



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUASAN DAN LOYALITAS PENGUNJUNG WANA WISATA  
TANJUNG PAPUMA JEMBER**

*THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND PROMOTION TO  
SATISFACTION AND VISITORS LOYALTY OF THE ECOTOURISM  
TANJUNG PAPUMA JEMBER*

**TESIS**

**Oleh**

**HASARUDDIN  
NIM : 120820101048**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
PROGRAM STUDI MAGISTER  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2014**



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUASAN DAN LOYALITAS PENGUNJUNG WANA WISATA  
TANJUNG PAPUMA JEMBER**

**TESIS**

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi manajemen (S2) dan mencapai gelar magister manajemen

Oleh

**HASARUDDIN  
NIM : 120820101048**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI MAGISTER  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2014**

## **PERSETUJUAN**

Tesis ini telah disetujui  
Tanggal: Juli 2014

Oleh

Pembimbing Utama

Prof. Dr. R. Andi Sularso, M.SM  
NIP. 19600413 198603 1 002

Pembimbing Anggota

Dr. Muhammad Dimiyati, SE.,M.Si  
NIP. 19670421 199403 1 008

Mengetahui/Menyetujui  
Pasca Sarjana Universitas Jember  
Program Magister Manajemen  
Ketua Program Studi

Prof. Dr. R. Andi Sularso, M.SM

NIP. 19600413 198603 1 002

## PENGESAHAN

Tesis berjudul: Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung Wana Wisata Tanjung Papuma Jember.

Telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Jember pada:

Hari : Jum'at

Tanggal : 27 Juni 2014

Tempat : Gedung Pasca Sarjana Universitas Jember

Tim Penguji

Ketua

Dr. Imam Suroso, SE.,M.Si  
NIP. 19591013 198802 1 001

Anggota I

Anggota II

Prof. Dr. Istifadah, SE.,M.Si  
NIP. 19661020 199002 2 001

Dr. Sri Wahyu Lelly HS, M.Si  
NIP. 19740502 200003 2 001

Mengetahui/Menyetujui  
Ketua Program Studi Magister Manajemen

Prof. Dr. R. Andi Sularso, M.SM  
NIP. 19600413 198603 1 002

Mengetahui/Menyetujui  
Pasca Sarjana Universitas Jember  
Program Magister Manajemen  
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si  
NIP. 19630614 199002 1 001

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hasaruddin, SE

NIM : 120820101048

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah berjudul: Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung Wana Wisata Tanjung Papuma Jember adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 2014  
Yang menyatakan

Hasaruddin, SE

## HALAMAN PERSEMBAHAN

**“Barang siapa menempuh suatu jalan untuk mencari ilmu, niscaya Allah menempuhkan suatu jalan menuju surga”**

Mencari ilmu adalah suatu keharusan yang wajib kita cari, terlebih bagi seorang muslim. Karya ini adalah buah kerja kerasku selama ini. dan karya ini kupersembahkan untuk :

1. Almarhum Ayahanda dan Almarhummah ibunda yang amat sangat kucinta, yang mana airmata ini tanpa sadar selalu menetes, teringat kebiasaan akan senyummu jika anakmu meraih prestasi apapun bentuknya tapi sayang kali ini engkau tidak bisa menyaksikan keberhasilanku, rasanya hati kali ini, kurang puas karna tidak akan pernah lagi melihatmu senyum begitu bahagia. mohon maaf...! aku belum sempat membahagiakanmu serta mohon maaf...! aku terlalu banyak mengecewakanmu, "jujur" semua itu karna manjaku padamu tapi kali ini aku tidak bisa bermanja-manja lagi maafkan aku. Ya Allah, Ampuni atas dosa hamba yang dhoif ini. Aku berjanji insyaAllah akan selalu melaksanakan amanahmu yang berpesan bahwa, **"Dirantau orang jagalah lisanmu, tingkahlakumu, tanamkan kejujuran dan jangan lupa sholat lima waktu"**, Terimakasih atas segalanya, setiap saat Do'aku yang insyaAllah tidak akan pernah terlupakan satu waktupun Semoga Rohmu Diangkatkan Derajatnya Oleh Allah SWT, ditempat yang layak (sempurna) disisi-Nya. Amiin.
2. Seluruh keluarga dimana saja berada tanpa terkecuali terimakasih atas dukungan dan do'anya.
3. Guru-guruku yang telah menumbuhkan keberdayaan dan kesadaran cinta kasih yang tiada akhir.
4. My beloved friends
5. Without His love, I can't do anything; and with His love, there is nothing I can't do....!
6. Almamaterku, yang akan mengawali pengembangan karierku insyaAllah akan kujaga nama baikmu.

