	4	3	17	3	4	4	3	4	18
4	3	4	5	16	4	3	3	4	4	18
3	2	3	4	12	2	4	4	3	3	16
4	3	4	3	14	4	4	4	4	4	20
4	4	3	5	16	4	2	2	4	3	15
4	4	4	3	15	4	5	3	3	4	19
5	3	2	3	13	4	2	5	3	2	16
5	5	4	5	19	5	4	3	4	4	20
4	3	2	4	13	4	2	3	3	2	14
3	4	4	3	14	4	4	3	4	4	19
4	4	3	3	14	5	4	4	5	3	21
3	3	4	4	14	3	4	3	3	4	17
3	5	3	4	15	3	4	5	4	3	19
5	3	4	3	15	4	3	4	3	4	18
5	4	5	4	18	3	4	4	5	5	21
4	5	3	3	15	4	4	4	3	3	18
4	4	5	4	17	4	4	3	3	5	19
3	4	3	4	14	3	5	3	3	3	17
4	5	4	4	17	4	3	4	4	4	19
3	4	3	3	13	4	3	3	3	3	16
4	3	4	3	14	3	5	4	3	4	19
4	3	3	4	14	4	3	4	3	3	17
4	3	4	5	16	4	4	3	4	4	19
3	4	4	3	14	3	4	5	3	4	19
4	5	4	5	18	3	4	5	4	4	20
5	4	4	5	18	4	5	3	4	4	20
5	3	3	4	15	4	3	4	5	3	19
3	2	2	3	10	2	2	3	2	2	11
5	4	5	3	17	4	5	4	5	5	23
4	3	3	4	14	3	3	2	3	3	14
5	4	5	3	17	4	4	3	5	5	21

3	2	3	3	11	4	4	4	3	3	18
4	3	4	5	16	3	5	2	3	4	17
4	4	3	4	15	3	4	2	3	3	15
3	4	3	3	13	4	3	4	4	3	18
4	3	4	4	15	4	3	3	3	4	17
3	2	3	4	12	2	4	4	3	3	16
4	3	3	3	13	4	4	3	4	4	19
4	4	3	4	15	4	2	3	4	3	16
4	4	4	3	15	4	5	3	3	4	19
5	3	2	3	13	4	2	5	3	2	16
5	5	4	5	19	5	4	3	4	4	20
4	5	3	3	15	4	4	4	3	3	18
4	4	3	4	15	3	3	3	4	4	17
3	4	3	4	14	3	5	3	3	3	17
4	5	4	4	17	4	3	4	4	4	19
5	4	4	5	18	4	4	4	4	5	21
3	3	2	3	11	3	2	3	2	3	13
4	5	3	4	16	4	5	4	5	4	22
4	3	4	5	16	4	4	4	4	4	20
5	4	5	4	18	5	3	4	4	5	21
4	5	3	4	16	5	3	3	4	4	19
5	4	3	4	16	3	4	4	3	4	18
5	3	4	4	16	4	3	4	5	4	20
4	4	3	3	14	4	4	3	4	3	18
4	3	4	3	14	3	4	3	3	4	17
4	3	4	4	15	4	3	3	3	4	17
3	2	3	4	12	3	4	4	3	3	17
4	5	4	5	18	4	4	4	5	4	21
3	4	3	2	12	4	2	2	4	3	15
4	4	4	3	15	4	4	3	3	4	18
4	4	3	5	16	4	4	4	4	3	19
4	4	3	3	14	4	3	3	3	4	17
5	3	4	3	15	4	4	4	3	4	19
3	3	4	2	12	3	4	3	3	4	17
4	5	4	5	18	4	5	4	4	4	21
3	4	2	3	12	3	3	3	4	2	15
4	4	3	4	15	4	4	4	3	3	18
3	5	4	4	16	5	4	3	3	4	19
3	4	3	4	14	3	4	4	3	3	17
5	3	4	4	16	4	3	4	3	4	18
4	4	4	4	16	3	4	4	3	3	17

