

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA WISATA DELTA *FISHING*, KECAMATAN BUDURAN, KABUPATEN
SIDOARJO, JAWA TIMUR**

**ARTIKEL SKRIPSI
PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN DAN KELAUTAN**

Oleh :

MAYA ROSALIA SUPARNADI

NIM. 125080400111074

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

MALANG

2016

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA WISATA DELTA *FISHING*, KECAMATAN BUDURAN, KABUPATEN
SIDOARJO, JAWA TIMUR**

**ARTIKEL SKRIPSI
PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN DAN KELAUTAN**

Sebagai Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Perikanan
di Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan
Universitas Brawijaya

Oleh :

MAYA ROSALIA SUPARNADI

NIM. 125080400111074



FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

MALANG

2016

ARTIKEL SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA WISATA DELTA *FISHING*, KECAMATAN BUDURAN, KABUPATEN
SIDOARJO, JAWA TIMUR

Oleh :

MAYA ROSALIA SUPARNADI

NIM.125080400111074

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I



(Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP)

NIP. 19610417 199003 1 001

Tanggal: 09 JAN 2017

Dosen Pembimbing II



(Wahyu Handayani, S.Pi, MBA, MP)

NIP. 19750310 200501 2 001

Tanggal : 09 JAN 2017



Mengetahui
Ketua Jurusan SEPK

(Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP)

NIP. 19610417 199003 1 001

Tanggal : 09 JAN 2017

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WISATA DELTA *FISHING*, KECAMATAN BUDURAN, KABUPATEN SIDOARJO, JAWA TIMUR

(Maya Rosalia Suparnadi ¹, Nuddin Harahab ² dan Wahyu Handayani ³)

¹⁾ Mahasiswa SEPK, FPIK, Universitas Brawijaya Malang

²⁾ Dosen SEPK, FPIK, Universitas Brawijaya Malang

³⁾ Dosen SEPK, FPIK, Universitas Brawijaya Malang

Abstrak

Wisata Delta *Fishing* merupakan salah satu tempat wisata yang menawarkan kolam pemancingan dan wahana bermain anak yang terletak di kabupaten sidoarjo. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen serta yang memiliki pengaruh paling dominan. Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif dengan jenis data primer dan sekunder. Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus linier time function. Metode pengambilan data dengan wawancara, observasi, kuisioner dan dokumentasi. Variabel bebas terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati, sedangkan variabel terikat yaitu kepuasan konsumen. Metode analisis data menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bebas berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat dan menghasilkan model regresi $Y = 6,352 + 0,05 X_1 + 0,163 X_2 + 0,456 X_3 - 0,039 X_4 - 0,05 X_5 + e$. Sedangkan secara parsial signifikan berpengaruh nyata dan dominan ialah variabel daya tanggap.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, Wisata Delta *Fishing*

Abstract

Wisata Delta *Fishing* is one of the sights that offers a fishing pond and a children's playground located in the district of Sidoarjo. This study was conducted to analyze the effect of quality service on customer satisfaction as well as the most dominant influence. The method used is descriptive research with primary and secondary data types. The number of samples is determined using the formula of linear time function. The method of collecting data by interviews, observations, questionnaires and documentation. The independent variables consist of tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy, while the dependent variable is customer satisfaction. Classical assumption test, multiple linear regression analysis, and statistical tests are used in the Methods of data analysis. The results showed that the independent variables jointly affect the dependent variable and generate a regression model $Y = 6.352 + 0.05 X_1 + 0.163 X_2 + 0.456 X_3 - 0.039 X_4 - 0.05 X_5 + e$. While partially real and significant effect on the dominant variable is responsiveness.

Keywords : Service Quality, Customer Satisfaction, Wisata Delta *Fishing*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak potensi sumberdaya alam yang belum dikembangkan secara maksimal termasuk di dalamnya sektor pariwisata. Pengembangan produk-produk wisata perlu di upayakan demi mendukung pencapaian sasaran pembangunan dalam bidang kepariwisataan. Pengembangan kepariwisataan berkaitan erat dengan pelestarian nilai-nilai kepribadian dan pengembangan budaya bangsa dengan memanfaatkan potensi kekayaan alam Indonesia (Warang *et.al.*, 2009).

