

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

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

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Oleh :

MAYA ROSALIA SUPARNADI

NIM. 125080400111074



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**

**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**

SKRIPSI

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

Oleh :
MAYA ROSALIA SUPARNADI
NIM.125080400111074

Telah dipertahankan di depan penguji
pada tanggal 22 Desember 2016
dan dinyatakan telah memenuhi syarat
SK Dekan No. : _____
Tanggal : _____

Dosen Penguji I



(Dr. Ir. Harsuko Riniwati, MP)
NIP. 19660604 199002 2 001
Tanggal: 06 JAN 2017

Menyetujui,
Dosen Pembimbing I



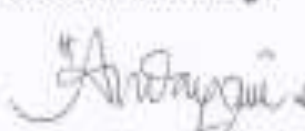
(Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP)
NIP. 19610417 199003 1 001
Tanggal: 06 JAN 2017

Dosen Penguji II



(Dr. Ir. Mimit Primyastanto, MP)
NIP. 19630511 198802 1 001
Tanggal: 06 JAN 2017

Dosen Pembimbing II



(Wahyu Handayani, S.Pi, MBA, MP)
NIP. 19750310 200501 2 001
Tanggal: 06 JAN 2017



Mengetahui,
Ketua Jurusan SEPK

(Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP)
NIP. 19610417 199003 1 001
Tanggal: 06 JAN 2017

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil penjiplakan (plagiasi), maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai hukum yang berlaku di Indonesia.

Malang, Desember 2016

Mahasiswa,

Maya Rosalia Suparnadi

UCAPAN TERIMAKASIH

Secara khusus penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP selaku dosen pembimbing I dan Ibu Wahyu Handayani, S.Pi, MBA, MP selaku dosen pembimbing II yang telah sabar dalam membimbing dan memberi masukan yang sangat berharga sejak awal penulisan hingga akhirnya laporan skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Ibu Dr. Ir. Harsuko Riniwati, MP dan Bapak Dr. Ir. Mimit Primyastanto, MP selaku penguji yang telah memberikan masukan serta penilaian secara bijaksana.
3. Kedua orang tua tercinta Ibunda Sumirah dan Ayahanda Rudy Suparnadi, SH. Serta kedua Saudaraku Kurnia Putri Suparnadi dan Ira Puspita yang selalu memberikan do'a dan dukungan secara penuh.
4. Pemilik dan karyawan Wisata Delta *Fishing* yang mengizinkan serta menerima dengan baik saat melakukan penelitian dan membantu dalam mengumpulkan data-data yang telah dibutuhkan.
5. Teman-teman SEPK 2012 yang telah membantu, memberi semangat, dan motivasi selama pengerjaan skripsi ini.
6. Seluruh pihak terkait yang telah membantu dalam penyelesaian laporan skripsi ini.

Malang, Desember 2016

Penulis

RINGKASAN

MAYA ROSALIA SUPARNADI. Skripsi dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wisata Delta *Fishing*, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur (dibawah bimbingan **Dr. Ir. Nuddin Harahab, MP** dan **Wahyu Handayani, S.Pi, M.BA, MP**)

Potensi perikanan dapat dijadikan suatu peluang bisnis salah satunya yaitu tempat wisata pemancingan. Tempat wisata menjadi tujuan seseorang untuk menikmati waktu luangnya bersama keluarga. Saat ini telah terdapat berbagai tempat wisata yang bermunculan. Persaingan yang ketat antar pengusaha untuk menarik konsumen menjadi tinggi. Agar bisnis yang dijalankan tidak kalah saing dengan usaha yang lain maka pengusaha perlu memantau kepuasan konsumen terhadap usaha yang dijalkannya. Kualitas layanan yang baik juga dapat menjadi faktor penentu kepuasan konsumen tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat variabel-variabel kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Wisata Delta *Fishing* serta mengetahui variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen. Populasi penelitian yaitu pengunjung Wisata Delta *Fishing* dengan penghitungan jumlah sampel menggunakan *linier time fuction* sehingga didapatkan jumlah responden sebesar 40 responden. Sumber data yaitu data primer dan data sekunder dengan metode pengumpulan data meliputi wawancara, kuisisioner, observasi, dan dokumentasi. Kemudian data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan variabel bebas yaitu (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) sedangkan variabel terikatnya (kepuasan konsumen).

Hasil uji validitas dan uji realibilitas menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan pada kuisisioner valid dan reliabel. Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi bebas dari semua asumsi dan layak untuk digunakan. Hasil analisis regresi linier berganda didapatkan persamaan $Y = 6,352 + 0,054 X_1 + 0,163 X_2 + 0,456 X_3 - 0,039 X_4 - 0,056 X_5 + e$. Dimana X_1 (bukti fisik), X_2 (keandalan), X_3 (daya tanggap), X_4 (jaminan) dan X_5 (empati). Uji koefisien determinasi didapatkan nilai adjusted R^2 sebesar 46,7%. Hasil uji F menunjukkan adanya pengaruh secara bersama-sama atau simultan variabel bebas (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen). Hasil uji t (parsial) diketahui bahwa variabel kualitas layanan yang berpengaruh nyata dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ialah daya tanggap sedangkan yang berpengaruh tidak signifikan yaitu variabel bukti fisik, keandalan, jaminan dan empati. Variabel kualitas layanan yang dominasi mempengaruhi kepuasan konsumen ialah variabel daya tanggap (X_3) yaitu nilai t_{hitung} sebesar 3,710.

Kesimpulan dan Saran bagi pengelola Wisata Delta *Fishing* yaitu kualitas layanan yang terdapat di Wisata Delta *Fishing* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, untuk itu empati karyawan yang berlebihan kepada konsumen perlu dikurangi dan daya tanggap berupa kesigapan karyawan saat konsumen membutuhkan bantuan perlu ditingkatkan sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga Laporan Praktek Kerja Magang ini dapat terselesaikan. Laporan Skripsi dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wisata Delta *Fishing*, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Brawijaya Malang.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan laporan ini, oleh karena itu kritik dan saran sangat penulis harapkan demi kesempurnaan laporan ini, penulis berharap semoga Laporan Praktek Kerja Magang ini dapat bermanfaat bagi pihak lain yang membutuhkan.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Malang, Desember 2016

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

RINGKASAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Kegunaan Penelitian	4
2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Pariwisata	6
2.2.1 Pengertian Pariwisata	6
2.2.2 Produk Wisata	7
2.3 Pemasaran.....	8
2.4 Jasa/Layanan.....	9
2.3.1. Jenis-jenis Jasa/Layanan	9
2.3.2. Kualitas Jasa/Layanan.....	10
2.3.3. Dimensi Kualitas Jasa/Layanan	11
2.3.4. Karakteristik Jasa/Layanan.....	12
2.5 Konsumen.....	13
2.5.1 Pengertian Konsumen	13
2.5.2 Pengertian Kepuasan Konsumen	13
2.5.3 Perilaku Konsumen.....	14
2.6 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	15
2.7 Kerangka Berpikir.....	17
3. METODE PENELITIAN	
3.1 Pendekatan Penelitian	18
3.2 Sumber Data.....	18
3.2.1 Data Primer	18
3.2.2 Data Sekunder	19
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	19
3.3.1 Kuisisioner	19
3.3.2 Observasi	20
3.3.3 Wawancara	20
3.3.4 Dokumentasi	20
3.4 Metode Penentuan Responden.....	21
3.4.1 Populasi Penelitian	21
3.4.2 Sampel Penelitian.....	21
3.4.3 Skala Pengukuran	23
3.4.4 Variabel dan Indikator Penelitian	24
3.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	26
3.5.1 Uji Validitas.....	27



3.5.2	Uji Reliabilitas	27
3.6	Analisis Data	28
3.6.1	Analisis Regresi Linier Berganda	28
3.6.2	Uji Asumsi Klasik	29
3.6.3	Uji Statistik	31
4.	HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1	Keadaan Umum Lokasi Penelitian	33
4.1.1	Letak Geografis dan Topografis Wilayah	33
4.1.2	Keadaan Penduduk	34
4.2	Karakteristik Wisata Delta <i>Fishing</i>	36
4.2.1	Sejarah Wisata Delta <i>Fishing</i>	36
4.2.2	Gambaran Umum Wisata Delta <i>Fishing</i>	37
4.3	Gambaran Umum Responden	38
4.3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
4.3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
4.3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ..	40
4.3.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
4.3.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	41
4.3.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan	42
4.3.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi	42
4.3.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Berkunjung	43
4.4	Gambaran Distribusi Jawaban Responden	43
4.4.1	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Bukti Fisik (X_1)	44
4.4.2	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keandalan (X_2)	45
4.4.3	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Daya Tanggap (X_3)	46
4.4.4	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Jaminan (X_4)	47
4.4.5	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Empati (X_5)	48
4.4.6	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	49
4.5	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	50
4.5.1	Uji Validitas	50
4.5.2	Uji Reliabilitas	51
4.6	Uji Asumsi Klasik	51
4.6.1	Uji Normalitas	51
4.6.2	Uji Multikolinearitas	53
4.6.3	Uji Heteroskedastisitas	54
4.6.4	Uji Autokorelasi	55
4.7	Analisis Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	56
4.7.1	Analisis Regresi Linear Berganda	56
4.7.2	Uji Statistik	58
4.8	Kualitas Layanan yang Paling Dominan dalam Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Wisata Delta <i>Fishing</i>	67
5.	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan	69
5.2	Saran	69

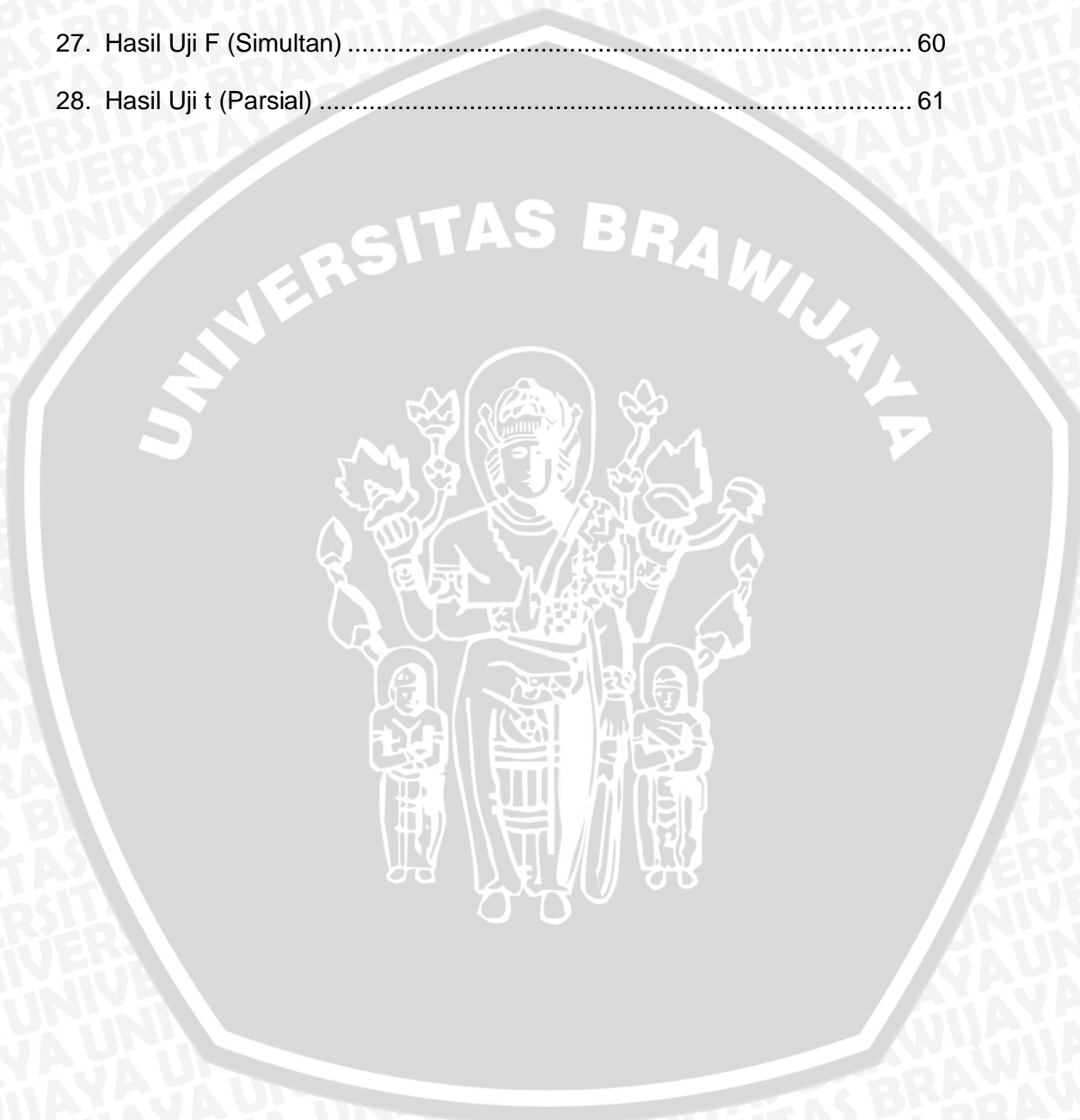
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	73