4	5	4	4	17	4	4	4	5	5	22
4	4	3	4	15	3	4	4	4	3	18
4	5	4	4	17	4	3	4	4	4	19
5	4	4	4	17	4	4	4	5	5	22
3	3	2	3	11	3	2	2	3	3	13
5	4	4	3	16	5	4	5	3	5	22
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	18	4	5	4	4	4	21
5	3	3	4	15	4	4	4	5	3	20
4	4	3	4	15	4	3	4	4	4	19
4	2	4	4	14	2	3	3	3	3	14
3	4	3	4	14	3	5	4	3	5	20
3	4	3	3	13	4	3	4	4	3	18
4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	15	4	2	2	4	3	15
4	4	4	3	15	4	5	3	4	4	20
5	3	5	3	16	4	5	5	3	3	20
3	3	4	3	13	3	3	3	4	4	17
3	4	3	4	14	4	4	4	3	3	18
4	3	4	4	15	4	4	4	4	4	20
3	4	3	3	13	4	4	4	4	3	19
3	4	3	4	14	3	5	3	3	3	17
4	5	4	4	17	4	3	4	4	4	19
5	4	4	5	18	4	4	4	4	5	21
3	3	2	3	11	3	2	3	2	3	13
4	5	3	4	16	4	5	4	5	4	22
4	3	4	5	16	4	4	4	4	4	20
5	4	5	4	18	5	3	4	4	5	21

DAYA TANGGAP		X3 TOT	JAMINAN			X4 TOT
X3.1	X3.2		X4.1	X4.2	X4.3	
5	3	8	4	3	4	11
3	3	6	3	3	3	9
3	3	6	3	5	4	12
5	4	9	4	3	4	11
4	5	9	4	4	5	13
3	4	7	4	4	4	12
4	4	8	3	3	3	9
3	3	6	3	3	3	9
4	3	7	4	4	3	11

4	3	7	4	2	2	8
4	3	7	3	5	3	11
4	4	8	4	2	5	11
4	4	8	4	4	3	11
5	5	10	3	2	3	8
4	4	8	3	4	3	10
5	4	9	5	4	4	13
3	3	6	2	4	3	9
5	4	9	5	4	5	14
3	3	6	4	3	4	11
4	4	8	4	4	4	12
2	2	4	2	4	2	8
3	4	7	4	5	5	14
4	3	7	3	5	3	11
4	4	8	4	3	4	11
4	3	7	3	3	3	9
3	3	6	4	5	4	13
4	3	7	4	3	4	11
4	4	8	4	4	3	11
4	3	7	3	4	5	12
5	4	9	5	4	5	14
4	4	8	4	5	3	12
3	3	6	4	3	4	11
3	2	5	3	2	2	7
4	4	8	4	5	4	13
4	4	8	3	3	2	8
4	4	8	3	4	3	10
3	2	5	4	4	4	12
3	5	8	4	5	2	11
4	3	7	3	4	2	9
3	4	7	3	3	4	10
4	4	8	3	3	3	9
5	5	10	3	4	4	11
4	4	8	4	4	4	12
4	3	7	4	2	2	8
4	3	7	3	3	3	9
4	4	8	4	2	3	9
4	4	8	4	4	3	11
2	4	6	2	4	4	10
5	4	9	4	5	5	14
4	3	7	5	5	4	14

4	5	9	4	3	4	11
4	3	7	3	3	3	9
3	4	7	4	4	4	12
4	3	7	4	3	4	11
4	5	9	4	4	3	11
3	3	6	3	3	3	9
3	3	6	3	5	4	12
5	4	9	4	3	4	11
3	3	6	3	3	3	9
4	4	8	4	5	4	13
4	4	8	3	3	3	9
5	5	10	4	4	4	12
4	3	7	3	4	3	10
4	3	7	4	2	2	8
4	3	7	3	3	3	9
4	5	9	4	4	5	13
4	4	8	4	4	4	12
5	5	10	3	2	3	8
4	4	8	3	4	3	10
5	4	9	5	4	4	13
4	4	8	4	5	4	13
4	2	6	3	4	3	10
5	4	9	4	4	4	12
3	4	7	4	4	2	10
4	4	8	3	4	4	11
3	4	7	3	3	3	9
4	4	8	4	3	4	11
3	4	7	4	3	4	11
4	3	7	3	3	3	9
4	3	7	4	3	4	11
4	5	9	5	4	5	14
4	4	8	4	5	4	13
3	2	5	3	2	3	8
3	3	6	3	3	3	9
4	5	9	4	5	5	14
3	3	6	4	3	4	11
5	4	9	4	5	4	13
3	3	6	3	3	3	9
3	5	8	3	5	4	12
3	4	7	4	3	4	11
5	5	10	4	5	5	14

