

## THE EFFECT OF SERVICE QUALITY TO THE VISITOR'S SATISFACTION IN TEBING BREKSI YOGYAKARTA

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi  
Yogyakarta

**Harmonangan Daniel Simaremare**  
Universitas Kristen Duta Wacana

**Lucia Nurbani**  
Universitas Kristen Duta Wacana  
Email: ciakartika123@gmail.com

### ABSTRACT

*Every tourism object definitely will put all of the efforts to provide the highest satisfaction to their customers. One thing that can be done is by improving their service quality, so it can fulfill the visitors' expectation.*

*The problem which was observed in this research was examining the influence of service quality variable which included reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible to the visitors' satisfaction of Tebing Breksi Yogyakarta. The method which was done to collect the data was spreading the questioners to the visitors of Tebing Breksi Yogyakarta. The criteria of the visitors was that they have visited Tebing Breksi within the last six month. The number of the visitors which chosen as respondents was 100 people.*

*The result of the research was, firstly reliability did not give significant influence to the visitors' satisfaction of Tebing Breksi Yogyakarta. Secondly, responsiveness significantly influenced towards the visitors' satisfaction. Thirdly, assurance was influential towards satisfaction. Fourthly, empathy was not significantly influential towards satisfaction. Then at last, tangible was significantly influential towards visitors' satisfaction of Tebing Breksi Yogyakarta.*

*Based on the results of the hypothesis observation, it could be concluded that reliability and empathy variables partialy are not influential towards visitors 'satisfaction of Tebing Breksi Yogyakarta. On the other hand, other variables such as responsiveness, assurance, and tangible partially had positive and significant influence to the satisfaction of the visitors of Tebing Breksi Yogyakarta. The determination coefficient (Adjusted R<sup>2</sup>) was 0.572. It meant that 57.2% of the visitor's satisfaction was influenced by reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible. Meanwhile, the rest of the number which was 42.8% was influenced by other variables that were not examined in this observation.*

**Keywords:** *reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible, and visitors' satisfaction*

### ABSTRAKSI

Setiap Objek Wisata pasti akan melakukan berbagai macam upaya untuk memberikan kepuasan kepada para pelanggannya. Salah satu hal yang dapat dilakukan Objek Wisata

dalam kepuasan pengunjung adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dapat sesuai dengan ekspektasi atau harapan dari para pengunjung.

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah menguji pengaruh dimensi variabel kualitas pelayanan yang meliputi keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini adalah penyebaran kuesioner dengan kriteria responden yang dipilih adalah seluruh pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta yang dalam 6 bulan terakhir pernah berkunjung ke Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Jumlah sampel yang diambil sebagai responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang.

Berdasarkan kriteria tersebut terdapat lima hipotesis sebagai berikut: pertama, keandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Kedua, daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Ketiga, jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Keempat, empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Kelima, bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel keandalan dan empati secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Sedangkan variabel lainnya yaitu daya tanggap, jaminan, dan bukti fisik secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Koefisien determinasi ( $Adjusted R^2$ ) penelitian ini sebesar 0,572. Hal ini berarti 57,2% kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta dipengaruhi oleh variabel keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, sedangkan sisanya 42,8% dipengaruhi oleh variabel – variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci :** Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik, Dan Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta

## A. PENDAHULUAN

Perkembangan sektor pariwisata di Indonesia saat ini semakin bertumbuh dan berkembang pesat. Pemerintah dan masyarakat menyadari bahwa Indonesia mempunyai begitu banyak potensi daya tarik wisata yang dapat dijual untuk menambah devisa negara. Salah satu kota yang mempunyai banyak tempat wisata adalah Yogyakarta. Yogyakarta memiliki ratusan tempat wisata yang bisa dikunjungi. Sebagian dari tempat wisata ini adalah peninggalan sejarah ataupun kebudayaan yang ada di sekitar Yogyakarta. Dengan adanya potensi tersebut, Pemerintah meningkatkan dan memaksimalkan tempat wisata yang ada untuk menambah pendapatan daerah dan membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar objek wisata. Jumlah pengunjung wisata di Yogyakarta setiap tahunnya meningkat. Setiap tempat wisata mempunyai kesan yang berbeda-beda, sehingga pengunjung yang datang untuk berwisata tentunya ingin merasakan hal yang baru atau menarik yang ada di tempat wisata tersebut.