DAFTAR TABEL

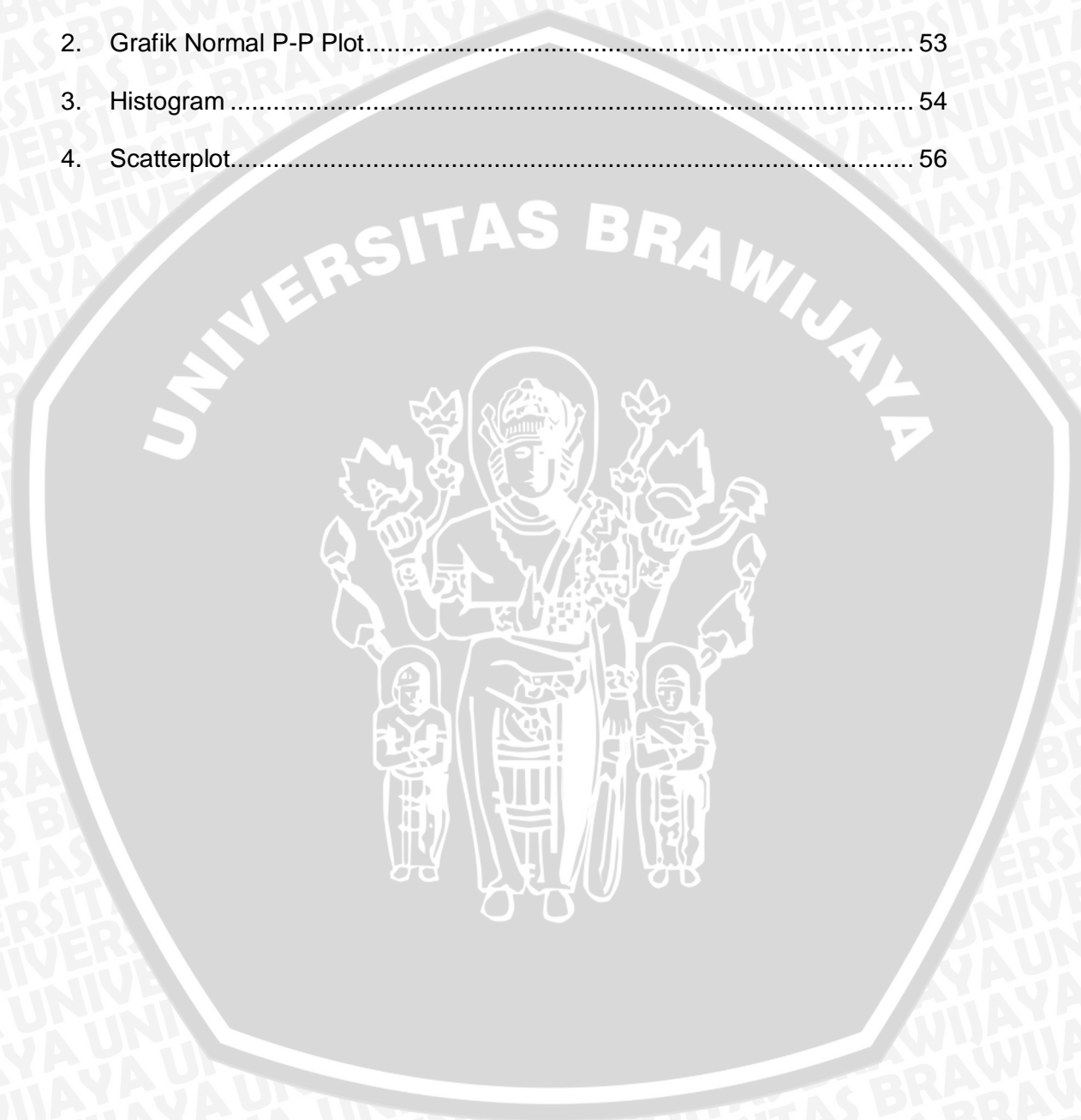
Tabel	Halaman
1. Variabel dan Indikator Kualitas Layanan	25
2. Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
3. Penduduk Berdasarkan Agama dan Kepercayaan.....	35
4. Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian.....	35
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	40
8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
9. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	41
10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	42
11. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi	42
12. Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Berkunjung	43
13. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Bukti Fisik (X_1).....	44
14. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keandalan (X_2).....	45
15. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Daya Tanggap (X_3)... ..	46
16. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Jaminan (X_4).....	47
17. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Empati (X_5).....	48
18. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	49
19. Hasil Uji Validitas	50
20. Hasil Uji Reliabilitas	51
21. Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov Test).....	53
22. Hasil Uji Multikolinearitas	53

23. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)	55
24. Hasil Uji Autokorelasi (Run Test)	55
25. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	56
26. Hasil Uji R^2	59
27. Hasil Uji F (Simultan)	60
28. Hasil Uji t (Parsial)	61



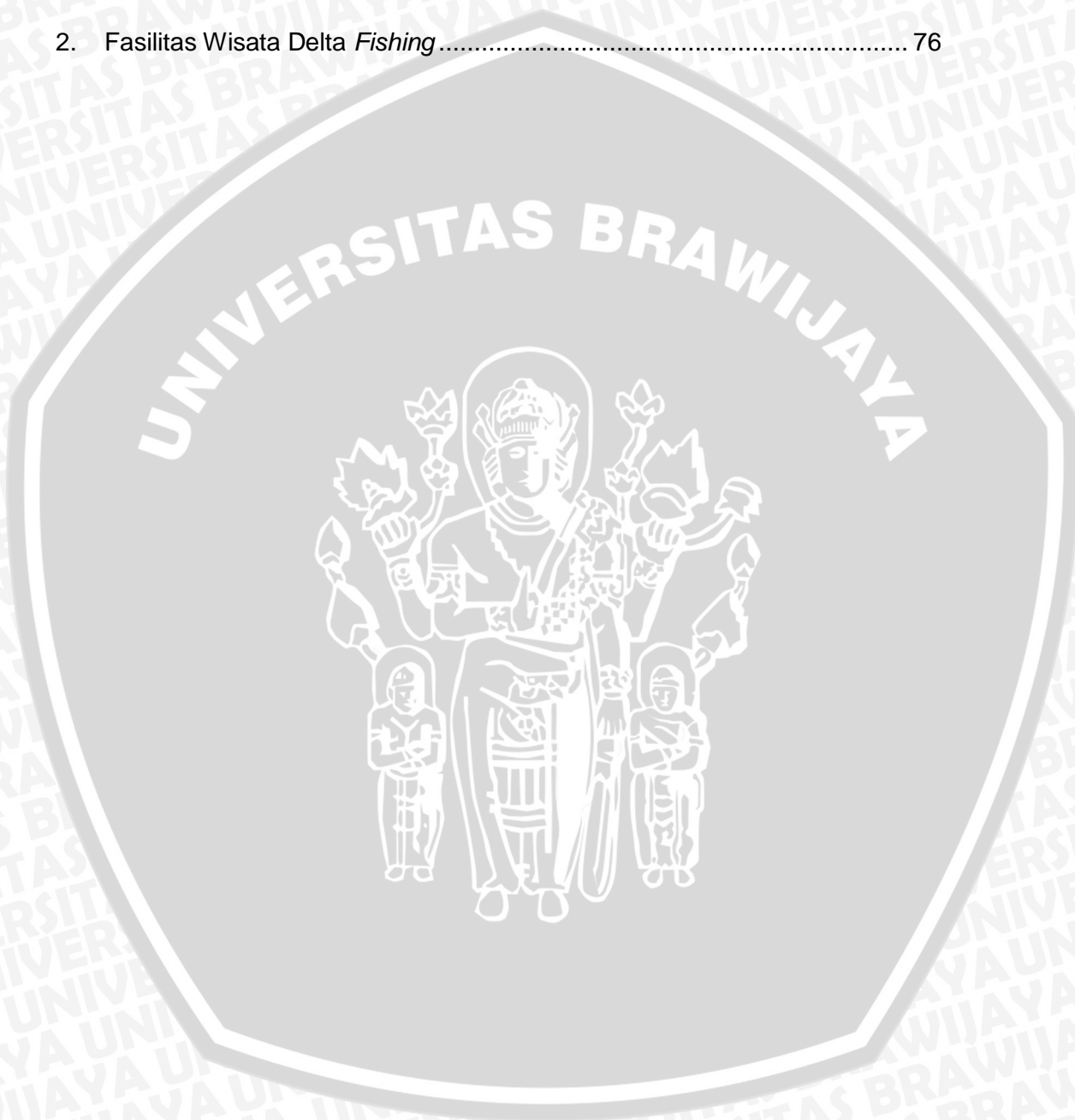
DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Berpikir	17
2. Grafik Normal P-P Plot.....	53
3. Histogram	54
4. Scatterplot.....	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Peta Lokasi Penelitian.....	75
2. Fasilitas Wisata Delta <i>Fishing</i>	76



1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

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 instansi 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 instansi. (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 instansi 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).

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan memberikan dampak yang sangat krusial terhadap kepuasan konsumen. Perusahaan atau suatu usaha harus memperhatikan kualitas layanannya agar konsumen tetap setia kepada produk atau jasa yang dimiliki oleh usaha tersebut. Maka bahasan tentang kualitas layanan penting untuk dikaji.

1.2. Perumusan Masalah

Kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang penting untuk meningkatkan *market share* perusahaan. Salah satu hal yang menjadi dasar terciptanya kepuasan konsumen tersebut yaitu kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan maupun instansi terkait. Dalam hal ini rumusan masalah penelitian yaitu :

1. Bagaimana pengaruh variabel-variabel kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (keselamatan) (X_4), dan empati (X_5) terhadap kepuasan konsumen (Y) di Wisata Delta *Fishing* Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo Jawa Timur?
2. Dari 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) tersebut variabel mana yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen?

1.3. Tujuan

Dari rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan 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.

1.4. Kegunaan

Hasil penelitian ini di harapkan dapat berguna bagi :

1. Pengusaha atau pemilik Wisata Delta *Fishing*

Sebagai bahan evaluasi usaha yang sudah dijalankan dalam upaya meningkatkan dan mengembangkan usahanya

2. Akademisi

Untuk bahan referensi penelitian lebih lanjut serta menambah wawasan pengetahuan tentang kualitas layanan yang dapat memuaskan konsumen.

3. Pemerintah

Sebagai bahan pertimbangan untuk membuat suatu kebijakan perikanan yang berbasis pengembangan wisata.



2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang terkait dengan kualitas layanan dan kepuasan konsumen yaitu penelitian yang disusun oleh Setiawan (2013), Ratnasari (2013), dan Wijayanti (2012).

Hasil penelitian Setiawan (2013) yaitu berjudul “Analisis pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pengunjung Pada Wisata Bahari Lamongan” menunjukkan bahwa kemampuan variabel bebas (*tangible*/bukti fisik (X_1), *empathy*/empati (X_2), *responsiveness*/daya tanggap (X_3), *reliability*/keandalan (X_4) dan *assurance*/jaminan (X_5)) mempengaruhi variabel terikat yaitu kepuasan pengunjung (Y) Wisata Bahari Lamongan sebesar 87,5% sedangkan sisanya 12,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

Penelitian yang dilakukan Ratnasari (2013) dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung Lawang Sewu” dengan variabel bebas yaitu keandalan (X_1), daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati (X_4) dan bukti fisik (X_5) mempengaruhi variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 77,9% dengan sisanya sebesar 22,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Penelitian oleh Wijayanti (2012) berjudul “Analisis Dimensi Kualitas Pelayanan Pedagang Kakilima dan Strategi meningkatkan Kepuasan Wisatawan Maloboro” yaitu dengan hasil variabel bebas (*reliability* (X_1), *responsiveness* (X_2), *emphaty* (X_3), *assurance* (X_4) dan *Tangible* (X_5)) mempengaruhi kepuasan wisatawan (Y) sebesar 92,3% dan sisanya 7,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

2.2. Pariwisata

2.2.1. Pengertian Pariwisata

Pariwisata atau berpariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Perjalanan wisata tersebut dilakukan oleh seseorang untuk memenuhi keinginannya. Dorongan untuk berpergian bisa karena berbagai kepentingan misalnya saja kepentingan ekonomi, sosial, budaya, politik, agama, pendidikan, atau mendapatkan kenikmatan (Suwanto, 2004:3)

Menurut Ross (1998:11) dari zaman dahulu bangsa Timur Tengah, Asia, Yunani, Roma dan Cina melakukan perjalanan untuk tujuan mencari kesenangan atau diplomasi. Pada abad ke 19 Thomas Cook dianggap sebagai orang pertama yang melihat peluang dalam usaha pariwisata. Pariwisata sendiri merupakan sebuah industri padat karya yang dapat menguntungkan semua orang, baik itu pengusaha, warga sekitar maupun wisatawan.

Menurut Undang-Undang No 10 Tahun 2009 menyebutkan bahwa industri pariwisata merupakan suatu kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Pada pasal 14 *point* pertama usaha pariwisata meliputi, daya tarik wisata, kawasan pariwisata, jasa transportasi wisata, jasa perjalanan wisata, penyediaan akomodasi, penyelenggaraan kegiatan hiburan, penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi dan pameran, jasa informasi pariwisata, jasa konsultan pariwisata, jasa pramuwisata, wisata tirta dan spa.

2.2.2. Produk Wisata

Menurut Suwanto (1998:48) produk wisata ialah suatu produk yang tidak nyata yang merupakan rangkaian jasa yang tidak hanya bersifat ekonomis tetapi bersifat sosial, psikologis dan alam. Rangkaian jasa tersebut ialah :

- a. Jasa yang disediakan oleh perusahaan atau pengusaha yaitu jasa angkutan, penginapan, pelayanan dan lain sebagainya.
- b. Jasa yang disediakan oleh masyarakat dan pemerintah misalnya saja prasarana umum, keramah tamahan, adat istiadat dan lain sebagainya
- c. Jasa yang disediakan oleh alam yaitu pemandangan alam, pengunungan, pantai, gua alam, taman laut, dan lain sebagainya.