## **MOTO**

1. Orang mukmin yang paling sempurna imannya adalah mereka yang paling baik ahlakunya
2. Orang yang sopan dan mulia ahlakunya yaitu mereka yang bersikap ramah dan disukai orang lain
3. Tidak ada kebaikan bagi orang yang tidak bersikap ramah dan tidak pula disukai orang lain
4. Pertama kali yang harus ada pada diri kita untuk mendapatkan keselamatan ahlak yaitu bersikaplah Optimis

## **SEBAB:**

- ⇒ OPTIMISLAH...! karna dibalik kejahatan, pasti ada kebaikan
- ⇒ OPTIMISLAH...! karna dibalik kesulitan, pasti ada solusi
- ⇒ OPTIMISLAH...! karna dibalik kegagalan pasti ada kesuksesan
- ⇒ OPTIMISLAH...! karna betapapun pahitnya kenyataan pasti ada manisnya harapan

# **Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung Wana Wisata Tanjung Papuma Jember**

Hasaruddin

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember

## **ABSTRAK**

Fakta menunjukkan bahwa pelanggan mengalami penurunan tingkat kepuasan pelayanan di bawah standar. Harapan konsumen terbentuk oleh pengalaman pembelian sebelumnya, komentar kalangan dan informasi pesaing. Saat ini wana wisata Tanjung Papuma masih meningkatkan loyalitas pelanggan melalui pemantauan kualitas layanan dan promosi kepada pelanggan. Menurut manager pengembangan wisata Tanjung Papuma pada 2009 prosentase pendapatan bidang pariwisata hanya 0,5% dari total pendapatan perum perhutani, dan diharapkan dapat meningkat 30%. Rancangan penelitian menggunakan *confirmatory* dan *explanatory reseach*. Penelitian bertujuan mengkaji pengaruh kualitas layanan dan promosi terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan wana wisata Tanjung Papuma Jember. Sampel penelitian sebanyak 160 responden dengan kriteria inklusi: responden berdomisili atau warga Jawa Timur, pengunjung obyek wisata Tanjung Papuma berusia 17 tahun. Instrumen ada empat: 1) kualitas layanan (meliputi: bukti langsung, keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, pengukuran kualitas pelayanan indicator); 2) promosi (meliputi: penjualan tatap muka, periklanan dan publisitas, promosi penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung); 3) kepuasan (meliputi: kepuasan pelanggan keseluruhan, konfirmasi harapan, perbandingan dengan situasi ideal); 4) loyalitas pelanggan (meliputi: *share information, say positive things, recommend friends, continue purchasing, purchase additional service, test new service*). Instrument berbentuk skala *likert* dengan rentang penilaian: sangat setuju=5, setuju=4, ragu-ragu=3, tidak setuju=2, sangat tidak setuju=1. Uji analisis menggunakan *structural equation modeling* (SEM) dengan program AMOS 20.0. Hasil menunjukkan *chi-square*=115,323, probabilitas=0,077, CMIN=1,214, GFI=0,922, AGFI=0,888, TLI=0,979, RMSEA=0,037, CFI=0,983. Hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan ( $p=0,002$ ), kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung ( $p=0,028$ ), promosi berpengaruh terhadap kepuasan ( $p=0,000$ ), promosi tidak berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung ( $p=0,296$ ), kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung ( $p=0,003$ ). SEM menjelaskan hubungan secara kompleks pengaruh variabel langsung atau tidak langsung antar beberapa variabel.