4	4	8	4	4	4	12
4	5	9	4	5	5	14
5	4	9	4	5	5	14
4	4	8	4	4	3	11
5	4	9	5	4	4	13
4	5	9	5	4	5	14
2	4	6	3	3	3	9
4	3	7	5	5	4	14
4	5	9	4	3	4	11
4	3	7	3	3	3	9
3	4	7	4	4	4	12
4	3	7	4	3	4	11
4	5	9	4	4	3	11
3	3	6	3	3	3	9

Empati				X5 TOT	Kepuasan Pengunjung			Y TOT
X5.1	X5.2	X5.3	X5.4		Y1	Y2	Y3	
5	5	4	5	19	3	4	4	11
4	3	4	3	14	3	3	3	9
5	3	5	3	16	4	4	4	12
5	4	4	5	18	5	4	3	12
4	5	5	4	18	5	5	4	14
5	4	3	4	16	3	4	5	12
4	3	4	3	14	4	3	3	10
3	3	4	5	15	3	4	2	9
3	5	4	4	16	3	4	3	10
4	4	3	4	15	2	2	4	8
4	4	5	4	17	5	3	4	12
5	3	4	3	15	2	5	3	10
4	5	5	4	18	5	3	5	13
4	4	3	5	16	4	3	3	10
3	3	3	4	13	3	3	4	10
4	5	4	3	16	4	4	4	12
3	3	3	3	12	3	4	3	10
3	5	5	4	17	4	5	5	14
5	3	4	3	15	3	4	3	10
5	4	3	4	16	4	4	4	12
4	4	4	5	17	3	4	5	12
4	5	4	5	18	4	5	4	13
3	3	3	4	13	4	4	4	12

4	4	4	4	16	4	4	3	11
3	4	5	3	15	4	3	4	11
4	3	4	4	15	4	4	3	11
4	3	4	4	15	3	4	3	10
4	4	5	4	17	4	3	3	10
3	4	4	5	16	4	5	4	13
4	5	4	3	16	4	5	5	14
5	4	5	4	18	5	3	4	12
5	3	4	3	15	3	4	3	10
2	3	2	2	9	3	2	2	7
5	4	5	3	17	4	4	4	12
4	3	3	4	14	4	3	3	10
5	5	4	4	18	3	3	4	10
3	4	3	4	14	3	4	2	9
4	3	5	4	16	4	2	3	9
4	5	4	3	16	3	2	4	9
3	3	4	3	13	3	4	4	11
4	3	4	3	14	4	3	3	10
3	3	4	5	15	3	4	2	9
4	5	4	4	17	3	4	3	10
4	4	3	4	15	2	2	4	8
4	4	4	4	16	3	3	4	10
3	3	4	3	13	2	5	3	10
5	5	5	4	19	5	3	5	13
4	4	4	3	15	4	4	3	11
4	5	4	5	18	4	5	4	13
4	3	3	3	13	4	4	4	12
4	3	4	4	15	3	4	4	11
3	3	3	4	13	3	3	3	9
4	3	4	5	16	3	4	3	10
4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	5	4	17	5	4	4	13
4	3	3	2	12	4	5	4	13
5	4	4	4	17	4	4	4	12
5	4	5	4	18	5	4	4	13
3	4	4	3	14	5	4	3	12
5	5	4	5	19	4	4	4	12
4	3	5	3	15	3	5	3	11
4	3	5	3	15	4	5	4	13
4	4	4	4	16	4	3	3	10
4	3	3	3	13	3	3	3	9

4	3	3	3	13	3	3	3	9
5	5	4	5	19	4	5	5	14
5	5	4	5	19	3	4	5	12
4	5	4	4	17	3	4	4	11
3	4	3	4	14	3	3	2	8
4	4	5	5	18	4	5	4	13
4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	3	3	3	13	4	2	3	9
4	4	5	4	17	4	4	5	13
4	3	5	4	16	4	3	3	10
4	5	4	3	16	3	5	5	13
3	3	3	3	12	3	3	3	9
4	3	4	5	16	4	3	5	12
4	4	4	3	15	4	3	4	11
3	3	3	3	12	5	3	4	12
4	3	4	4	15	3	4	3	10
4	4	5	3	16	4	5	4	13
4	3	5	5	17	4	4	3	11
3	4	4	4	15	4	5	4	13
3	3	3	3	12	4	3	3	10
5	4	5	4	18	5	5	4	14
3	3	4	3	13	3	4	4	11
5	5	4	5	19	5	5	4	14
3	3	3	3	12	3	3	3	9
5	4	4	4	17	4	4	4	12
3	4	4	4	15	3	4	3	10
4	5	4	5	18	4	4	5	13
4	4	3	4	15	5	5	4	14
5	4	5	4	18	5	4	4	13
5	3	4	5	17	5	5	5	15
5	5	3	4	17	3	3	5	11
4	3	4	5	16	5	4	3	12
4	5	4	4	17	3	4	5	12
3	4	3	4	14	3	3	3	9
4	3	3	3	13	4	4	4	12
4	3	4	4	15	3	4	4	11
3	3	3	4	13	3	3	3	9
4	3	4	5	16	3	4	3	10
4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	5	4	17	5	4	4	13
4	3	3	2	12	4	5	4	13