Tebing Breksi adalah salah satu tempat yang baru diresmikan sebagai tempat wisata pada tahun 2015 di Kabupaten Sleman Yogyakarta yang tingkat pengunjungnya setiap bulannya meningkat. Tebing Breksi dulunya adalah tempat tambang batu breksi, namun Pemerintah menutup kegiatan tambang karena batu tersebut langka dan harus di jaga, sehingga Pemerintah meresmikan Tebing Breksi menjadi tempat wisata. Petugas tempat

wisata melakukan penataan berupa layanan yang memadai dan baik. Penataan yang dilakukan bertujuan untuk menarik pengunjung untuk datang ke tempat wisata baru ini.

Hingga saat ini yang ada di Tebing Breksi yaitu lahan parkir, kuliner, mushola, spot foto, dan *jeep adventure*. Tebing Breksi sering juga menjadi tempat diadakannya acara kebudayaan. Tidak adanya jam tutup berkunjung juga salah satu daya tarik tempat wisata ini, karena banyak pengunjung yang datang untuk menikmati pemandangan malam dari Tebing Breksi. Tetapi belum ada penginapan yang disediakan pengurus tempat wisata untuk pengunjung yang ingin menginap.

Salah satu hal yang perlu diperhatikan untuk mencapai kepuasan konsumen adalah dengan menyadari pentingnya kualitas pelayanan bagi para konsumen. Menurut Tjiptono (2005:121) kualitas pelayanan didefinisikan sebagai upaya untuk mewujudkan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pembeli serta ketepatan dalam penyampaian untuk mengimbangi harapan pembeli. Terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangible*). Dengan memperhatikan hal tersebut, pengunjung akan merasakan kenyamanan dan secara tidak langsung, tempat wisata tersebut menjadi rekomendasi tempat wisata favorit untuk dikunjungi. Dalam pelayanan yang bertujuan memperoleh kepuasan konsumen, akan ada kendala yang dihadapi perusahaan maupun pelanggan berkaitan dengan layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumennya. Kualitas pelayanan yang baik tidak dilihat dari persepsi pihak penyedia jasa, melainkan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa.

Menyadari pentingnya kualitas layanan terhadap kepuasan pengunjung dalam mempertahankan dan meningkatkan jumlah kunjungan maupun pelayanan yang ada di Tebing Breksi sebagai tempat wisata baru, maka penulis ingin meneliti bagaimana **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung yang ada di Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta.**

## B. TINJAUAN PUSTAKA

### 1) Hubungan antara Keandalan dengan Kepuasan Pelanggan

Keandalan (*reliability*) merupakan salah satu dimensi dari kualitas pelayanan yang dalam hal ini berupa kemampuan penyedia layanan untuk memberikan pelayanan secara cepat dan tepat sehingga tidak menimbulkan kesalahan, Detmuliati 2014, Sigit 2014. Indikator – indikator dari dimensi Keandalan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelayanan yang dilakukan sesuai kebutuhan dan dapat diandalkan. Variabel keandalan ini diduga akan memberikan pengaruh baik terhadap peningkatan kepuasan pengunjung. Hal ini karena semakin baik keandalan yang diberikan oleh objek wisata maka akan semakin baik juga nilai pengunjung terhadap objek wisata tersebut. Saat pelanggan memiliki nilai yang baik terhadap objek wisata, maka disitulah kepuasan pengunjung juga akan meningkat. Dengan demikian berdasarkan uraian di atas, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah :

**H1:** *Variabel keandalan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap peningkatan kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta.*