Menurut Berlian *et.al.*, obyek wisata di Indonesia yang memiliki peluang besar salah satunya dalam bidang perikanan. Potensi perikanan tersebut meliputi kegiatan penangkapan maupun budidaya. Kolam pemancingan merupakan salah satu kegiatan budidaya yang dapat dijadikan suatu objek wisata. Keinginan masyarakat terhadap kolam pemancinganpun semakin meningkat sehingga tumbuhlah berbagai usaha wisata pemancingan.

Sidoarjo merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Timur yang letaknya diapit oleh dua sungai besar yaitu sungai porong dan sungai kali mas sehingga disebut dengan kota delta. Di Kabupaten Sidoarjo tersebut terdapat banyak pembudidaya ikan baik ikan bandeng, nila, tawes, lele dan lain sebagainya. Potensi tambak budidaya tersebut dijadikan sebagai tempat tujuan wisata pemancingan (Khumairoh, 2013). Wisata pemancingan yang terdapat di Kabupaten Sidoarjo salah satunya yaitu Wisata Delta *Fishing*. Wisata Delta *Fishing* terdapat di Desa Prasung Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo Provinsi Jawa Timur. Tempat tersebut memiliki beberapa kolam pancing dengan pilihan ikan yang berbeda-beda pula selain kolam pemancingan terdapat

fasilitas-fasilitas lain yaitu fasilitas *outbound*, kolam renang, warung lesehan, dan lain sebagainya.

Keberhasilan suatu instasi maupun perusahaan dapat dilihat dari kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen. Kualitas layanan tersebut dapat menentukan tingkat kepuasan konsumen terhadap barang atau jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan atau instasi. (Suryaningtyas *et.al.*, 2013). Kualitas layanan menjadi suatu hal yang krusial dalam mempertahankan konsumen untuk tenggang waktu yang lama. Konsumen dapat terdorong untuk berkomitmen terhadap produk maupun jasa yang diberikan instasi maupun perusahaan dan hal tersebut dapat berdampak meningkatkan *market share* produk (Gilbert *et.al* dalam Aryani *et.al.*, 2010).

Pada suatu usaha kepuasan konsumen menjadi satu acuan berhasil atau tidaknya usaha tersebut. Dalam jangka panjang laba dapat ditentukan dari banyak sedikitnya konsumen yang datang sehingga kepuasan konsumen harus dijaga dengan kualitas layanan yang maksimal. (Handoko *et.al.*, 1987:6). Konsumen akan merasa puas jika harapan konsumen terhadap produk atau jasa yang diinginkan terpenuhi. Konsumen akan merasa sangat puas jika harapan tersebut terlampaui. Maka prioritas utama perusahaan atau usaha harus memberikan layanan yang maksimal kepada konsumen (Hidayat dalam Nurcaya *et.al.*, 2011).

Melihat begitu pentingnya sebuah penelitian untuk mengetahui kepuasan konsumen dari kualitas layanan yang diberikan, maka peneliti mencoba mengambil penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wisata Delta *Fishing*, Kecamatan Buduran,

Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur". Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis:

1. Pengaruh variabel-variabel kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4) dan empati (X_5) terhadap kepuasan konsumen (Y).
2. Variabel-variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni 2016 berlokasi di Wisata Delta *Fishing*, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur.

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Jenis dan sumber data meliputi data primer dan data sekunder. Data primer pada penelitian ini diperoleh melalui wawancara langsung dengan manajer, melalui kuesioner yang diberikan langsung kepada pengunjung yang menjadi responden serta melakukan pengamatan langsung di Wisata Delta *Fishing*. Sedangkan data sekunder diperoleh dari studi literatur dan kantor kelurahan untuk mengetahui keadaan umum lokasi penelitian serta keadaan umum penduduk.

Populasi pada penelitian ini yakni pengunjung di Wisata Delta *Fishing*. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *linear tiem function*. Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan sampel sebanyak 40 responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *insidental sampling*. Dimana teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti yang dipandang cocok untuk dijadikan sampel atau sumber data. Skala pengukuran yang digunakan yakni skala likert.