Produk wisata yang dibeli oleh wisatawan dari berbagai usaha lebih banyak berupa pelayanan. Pelayanan yang dimaksudkan pada produk wisata dapat berupa pelayanan akomodasi, pelayanan makanan dan minuman, pelayanan paket wisata, pelayanan seorang pramuwisata, dan lain sebagainya. Pelayanan yang diberikan dalam usaha-usaha yang berbasis kepariwisataan atau tempat wisata tidak dapat dilihat (Prasiasa, 2013:22)

Menurut Suwanto (1998:48) produk wisata juga memiliki berbagai ciri-ciri yang dapat dijabarkan sebagai berikut :

- Produk wisata tidak dapat dipindah-pindahkan dengan kata lain konsumen atau wisatawan yang harus datang ketempat produk tersebut dihasilkan. Hal tersebut berbeda dengan industri barang dimana hasil produknya dapat dipindah-pindahkan sesuai dengan kebutuhan konsumen.
- Produksi dan konsumsi terjadi pada tempat yang sama, dalam hal ini tanpa adanya konsumen maka produk atau jasa tidak dapat diproduksi.
- Standart yang digunakan pada produk wisata ialah standart pelayanan yang didasarkan pada kriteria tertentu dalam menilainya.

- Konsumen tidak dapat mencoba contoh produk wisata sebelumnya atau menguji produk tanpa ketempat produk tersebut dihasilkan.
- Tenaga manusia banyak menjadi faktor dalam menghasilkan produk wisata..
- Produk wisata merupakan suatu usaha yang memiliki resiko besar.

2.3. Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan atau suatu usaha untuk keberlangsungan hidupnya serta mendapatkan keuntungan atau laba. Pemasaran dapat didefinisikan sebagai keseluruhan kegiatan usaha yang meliputi merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen (Handoko, 1987:3). Pemasaran yaitu suatu proses sosial dimana individu maupun kelompok dapat memperoleh kebutuhan yang diinginkan dengan melakukan proses baik itu penciptaan maupun pertukaran produk dan nilai dengan orang lain (Kotler dan Armstrong, 1996:6).

Pemasaran jasa memiliki perbedaan dari pemasaran barang. Pemasaran jasa tidak dapat dilihat wujud atau bentuk fisiknya. Pemasaran jasa memiliki konsep yang berorientasi pada pelanggan atau konsumen. Konsep tersebut beranggapan bahwa konsumen akan membeli produk jasa yang dapat memenuhi yang dapat memberikan kepuasan. Sehingga tujuan suatu perusahaan dalam aktivitas pemasaran yaitu berusaha memuaskan konsumen dapat terwujud (Tjiptono, 2005:3).

2.4. Jasa / Layanan

Layanan ialah cara pengusaha untuk melayani serta membantu menyediakan kebutuhan individu maupun kelompok. Melayani sendiri memiliki pengertian mempersiapkan keperluan atau kebutuhan seseorang maupun individu dari awal permintaan tersebut di ajukan sampai tersedianya barang atau jasa yang diinginkan oleh individu maupun kelompok dapat terpenuhi. (Sianipar *dalam* Suratno, 2012). Layanan juga merupakan hal yang tidak berwujud dan cepat hilang karena hal tersebut hanya dapat dirasakan daripada dimiliki. Pelanggan atau konsumen dapat lebih berperan aktif dalam proses mengkonsumsi jasa. (Supranto *dalam* Suratno, 2012)

Menurut Supriyanto *et.al. dalam* Suratno (2012) Layanan merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan orang lain. Proses menanggapi kebutuhan konsumen serta melakukan hal yang diinginkan konsumen dalam suatu tindakan dinamakan layanan. Layanan yang diberikan kepada konsumen dapat berupa :

- a. Barang-barang (*tangible*) atau nyata contohnya yaitu toilet, meja, kursi, tempat parkir, dan lain sebagainya.
- b. Barang-barang (*intangible*) atau tidak nyata yaitu informasi misalnya saja informasi mengenai daftar menu makanan.
- c. Keahlian untuk melayani misalnya koki, pelayan, karyawan dan lain sebagainya

2.4.1. Jenis-jenis Jasa / Layanan

Menurut Lovelock (1990) *dalam* Tjiptono (2005:26), jasa dapat dibedakan menjadi 7 kriteria (segmen pasar, tingkat keberwujudan, keterampilan penyedia jasa, tujuan organisasi jasa, regulasi, tingkat intensitas karyawan tingkat kontak penyedia jasa dan pelanggan), dari 7 kriteria tersebut kriteria tingkat keberwujudan berhubungan dengan produk fisik terhadap konsumen dapat dibedakan menjadi 3 yaitu :

1. *Rented Goods Service* : jenis jasa ini, konsumen hanya menyewa atau menggunakannya berdasarkan tarif yang telah ditetapkan selama batas waktu tertentu dan kepemilikannya tetap pada pihak pengusaha. Misalnya saja persewaan mobil, hotel, komputer, dan lain sebagainya.
2. *Owned Good Service* : jenis jasa ini mencakup perubahan bentuk pada barang yang dimiliki oleh konsumen. Misalnya saja jasa yang bergerak pada perbaikan barang yaitu jasa perbaikan mobil, bengkel, salon kecantikan dan lain sebagainya.
3. *Non Goods Service* : sedangkan non goods service yaitu jenis jasa bersifat intangible (tidak berbentuk produk fisik). Misalnya saja jasa bank, jasa asuransi, pendidikan, jasa ekspedisi dan lain sebagainya.

Menurut Fitzsimmons (1982) dalam Tjiptono (2005:29), klasifikasi jasa juga dapat dilihat pula dari sudut pandang konsumen. Terdapat dua kategori yaitu :

- a. *For consumer (facilitating service)* yaitu jasa yang dimanfaatkan sebagai sarana atau media untuk mencapai suatu tujuan. Kategori tersebut meliputi jasa transportasi, komunikasi,, finansial, akomodasi dan rekreasi.
- b. *To consumer (human service)*, suatu jasa yang ditujukan kepada konsumen. Pada dasarnya kategori ini dibagi lagi menjadi dua yaitu *people processing* (contohnya : pusat ketenagakerjaan, klinik, dan lain sebagainya) dan *people changing* (contohnya : perguruan tinggi, tempat ibadah, penjara, dan lain sebagainya).

2.4.2. Kualitas Jasa / Layanan

Kualitas Layanan merupakan hasil banding antara harapan konsumen terhadap layanan yang diinginkan dengan layanan yang didapatkan oleh konsumen tersebut. (Parasuraman dalam Samosir, 2005). Kualitas layanan juga merupakan evaluasi kognitif terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan (Lovelock et.al, dalam Nurcaya, 2011).

Menurut Parasuraman *dalam* Kaihatu (2008), kualitas layanan merupakan suatu dasar bagi pemasaran jasa, karena inti dari suatu produk maupun jasa yang dipasarkan adalah suatu kinerja yang berkualitas untuk penikmat produk atau jasa. Kinerja layanan yang berkualitas itulah yang diharapkan oleh konsumen. Konsep layanan menimbulkan situasi yang kompetitif dimana melalui hal tersebut dapat menyakinkan pelanggan, memperkuat *image* tentang merek, iklan, penjualan dan penentuan harga.

2.4.3. Dimensi Kualitas Jasa / Layanan

Menurut Tjiptono (2005:273) dimensi kualitas jasa atau layanan yaitu suatu pengukuran yang dilakukan terhadap kualitas jasa melalui model servqual dengan didasarkan pada harapan dan persepsi pelanggan atau konsumen. Penelitian awal menyebutkan bahwa dimensi tersebut dibagi menjadi 10 yang terdiri dari reliabilitas, daya tanggap, kompetensi, kredibilitas, keamanan, kemampuan memahami pelanggan, dan bukti fisik. Namun penelitian selanjutnya merangkum dari kesepuluh dimensi pokok tersebut menjadi 5 kelompok. Dimensi kualitas jasa atau layanan tersebut terdiri dari :

1. Reliabilitas (*reliability*)
2. Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu
3. Jaminan (*assurance*)
4. Empati (*empathy*)
5. Bukti fisik (*tangibles*)

Menurut Kotler *dalam* Kaihatu (2008), dimensi kualitas layanan yaitu :

- a. *Reliability* (Kehandalan : kemampuan untuk memberikan layanan secara handal dan akurat sesuai dengan yang telah dijanjikan)
- b. *Responsiveness* (Daya tanggap : kesediaan untuk membantu konsumen serta menyediakan layanan dengan cepat)

- c. *Assurance* (Jaminan : merupakan suatu pengetahuan, kesopanan serta kemampuan yang dimiliki oleh pegawai maupun pekerja yang bekerja diperusahaan untuk membangun kepercayaan konsumen)
 - d. *Empathy* (Empati : suatu kepedulian dan perhatian yang diberikan kepada konsumen)
- Tangibles* (Bukti Fisik : merupakan fasilitas fisik baik itu pakaian pegawai maupun sarana komunikasi yang diberikan kepada konsumen)

2.4.4. Karakteristik Jasa / Layanan

Menurut Berry *et.al* (1990) dalam Naomi (2012), suatu jasa memiliki suatu karakteristik unik. Karakteristik jasa terdiri atas *intangibility*, *heterogeneity*, dan *perishability*. *Intangibility* atau tidak nyata memiliki arti bahwa jasa tidak memiliki suatu bentuk tetapi jasa dapat dirasakan keberadaannya melalui suatu proses pelayanan yang dibuat oleh penyedia jasa. *Heterogeneity* memiliki arti proses pelayanan yang dimiliki beragam baik dari produsen, konsumen dari waktu ke waktu. *Perishability* atau tidak tahan lamanya suatu jasa memiliki arti bahwa suatu jasa tidak dapat disimpan untuk penjualan atau pemakaian di lain waktu.

Menurut Tjiptono (2005:18) pemasaran jasa memiliki perbedaan dari pemasaran barang, pemasaran jasa memiliki karakteristik unik dalam memasarkannya. Karakteristik tersebut yaitu :

- a. *Intangibility* atau tidak berwujud yaitu konsumen tidak dapat melihat bentuk secara fisik produk yang dihasilkan karena jasa merupakan bentuk suatu perbuatan, tindakan, proses, kinerja sehingga jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium maupun diraba bentuknya oleh konsumen.
- b. *Inseparability* atau tidak dapat dipisahkan yaitu bila suatu barang diproduksi terlebih dahulu baru di jual tetapi lain halnya pada produk jasa tidak demikian. Produk jasa akan dijual terlebih dahulu baru bisa diproduksi

dan dikonsumsi, misalnya saja pelayan tidak dapat memproduksi jasanya ketika tidak terdapat konsumen atau pembeli yang datang.

- c. *Variability* atau bervariasi yaitu jasa tidak dapat tetap dari waktu ke waktu karena jasa memiliki banyak bentuk tergantung dari siapa, kapan dan dimana jasa tersebut diproduksi.
- d. *Perishability* atau tidak dapat disimpan yaitu suatu jasa tidak dapat dimiliki atau disimpan karena jasa hanya dapat dirasakan oleh konsumen. Bila jasa tidak digunakan maka jasa tersebut akan hilang begitu saja.
- e. *Lack of ownership* atau tidak dapat dimiliki yaitu suatu jasa tidak dapat dimiliki oleh seseorang atau konsumen. Bila barang akan dapat dimiliki hak penuh maka jasa hanya dapat dirasakan beberapa waktu saja. Misalnya, pengunjung wisata akan menikmati pelayanan yang diberikan oleh pramuwisata saat orang tersebut berada dikawasan wisata tersebut.

2.5. Konsumen

2.5.1. Pengertian Konsumen

Konsumen adalah baik individu maupun organisasi yang mempergunakan barang atau jasa untuk kebutuhan konsumsi maupun dijual kembali. (Sudarmiatin dalam Wilujeng, 2011). Konsumen merupakan kekuatan bagi perusahaan sehingga konsumen menjadi target awal dari strategi pemasaran. Untuk mencapai setiap tujuan yang dimiliki oleh perusahaan dibutuhkan kehadiran konsumen. (Wilujeng, 2011)

2.5.2. Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono dalam Irawan *et.al* (2013), kepuasan merupakan penilaian yang dilakukan oleh konsumen atas produk atau jasa yang telah diberikan oleh perusahaan. Kepuasan tersebut dapat dijadikan acuan bahwa layanan yang diberikan lebih atau kurang. Konsumen akan merasa puas jika

harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan tersebut terlampaui. Kepuasan konsumen ditentukan oleh kualitas layanan yang dikehendaki oleh pelanggan dan kualitas produk atau jasa yang disediakan sehingga jaminan dari kualitas yang diberikan menjadi prioritas bagi perusahaan (Hidayat *dalam* Nurcaya *et,al*, 2011).

Kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan suatu usaha. Kepuasan konsumen tersebut dapat menentukan laba perusahaan dalam jangka panjang dilihat dari banyak sedikitnya konsumen yang puas dengan layanan yang diberikan. Perusahaan harus berusaha memaksimalkan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen agar kepuasan konsumen tetap terjaga sehingga laba yang diharapkan oleh perusahaan dapat tercapai (Handoko *et.al*, 1987:6).

Menurut Kotler dan Armstrong (2001:298), kepuasan konsumen terhadap suatu barang atau jasa tergantung pada kinerja nyata suatu produk atau jasa. Jika produk atau jasa yang digunakan kurang dari harapan konsumen maka konsumen tersebut akan kecewa. Jika kinerja sepadan maka konsumen puas serta jika kinerja melebihi harapan maka konsumen tersebut akan sangat puas. Harapan tersebut didasarkan pada pengalaman pembelian di masa lalu, opini kawan serta janji perusahaan terhadap produk atau jasa yang dihasilkannya.