### 2) Hubungan antara Daya Tanggap dengan Kepuasan Pelanggan

Indikator Daya Tanggap (*responsiveness*) dalam hal ini berupa kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pengunjung. Selain pelayanan yang bcepat dan tepat, memberikan informasi dengan jelas juga menjadi salah satu indikator yang peneliti gunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pengunjung, Detmuliati 2014 dan Sigit 2014. Indikator yang terakhir adalah penanganan keluhan dan pengaduan. Petugas dituntut untuk memberikan informasi dan penjelasan kepada pengunjung dengan

tepat karena pengunjung tentu akan lebih menyukai segala bentuk pelayanan yang tepat. Dalam penelitian ini variabel daya tanggap diduga akan memberikan pengaruh baik terhadap peningkatan kepuasan pengunjung. Hal ini karena semakin baik daya tanggap petugas maka akan semakin baik juga nilai pengunjung terhadap objek wisata. Saat pengunjung memiliki nilai yang baik terhadap objek wisata tersebut, maka disitulah kepuasan pengunjung juga akan meningkat. Dengan demikian berdasarkan uraian di atas, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah :

**H2** : *Variabel daya tanggap berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap peningkatan kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta.*

### 3) Hubungan antara Jaminan dengan Kepuasan Pelanggan

Indikator Jaminan (*assurance*) dalam hal ini berupa jaminan atas keamanan dalam berkunjung dan jaminan menumbuhkan rasa percaya kepada pengunjung, Detmuliati 2014, Sigit 2014. Jaminan atas keamanan dalam berkunjung dalam penelitian ini berupa keamanan pengunjung saat berwisata ke Tebing Breksi. Jika Objek Wisata sudah memberikan jaminan keamanan tersebut, pengunjung kemudian akan mulai percaya kepada petugas. Dalam penelitian ini variabel jaminan diduga akan memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan kepuasan pengunjung. Hal ini karena semakin baik jaminan yang diberikan petugas maka akan semakin baik juga nilai pengunjung terhadap objek wisata tersebut. Saat pengunjung memiliki nilai yang baik terhadap objek wisata, maka disitulah kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Dengan demikian berdasarkan uraian di atas, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah :

**H3**: *Variabel jaminan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap peningkatan kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta.*

### 4) Hubungan antara Empati dengan Kepuasan Pelanggan

Indikator Empati (*emphaty*) dalam hal ini berupa kemampuan petugas dalam memahami kebutuhan pengunjung dan kemampuan petugas dalam berkomunikasi dengan pengunjung. Dalam upaya menunjukkan rasa empati kepada pengunjung, petugas diharapkan mampu memahami apa yang menjadi kebutuhan pengunjung dan apa yang bisa menjadi rekomendasi untuk pengunjung. Selain itu petugas diharapkan juga menjadi pendengar yang baik serta mau menerima kritik dan saran dari para pengunjung, Detmuliati 2014 dan Sigit 2014. Dalam penelitian ini variabel empati diduga akan memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan kepuasan pengunjung. Hal ini karena semakin baik rasa empati yang diberikan objek wisata maka akan semakin baik juga nilai pengunjung terhadap objek wisata. Saat pengunjung memiliki pelayanan empati yang baik, maka kepuasan pengunjung juga akan meningkat. Dengan demikian berdasarkan uraian di atas, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah :

**H4** : *Variabel empati berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap peningkatan kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta.*