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas terdiri dari bukti fisik (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3) jaminan (X_4) dan empati (X_5). Sedangkan variabel terikat berupa kepuasan konsumen (Y).

Metode analisis data untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat berkunjung menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji statistik.

1. Uji Asumsi Klasik

Beberapa uji asumsi klasik adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan suatu pengujian yang memiliki tujuan untuk melihat variabel residual berdistribusi secara normal pada model regresi. Ada dua cara untuk melihat suatu data terdistribusi secara normal yaitu dengan analisa grafik (Grafik Histrogram dan Normal Probability Plot) dan uji statistik (Kolmogorov-Smirnov), untuk uji statistik yaitu dengan melihat nilai Kolmogorov-Smirnov Z dan nilai Asymp.Sig apabila nilainya $> 0,05$ dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal (Ghozali, 2006).

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2006:91) uji multikolinearitas merupakan suatu pengujian pada model regresi yang bertujuan untuk menemukan korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik yaitu variabel bebas tidak terjadi kolerasi. Untuk mendeteksi ada tidaknya korelasi antar variabel bebas pada model regresi menggunakan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), dimana nilai *Tolerance* ≤ 10 atau nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) ≥ 10 .

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2006:105) uji Heteroskedastisitas merupakan pengujian yang dilakukan pada model regresi yang memiliki tujuan untuk melihat dari pengamatan satu ke pengamatan lainnya terjadi ketidaksamaan variance dari residual. Jika variance tersebut sama dari pengamatan satu ke pengamatan lainnya. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat pola sebaran pada grafik scatterplot dan uji glejser pada tabel coefficients dengan melihat nilai signifikansinya diatas nilai tingkat kepercayaan yaitu 5%.

d. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2006:95) untuk uji autokorelasi ialah pengujian yang bertujuan melihat suatu model regresi dari pengamatan satu ke pengamatan lainnya ada korelasi antar kesalahan pengganggu atau tidak. Jika ada korelasi antara kesalahan pengganggu dari pengamatan satu ke pengamatan lainnya maka terjadi autokorelasi. Pada penelitian ini uji autokorelasi dilakukan dengan Run Test. Cara melihat terjadi tidaknya autokorelasi dengan run test yaitu melihat pada tabel run test apakah nilai Asymp sig lebih dari tingkat kepercayaan 5%.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi merupakan suatu alat yang digunakan untuk menganalisis suatu data yang berkaitan dengan hubungan variabel terikat dan variabel bebas. Dalam analisis linier berganda mengandung proses penyesuaian terhadap suatu fungsi atau kurva dari sekumpulan data, sehingga dalam analisis regresi menggunakan SPSS (Sudarmanto, 2005:2). Pada penelitian ini variabel analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu: bukti fisik (X_1), keandalan

(X_2), daya tanggap (X_3) jaminan (X_4) dan empati (X_5) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y), dengan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana :

Y = kepuasan konsumen

a = konstanta

X_1 = bukti fisik

X_2 = keandalan

X_3 = daya tanggap

X_4 = jaminan

X_5 = empati

b = koefisiensi variabel bebas

e = standar error

3. Uji Statistik

a. Koefisien determinasi (R^2)

Uji R^2 atau koefisien determinasi merupakan suatu pengujian yang bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan kisaran nilai R Square yaitu $0 < R \text{ Square} < 1$. Jika nilai adjusted R^2 semakin mendekati angka 1 maka variabel bebas akan semakin kuat mempengaruhi variabel terikat (Ghozali, 2006).

b. Uji F (Simultan)

Uji F suatu pengujian yang dilakukan untuk menunjukkan apakah dari variabel-variabel bebas yang dimasukkan kedalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Untuk menguji hipotesis digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut :

1. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, hal tersebut berarti bahwa semua variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh secara nyata pada variabel terikat

2. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, hal tersebut berarti bahwa semua variabel bebas berpengaruh tidak nyata pada variabel terikat. (Iriani dan Maria, 2012).

c. Uji t (Parsial)

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan rumus hipotesis:

$H_0 : \beta_i = 0$, artinya variabel bebas secara parsial pengaruh secara tidak nyata terhadap variabel terikat