**Kata kunci:** kualitas layanan, promosi, kepuasan, loyalitas



***The Influence Of Service Quality And Promotion To Satisfaction And Visitors  
Loyalty Of The Ecotourism Tanjung Papuma Jember***

Hasaruddin

*Magister Manajemen, Ekonomik Faculty, Universitas Jember*

**ABSTRACT**

*The fact shows that customer satisfaction levels decreased below the standard of care. Consumer expectations are formed by the experience of previous purchases, comments and information among competitors. Currently ecotourism Tanjung Papuma still increase customer loyalty through quality monitoring and promotion services to the customers. According to tour Tanjung Papuma development manager in 2009 tourism revenue percentage is only 0,5% of total revenue Perum Perhutani, and is expected to increase 30%. Study design using confirmatory and explanatory research. The study aimed to assess the effect of service quality and promoting customer satisfaction and loyalty ecotourism Tanjung Papuma Jember. The research sample of 160 respondents with inclusion criteria: the respondent is domiciled or resident of East Java, visitor attractions Tanjung Papuma aged 17 years. There are four instruments: 1) quality of service (include: direct evidence, reliability, responsiveness, assurance, empathy, service quality measurement indicators); 2) promotion (include: face to face sales, advertising and publicity, sales promotion, public relations, direct marketing); 3) satisfaction (include: overall customer satisfaction, confirmation of expectations, comparisons with the ideal situation); 4) customer loyalty (include: share information, say positive things, recommend friends, continue purchasing, purchase additional services, test new service). Likert scale shaped instrument with a range of ratings: strongly agree = 5, agree = 4, undecided = 3, disagree = 2, strongly disagree = 1. Test analysis using structural equation modeling (SEM) with AMOS 20.0 program. Results showed chi-square = 115,323, probability = 0,077, CMIN = 1,214, GFI = 0,922, AGFI = 0,888, TLI = 0,979, RMSEA = 0,037, CFI = 0,983. The results showed an effect on the quality of service satisfaction ( $p = 0,002$ ), quality of service affects the visitor loyalty ( $p = 0,028$ ), the promotion effect on satisfaction ( $p = 0,000$ ), no effect on the promotion of visitor loyalty ( $p = 0,296$ ), satisfaction influential visitor loyalty ( $p = 0,003$ ). SEM to explain the complex relationship variables influence directly or indirectly between several variables.*

**Keywords:** *quality of service, promotion, satisfaction, loyalty*

## **PRAKATA**

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung Wana Wisata Tanjung Papuma Jember” yang disusun guna memenuhi salah satu syarat menyelesaikan program studi pasca sarjana (S2) dan mencapai gelar Magister Manajemen Universitas Jember.

Penulisan tesis tidak terlepas dari bantuan semua pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Uneversitas Jember.
2. Prof. Dr. R. Andi Sularso, M.SM selaku Ketua Program Studi Manajemen Pasca Sarjana Universitas Jember.
3. Prof. Dr. R. Andi Sularso, M.SM selaku Dosen Pembimbing Utama tesis.
4. Dr. Muhammad Dimiyati, SE.M.Si selaku Dosen Pembimbing Anggota tesis.
5. Seluruh dosen dan karyawan Program Pasca Sarjana Universitas Jember.
6. Rekan-rekan Program Magister Manajemen Angkatan 2012.
7. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyelesaian tesis ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan karya ilmiah ini jauh dari sempurna karena keterbatasan penulis. Penulis berharap semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, juli 2014

penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
HALAMAN MOTTO .....	vii
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
PRAKATA .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
2.1 Tinjauan Empiris Penelitian Terdahulu .....	6
2.2 Konsep Teori <i>Service Quality</i> (Kualitas Layanan) .....	8
2.2.1 Definisi Kualitas.....	8
2.2.2 Promosi ( <i>Promotion</i> ).....	10
2.2.3 Kepuasan Pelanggan .....	13
2.2.4 Loyalitas Pelanggan .....	16
2.2.5 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan.....	18
2.2.6 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	19