### 5) Hubungan antara Bukti Fisik dengan Kepuasan Pelanggan

Indikator Bukti Fisik (*tangible*) dalam hal ini berupa kelengkapan sarana dan prasarana yang ada di Tebing Breksi. Selain itu, penataan tempat untuk kenyamanan pengunjung juga menjadi indikator dalam penelitian ini. Variabel bukti fisik ini memiliki peran penting dalam mengukur tingkat kepuasan pengunjung. Hal ini karena bukti fisik merupakan hal – hal yang benar – benar terlihat dan secara langsung dapat digunakan oleh para pengunjung Delmuliati 2014, Sigit 2014. Dalam penelitian ini variabel bukti fisik diduga akan memberikan pengaruh baik terhadap peningkatan kepuasan pengunjung. Apabila secara fisik Tebing Breksi dilihat baik oleh para pengunjung, maka akan semakin baik juga nilai pengunjung terhadap objek wisata tersebut. Saat pengunjung memiliki nilai yang baik terhadap tempat wisata, maka disitulah kepuasan pengunjung juga akan

meningkat. Dengan demikian berdasarkan uraian di atas, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah :

**H5** :Variabel bukti fisik berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap peningkatan kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta.

### C. METODA PENELITIAN

#### Pengumpulan Data

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Sugiyono (2002:73). Sampel merupakan bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci. Dalam penelitian ini sampel dapat dikatakan baik apabila dapat mewakili populasinya. Guna memperoleh sampel yang baik diperlukan metode yang baik dalam pemilihan anggota sampel. Penelitian ini menggunakan Sampling Insidental yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau *incidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Dengan demikian, berdasarkan perhitungan ukuran sampel tersebut, jumlah responden yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden.

#### Metode Analisis Data

##### Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 + e$$

Keterangan =

Y : Kepuasan Pelanggan

a : Konstanta

$b_1$  : Koefisien regresi keandalan

$X_1$  : Keandalan

$b_2$  : Koefisien regresi daya tanggap

$X_2$  : Daya Tanggap

$b_3$  : Koefisien regresi Jaminan

$X_3$  : Jaminan

$b_4$  : Koefisien regresi Empati

$X_4$  : Empati

$b_5$  : Koefisien regresi bukti fisik

$X_5$  : Bukti Fisik

e : standar *error*

### D. HASIL

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan nilai  $r_{tabel}$ . Untuk degree of freedom (df) = n-k dalam penelitian ini maka  $30 - 2$  atau  $df=28$  dengan alpha 0,05 didapat dari  $r_{tabel}$  0,239 . Jika  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$  dan  $r_{positif}$ , maka pertanyaan tersebut dikatakan valid (Ghozali 2001:143)

#### Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Uji Validitas
	Andal 1	0,397	0,239	Valid
	Andal 2	0,599	0,239	Valid
	Andal 3	0,580	0,239	Valid

S Kualitas Pelayanan S u m b S u m S u m P e n g u n j u n g	Dt 1	0,425	0,239	Valid
	Dt 2	0,765	0,239	Valid
	Dt 3	0,523	0,239	Valid
	Jam 1	0,268	0,239	Valid
	Jam 2	0,505	0,239	Valid
	Jam 3	0,269	0,239	Valid
	Emp 1	0,663	0,239	Valid
	Emp 2	0,689	0,239	Valid
	Emp 3	0,361	0,239	Valid
	Fisik 1	0,405	0,239	Valid
	Fisik 2	0,590	0,239	Valid
	Fisik 3	0,505	0,239	Valid
Kepuasan P e n g u n j u n g	Kp 1	0,625	0,239	Valid
	Kp 2	0,589	0,239	Valid
	Kp 3	0,689	0,239	Valid

r: dSumber: Data primer yang diolah 2018

Dapat diketahui bahwa nilai  $r_{hitung}$  pada masing – masing butir pertanyaan lebih besar daripada nilai  $r_{tabel}$  sehingga semua butir pernyataan dinyatakan valid.

### Hasil Uji Reliabilitas

Ketentuan reliabel tidaknya alat ukur penelitian ini adalah jika lebih besar dari atau sama dengan 0,6 maka data dinyatakan reliabel, jika nilai *Cronbach Alpha* mendekati 1, hal tersebut menunjukkan bahwa pengukuran yang digunakan reliabel atau jawaban responden akan cenderung sama walaupun diberikan kepada orang lain. Sebaliknya, jika kurang dari 0,6 maka data dinyatakan tidak reliabel oleh Nugriantoro dkk (2000).