$H_a : \beta_i \neq 0$, artinya variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh secara nyata terhadap variabel terikat

Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} masing-masing variabel bebas dengan t_{tabel} pada signifikan 5%. Bila nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima (Iriani dan Maria, 2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN

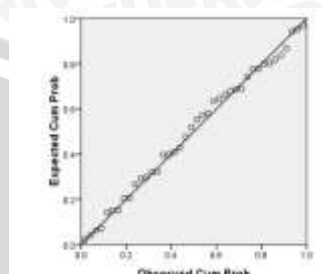
1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini yang paling dominan menunjukkan bahwa berdasarkan jenis kelamin adalah perempuan dengan persentase 62,5%, berdasarkan usia 32,5% berusia 26-35 tahun, pendidikan terakhir pengunjung mayoritas yakni lulusan SMA dengan persentase sebesar 62,5%, berdasarkan pekerjaan yakni pekerjaan wiraswasta sebesar 47,5%, penghasilan pengunjung per bulan sebesar 32,5% yakni Rp. 3.500.000 – Rp 5.000.000., pendapatan tersebut tergolong kelas menengah. Berdasarkan jumlah kunjungan, 32,5% telah berkunjung sebanyak >5 kali. Sebesar 32,5% mendapatkan informasi dari keluarga, 57,5% berkunjung dengan tujuan memancing, makan dan menemani anak bermain.

2. Uji Asumsi Klasik

Agar memenuhi kondisi BLUE (*Best Linier Unbiased Estimate*) ada beberapa asumsi yang harus dipenuhi oleh model regresi, antara lain:

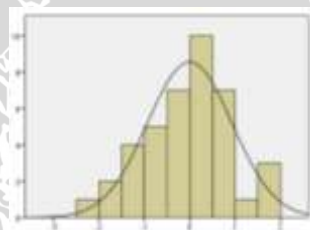
a. Uji Normalitas



Gambar 1. Grafik Normal P-P Plot

Sumber: Data Primer (diolah), 2016

Grafik normal P-P Plot terlihat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal, artinya data berdistribusi secara normal.



Gambar 2. Histogram

Sumber: Data Primer (diolah), 2016

Gambar histogram di berbentuk seperti lonceng, artinya data berdistribusi secara normal.

Tabel 1. Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.03763410
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.046
	Negative	-.069
Kolmogorov-Smirnov Z		.439
Asymp. Sig. (2-tailed)		.991

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data Primer (diolah), 2016

Diperoleh nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,439 dan nilai Asymp.Sig sebesar 0,991. Dapat disimpulkan bahwa data

berdistribusi normal, karena nilai keduanya > 0,05.

b. Uji Multikolinearitas

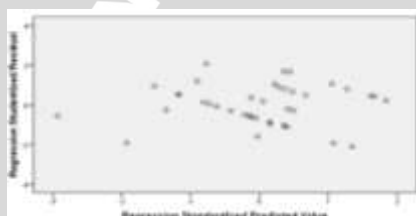
Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Bukti Fisik	0,393	2,542
Keandalan	0,282	3,552
Daya Tanggap	0,470	2,126
Jaminan	0,289	3,456
Empati	0,251	3,979

Sumber: Data Primer (diolah), 2016

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memiliki masalah multikolinearitas, karena nilai VIF dari keempat model < 10 dan *Tolerance* > 0,1.

c. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Scatterplot

Sumber: Data Primer (diolah), 2016

Berdasarkan grafik, terlihat bahwa data menyebar secara acak baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas. Artinya model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas juga dilakukan menggunakan uji glejser, nilai signifikan dari keempat variabel bebas > 0,05, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga model regresi layak untuk digunakan.

d. Uji Autokorelasi

Tabel 3. Run Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	13779
Cases < Test Value	20
Cases ≥ Test Value	20
Total Cases	40
Number of Runs	21
Z	.000
Asymp. Sig. (2-tailed)	1.000

Sumber: Data Primer (diolah), 2016

Berdasarkan hasil pengujian autokorelasi dengan run test pada tabel 24 dapat dilihat bahwa nilai *Asymp.Sig.(2-tailed)* > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi autokorelasi.