2.5.3.Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan individu dalam memperoleh serta menggunakan suatu barang maupun jasa yang diinginkan. Perilaku konsumen juga terkait dengan pengambilan suatu keputusan persiapan dan penentuan kegiatan tersebut. Dari arti perilaku konsumen tersebut mengandung dua elemen penting yaitu proses pengambilan keputusan dan kegiatan phisik (Handoko *et.al* 1987:9). Perilaku konsumen juga dapat dilihat dari aktivitas yang dilakukan yaitu aktivitas mental dan aktivitas fisik. Aktivitas mental

sendiri seperti menilai kesesuaian merk produk, menilai kualitas produk, serta mengevaluasi pengalaman dari konsumsi produk/jasa. Sedangkan aktivitas fisik meliputi mengunjungi toko, membaca panduan konsumen (katalog), berinteraksi dengan pelayan serta memsan produk (Tjiptono, 2005:41).

Menurut Hawkins dan Coney (2001) dalam Tjiptono (2005:40), perilaku konsumen ialah studi mengenai individu, kelompok, maupun organisasi dalam memilih, menentukan, mendapatkan, menggunakan serta menghentikan penggunaan pada suatu produk, jasa, pengalaman, atau untuk memuaskan kebutuhan. Serta melihat dampak dari proses-proses tersebut terhadap konsumen dan masyarakat.

2.6. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas jasa atau layanan merupakan suatu fokus yang ditekankan pada upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan dalam penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen secara konsisten. Kualitas jasa atau layanan sendiri dapat pula mempengaruhi profitabilitas suatu usaha. Sedangkan kepuasan pelanggan atau konsumen ialah suatu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Beberapa manfaat mengetahui kepuasan pelanggan atau konsumen yaitu pertama kepuasan pelanggan atau konsumen dapat menjadi indikator kesuksesan bisnis di masa depan karena membutuhkan waktu lama untuk bisa membangun dan mendapatkan reputasi yang baik dari para konsumennya. Kedua mereduksi sensitivitas harga karena konsumen telah memiliki kepercayaan terhadap tempat usaha tersebut. Ketiga konsumen yang merasa puas akan menyampaikan pendapat positif (*word of mouth*) kepada teman maupun keluarga dan hal tersebut di nilai sangat efektif bila dibandingkan dengan iklan.

Menurut Tjiptono (2005:286), penelitian yang telah dilakukan oleh para akademisi dan ahli menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan ukuran yang spesifik untuk setiap transaksi, situasi maupun interaksi (*encounter*) yang bersifat jangka pendek sedangkan kualitas jasa ialah sikap yang dibentuk dari evaluasi keseluruhan terhadap kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Hubungan yang disepakati antara kepuasan konsumen dengan kualitas layanan adalah kepuasan dapat membantu konsumen dalam merevisi persepsinya terhadap kualitas jasa. Dasar pemikirannya antara lain yaitu :

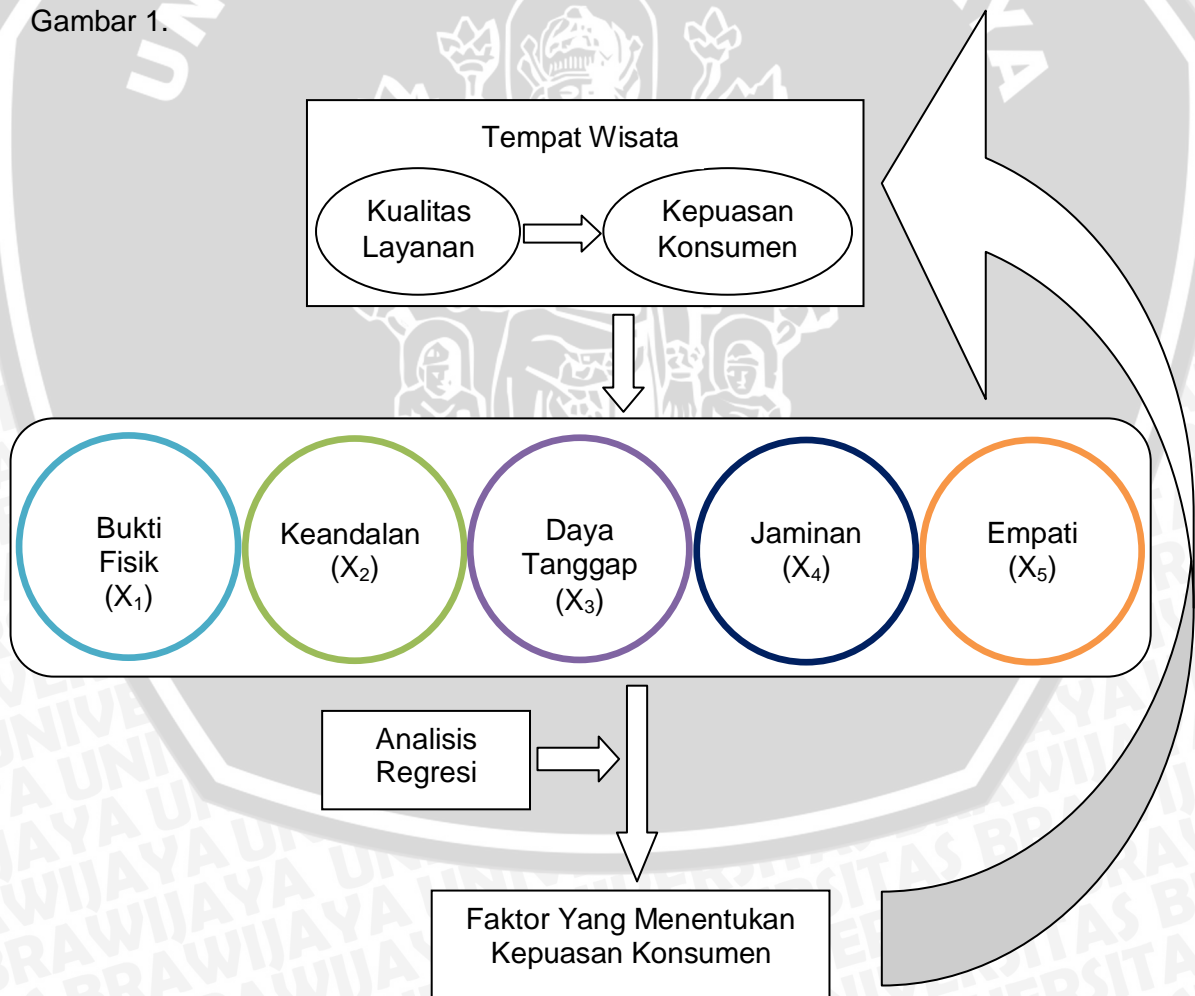
- a. Konsumen akan mempersepsikan suatu kualitas jasa dengan ekspektasinya jika konsumen tersebut belum pernah mengunjungi tempat tersebut.
- b. Interaksi (*service encounter*) antara karyawan tempat usaha dengan konsumen dapat merevisi persepsi konsumen terhadap kualitas jasa tempat usaha tersebut.
- c. Setiap interaksi yang terjadi dapat memperkuat atau mengubah persepsi konsumen terhadap kualitas jasa yang diberikan.
- d. Persepsi terhadap kualitas jasa yang telah direvisi akan mempengaruhi minat beli konsumen kepada tempat usaha dimasa yang akan datang.

Dari berbagai hal yang telah dijabarkan diatas dapat dilihat bahwa pengaruh kualitas jasa atau layanan terhadap kepuasan konsumen dinilai cukup besar terhadap keberlangsungan suatu usaha sehingga perlu untuk dilakukan pengukuran terhadap kepuasan konsumen salah satunya dengan melihat kualitas layanan yang diberikan oleh tempat usaha tersebut melalui beberapa indikator yaitu bukti fisik, daya tanggap, keandalan, jaminan dan empati.



2.7. Kerangka Berfikir

Tempat Wisata Delta *Fishing* merupakan tempat pemancingan sekaligus terdapat wahana *outbound* dan permainan untuk anak-anak, selain itu pengunjung juga dapat menikmati berbagai macam olahan ikan. Dalam pengelolaannya Wisata Delta *Fishing* membutuhkan kualitas pelayanan yang baik sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen agar berkunjung kembali ke Wisata Delta *Fishing*. Dalam kualitas pelayanan terdapat beberapa variabel yaitu bukti fisik (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4) dan empati (X_5) yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian kerangka pemikiran yang dapat digambarkan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Berfikir

3. METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Metode deskriptif ialah metode yang bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi dan situasi mengenai variabel yang timbul di masyarakat. Analisa data yang digunakan yaitu analisa deskriptif kuantitatif. (Bungin, 2001:48).

Menurut Sugiyono (2014:8) metode penelitian kuantitatif ialah metode penelitian dengan meneliti populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan datanya menggunakan instrumen tertentu serta analisa data bersifat statistik untuk menjawab hipotesis. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif yaitu analisis regresi linier berganda untuk menganalisis kepuasan konsumen berdasarkan kualitas pelayanan yang dilihat dari lima variabel (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati).

3.2. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder, yaitu sebagai berikut :

3.2.1. Data Primer

Menurut Bungin (2001:128) data primer merupakan sumber data yang di ambil dari sumber pertama di lapangan. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama yaitu individu atau perseorangan yang membutuhkan pengelolaan lebih lanjut seperti hasil wawancara serta hasil pengisian kuisioner. Data primer yang digunakan berupa tanya jawab langsung dengan pihak terkait (Wandansari, 2013).

Data primer pada penelitian ini didapatkan melalui wawancara dengan manajer Wisata Delta *Fishing* mengenai sejarah dan gambaran umum Wisata

Delta *Fishing*, melalui kuisisioner yang diberikan kepada pengunjung yang menjadi responden serta melakukan pengamatan langsung di Wisata Delta *Fishing*.

3.2.2. Data Sekunder

Data sekunder ialah data yang di dapatkan dari sumber kedua. Data sekunder dikategorikan menjadi dua yaitu internal data (sumber data yang sudah tersedia di perusahaan) dan eksternal data (sumber data yang di dapatkan dari sumber luar misalnya saja dari badan atau lembaga yang aktivitasnya mengumpulkan data contohnya Badan Pusat Statistik, Kecamatan, dan lain sebagainya) (Bungin, 2001:128). Data sekunder pada penelitian ini didapatkan dari studi literatur dan kantor kelurahan untuk mengetahui keadaan umum lokasi penelitian serta keadaan umum penduduk.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Menurut Bungin (2001:129), metode pengumpulan data merupakan suatu hal yang penting pada sebuah penelitian. Metode pengumpulan data menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian. Jika metode yang digunakan pada sebuah penelitian salah maka hasil yang akan di dapat menjadi kurang maksimal. Metode pengumpulan data tersebut yaitu :

3.3.1. Kuisisioner

Menurut Sugiyono (2014:142), kuisisioner ialah suatu teknik yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian berupa pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk di jawabnya. Teknik ini cukup efektif jika peneliti tahu target atau variabel yang akan diukur dengan pasti. Pada penelitian ini peneliti membagikan kuisisioner kepada konsumen (responden) yang terdapat di Wisata Delta *Fishing*. Kuisisioner penelitian berisi pertanyaan tentang identitas responden serta pertanyaan tentang kualitas layanan yang terdapat di Wisata Delta *Fishing*.

3.3.2. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang dengan cara menggunakan pancaindra sebagai alat bantu (Bungin, 2001:142). Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati perilaku, kejadian atau kegiatan orang atau sekelompok orang yang sedang diteliti. Kemudian mencatat hasil pengamatan tersebut untuk mengetahui apa sebenarnya yang sedang terjadi (Djaelani, 2013). Teknik pengumpulan data secara observasi yaitu teknik pengumpulan data yang digunakan jika penelitian tersebut berupa perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan responden yang diamati tidak terlalu besar. (Sugiyono, 2014:145), Observasi yang dilakukan pada penelitian ini yaitu dengan cara mengamati keadaan Wisata Delta *Fishing*.

3.3.3. Wawancara

Menurut Achmadi dan Nurbuko (2003), wawancara merupakan proses tanya jawab secara lisan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dengan bertatap muka serta mendengarkan langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan yang ada, Sedangkan Bungin (2001:133) menyampaikan bahwa metode wawancara merupakan suatu proses yang bertujuan untuk memperoleh keterangan dengan cara tanya jawab secara langsung atau bertatap muka dengan responden. Pada penelitian ini peneliti melakukan wawancara dengan pihak terkait yaitu manajer Wisata Delta *Fishing* serta konsumen yang berkunjung ke Wisata Delta *Fishing*.

3.3.4. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan suatu metode pengumpulan data yang biasanya diterapkan pada metodologi penelitian sosial. Data dokumentasi biasanya berupa, surat-surat, catatan, laporan dan lain sebagainya. Sifat utama dari data ini yaitu tidak terbatas oleh ruang dan waktu sehingga peneliti dapat

mengambil data yang telah lampau (Bungin, 2001:152). Studi dokumen merupakan teknik pengumpulan data melalui pencarian dan penemuan bukti-bukti yang tidak langsung ditujukan pada subyek penelitian, namun melalui dokumen. Dokumen yang digunakan dapat berupa buku harian, surat pribadi, laporan, notulen, catatan kasus dalam pekerjaan sosial dan dokumen lainnya (Hasan, 2002) dalam (Nahar, 2015). Pada penelitian ini peneliti mengambil dokumentasi berupa foto yang dapat dilihat pada Lampiran 2.