Atribut yang Diukur	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Standar	Status
Nilai Total	0,885	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah 2018

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk penelitian ini adalah sebesar 0,885. Hal ini berarti *Cronbach's Alpha* lebih besar dari nilai standard yang telah ditetapkan yaitu sebesar 0,6. Dengan demikian seluruh pertanyaan yang digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel.

### Analisis Deskriptif

#### a. Gender

#### Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Prosentase
Pria	56	56%
Wanita	44	44%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah 2018

Dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden penelitian ini terdapat 56 orang (56%) responden laki – laki, dan 44 orang (44%) responden perempuan. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berjenis kelamin laki – laki.

#### b. Usia

##### Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Prosentase
≤18 Tahun	3	3%
19-29 Tahun	85	85%
30-40 Tahun	10	10%
41-49 Tahun	2	2%
≥50 Tahun	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data primer diolah 2018

Diketahui bahwa prosentase tertinggi adalah responden dengan usia 19-29 tahun sebanyak 85 responden (85%), kemudian diikuti oleh responden dengan usia 30-40 tahun sebanyak 10 responden (10%), responden dengan usia ≤18 tahun sebanyak 3 responden (3%), responden dengan usia 41-49 tahun sebanyak 2 responden (2%), responden dengan usia >50 tahun sebanyak 0 responden (0%). Dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak didominasi umur 19-29 tahun. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung yang mengunjungi Tebing Breksi adalah masih tergolong muda.

#### c. Pekerjaan

##### Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Prosentase
Pelajar / Mahasiswa	24	24%
Pegawai Swasta / PNS	37	37%
Wiraswasta	27	27%
Lain - lain	12	12%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah 2018

Dari data tabel dapat diketahui bahwa prosentase tertinggi adalah Pegawai swasta / PNS sebanyak 37 responden (37%), kemudian diikuti Wiraswasta di urutan kedua sebanyak 24 responden (24%), responden Pelajar / Mahasiswa sebanyak 24 responden (24%), responden dengan pekerjaan lain – lain sebanyak 12 responden (12%). Dapat disimpulkan bahwa pengunjung Tebing Breksi didominasi oleh sebagai Pegawai Swasta / PNS.

#### d. Pendidikan Terakhir

##### Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Prosentase
SMA / Sederajat	68	68%
S1	32	32%
S2	0	0%
S3	0	0%

Lain - lain	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah 2018

Dari data tabel dapat diketahui bahwa prosentase tertinggi adalah responden yang Pendidikan Terakhir nya adalah SMA / Sederajat sebanyak 68 responden (68%), diikuti responden S1 sebanyak 32 responden (32%). Pada penelitian ini, responden tidak memiliki pendidikan terakhir S2, S3, dan lain – lain. Dapat disimpulkan bahwa pengunjung Tebing Breksi didominasi oleh pengunjung dengan Pendidikan Terakhir SMA / sederajat.

#### e. Pendapatan

##### Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan

Pendapatan per Bulan	Frekuensi	Prosentase
≤ Rp 1.000.000	10	10%
Rp 1.500.000 - Rp 2.500.000	59	59%
Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000	29	29%
Rp 3.500.000 – Rp 5.000.000	2	2%
≥ Rp 5.000.000	0	0%
Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah 2018

Dari data tabel dapat diketahui bahwa responden yang berpendapatan Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000 sebanyak 59 responden (59%), diikuti responden yang berpendapatan Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000 sebanyak 29 responden (29%), responden yang berpendapatan ≤ Rp 1.000.000 sebanyak 10 responden (10%), responden yang berpendapatan Rp 3.500.000 – Rp 5.000.000 sebanyak 2 responden (2%), dan responden yang berpendapatan ≥ Rp 5.000.000 sebanyak 0 responden (0%). Dapat disimpulkan bahwa pengunjung Tebing Breksi didominasi pengunjung yang berpendapatan Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000 per bulannya.