Lampiran 4. Uji Instrumen

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.TOT
X1.1	Pearson Correlation	1	,114	,467**	,249*	,535**
	Sig. (2-tailed)		,248	,000	,010	,000
	N	105	105	105	105	105
X1.2	Pearson Correlation	,114	1	,185	,216*	,681**
	Sig. (2-tailed)	,248		,059	,027	,000
	N	105	105	105	105	105
X1.3	Pearson Correlation	,467**	,185	1	,224*	,742**
	Sig. (2-tailed)	,000	,059		,022	,000
	N	105	105	105	105	105
X1.4	Pearson Correlation	,249*	,216*	,224*	1	,676**
	Sig. (2-tailed)	,010	,027	,022		,000
	N	105	105	105	105	105
X1.TOT	Pearson Correlation	,678**	,601**	,711**	,637**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	105	105	105	105	105

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

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.TOT
X2.1	Pearson Correlation	1	-,034	,142	,446**	,329**	,695**
	Sig. (2-tailed)		,730	,148	,000	,001	,000
	N	105	105	105	105	105	105
X2.2	Pearson Correlation	-,034	1	,209*	,124	,371**	,756**
	Sig. (2-tailed)	,730		,032	,208	,000	,000
	N	105	105	105	105	105	105
X2.3	Pearson Correlation	,142	,209*	1	,193*	,157	,598**
	Sig. (2-tailed)	,148	,032		,048	,110	,000
	N	105	105	105	105	105	105
X2.4	Pearson Correlation	,446**	,124	,193*	1	,361**	,713**
	Sig. (2-tailed)	,000	,208	,048		,000	,000
	N	105	105	105	105	105	105
X2.5	Pearson Correlation	,329**	,371**	,157	,361**	1	,725**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,110	,000		,000
	N	105	105	105	105	105	105
X2.TOT	Pearson Correlation	,572**	,584**	,540**	,672**	,724**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	105	105	105	105	105	105

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

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

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.TOT
X3.1	Pearson Correlation	1	,359**	,733**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	105	105	105
X3.2	Pearson Correlation	,359**	1	,854**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	105	105	105
X3.TOT	Pearson Correlation	,806**	,841**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	105	105	105

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

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.TOT
X4.1	Pearson Correlation	1	,224*	,500**	,791**
	Sig. (2-tailed)		,022	,000	,000
	N	105	105	105	105
X4.2	Pearson Correlation	,224*	1	,389**	,573**
	Sig. (2-tailed)	,022		,000	,000
	N	105	105	105	105
X4.3	Pearson Correlation	,500**	,389**	1	,648**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	105	105	105	105
X4.TOT	Pearson Correlation	,705**	,747**	,827**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	105	105	105	105

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

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

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.TOT
X5.1	Pearson Correlation	1	,291**	,341**	,222*	,511**
	Sig. (2-tailed)		,003	,000	,023	,000
	N	105	105	105	105	105
X5.2	Pearson Correlation	,291**	1	,255**	,326**	,526**
	Sig. (2-tailed)	,003		,009	,001	,000
	N	105	105	105	105	105
X5.3	Pearson Correlation	,341**	,255**	1	,208*	,671**
	Sig. (2-tailed)	,000	,009		,033	,000
	N	105	105	105	105	105
X5.4	Pearson Correlation	,222*	,326**	,208*	1	,572**
	Sig. (2-tailed)	,023	,001	,033		,000
	N	105	105	105	105	105
X5.TOT	Pearson Correlation	,671**	,705**	,657**	,665**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	105	105	105	105	105

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

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

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y.TOT
Y1	Pearson Correlation	1	,196*	,273**	,652**
	Sig. (2-tailed)		,046	,005	,000
	N	105	105	105	105
Y2	Pearson Correlation	,196*	1	,267**	,544**
	Sig. (2-tailed)	,046		,006	,000
	N	105	105	105	105
Y3	Pearson Correlation	,273**	,267**	1	,639**
	Sig. (2-tailed)	,005	,006		,000
	N	105	105	105	105
Y.TOT	Pearson Correlation	,689**	,705**	,721**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	105	105	105	105