3.4. Metode Penentuan Responden

3.4.1. Populasi Penelitian

Populasi penelitian merupakan seluruh dari objek penelitian baik itu manusia, hewan, tumbuhan, udara, gejala, nilai peristiwa, sikap hidup dan lain sebagainya. Populasi bila dilihat dari sumber data dapat dibedakan menjadi dua yaitu populasi terbatas dan populasi tak terhingga. Populasi terbatas misalnya mengamati populasi dengan sumber data yang jelas batasannya secara kuantitatif. Sedangkan populasi tak terhingga merupakan kebalikan dari populasi terbatas yaitu populasi yang memiliki sumber data yang dapat ditentukan batasnya secara kuantitatif (Bungin 2001:101). Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang kebetulan sedang berkunjung ke Wisata Delta *Fishing*.

3.4.2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2014) teknik *sampling* merupakan suatu cara menentukan sampel yang akan digunakan pada suatu penelitian. Teknik *sampling* tersebut terdiri dari dua yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*. *Nonprobability Sampling* sendiri merupakan suatu teknik *sampling* yang memilih dengan seksama sampel yang akan digunakan sehingga peluang atau kesempatan tidak sama bagi setiap unsur anggota populasi. *Nonprobability*

Sampling meliputi *sampling* sistematis, *sampling* kuota, *sampling* insidental, *sampling purposive*, *sampling* jenuh, *sampling* snowball.

Pada penelitian ini digunakan teknik *sampling* yaitu *Nonprobability Sampling* dengan teknik kuota dan *insidental sampling*. Penggunaan kedua teknik *sampling* tersebut didasarkan pada karakteristik responden yang jumlahnya tidak menentu sehingga ditentukan jumlah responden yang akan diambil dan responden tersebut merupakan siapa saja konsumen yang datang ke Wisata Delta *Fishing* saat penelitian sedang dilakukan. Menurut Sugiyono (2014) menjelaskan bahwa teknik *sampling* kuota merupakan teknik yang digunakan dengan cara menentukan sampel yang diinginkan hingga kuota yang ditargetkan tercapai. Sedangkan *insidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan cara kebetulan atau siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan sumber data maka dapat dijadikan sampel penelitian.

Jumlah sampel dapat ditentukan dengan rumus *linier time function*. Rumus *linier time function* yaitu sampel ditentukan berdasarkan jumlah waktu efektif yang digunakan oleh peneliti untuk mengambil data dan lamanya waktu pengisian kuisisioner oleh responden, karena populasi tidak diketahui dengan jelas jumlahnya. Rumus *linier time function* yaitu $T = t_0 + t_1 n$ dimana T (waktu penelitian), t_0 (periode waktu pengambilan data), t_1 (waktu yang digunakan untuk pengisian kuisisioner), n (jumlah responden) (Hapsari dalam Matelka, 2013). Dengan rumus *linier time function* dapat dihitung jumlah sampel yaitu sebagai berikut :

$$T = t_0 + t_1 \cdot n$$

$$n = \frac{T - t_0}{t_1}$$

$$n = \frac{900 - 300}{15}$$

$$n = 40$$

dimana :

T : Waktu penelitian 3 hari (5 jam x 60 menit x 3 hari = 900 menit)

t_0 : Periode waktu harian 5 jam (5 jam x 60 menit = 300 menit)

t_1 : Waktu pengisian kuisisioner (15 menit)

n : Jumlah responden

Dalam penelitian ini peneliti memberikan kuisisioner kepada konsumen yang sedang berkunjung ke Wisata Delta *Fishing* yaitu sebanyak 40 responden dengan cara insidental atau kebetulan bertemu dengan peneliti. Penggunaan sampel tersebut telah mewakili jumlah minimal pengolahan data menggunakan SPSS yaitu 30.

3.4.3. Skala Pengukuran

Pada penelitian ini, peneliti memberikan kuisisioner kepada responden dimana kuisisioner tersebut terdiri dari beberapa pertanyaan kemudian responden diminta menjawab pertanyaan tersebut dengan memberi tanda checklist (\checkmark) atau tanda silang (X) pada pilihan yang terdapat pada kuisisioner. Untuk mengukur jawaban responden tersebut menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2014:93) skala likert ialah skala yang digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat atau persepsi seseorang mengenai fenomena sosial. Dimana fenomena sosial yang telah ditetapkan sebagai variabel penelitian. Dengan menggunakan skala likert variabel yang telah ditetapkan, diukur dan dijabarkan menjadi indikator kemudian dari indikator tersebut diberikan nilai.

Menurut Windiyani (2012) skala likert digunakan untuk menjawab pertanyaan dengan memberikan nilai dari pernyataan yang bergradasi dari positif sampai dengan negatif secara konsisten. Pemberian nilai tersebut yaitu :

- Jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor : 5
- Jawaban Setuju (S) : 4

- Jawaban Cukup Setuju (CS) : 3
- Jawaban Tidak Setuju (TS) : 2
- Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

3.4.4. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel adalah suatu yang dapat berbentuk apa saja baik itu atribut, sifat atau nilai dari orang, kegiatan, obyek, yang memiliki variasi sehingga dapat dipilih oleh peneliti untuk diteliti atau dipelajari serta diketahui informasi mengenai hal tersebut kemudian dapat ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2014:38). Di dalam suatu penelitian variabel dapat dibedakan menjadi beberapa macam dilihat dari hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya. Macam-macam variabel tersebut yaitu variabel independen, variabel dependen, variabel moderator, variabel intervening (Sugiyono 2014:39).

Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah variabel independen dan dependen. Variabel dependen merupakan variabel terikat atau variabel yang dipengaruhi sehingga dapat menjadi akibat, variabel dependen pada penelitian ini yaitu kepuasan konsumen (Y). Sedangkan variabel independen yaitu variabel bebas atau variabel yang dapat mempengaruhi sehingga menjadi sebab perubahan variabel dependen, variabel independen dalam penelitian ini yaitu kualitas layanan (X).

Indikator adalah variabel yang dapat digunakan untuk mengukur perubahan-perubahan yang terjadi baik secara langsung maupun tidak langsung, terdapat dua jenis indikator yaitu indikator *formatif* dan *reflektif*. Indikator juga dapat membantu membuat suatu penilaian. Indikator yang digunakan pada penelitian ini yaitu formatif untuk melihat besar kecilnya tingkat kepuasan konsumen dari kualitas layanan yang diberikan pada Wisata Delta *Fishing* dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Variabel dan Indikator Kualitas Layanan

Variabel	Pengertian	Indikator
Bukti Fisik (X ₁)	Merupakan bukti yang dapat dilihat secara langsung mengenai keunggulan wisata tersebut, dari segi bangunan maupun prasarana yang ada serta Sumber Daya Manusia yang berkerja (karyawan) (Tjiptono, 2005). Suatu bagian nyata yang dimiliki oleh jasa meliputi fasilitas fisik, perkakas, peralatan, maupun penampilan pegawai (Lamb, <i>et.al.</i> , 2001).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitas bangunan (toilet, kolam pancing, wahana <i>outbound</i>, tempat makan, tempat parkir dan lain-lain). 2. Peralatan yang digunakan (alat pancing, alat wahana <i>outbound</i> dan lain-lain). 3. Penampilan karyawan (kerapian maupun busana yang dikenakan).
Keandalan (X ₂)	Kemampuan layanan yang diberikan kepada konsumen dengan cepat dan tepat dapat dilihat dari kemampuan yang dimiliki pegawai (Tjiptono, 2005). Suatu kemampuan yang dimiliki oleh jasa dengan dapat diandalkan, akurat dan konsisten (Lamb, <i>et.al.</i> , 2001).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keandalan karyawan dalam menyampaikan informasi, prosedur dan teknis kepada konsumen. 2. Karyawan mampu menenangkan dan memberikan solusi saat terjadi masalah. 3. Sistem pencatatan yang diberikan kepada konsumen akurat atau tepat (nota pembayaran)
Daya Tanggap (X ₃)	Yaitu keinginan pegawai untuk membantu para konsumen dengan memberikan layanan yang tanggap, dapat dilihat dari kesiapan pegawai untuk membantu masalah yang dikeluhkan oleh konsumen (Tjiptono, 2005). Suatu kemampuan jasa dalam memberikan layanan dengan segera, contoh : memberikan pesanan yang dipesan oleh konsumen dengan segera (Lamb, <i>et.al.</i> , 2001).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Layanan segera atau cepat yang diberikan oleh karyawan kepada konsumen. 2. Karyawan yang selalu sedia melayani atau membantu konsumen. 3. Karyawan mudah dihubungi oleh konsumen.

Variabel	Pengertian	Indikator
Jaminan (X ₄)	Merupakan suatu kepercayaan yang diberikan oleh tempat wisata kepada konsumen dengan memberikan layanan dilihat dari unsur kinerja, pengetahuan serta sikap jujur yang dimiliki oleh para pegawai (Tjiptono, 2005). Suatu pengetahuan maupun kesopanan yang dimiliki karyawan untuk menjaga kepercayaan konsumen (Lamb, <i>et.al.</i> , 2001).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan yang terpercaya 2. Karyawan yang selalu bersikap sopan terhadap konsumen. 3. Karyawan memiliki pengetahuan yang luas sehingga dapat menjawab pertanyaan konsumen. 4. Konsumen merasa aman saat melakukan transaksi dengan penyedia jasa.
Empati (X ₅)	Yaitu suatu kepedulian dan perhatian yang diberikan kepada konsumen dilihat dari komunikasi yang baik serta perhatian para pegawai terhadap kebutuhan yang diinginkan oleh para konsumen (Tjiptono, 2005). Perhatian yang diberikan karyawan kepada konsumen secara individual (Lamb, <i>et.al.</i> , 2001).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keramahan terhadap konsumen. 2. Perhatian personal yang diberikan karyawan terhadap konsumen. 3. Perusahaan (tempat wisata) memperhatikan kepentingan setiap pelanggan.
Kepuasan Konsumen (Y)	Suatu respon emosional terhadap pengalaman berkenaan dengan produk atau jasa tertentu yang pernah di konsumsi. (Tjiptono, 2005) Tingkat perasaan seseorang mengenai kinerja yang dibandingkan dengan harapan (Kotler, 2000)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berkeinginan kembali atau tidaknya konsumen ke tempat Wisata Delta Fishing 2. Merekomendasikan kepada kerabat atau orang lain. 3. Mengatakan hal positif mengenai Wisata Delta Fishing

3.5. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk mengukur ketepatan instrumen pada kuisioner, agar hasil penelitian dapat dipercaya.

3.5.1. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu tingkat ketepatan antara data yang menjadi objek penelitian dengan kemampuan peneliti untuk menyampaikan data tersebut. Sehingga dapat dikatakan bahwa suatu data yang valid bila data yang dilaporkan tidak berbeda dengan data yang sesungguhnya terjadi di lapang. Terdapat dua macam validitas yaitu validitas internal dan eksternal. Validitas internal tentang ketepatan desain penelitian dengan hasil yang dicapai sedangkan validitas eksternal yaitu ketepatan dalam penerapannya pada sampel penelitian yang akan diteliti (Sugiyono, 2014:267).

Menurut Sudarmanto (2005:77) tujuan dari uji validitas sendiri yaitu untuk mengetahui alat ukur yang digunakan sudah sesuai secara tepat atau tidak. Jika alat ukur yang digunakan tersebut dapat mengukur data yang ingin didapatkan maka dapat disebut valid atau sesuai. Sebaliknya bila alat ukur tersebut tidak tepat dalam menggambarkan data maka dikatakan tidak valid.

3.5.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu gambaran mengenai tingkat konsistensi dan stabilitas data. Data dikatakan realibel ketika dua atau lebih peneliti dalam melakukan penelitian terhadap obyek yang sama dihasilkan data yang sama pula, atau bila suatu kelompok data dipecah menjadi dua, data tersebut tetap akan menunjukkan hasil yang tidak jauh berbeda. Sehingga bila terdapat suatu penelitian dengan obyek yang sama dan metode yang sama akan menghasilkan data yang tidak jauh berbeda atau dapat dikatakan sama (Sugiyono, 2014:268).

Suatu alat ukur yang digunakan dalam penelitian dikatakan memiliki reliabilitas atau dapat dipercaya ketika alat ukur tersebut stabil sehingga dapat digunakan untuk meramalkan keadaan yang ada. Oleh karena itu tujuan dari pengujian reliabilitas yaitu untuk melihat sejauh mana tingkat konsistensi suatu data penelitian. Alat pengumpul data dapat dipercaya ketika caranya tidak

bersifat tendensius atau mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu (Sudarmanto, 2005:89).

3.6. Analisis Data

Analisa data merupakan suatu cara yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan didalam proposal (Sugiyono, 2014:243). Sedangkan Bogdan *dalam* Sugiyono (2014:244), menyatakan bahwa analisa data ialah suatu proses yang dilakukan untuk mencari serta menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapang, kuisisioner, serta bahan-bahan lain sehingga dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisa data dilakukan dengan menghimpun data serta menjabarkan data tersebut kedalam suatu unit-unit, menyusunnya kedalam suatu pola sehingga dapat dibuat kesimpulan yang dapat diberitahukan kepada orang lain.

Pada penelitian ini analisa data dilakukan dengan membandingkan data yang telah diperoleh pada saat penelitian dengan penelitian terdahulu mengenai kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen yang telah dilakukan ditempat-tempat wisata serta meninjau kembali literatur-literatur yang digunakan salah satunya yaitu pemasaran jasa oleh Tjiptono yang menjelaskan dimensi kualitas jasa untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen.