3. Analisis Faktor-faktor Minat Berkunjung

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1. (Constant)	6,352	1,449		4,363	,000
Bukti Fisik	,054	,167	,061	,320	,751
Keandalan	,163	,194	,100	,843	,408
Daya Tanggap	,456	,123	,629	3,710	,001
Jaminan	-,039	,165	-,051	-,238	,813
Empati	-,056	,191	-,067	-,292	,772

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Primer (diolah), 2016

Berdasarkan hasil analisis model regresi linear berganda didapatkan bentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 6,352 + 0,054 X_1 + 0,163 X_2 + 0,456 X_3 - 0,039 X_4 - 0,056 X_5 + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 6,352 menunjukkan bahwa jika bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati dianggap tidak ada atau 0 maka output Y sebesar 6,352.
- 2) Koefisien regresi untuk variabel bukti fisik (X_1) sebesar 0,054. Koefisien positif menunjukkan bahwa X_1 mempunyai hubungan yang searah dengan kepuasan konsumen (Y). Hal tersebut memiliki arti bahwa apabila bukti fisik meningkat maka akan diikuti pula meningkatnya kepuasan konsumen, dengan asumsi X_2 , X_3 , X_4 , dan X_5 dalam keadaan konstan.
- 3) Koefisien regresi untuk variabel keandalan (X_2) sebesar 0,163. Koefisien positif menunjukkan bahwa X_2 memiliki hubungan yang searah dengan kepuasan konsumen (Y). Hal tersebut memiliki arti bahwa

apabila keandalan meningkat akan diikuti pula meningkatnya kepuasan konsumen, dengan asumsi X_1 , X_3 , X_4 , dan X_5 dalam keadaan konstan.

- 4) Koefisien regresi untuk variabel daya tanggap (X_3) yaitu sebesar 0,456 dengan koefisien positif menunjukkan bahwa X_3 mempunyai hubungan yang searah dengan kepuasan konsumen (Y). Hal tersebut memiliki arti bahwa apabila daya tanggap meningkat akan diikuti dengan meningkatnya kepuasan konsumen, dengan asumsi X_1 , X_2 , X_4 dan X_5 dalam keadaan konstan.
- 5) Koefisien regresi untuk variabel jaminan (X_4) yaitu sebesar 0,039. Koefisien negatif menunjukkan bahwa X_4 mempunyai hubungan yang tidak searah dengan kepuasan konsumen (Y). Hal tersebut memiliki arti bahwa apabila jaminan meningkat maka akan diikuti dengan turunnya kepuasan konsumen, dengan asumsi X_1 , X_2 , X_3 dan X_5 dalam keadaan konstan.
- 6) Koefisien regresi untuk variabel empati (X_5) yaitu sebesar 0,056. koefisien negatif menunjukkan bahwa X_5 mempunyai hubungan yang tidak searah dengan kepuasan konsumen. Hal tersebut memiliki arti bahwa apabila empati meningkat maka akan diikuti dengan menurunnya kepuasan konsumen, dengan asumsi X_1 , X_2 , X_3 , X_4 dalam keadaan konstan.

b. Uji Statistik

Uji statistik berfungsi untuk melihat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Jenis uji statistik yaitu sebagai berikut:

1) Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Nilai adjusted R^2 sebesar 0,467 atau 46,7%. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan

variabel bebas (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) dalam menjelaskan varians dari variabel terikat yaitu minat berkunjung sebesar 46,7%. Sedangkan sisanya sebesar 53,3% (100%-46,7%) varians variabel terikat dijelaskan oleh faktor lain diluar model penelitian.

2) Uji F (Simultan)

Didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 7,694 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Pada derajat signifikansi sebesar 5%, diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,49. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai $F_{hitung} (7,694) > F_{tabel} (2,49)$ maka H_0 ditolak, hal ini menunjukkan adanya pengaruh secara simultan variabel bebas (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) terhadap kepuasan konsumen.