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	105	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,735	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1.1	4,0000	,72058	105
X1.2	3,7429	,82075	105
X1.3	3,5619	,77116	105
X1.4	3,7714	,75009	105

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	11,0762	2,590	,398	,440
X1.2	11,3333	2,724	,234	,577
X1.3	11,5143	2,425	,422	,414
X1.4	11,3048	2,675	,324	,498

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	105	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,761	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X2.1	3,7238	,68634	105
X2.2	3,6857	,86951	105
X2.3	3,6000	,72854	105
X2.4	3,6190	,75168	105
X2.5	3,6952	,77365	105

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	14,6000	4,185	,325	,553
X2.2	14,6381	3,925	,257	,598
X2.3	14,7238	4,240	,265	,582
X2.4	14,7048	3,749	,431	,495
X2.5	14,6286	3,524	,497	,454

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	105	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,831	2

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X3.1	3,8381	,72223	105
X3.2	3,7238	,79051	105

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	3,7238	,625	,359	.
X3.2	3,8381	,522	,359	.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	105	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,856	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X4.1	3,6667	,67463	105
X4.2	3,6857	,89135	105
X4.3	3,6000	,82741	105

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	7,2857	2,052	,428	,559
X4.2	7,2667	1,697	,363	,657
X4.3	7,3524	1,519	,554	,355

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	105	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,742	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X5.1	3,9714	,69969	105
X5.2	3,7810	,77187	105
X5.3	3,9429	,71829	105
X5.4	3,8381	,77365	105

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X5.1	11,5619	2,614	,397	,519
X5.2	11,7524	2,419	,411	,505
X5.3	11,5905	2,629	,368	,539
X5.4	11,6952	2,541	,349	,555

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	105	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,763	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y1	3,7048	,78353	105
Y2	3,8095	,82153	105
Y3	3,6857	,77601	105

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	7,4952	1,618	,293	,421
Y2	7,3905	1,548	,290	,429
Y3	7,5143	1,541	,349	,327



Lampiran 5. Uji Normalitas**Case Processing Summary**

	Cases		Missing		Total	
	Valid N	Percent	N	Percent	N	Percent
X1.TOT	105	100,0%	0	0,0%	105	100,0%
X2.TOT	105	100,0%	0	0,0%	105	100,0%
X3.TOT	105	100,0%	0	0,0%	105	100,0%
X4.TOT	105	100,0%	0	0,0%	105	100,0%
X5.TOT	105	100,0%	0	0,0%	105	100,0%
Y.TOT	105	100,0%	0	0,0%	105	100,0%

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	—	Sig.	Statistic	df	Sig.
X1.TOT	,721	105	,002	,965	105	,007
X2.TOT	,852	105	,000	,958	105	,002
X3.TOT	,571	105	,000	,939	105	,000
X4.TOT	,608	105	,000	,939	105	,000
X5.TOT	,727	105	,000	,957	105	,002
Y.TOT	,539	105	,000	,954	105	,001

a. Lilliefors Significance Correction

Lampiran 6. Uji t**Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3,674	1,178		2,210	,031
	X1.TOT	,258	,087	,199	2,114	,026
	X2.TOT	,141	,076	,113	2,065	,007
	X3.TOT	,137	,113	,074	2,246	,010
	X4.TOT	,186	,081	,455	1,952	,021
	X5.TOT	,105	,076	,163	2,315	,013

a. Dependent Variable: Y.TOT

Lampiran 7. Uji Asumsi Klasik

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	385.026	3	128.342	18.569	.000 ^b
	Residual	649.678	94	6.911		
	Total	1034.704	97			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2,X4,X5

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics		
		B	Std. Error				Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	8.135	2.618		3.107	.002	2.937	13.333						
	X1	.165	.074	.202	2.228	.028	.018	.312	.413	.224	.182	.809	1,367	
	X2	.174	.096	.265	2.222	.029	.030	.527	.532	.223	.182	.471	2,046	
	X3	.185	.064	.222	2.071	.018	.018	.472	.413	.224	.182	.699	1,385	
	X4	.154	.125	.254	2.264	.021	.030	.591	.532	.223	.182	.541	3,451	
	X5	.177	.116	.231	2.183	.032	.027	.581	.549	.219	.178	.437	2,366	

a. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.288	3	4.429	1.667	.179 ^b
	Residual	249.744	94	2.657		
	Total	263.032	97			