#### f. Frekuensi Berkunjung

##### Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung

Frekuensi Berkunjung	Frekuensi	Prosentase
1 kali	90	90%
2 kali	9	9%
3 kali	1	1%
>4 kali	0	0%

Sumber: Data primer yang diolah 2018

Berdasarkan data yang disajikan dalam tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden penelitian ini terdapat 90 orang (90%) melakukan 1 kali berkunjung di Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta dalam 6 bulan terakhir, 9 orang (9%) melakukan 2 kali berkunjung dalam 6 bulan terakhir, dan 1 orang (1%) melakukan 3 kali berkunjung. Pada penelitian ini, tidak ditemukan responden yang berkunjung >4 kali berkunjung dalam 6 bulan terakhir.



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

#### Analisis Regresi Untuk Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

##### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.770a	.594	.572	.98185	2.523

a. Predictors: (Constant), Bukti, Keandalan, Empati, Jaminan, Dayat

Sumber: Data primer yang diolah 2018

Berdasarkan hasil uji determinasi pada tabel, diketahui bahwa nilai adjusted Rsquare adalah 0,572 yang berarti variabel dependen yaitu kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta dipengaruhi sebesar 57,2% oleh variabel independen yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Sedangkan sisanya 100% - 57,2% = 42,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

#### Analisis Regresi Linear Berganda

##### Hasil Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.913	.981		1.950	.054
	Keandalan	.006	.093	.006	.062	.950
	Dayat	.230	.083	.260	2.769	.007
	Jaminan	.274	.074	.324	3.707	.000
	Empati	.134	.075	.153	1.778	.079
	Fisik	.204	.064	.249	3.204	.002

Sumber : Data primer yang diolah 2018

Nilai konstanta atau  $\alpha$  = 1,913

Koefisien regresi variabel *Keandalan* ( $\beta_1$ ) = 0,006

Koefisien regresi variabel *Daya Tanggap* ( $\beta_2$ ) = 0,230

Koefisien regresi variabel *Jaminan* ( $\beta_3$ ) = 0,274

Koefisien regresi variabel *Empati* ( $\beta_4$ ) = 0,134

Koefisien regresi variabel *Bukti* ( $\beta_5$ ) = 0,204

Dari hasil tersebut, didapatkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5$$

$$Y = 1,913 + 0,006 \text{ keandalan} + 0,230 \text{ daya tanggap} + 0,274 \text{ jaminan} + 0,134 \text{ empati} + 0,204 \text{ bukti fisik}$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut diketahui bahwa nilai Y yaitu kepuasan pengunjung merupakan variabel terikat, sedangkan nilai X yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik merupakan variabel bebas.

Adapun interpretasi masing masing variabel adalah sebagai berikut:

- Keandalan ( $X_1$ ) = Koefisien regresi dari keandalan yang bernilai positif yaitu sebesar 0,006 menunjukkan bahwa apabila keandalan dari Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta semakin baik, maka tingkat kepuasan pengunjung akan semakin meningkat.
- Daya Tanggap ( $X_2$ ) = Koefisien regresi dari daya tanggap yang bernilai positif yaitu sebesar 0,230 menunjukkan bahwa apabila daya tanggap dari Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta semakin baik, maka tingkat kepuasan pengunjung akan semakin meningkat.

- c. Jaminan (X3) = Koefisien regresi dari jaminan yang bernilai positif yaitu sebesar 0,274 menunjukkan bahwa apabila jaminan dari Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta semakin baik, maka tingkat kepuasan pengunjung akan semakin meningkat.
- d. Empati (X4) = Koefisien regresi dari empati yang bernilai positif yaitu sebesar 0,134 menunjukkan bahwa apabila empati dari Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta semakin baik, maka tingkat kepuasan pengunjung akan semakin meningkat.
- e. Bukti fisik (X5) = Koefisien regresi dari bukti fisik yang bernilai positif yaitu sebesar 0,204 menunjukkan bahwa apabila bukti fisik dari Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta semakin baik, maka tingkat kepuasan pengunjung akan semakin meningkat.