3) Uji t (Parsial)

Nilai t_{tabel} pada derajat signifikansi 5% sebesar 2,03224. Hasil perhitungan statistik diperoleh nilai t_{hitung} yang bisa dilihat pada Tabel 4 untuk masing – masing variabel independen adalah sebagai berikut:

• Bukti Fisik (X_1)

Berdasarkan tabel hasil uji t didapatkan nilai t_{hitung} pada variabel bukti fisik (X_1) sebesar 0,320. Hal menunjukkan $t_{hitung} (0,320) < t_{tabel} (2,03224)$ dan tingkat signifikansinya yaitu 0,751 $> 0,05$ maka H_0 diterima atau yang berarti bahwa variabel bukti fisik secara parsial (sendiri) berpengaruh tidak nyata terhadap kepuasan konsumen atau variabel bukti fisik tidak signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Menurut Lupiyoadi (2009) dalam Paisal (2013), bukti fisik menunjukkan eksistensi diri kepada pihak eksternal. Kemampuan untuk menampilkan sarana dan prasarana fisik adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan hal tersebut meliputi fasilitas fisik (gedung, tempat parkir, dan lain

sebagainya), perlengkapan dan peralatan serta penampilan dari pegawai.

Berpengaruh tidak nyata secara parsial pada bukti fisik dikarenakan kebanyakan pengunjung merupakan golongan menengah kebawah yang tidak mementingkan fasilitas yang mewah dan merasa cukup atas fasilitas yang terdapat di Wisata Delta *Fishing*.

- Keandalan (X_2)

Berdasarkan tabel hasil uji t didapatkan nilai t_{hitung} pada variabel keandalan (X_2) sebesar 0,643. Hal menunjukkan $t_{hitung} (0,643) < t_{tabel} (2,03224)$ dan tingkat signifikansinya yaitu 0,405 $> 0,05$ maka H_0 diterima atau yang berarti bahwa variabel keandalan secara parsial (sendiri) berpengaruh tidak nyata terhadap kepuasan konsumen atau variabel keandalan tidak signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).

Berpengaruh tidak nyata pada variabel keandalan dikarenakan pengunjung merasakan cukup untuk informasi yang telah diberikan dan rata-rata pendidikan terbanyak responden adalah SMA yang tidak banyak menuntut.

- Daya Tanggap (X_3)

Berdasarkan tabel hasil uji t didapatkan nilai t_{hitung} pada variabel daya tanggap (X_3) sebesar 3,710. Hal menunjukkan $t_{hitung} (3,710) > t_{tabel} (2,03224)$ dan tingkat signifikansinya yaitu 0,001 $< 0,05$ maka H_1 diterima atau yang berarti bahwa variabel daya tanggap secara parsial (sendiri) berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen atau variabel daya tanggap signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Adanya pengaruh nyata terhadap variabel daya tanggap dikarenakan pengunjung merasakan bahwa karyawan yang bekerja memiliki kesiapan dan tanggap sehingga pengunjung terpuaskan.

- Jaminan (X_4)

Berdasarkan tabel hasil uji t didapatkan nilai t_{hitung} pada variabel jaminan (X_4) sebesar -0,238. Hal menunjukkan $t_{hitung} (-0,238) < t_{tabel} (2,03224)$ dan tingkat signifikansinya yaitu 0,813 $> 0,05$ maka H_0 diterima atau yang berarti bahwa variabel jaminan secara parsial (sendiri) berpengaruh tidak nyata terhadap kepuasan konsumen atau variabel jaminan tidak signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Berpengaruh tidak nyata terhadap kepuasan konsumen dikarenakan konsumen merasa cukup untuk jaminan (keselamatan) yang telah diberikan dan apabila ditingkatkan akan menurunkan kepuasan konsumen.

- Empati (X_5)

Berdasarkan tabel hasil uji t didapatkan nilai t_{hitung} pada variabel empati (X_5) sebesar -0,292. Hal menunjukkan $t_{hitung} (-0,292) < t_{tabel} (2,03224)$ dan tingkat signifikansinya yaitu 0,772 $> 0,05$ maka H_0 diterima atau yang berarti bahwa variabel empati secara parsial (sendiri) berpengaruh tidak nyata terhadap kepuasan konsumen atau variabel empati tidak signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Berpengaruh tidak nyata dikarenakan konsumen merasa jika perhatian intens dilakukan maka konsumen merasa risih sehingga apabila ditingkatkan akan menurunkan kepuasan konsumen.