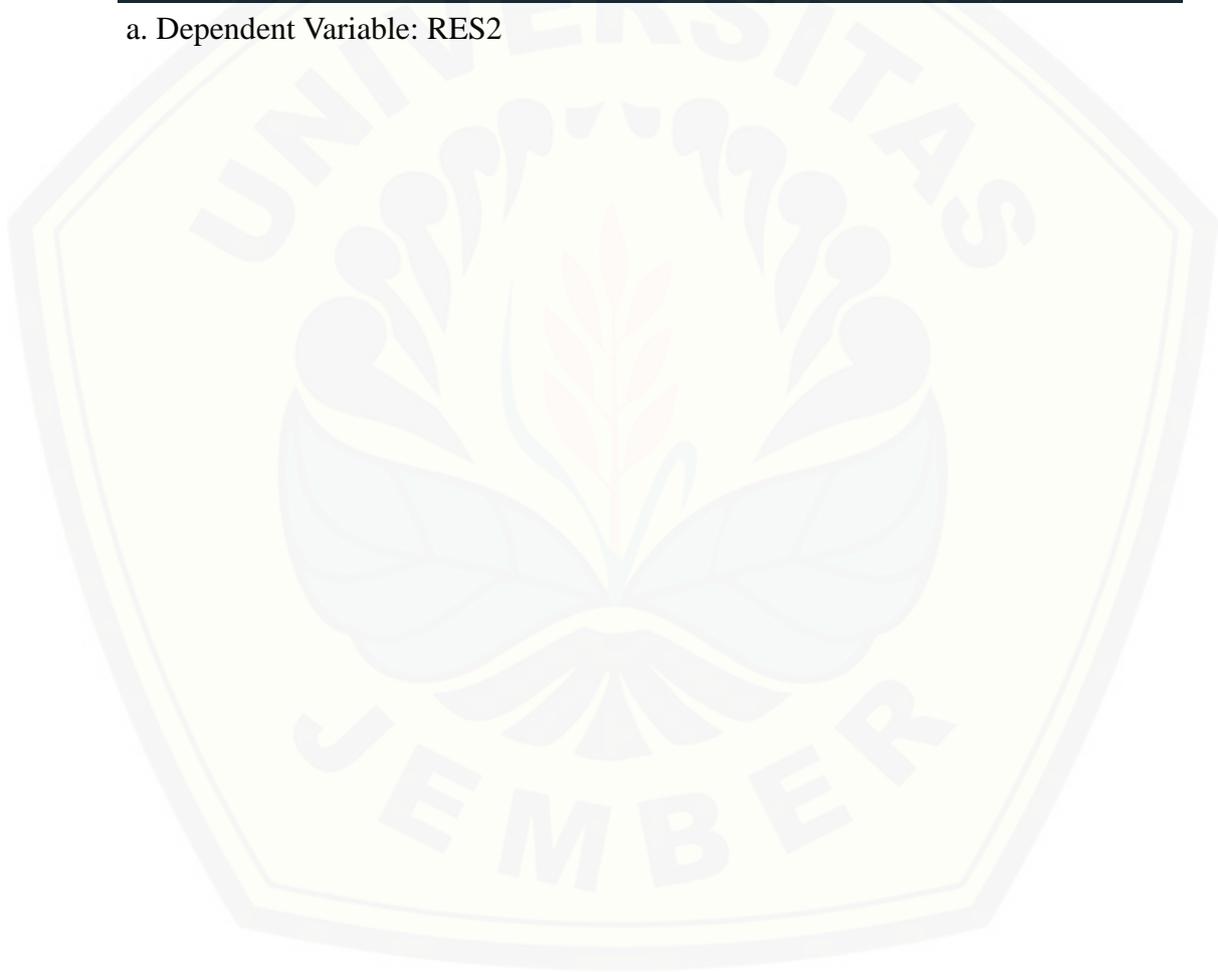
a. Dependent Variable: RES2

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2,X4,X5

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.524	1.623		2.171	.315
	X1	.043	.046	.105	.936	.135
	X2	.037	.078	.070	.476	.327
	X3	.043	.046	.105	.834	.156
	X4	.037	.078	.070	.581	.274
	X5	.037	.078	.070	.711	.246

a. Dependent Variable: RES2



Lampiran 8. Tabel R

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Lampiran 9. Tabel t

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531

33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