3.6.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi merupakan suatu alat yang digunakan para peneliti untuk menganalisis atau menafsirkan suatu data yang berkaitan dengan hubungan variabel satu dengan variabel lainnya atau dikenal dengan variabel terikat dengan variabel bebas. Analisis variabel tersebut menjelaskan mengenai akibat dan besarnya akibat yang ditimbulkan oleh satu atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Dalam analisis linier berganda mengandung

proses penyesuaian terhadap suatu fungsi atau kurva dari sekumpulan data, sehingga dalam analisis regresi menggunakan SPSS (Sudarmanto, 2005:2).

Regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan antara variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) dengan variabel dependen (Y) yaitu dengan persamaan sebagai berikut :

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

Dimana :

Y = Kepuasan konsumen pada Wisata Delta *Fishing*

X_1 = Bukti fisik

X_2 = Keandalan

X_3 = Daya tanggap

X_4 = Jaminan

X_5 = Empati

a = Konstanta (nilai Y apabila ($X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 = 0$))

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan maupun penurunan)

Kepuasan konsumen pada Wisata Delta *Fishing* dipengaruhi oleh beberapa faktor yang meliputi Bukti Fisik (X_1), Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4), dan Empati (X_5).

3.6.2. Uji Asumsi Klasik

Pada penelitian ini uji asumsi klasik yang dilakukan yaitu meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2006:110) uji normalitas merupakan suatu pengujian yang memiliki tujuan untuk melihat variabel residual berdistribusi secara normal pada model regresi. Untuk uji t dan F mengasumsikan nilai residual mengikuti distribusi normal. Maka bila asumsi tersebut dilanggar uji statistik menjadi tidak valid. Ada dua cara untuk melihat suatu data

terdistribusi secara normal yaitu dengan analisa grafik (Grafik Histogram dan Normal Probability Plot) dan uji statistik (Kolmogorov-Smirnov).

2. 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 .

3. 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 maka hal ini disebut Homoskedastisitas. Suatu model regresi yang baik jika terjadi Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Pada penelitian ini, 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%.

4. 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. Ada beberapa cara

untuk mendeteksi ada atau tidaknya korelasi yaitu dengan Uji Durbin Watson, Uji Lagrange Multiplier, Uji Statistics Q dan Run test. 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%.

3.6.3. Uji Statistik

Uji statistik digunakan untuk membuktikan apakah variabel bebas (Independen) memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (dependen), maka digunakan uji R^2 (Koefisien Determinasi), uji F (Simultan), dan uji t (Parsial).

A. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi merupakan suatu pengujian yang dilakukan untuk melihat seberapa besar variabel-variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Kegunaan dari koefisien determinasi yaitu untuk mengukur ketepatan data observasi pada regresi. Apabila R^2 semakin besar maka akan semakin tepat hasil regresinya. Sebaliknya apabila R^2 semakin kecil maka hasil regresi tersebut tidak mewakili data observasi. Koefisien determinasi mempunyai nilai antara 0 dan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$).

B. Uji F (Simultan)

Uji F atau uji koefisien regresi merupakan suatu pengujian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen.

Kriteria uji F yaitu membandingkan F hitung dengan F tabel. Dengan perhitungan :

- F hitung > F tabel maka hipotesa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal tersebut berarti bahwa variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh secara nyata terhadap variabel terikat.

- $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka hipotesa H_0 diterima sedangkan H_1 ditolak. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh nyata terhadap variabel terikat.

C. Uji t (Parsial)

Uji t merupakan suatu pengujian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial atau sendiri-sendiri terhadap variabel dependen. Tahap-tahap pengujiannya ialah sebagai berikut :

- Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif ($H_0 : b_1 = 0$ dan $H_a : b_1$)
- Menentukan taraf signifikansi
- Pengambilan keputusan jika $t_{hitung} \leq t_{kritis}$ maka H_0 diterima sedangkan $t_{hitung} > t_{kritis}$ maka H_0 ditolak.



4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Keadaan Umum Lokasi Penelitian

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

4.1.1. Letak Geografi dan Topografi Wilayah

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Prasung, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo. Kabupaten Sidoarjo sendiri terletak antara $112,5^{\circ}$ – $112,9^{\circ}$ BT dan $7,3^{\circ}$ – $7,5^{\circ}$ LS. Desa Prasung memiliki luas wilayah 659.510 Ha dan memiliki jumlah penduduk sebanyak 4.812 Jiwa. Letak Desa Prasung dekat dengan Laut Jawa yang berada pada arah timur desa yang jaraknya sekitar 10 Km, sehingga Desa ini tergolong di wilayah pesisir. Secara geografis Desa Prasung memiliki batas-batas wilayah yaitu sebagai berikut :

1. Sebelah Utara : berbatasan dengan Desa Banjarsari, Desa Dukuh Tengah, Desa Damarsi dan Desa Sawohan.
2. Sebelah Timur : berbatasan dengan Desa Sawohan
3. Sebelah Barat : berbatasan dengan Desa Wadungasih
4. Sebelah Selatan : berbatasan dengan Desa Siwalanpanji dan Desa Kemiri

Desa Prasung secara administrasi pemerintah terbagi menjadi 3 (tiga) Dusun yaitu Dusun Prasung Tani, Dusun Prasung Tambak dan Dusun Kepuhsari. Desa Prasung merupakan Desa yang terdiri dari hamparan tanah darat, sebagian tanah sawah pertanian dan sebagian besar tambak.



Gambar 2. Lokasi Penelitian

Sumber : Google Map (2016)

Dapat dilihat pada gambar 2 diatas yang diberikan tanda panah dan warna merah merupakan lokasi penelitian.

4.1.2. Keadaan Penduduk

Berdasarkan data kependudukan yang terdapat di Balai Desa Prasung pada Tahun 2015, keadaan penduduk di Desa Prasung, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur terbagi menjadi beberapa kategori penduduk. Pembagian kategori penduduk pada Desa Prasung antara lain :

A. Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data kependudukan yang terdapat di Balai Desa Prasung, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Adapun data penduduk berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1.	Laki-laki	2.363	49,11
2.	Perempuan	2.449	50,89
	Total	4.812	100

Sumber : Sekretariat Desa Prasung, 2015

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa jumlah penduduk yang berjenis kelamin perempuan memiliki jumlah presentase yang sedikit lebih besar bila dibandingkan dengan jumlah penduduk yang berjenis kelamin laki-laki,

B. Penduduk Berdasarkan Agama dan Kepercayaan

Adapun Data Penduduk berdasarkan Agama dan Kepercayaan yang ada pada Desa Prasung dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Penduduk Berdasarkan Agama dan Kepercayaan

No.	Agama dan Kepercayaan	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1.	Islam	4.666	96,97
2.	Kristen	93	1,93
3.	Katolik	44	0,91
4.	Hindu	9	0,19
Total		4.812	100

Sumber : Sekretariat Desa Prasung, 2015

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa penduduk Desa Prasung terdiri atas empat Agama dan Kepercayaan yang dianut yaitu Agama Islam, Kristen, Katolik, dan Hindu. Dari masing-masing agama tersebut Agama Islam merupakan agama mayoritas yang terdapat di Desa Prasung.

C. Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian

Adapun data penduduk berdasarkan Mata Pencaharian yang terdapat di Desa Prasung dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1.	PNS (Pegawai Negeri Sipil)	34	1,6
2.	ABRI	17	0,8
3.	Karyawan Swasta	839	39,33
4.	Wiraswasta/Pedagang	633	29,68
5.	Tani	226	10,6
6.	Pertukangan	29	1,35
7.	Buruh Tani	288	13,5
8.	Pensiunan	12	0,56
9.	Peternakan	28	1,31
10.	Jasa	27	1,27
Total		2133	100

Sumber : Sekretariat Desa Prasung, 2015

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa mayoritas masyarakat di Desa Prasung memiliki Mata Pencaharian yaitu sebagai karyawan swasta. Hal ini sesuai dengan letak desa prasung yang berada di kawasan industri. Sehingga

banyak masyarakat desa prasung yang bekerja sebagai karyawan swasta di pabrik-pabrik sekitar.

4.2. Karakteristik Wisata Delta *Fishing*

Karakteristik Wisata Delta *Fishing* pada penelitian ini dijelaskan berdasarkan sejarah serta gambaran umum lokasi objek penelitian. Data ini didapatkan dari hasil wawancara dengan pengelola tempat wisata. Lokasi Wisata Delta *Fishing* dapat dilihat pada gambar 3 di bawah ini.



Gambar 3. Lokasi Wisata Delta *Fishing*

Sumber : Google Map (2016)

4.2.1. Sejarah Wisata Delta *Fishing*

Wisata Delta *Fishing* terletak di Desa Prasung Tambak, Kecamatan Buduran, Sidoarjo. Tempat wisata ini di bangun bermula dari hobby travelling sang pemilik yaitu bapak Chusnul Gofur dan berkonsep hanya sebagai kolam pancing biasa. Wisata Delta *Fishing* mulai dibuka resmi pada tanggal 9 September 2009. Luas tempat wisata ini kurang lebih sekitar 2 Ha. Pemberian nama Wisata Delta *Fishing* berkonsep pada wisata pemancingan serta berada di kabupaten sidoarjo yang identik dengan kawasan delta.

Letak Wisata Delta *Fishing* yang berada pada kawasan pertambakkan, persawaan serta pemukiman penduduk memberikan kesan tersendiri kepada

para pengunjung hingga terus berkembang pesat dengan banyaknya minat masyarakat untuk menikmati liburan. Wisata Delta *Fishing* merangkak menjadi wahana wisata keluarga. Wisata Delta *Fishing* mulai dibangun pada bulan april 2011. Langkah awal mulai membeli 15 unit sepeda air setelah itu setiap bulannya Wisata Delta *Fishing* terus memberikan penyegaran baru seperti wahana *flying fox*, kolam renang, kereta api, *kiddy ride*, kereta wisata untuk city tour serta kuliner.

4.2.2. Gambaran Umum Wisata Delta *Fishing*

Wisata Delta *Fishing* merupakan suatu tempat wisata pemancingan dan rekreasi yang berlokasi di Desa Prasung Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo Jawa Timur. Tempat tersebut buka setiap hari yaitu pada hari senin-jumat pukul 07.00 – 16.00 WIB sedangkan pada hari sabtu dan minggu buka hingga pukul 21.00 WIB (Waktu Indonesia bagian Barat). Harga tiket masuk pada hari biasa Rp.3000 dan pada hari libur Rp.5000. Bagi pengunjung yang ingin memancing tetapi tidak membawa alat pancing, tempat ini telah menyediakan penyewaan alat pancing serta umpan untuk memancing. Ikan yang telah dipancing dapat kemudian ditimbang, dibayar dan dibawa pulang atau dapat juga dinikmati disana dengan menu masakan yang telah tersedia. Terdapat beberapa kolam pancing dengan jenis ikan yang berbeda beda diantaranya yaitu kolam ikan patin, kolam ikan nila, kolam ikan guramei, kolam ikan bawal dan tombro.

Di Wisata Delta *Fishing* terdapat wahana *outbound* yang diperuntukkan bagi siswa-siswi mulai dari taman kanak-kanak sampai sekolah dasar. Tidak hanya itu saja terdapat kolam renang serta tempat bermain anak. Sehingga pengelola wisata memberikan penawaran yang menarik bagi para konsumen untuk menikmati fasilitas yang ada dengan penggunaan beberapa jenis paket yaitu paket *booking*, paket *outbound* serta paket perpisahan sekolah. Isi dari paket-paket tersebut ialah sebagai berikut :

- Paket *booking* : menyediakan olahan ikan segar dan hasil laut untuk 50 orang yaitu paket kenyang dan 40 orang untuk paket ekonomis.
- Paket *outbound* : diperuntukkan untuk anak-anak dan dibagi menjadi dua paket yaitu paket *outbound* ekonomis dan paket *outbound* amazing.
- Paket perpisahan sekolah : paket ini memberikan fasilitas untuk menunjang kegiatan perpisahan dengan menyediakan makanan, minuman, foto wisuda, *souvenir*, pembawa acara, *sound* dan panggung.

4.3. Gambaran Umum Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini dijelaskan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, penghasilan perbulan, jumlah kunjungan, tujuan berkunjung. Pengelompokkan ini bertujuan untuk mempermudah identifikasi dan pembahasan. Responden pada penelitian ini berdasarkan insidental *sampling* jumlah responden yang didapatkan sesuai dengan perhitungan *linier time function* yang telah di jabarkan pada metodologi penentuan sampel yaitu 40 responden.

4.3.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada penelitian ini pengambilan responden tidak dibeda-bedakan antara laki-laki maupun perempuan. Berdasarkan data yang diperoleh pada kuisisioner yang telah disebar, diperoleh data responden berdasarkan jenis kelamin yang dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1.	Laki-laki	15	37,5
2.	Perempuan	25	62,5
	Total	40	100

Sumber : Data Primer (diolah), 2016

Berdasarkan Tabel 5, dapat dilihat bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 15 dengan presentase sebesar 37,5%. Sedangkan untuk responden perempuan didapatkan 25 responden dengan presentase sebesar 62,5%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak bila di bandingkan dengan laki-laki. Hal tersebut dikarenakan peranan perempuan baik sebagai istri maupun sebagai ibu rumah tangga yang mengawasi anak-anaknya yang sedang bermain lebih memiliki waktu luang untuk menjawab kuisisioner bila dibandingkan laki-laki yang sibuk dengan alat pancing dan suami lebih menyerahkan hal tersebut kepada istri mereka.