4) Faktor Dominan

Faktor yang berpengaruh dominan terhadap minat berkunjung yaitu daya tanggap (X_3), dilihat dari nilai t_{hitung} dan nilai Standardized Beta Coefficients pada Tabel 4, pada variabel daya tanggap didapatkan nilai t_{hitung} dan nilai Standardized Beta Coefficients lebih besar dibandingkan variabel lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

- Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan yang dilihat dari variabel bukti fisik (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4) dan empati (X_5) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Wisata Delta *Fishing* yaitu sebesar 46,7% sedangkan sisanya 53,3% dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel jaminan (X_4) dan empati (X_5) memiliki koefisien negatif. Variabel bukti fisik (X_1) dan keandalan (X_2) telah dirasa cukup oleh konsumen sedangkan variabel daya tanggap (X_3) akan meningkatkan kepuasan konsumen jika terus ditingkatkan dalam pelayanan kepada konsumen.
- Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen adalah variabel daya tanggap. Daya tanggap menjadi variabel yang perlu diperhatikan dan ditingkatkan karena konsumen merasakan kepuasan saat karyawan karyawan dengan tanggap melayani konsumen

2. Saran

- Bagi pihak pengelola Wisata Delta *Fishing* sebaiknya lebih meningkatkan kualitas layanan pada aspek daya tanggap kepada konsumen yang meliputi item-item dari daya tanggap yaitu layanan yang segera, karyawan selalu sedia membantu konsumen, dan karyawan mudah dihubungi oleh konsumen saat memerlukan bantuan, untuk itu perlu adanya penambahan fasilitas berupa bel sehingga saat konsumen membutuhkan bantuan dapat dengan mudah diketahui oleh karyawan.

- Bagi peneliti, penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk peneliti selanjutnya sebagai bahan acuan dan perbandingan dalam melakukan penelitian serupa di masa yang akan datang. Serta peneliti yang ingin melakukan penelitian terhadap kepuasan konsumen di Wisata Delta *Fishing* dapat menggunakan *Service Scape* yang dilihat dari variabel yang meliputi (tata ruang, kebersihan, kenyamanan, kondisi lingkungan dan lain-lain).
- Bagi pemerintah khususnya Kabupaten Sidoarjo, diharapkan dapat memberikan dukungan terhadap perkembangan potensi perikanan di wilayah sidoarjo khususnya wisata pemancingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani *et.al.*, 2010. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. Jakarta. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi Vol. 17, No.2.*
- Ghozali, I. 2011. Aplikasi Analisis Multivarite dengan Program IBM SPSS 19 Edisi 5. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Handoko, T. Hani. *et.al.*, 1987. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Ke Empat.* BPFE, Yogyakarta.
- Iriani, Y dan Maria Barokah. 2012. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian LPG 3kg (Studi Kasus di PT. Graffi Ferdiani Gerrits Energi). Jurusan Teknik Industri. Fakultas Teknik. Universitas Widyatama.
- Nurcaya *et.al.*, 2011. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan

Pelanggan D&I Skin Centre Denpasar.
Bali. *Jurnal Dimensi Kualitas Pelayanan Vol.1*,
No.1.

Sudarmanto, Gunawan. 2005. *Analisis Regresi
Linier Ganda dengan SPSS*. Yogyakarta :
Graha Ilmu

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan
Pendekatan Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.
Bandung : Alfabeta.

Suryaningtyas *et.al.*. 2013. Analisis Kualitas
Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan
Pelanggan (Nelayan) di UPTD Pangkalan
Pendaratan Ikan (PPI) POPOH.
Tulungagung. *Jurnal ECSOFiM Vol.1*,
No.1.

Tjiptono, Fandy. 2005. *Manajemen Pemasaran
Jasa*. Malang : Bayumedia Publisng

Warang *et.al.*. 2009. Kajian Pengembangan
Wisata Pantai Di Pulau Sulabesi. Maluku
Utara. *Jurnal Perencanaan Wilayah Vol.1*.
No.1.