2.2.7 PengaruhKepuasanPelangganTerhadapLoyalitas .....	20
<b>BAB 3. KERANGKA KONSEP DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>23</b>
3.1 KerangkaKonseptual .....	23
3.2 HipotesisPenelitian.....	25
<b>BAB 4. METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
4.1 RancanganPenelitian .....	27
4.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....	27
4.2.1 Populasi.....	27
4.2.2 Sampel.....	27
4.3 JenisdanSumber Data .....	28
4.3.1 Sumber Data.....	29
4.4 MetodePengumpulan Data .....	29
4.5 IdentifikasiVariabel.....	30
4.6 DefinisiOperasionalVariabel.....	30
4.7 TehnikPengukuran Data.....	34
4.8 UjiInstrumen .....	34
4.8.1 Uji Validitas .....	34
4.8.2 Uji Reliabilitas .....	34
4.9 Metode Analisis Data dengan SEM .....	35
4.10 Kerangka Pemecahan Masalah .....	42
<b>BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
5.1 Hasil .....	44
5.1.1 GambaranUmumLokasiPenelitian .....	44
5.1.2 Karakteristik Responden .....	47
5.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	48
5.1.4 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	50
5.1.5 UjiAsumsi SEM .....	51
5.1.6 Analis SEM .....	52
5.2 Pembahasan.....	56

5.2.1 pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan	56
5.2.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas pelanggan	57
5.2.3 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	58
5.2.4 Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	59
5.2.5 Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	60
5.2.6 Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, / Total Antar Variabel .....	61
<b>BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>63</b>
6.1 Kesimpulan .....	63
6.2 Saran.....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>68</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tahunkunjunganwismandanwisnu.....	4
Tabel 2.1 Ringkasan penelitianterdahulu.....	7
Tabel 3.1 Variabel, definisi, indikator, dansymbol.....	26
Tabel 4.1 Justifikasiteori model konseptualpenelitian .....	36
Tabel 4.2 Persamaan structural kajian.....	37
Tabel 4.3 Kriteria <i>goodness of fit</i> dalam SEM.....	38
Tabel 5.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, tingkat pendidikan, frekuensi kunjungan, asal informasi, penentuan pemilihan berkunjung.....	47
Tabel 5.2 Analisis deskripsi penilaian responden terhadap <i>service quality</i> (X1), <i>promotion</i> (X2), kepuasan (Y1), loyalitas (Y2).....	49
Tabel 5.3 Hasil uji validitas dan reliabilitas konstruk <i>service quality</i> (X1), <i>promotion</i> (X2), kepuasan (Y1), loyalitas (Y2).....	50
Tabel 5.4 Hasil uji normalitas.....	51
Tabel 5.5 Hasil uji multikolinearitas atau singularitas.....	51
Tabel 5.6 Hasil uji <i>outliers</i> .....	51
Tabel 5.7 Hasil uji kesesuaian model ( <i>goodness of fit test</i> ).....	53
Tabel 5.8 Hasil uji kausalitas.....	53
Tabel 5.9 Pengaruh langsung antar variabel, pengaruh tidak langsung antar variabel, pengaruh total antar variable.....	55

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar	3.1 Kerangkakonseptual .....	24
Gambar	4.1 Kerangkapemecahanmasalah .....	42
Gambar	5.1Denahlokasiobyekwisata.....	46
Gambar	5.2Hasilanalisis SEM.....	52

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner .....	68
Lampiran 2	Tabulasi Data Kuisisioner .....	72
Lampiran 3	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden.....	76
Lampiran 4	Distribusi karakteristik responden.....	81
Lampiran 5	Hasil Uji Validasi Dan Reliabilitas .....	83
Lampiran 6	Construct reliability .....	86
Lampiran 7	Uji Validasi dengan CFA .....	87
Lampiran 8	Hasil Analisis <i>Structural Equation Model</i> .....	88
Lampiran 9	Pengaruh kualitas layanan-promosi terhadap kepuasan dan loyalitas .....	101