4.3.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Dari penelitian yang telah dilakukan, karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia (Tahun)	Jumlah	Presentasi (%)
1.	17 – 25	7	17,5
2.	26 – 35	13	32,5
3.	36 – 45	10	25
4.	46 – 55	8	20
5.	56 – 65	2	5
Total		40	100

Sumber : Data Primer (diolah), 2016

Berdasarkan Tabel 6, responden terbanyak pada rentang usia 26 tahun sampai 35 tahun dengan presentase sebesar 32,5% atau sebanyak 13 orang. Pada rentang usia tersebut seseorang dapat dikatakan dewasa atau mandiri terutama secara finansial. Dari hasil pengamatan, pengunjung pada usia ini merupakan pengunjung yang telah berkeluarga. Suami membawa serta istri dan anak-anaknya untuk menikmati Wisata Delta *Fishing* dengan suami memancing dan istri menemani anak-anak bermain pada arena permainan yang telah disediakan. Sebaran usia pengunjung pada tabel diatas menunjukkan bahwa Wisata Delta *Fishing* dapat dinikmati oleh segala usia.

4.3.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Dari penelitian yang telah dilakukan, karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1.	Sekolah Dasar (SD)	-	-
2.	Sekolah Menengah Pertama (SMP)	-	-
3.	Sekolah Menengah Atas (SMA)	25	62,5
4.	Diploma	1	2,5
5.	Sarjana	13	32,5
6.	Pasca Sarjana	1	2,5
Total		40	100

Sumber : Data Primer (diolah), 2016

Pendidikan merupakan salah satu penentu seseorang memiliki wawasan yang luas serta dapat membentuk pola pikir terhadap suatu hal. Berdasarkan hasil kuisioner yang telah tertuang pada Tabel 7 diatas responden terbanyak yaitu responden dengan pendidikan terakhir Sekolah Menengah Atas (SMA) hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung merupakan orang terpelajar. Sehingga dapat melakukan penilaian terhadap khususnya pelayanan yang diberikan oleh Wisata Delta *Fishing*.

4.3.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dari penelitian yang telah dilakukan, karakteristik responden berdasarkan pekerjaan pada Wisata Delta *Fishing* dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1.	Pelajar	-	-
2.	Ibu Rumah Tangga	10	25
3.	Mahasiswa	2	5
4.	BUMN/ PNS	5	12,5
5.	Wiraswasta	19	47,5
6.	Lainnya	4	10
Total		40	100

Sumber : Data Primer (diolah), 2016

Pekerjaan dapat menggambarkan jumlah pendapatan serta status ekonomi seseorang. Berdasarkan hasil pengisian identitas responden pada kuisioner yang dilakukan oleh pengunjung dapat dilihat bahwa jumlah tertinggi yaitu memiliki pekerjaan wiraswasta. Hal tersebut dikarenakan Kabupaten Sidoarjo merupakan daerah sentra industri dan pertokoan serta usaha pertambakan sehingga kebanyakan penduduk yang tinggal di Sidoarjo memiliki pekerjaan sebagai pengusaha atau petambak.

4.3.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan

Dari penelitian yang telah dilakukan, karakteristik responden berdasarkan penghasilan perbulan pada Wisata Delta *Fishing* dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan

No.	Penghasilan Perbulan	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1.	< Rp. 500.000	2	5
2.	Rp. 500.000 – Rp. 1000.000	3	7,5
3.	Rp. 1000,000 – Rp. 2000.000	8	20
4.	Rp. 2000.000 – Rp. 3.500.000	12	30
5.	Rp.3.500.000 – Rp. 5000.000	13	32,5
6.	> Rp. 5000.000	2	5
Total		40	100

Sumber : Data Primer (diolah), 2016

Bila dilihat dari penghasilan yang tertuang pada tabel 9 diatas menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung merupakan golongan menengah kebawah karena biaya hidup untuk wilayah daerah Sidoarjo juga cukup tinggi. Tetapi mereka tetap menyisihkan sebagian penghasilan mereka untuk sesekali menikmati waktu luang bersama keluarganya karena setiap hari telah mereka habiskan dengan bekerja. Sehingga pada akhir pekan mereka memilih untuk menghabiskan waktu luang bersama keluarga dengan mengunjungi tempat wisata.

4.3.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan

Dari penelitian yang telah dilakukan, karakteristik responden berdasarkan jumlah kunjungan pada Wisata Delta *Fishing* dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan

No.	Jumlah Kunjungan	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1.	1 kali	9	22,5
2	2 kali	6	15
3	3 kali	5	12,5
4	4 kali	2	5
5	5 kali	5	12,5
6	>5 kali	13	32,5
	Total	40	100

Sumber : Data Primer (diolah), 2016

Berdasarkan hasil penelitian dengan pengisian data responden melalui kuisisioner, tertuang pada tabel 10 menunjukkan bahwa responden sering mengunjungi Wisata Delta *Fishing* kebanyakan merupakan pelanggan yang telah merasa nyaman dengan tempat ini serta pengunjung dari luar kota yang ingin tahu tempat Wisata Delta *Fishing*. Kemudian harga tiket masuk ke Wisata Delta *Fishing* cukup murah dan selain orang dewasa anak-anak juga dapat menikmati tempat ini. Sehingga dari beberapa hal tersebut Wisata Delta *Fishing* memiliki daya tarik khusus untuk memikat konsumen.

4.3.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi

Dari penelitian yang telah dilakukan, karakteristik responden berdasarkan sumber informasi pada Wisata Delta *Fishing* dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi

No.	Sumber Informasi	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1.	Keluarga	13	32,5
2.	Teman	14	35
3.	Sendiri	7	17,5
4.	Tetangga	3	7,5
5.	Internet	3	7,5
6.	Lainnya	-	-
	Total	40	100

Sumber : Data Primer (diolah), 2016

Berdasarkan data yang telah diperoleh mengenai sumber informasi konsumen tentang tempat Wisata Delta *Fishing* didapatkan bahwa responden banyak mengetahui informasi tersebut dari teman dan keluarganya. Manusia sebagai makhluk sosial akan saling berinteraksi antara satu dengan lainnya. Sehingga jika ada sesuatu hal yang membuatnya tertarik secara naluri akan disebarkan ke orang-orang terdekatnya. Wisata Delta *Fishing* juga merupakan salah satu tempat wisata yang cocok untuk berkumpul dengan teman maupun keluarga.

4.3.8. Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Berkunjung

Dari penelitian yang telah dilakukan, karakteristik responden berdasarkan tujuan berkunjung pada Wisata Delta *Fishing* dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Berkunjung

No.	Tujuan Berkunjung	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1.	Memancing	12	30
2.	Makan	1	2,5
3.	Menemani anak bermain	4	10
4.	Seluruhnya	23	57,5
Total		40	100

Sumber : Data Primer (diolah), 2016

Berdasarkan Tabel 12 mengenai tujuan berkunjung ke Wisata Delta *Fishing*, responden terbanyak melakukan aktivitas memancing, makan maupun menemani anak bermain. Hal tersebut dikarenakan Wisata Delta *Fishing* menyediakan tempat pemancingan, menu olahan ikan serta tempat bermain anak sehingga kebanyakan pengunjung membawa serta istri dan anak mereka bersama untuk menikmati waktu luang bersama keluarga.

4.4. Gambaran Distribusi Jawaban Responden

Gambaran distribusi jawaban responden dibutuhkan untuk mengetahui penilaian responden terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh Wisata Delta

Fishing. Distribusi jawaban responden ini dilihat berdasarkan frekuensi dan presentase. Dalam hal ini terdapat 5 kategori penilaian untuk menjawab pertanyaan yang diberikan yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Cukup Setuju (CS), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS). Distribusi jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 13 sampai Tabel 18.

4.4.1. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Bukti Fisik (X_1)

Tabel 13. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Bukti Fisik (X_1)

No	Pertanyaan	Jumlah dan Presentase					Total
		SS	S	CS	TS	STS	
1.	Fasilitas bangunan (kamar mandi, tempat parkir, kolam pancing, wahana <i>outbound</i>) yang terdapat di delta <i>fishing</i> nyaman untuk di gunakan.	3	31	3	3	0	40
		7,5%	77,5%	7,5%	7,5%	0%	100%
2.	Alat pancing yang digunakan dan alat wahana <i>outbound</i> dapat digunakan sesuai dengan fungsinya.	11	27	0	2	0	40
		27,5%	67,5%	0%	5%	0%	100%
3.	Karyawan yang bekerja di Wisata Delta <i>Fishing</i> berpenampiran rapi dan menarik	5	21	6	8	0%	40
		12,5%	52,5%	15%	20%	0%	100%

Sumber : Data Primer (diolah), 2016

Dapat dilihat dari tabel 13 diatas, gambaran sikap responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden memilih jawaban dengan kategori setuju terhadap ketiga item pertanyaan pada variabel bukti fisik. Pada pertanyaan pertama, responden menjawab pilihan dengan kategori setuju yaitu sebanyak 31 orang dengan presentase 77,5%, jika dilihat dari fasilitas-fasilitas yang terdapat di Wisata Delta *Fishing* dari kamar mandinya bersih dan layak untuk digunakan, kolam pancing yang terdapat di Wisata Delta *Fishing* pun dibagi menjadi beberapa kolam dan jenis ikan yang berbeda-beda dari kolam ikan patin, kolam ikan tombro, kolam ikan nila dan lain sebagainya sehingga konsumen dapat memilih kolam pancing sesuai keinginannya.

Pada pertanyaan point kedua jawaban responden sebanyak 27 orang dengan presentase 67,5% hal ini karena Wisata Delta *Fishing* menyediakan persewaan alat pancing untuk konsumen yang tidak membawanya. Alat pancing tersebut siap untuk digunakan para konsumen karena baik benang maupun mata pancing telah terpasang dan dapat digunakan dengan baik sama halnya dengan alat yang terdapat di wahana *outbound* yang berfungsi dengan baik. Bila dibandingkan dengan pertanyaan pertama dan kedua, point pertanyaan ketiga lebih sedikit jumlah responden yang menjawab setuju yaitu sebanyak 21 orang dengan presentase 52,5%. Hal ini karena tidak semua karyawan yang bekerja di Wisata Delta *Fishing* mengenakan pakaian seragam.

4.4.2. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keandalan (X_2)

Tabel 14. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keandalan (X_2)

No	Pertanyaan	Jumlah dan Presentase					Total
		SS	S	CS	TS	STS	
1.	Karyawan memberikan informasi, prosedur dan teknis yang terdapat di Wisata Delta <i>Fishing</i> .	1	21	13	5	0	40
		2,5%	52,5%	32,5%	12,5%	0%	100%
2.	Saat terjadi masalah karyawan yang bekerja di Wisata Delta <i>Fishing</i> dapat memberikan solusinya.	5	21	12	2	0	40
		12,5%	52,5%	30%	5%	0%	100%
3.	Tagihan pembayaran tercatat dengan baik dan sesuai dengan pesanan.	15	21	3	1	0	40
		37,5%	52,5%	7,5%	2,5%	0%	100%

Sumber : Data Primer (diolah), 2016

Berdasarkan distribusi jawaban responden terhadap variabel keandalan, dapat dilihat bahwa pada ketiga pertanyaan tersebut responden dengan jumlah yang sama yaitu sebanyak 21 orang dengan presentase 52,5% memilih jawaban dengan kategori setuju. Dari ketiga point pertanyaan yang mewakili variabel keandalan konsumen lebih banyak memilih jawaban setuju, hal ini karena saat konsumen berada di Wisata Delta *Fishing* terdapat berbagai petunjuk-petunjuk

yang membantu mereka mengetahui informasi yang dibutuhkan jika konsumen tetap tidak mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan Wisata Delta *Fishing*, konsumen dapat menuju kantor pusat informasi dan karyawan disana akan siap menjelaskan hal yang dibutuhkan konsumen tersebut. Serta bukti pembayaran yang harus dibayarkan konsumen sesuai dengan pesanan.

4.4.3. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Daya Tanggap (X_3)

Tabel 15. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Daya Tanggap (X_3)

No	Pertanyaan	Jumlah dan Presentase					Total
		SS	S	CS	TS	STS	
1.	Layanan yang diberikan segera dan cepat	6	22	9	1	2	40
		15%	55%	22,5%	2,5%	5%	100%
2.	Karyawan yang bekerja selalu melayani atau membantu konsumen dengan baik	7	24	7	2	0	40
		17,5%	60%	17,5%	5%	0%	100%
3.	Saat membutuhkan bantuan atau layanan, karyawan dengan mudah di hubungi oleh konsumen	6	17	12	5	0	40
		15%	42,5%	30%	12,5%	0%	100%

Sumber : Data Primer (diolah), 2016

Dari tabel 15 diatas, distribusi jawaban responden terhadap variabel daya tanggap menunjukkan bahwa sebagian besar responden memilih jawaban dengan kategori setuju pada ketiga item pertanyaan. Pada pertanyaan pertama responden memilih jawaban setuju sebanyak 22 orang atau dengan presentase 55%, pada pertanyaan kedua responden memilih jawaban setuju sebanyak 24 orang dengan presentase 60% dan pertanyaan ketiga responden menjawab pertanyaan setuju dengan jumlah 17 orang dengan presentase 42,5%.

Ketiga *point* pertanyaan diatas yang mewakili variabel daya tanggap dengan sebagian besar responden menjawab setuju menunjukkan bahwa konsumen melihat karyawan yang bekerja tanggap dibuktikan saat penelitian dilakukan terdapat anak kecil yang tidak sengaja terkena mata pancing pada

salah satu jari tangannya, dengan tanggap seorang karyawan menuju anak tersebut dan membantunya melepas mata pancing dari jari tangan anak tersebut dan segera mengobati lukanya dengan plaster.