### 1) Uji Signifikansi secara Simultan ( Uji F )

#### Hasil Uji F ( F test)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	132.371	5	26.474	27.462	.000
	Residual	90.619	94	.964		
	Total	222.990	99			

a. Dependent Variabel : KP

b. Predictors : (constant), Bukti, Keandalan, Empati, Jaminan, Dayat

Sumber: Data primer yang diolah 2018

Tabel menunjukkan bahwa nilai probabilitas dalam penelitian ini sebesar 0,000. Karena  $0,000 < 0,05$  maka hal tersebut menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta

### 2) Uji Signifikansi secara Parsial (Uji T)

Ketentuan uji t, jika nilai signifikansi  $\alpha \leq 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel dependen dan independen. Sebaliknya jika nilai signifikansi  $\alpha \geq 0,05$  maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel dependen dan independen.

#### Hasil Uji T

Model		Standardized Coefficients	t	Sig
		Beta		
1	(Constant)		1.950	.054
	Keandalan	.006	.062	.950
	Dayat	.260	2.769	.007
	Jaminan	.324	3.707	.000
	Empati	.153	1.778	.079
	Bukti	.249	3.204	.002

Sumber : Data primer yang diolah 2018

Hasil pengujian secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah koefisien korelasi yang diperoleh signifikan atau tidak. Hasil dari uji t dapat dilihat dalam tabel.

1. Menguji pengaruh antara keandalan ( $X_1$ ) terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta.

Diperoleh nilai probabilitas (nilai signifikansi) variabel keandalan sebesar 0,950. Karena  $0,950 > 0,05$  maka hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel keandalan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta.

2. Menguji pengaruh antara daya tanggap ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta.

Diperoleh nilai probabilitas (nilai signifikansi) variabel daya tanggap sebesar 0,007. Karena  $0,007 < 0,05$  maka hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel daya tanggap berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta.

3. Menguji pengaruh antara Jaminan ( $X_3$ ) terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta.

Diperoleh nilai probabilitas (nilai signifikansi) variabel jaminan sebesar 0,000. Karena  $0,000 < 0,05$  maka hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel jaminan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta.

4. Menguji pengaruh antara Empati ( $X_4$ ) terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta.

Diperoleh nilai probabilitas (nilai signifikansi) variabel empati sebesar 0,079. Karena  $0,079 > 0,05$  maka hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel empati tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta.

5. Menguji pengaruh antara Bukti Fisik ( $X_5$ ) terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta.

Diperoleh nilai probabilitas (nilai signifikansi) variabel bukti fisik sebesar 0,002. Karena  $0,002 < 0,05$  maka hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta.

## **E. KESIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi variabel kualitas pelayanan yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Pengujian menggunakan sampel sebanyak 100 responden dimana yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta yang dalam enam bulan terakhir berkunjung ke Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Sebelum menyebarkan kuesioner kepada 100 responden, peneliti terlebih dahulu melakukan uji validitas dan reliabilitas dengan data yang sudah ada. Saat semua item pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid, maka penelitian tersebut dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

**a. Hasil Analisis Deskriptif Profil Responden**

1. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin laki - laki dengan jumlah 56 responden (56%).
2. Mayoritas responden dalam penelitian ini dengan usia 19 – 29 tahun yaitu sebanyak 85 orang (85%).
3. Mayoritas responden dalam penelitian ini dengan pekerjaan pegawai swasta / PNS yaitu sebanyak 37 orang (37%).
4. Mayoritas responden dalam penelitian ini dengan pendidikan terakhir SMA / sederajat yaitu sebanyak 68 orang (68%).
5. Mayoritas responden dalam penelitian ini dengan pendapatan Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000 yaitu sebanyak 59 orang (59%).
6. Mayoritas responden dalam penelitian ini dengan frekuensi 1 kali berkunjung dalam 6 bulan terakhir yaitu sebanyak 90 orang (90%).

**b. Hasil Analisis Regresi Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Berdasarkan hasil analisis regresi untuk Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik mempengaruhi sebesar 57,2% terhadap variabel kepuasan pengunjung. Sedangkan sisanya yaitu 42,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti, misalnya citra destinasi, atau variabel yang lain.

**c. Hasil Analisis Uji F**

Berdasarkan hasil analisis yang sudah dibahas dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian yang terdiri dari keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik secara simultan atau bersama – sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta karena nilai probabilitasnya adalah 0,000.

**d. Hasil Analisis Uji T**

Dari analisis uji t dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa:

- a) Keandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Hal tersebut diduga karena pengunjung tidak membutuhkan bantuan petugas dalam memenuhi kepuasan mereka. Dan keandalan bukan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi kepuasan para pengunjung
- b) Daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Indikator – indikator dari variabel daya tanggap seperti layanan yang cepat dan tepat, informasi layanan yang ada, dan kesediaan petugas untuk membantu pengunjung merupakan hal – hal yang memiliki pengaruh terhadap peningkatan kepuasan pengunjung.
- c) Jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Karena dengan adanya dukungan fasilitas bagi petugas untuk melakukan pekerjaannya, petugas mampu memberikan kepercayaan terhadap pengunjung bahwa petugas melayani dengan sopan dan baik.
- d) Empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Diduga pengunjung merasa petugas tidak mengetahui kebutuhan dan ketertarikan pengunjung dalam berkunjung, selain itu pengunjung tidak mendapatkan perhatian secara individu dari petugas Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta.
- e) Bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Tampilan fisik pemandangan yang indah maupun fasilitas

yang memadai dan mudah ditemukan merupakan hal yang berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan pengunjung di Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta.

### Saran

#### a. Saran berdasarkan hasil penelitian bagi Pengelola

1. Dengan kualitas pelayanan yang baik ini maka Objek Wisata Tebing Breksi diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan apa yang sudah dicapai saat ini. Melihat semakin banyaknya pengunjung Tebing Breksi saat ini membuat pengelola harus melakukan perbaikan dan penyesuaian untuk menciptakan kepuasan pengunjung.
2. Berdasarkan jawaban responden pada kuesioner, banyak pengunjung melihat bukti fisik yang ada di Objek Wisata Tebing Breksi Yogyakarta. Selain itu pengunjung percaya bahwa petugas akan melayani dengan baik dan memberikan daya tanggap yang baik. Maka dari itu petugas Objek Wisata Tebing Breksi sebaiknya lebih meningkatkan bukti fisik, kepercayaan dan daya tanggap terhadap pengunjung yang ada di Tebing Breksi sehingga dapat menambah kunjungan dan menciptakan kepuasan pengunjung.

### DAFTAR PUSTAKA

- Detmuliati, Alditia. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Objek Wisata Riau Fantasi Labersa Water & Themepark*. Riau: Universitas Riau
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran 1*. Millineum ed. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, Jilid Dua, Erlangga : Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Salemba Empat. Jakarta.
- Mauludin, Hanif. 2001. *Analisis Kualitas Pelayanan, Pengaruhnya Terhadap Image; Jurnal Penelitian Akuntansi Bisnis dan Manajemen*. Vol. 7. No. 1.
- Parasuraman, A. V. A. Zeithaml, dan L. L. Berry. 1998. *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1, Tahun 1998.
- Sigit, Reza Dimas. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Lapangan Futsal (Studi Kasus pada IFI Futsal Bandung)*. Bandung: Universitas Telkom Bandung.
- Sugiyono, 2002. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2004. *Service Quality & Satisfaction*. Edisi 1, Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2004. *Service Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy 2006. *Manajemen Jasa*. Edisi Keempat. CV. Andy Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing
- Umar, Husein. 2003. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi Baru. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.