4.4.4. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Jaminan (X₄)

Tabel 16. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Jaminan (X₄)

No	Pertanyaan	Jumlah dan Presentase					Total
		SS	S	CS	TS	STS	
1.	Karyawan yang bekerja di Wisata Delta <i>Fishing</i> jujur dan dapat dipercaya	12	15	12	1	0	40
		30%	37,5%	30%	2,5%	0%	100%
2.	Karyawan selalu bersikap sopan	5	25	9	1	0	40
		12,5%	62,5%	22,5%	2,5%	0%	100%
3.	Karyawan memiliki pengetahuan yang luas dan dapat menjawab pertanyaan konsumen	1	18	20	1	0	40
		2,5%	45%	50%	2,5%	0%	100%
4.	Keamanan dan keselamatan konsumen saat menggunakan wahana <i>outbound</i> dan berada di kolam pancing dijamin oleh Wisata Delta <i>Fishing</i>	4	21	15	0	0	40
		10%	52,5%	37,5%	0%	0%	100%

Sumber : Data Primer (diolah), 2016

Berdasarkan distribusi jawaban responden terhadap variabel jaminan dapat dilihat bahwa pertanyaan pertama, kedua dan keempat yaitu masing-masing sebanyak 15, 25, 21 orang atau 37,5%, 62,5%, 52,5% memilih jawaban setuju. Sedangkan pada pertanyaan ketiga responden sebanyak 20 orang atau 50% memilih jawaban cukup setuju. Dari keempat point pertanyaan tersebut tiga point pertanyaan konsumen setuju bahwa karyawan yang bekerja jujur dan menjamin keamanan konsumen yang sedang berkunjung hal tersebut dapat dilihat saat konsumen meninggalkan barang-barang mereka baik untuk memancing maupun menemani anak-anak mereka bermain karyawan yang membersihkan meja maupun yang mondar-mandir mengantarkan pesanan, baik diawasi atau tidak mereka menjaga kepercayaan konsumen. Sedangkan konsumen menjawab

cukup setuju mengenai karyawan atau pelayan yang memiliki pengetahuan luas dan dapat menjawab pertanyaan konsumen dengan baik karena karyawan atau pelayan yang bekerja di Wisata Delta *Fishing* tidak semua berpendidikan tinggi sehingga hanya beberapa karyawan saja yang memiliki pengetahuan yang luas.

4.4.5. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Empati (X_5)

Tabel 17. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Empati (X_5)

No	Pertanyaan	Jumlah dan Presentase					Total
		SS	S	CS	TS	STS	
1.	Karyawan bersikap ramah terhadap konsumen	10 25%	23 57,5%	5 12,5%	2 5%	0 0%	40 100%
2.	Karyawan memberikan perhatian secara personal kepada konsumen	0 0%	12 30%	25 62,5%	3 7,5%	0 0%	40 100%
3.	Wisata Delta <i>Fishing</i> memperhatikan kepentingan dan kebutuhan konsumen	6 15%	24 60%	7 12,5%	2 5%	1 2,5%	40 100%

Sumber : Data Primer (diolah), 2016

Dari distribusi jawaban responden terhadap variabel empati yang tertera pada tabel 17 menunjukkan bahwa pada pertanyaan pertama responden sebanyak 23 orang atau 57,5% responden setuju bahwa karyawan bersikap ramah terhadap konsumen. Pada pertanyaan kedua yaitu karyawan memberikan perhatian secara personal kepada konsumen, responden sebanyak 25 orang atau 62,5% memilih jawaban cukup setuju. Pada pertanyaan ketiga yaitu sebanyak 24 orang atau 60% responden menyatakan setuju Wisata Delta *Fishing* memperhatikan kepentingan dan kebutuhan konsumen.

Dari ketiga point pertanyaan yang telah diajukan kepada konsumen (responden) tersebut menunjukkan bahwa Wisata Delta *Fishing* telah memberikan perhatian lebih terhadap konsumen yang berkunjung ke Wisata Delta *Fishing* serta dari jawaban terbanyak yaitu 62,5% konsumen cukup setuju bahwa karyawan memberikan perhatian secara personal kepada konsumennya. Hal tersebut berbanding terbalik dengan sisi kenyamanan dari konsumen karena

jika seseorang terlalu diperhatikan oleh orang lain secara berlebihan justru orang tersebut dalam hal ini konsumen akan merasa tidak nyaman sehingga Wisata Delta *Fishing* perlu memperhatikan perlakuan yang diberikan kepada konsumen.

4.4.6. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 18. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pertanyaan	Jumlah dan Presentase					Total
		SS	S	R	TS	STS	
1.	Saya berkeinginan kembali ke Wisata Delta <i>Fishing</i> saat ada kesempatan kembali	9	28	3	0	0	40
		22,5%	70%	7,5%	0%	0%	100%
2.	Saya akan merekomendasikan Wisata Delta <i>Fishing</i> kepada kerabat atau orang lain untuk dikunjungi	15	23	2	0	0	40
		37,5%	57,5%	5%	0%	0%	100%
3.	Saya sangat puas saat mengunjungi Wisata Delta <i>Fishing</i> dan saya akan mengatakan hal positif tentang tempat ini	14	23	3	0	0	40
		35%	57,5%	7,5%	0%	0%	100%

Sumber : Data Primer (diolah), 2016

Berdasarkan distribusi jawaban responden terhadap variabel kepuasan konsumen yang dapat dilihat pada tabel 18, menunjukkan pada pertanyaan pertama responden sebanyak 28 orang atau 70% memilih jawaban setuju. Pada pertanyaan kedua dan ketiga dengan jumlah yang sama yaitu sebanyak 23 orang atau 57,5% memilih jawaban setuju. Dari ketiga jawaban di atas mengenai kepuasan konsumen dengan lebih dari 50 persen responden memilih jawaban setuju.

Dari ketiga point pertanyaan yang mewakili variabel kepuasan konsumen sebagian besar responden menjawab setuju, hal ini dapat dilihat bahwa Wisata Delta *Fishing* memang layak untuk dikunjungi kembali di lain waktu karena

tempat ini cocok untuk menikmati sensasi memancing serta tempat berkumpul baik keluarga maupun teman sehingga banyak konsumen yang bersedia merekomendasikan Wisata Delta *Fishing* untuk dikunjungi kembali.

4.5. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

4.5.1. Uji Validitas

Uji validitas berfungsi sebagai pengujian terhadap pertanyaan-pertanyaan yang terdapat pada kuisiner untuk melihat valid atau tidaknya pertanyaan tersebut. Cara melakukan uji validitas yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel. Indikator dinyatakan valid apabila nilai r hitungnya lebih besar dari r tabel. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel 19 sebagai berikut.

Tabel 19. Hasil Uji Validitas

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation
X _{1.1}	69.1500	73.464	.443
X _{1.2}	68.7750	73.204	.504
X _{1.3}	69.3750	67.625	.695
X _{2.1}	69.5000	71.590	.578
X _{2.2}	69.2250	72.333	.516
X _{2.3}	68.7000	70.779	.690
X _{3.1}	69.2250	69.358	.595
X _{3.2}	69.0500	69.792	.735
X _{3.3}	69.3750	70.138	.564
X _{4.1}	69.0000	69.846	.631
X _{4.2}	69.1000	73.836	.458
X _{4.3}	69.5000	73.692	.530
X _{4.4}	69.2250	72.897	.565
X _{5.1}	69.9250	70.687	.636
X _{5.2}	69.7250	73.025	.622
X _{5.3}	69.1500	69.156	.676
Y _{.1}	68.8000	74.318	.531
Y _{.2}	68.6250	72.856	.645
Y _{.3}	68.6750	72.943	.605

Sumber : Data Primer (diolah), 2016

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap pertanyaan-pertanyaan yang terdapat pada kuisiner penelitian, nilai r hitung dapat dilihat pada kolom Corrected Item-Total Correlation. Sedangkan nilai r tabel di dapatkan dengan

menghitung $df = (N-2) = (40-2) = 38$ dan dengan derajat signifikansi sebesar 5%, didapatkan r tabel sebesar 0,3120. Dari semua item pertanyaan, nilai r hitung $> r$ tabel dan bernilai positif. Dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan valid untuk selanjutnya dilakukan uji reliabilitas.

4.5.2. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan dalam gejala yang sama. Dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap suatu pertanyaan tersebut sama dari waktu ke waktu. Nunnally (1967) dalam Ghozali (2006) Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0.60 .

Tabel 20. Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of items
.919	19

Sumber : Data Primer (diolah), 2016

Dari pengujian yang telah dilakukan dapat dilihat pada tabel 20, hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha 0.919 atau Cronbach's Alpha > 0.60 . Dapat disimpulkan bahwa variabel yang terdapat pada kuisioner dinyatakan reliabel sehingga dapat dilanjutkan ke uji asumsi klasik.

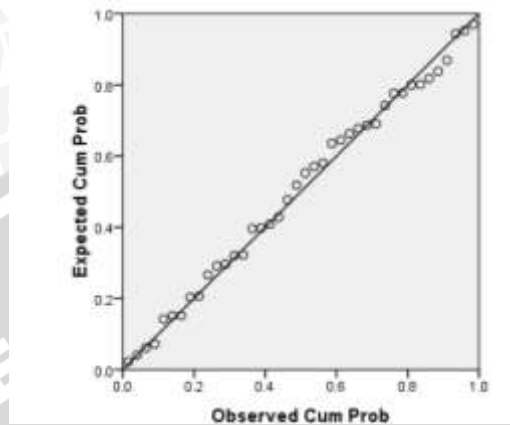
4.6. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ialah suatu syarat statistik yang harus dipenuhi pada analisis linier berganda. Uji asumsi klasik yang harus dipenuhi meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

4.6.1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel-variabel memiliki distribusi normal.. Pengujian ini banyak dilakukan karena pada analisis statistik asumsi, data harus terdistribusi

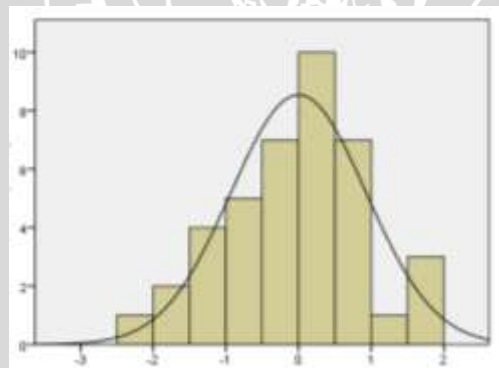
normal. Uji normalitas tersebut dilakukan dengan melihat grafik Normal P-P Plot, Histogram, dan nilai Kolmogorov-Smirnov yang dapat dilihat pada Gambar 1, Gambar 2 dan Tabel 21.



Gambar 4. Grafik Normal P-P Plot

Sumber : Data Primer (diolah), 2016

Berdasarkan grafik normal P-P Plot, dapat dilihat bahwa data tersebar mendekati garis normal, hal tersebut menunjukkan data terdistribusi secara normal.



Gambar 5. Histogram

Sumber : Data Primer (diolah), 2016

Dari gambar histogram diatas, dapat dilihat bahwa histogram berbentuk seperti lonceng. Hal ini menunjukkan bahwa data tersebut terdistribusi secara normal.

Tabel 21. Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov Test)

		Unstandardize Residual
N 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

Test distribution is Normal
 Sumber : Data primer (diolah),2016

Berdasarkan hasil uji normalitas berdasarkan Kolmogorov-Smirnov Test diperoleh nilai sebesar 0,439 dan nilai Asymp.Sig.(2-tailed) sebesar 0,991. Dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal karena nilai keduanya >0,05.

4.6.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas memiliki tujuan untuk menguji ada tidaknya korelasi antar variabel bebas (independent) dalam suatu model regresi. Model regresi yang baik terjadi bila diantara variabel bebas tidak ada korelasi. Hasil dari uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 22.

Tabel 22. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Bukti Fisik	.393	2.542
Keandalan	.282	3.552
Daya Tanggap	.470	2.126
Jaminan	.289	3.456
Empati	.251	3.979

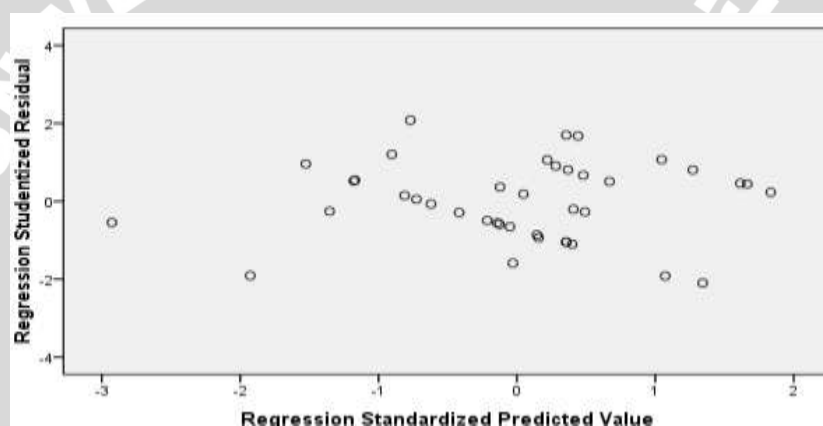
Sumber : Data Primer (diolah), 2016

Uji multikolinearitas ini dilakukan dengan melihat nilai *Variance Infactor* (VIF) dan *Tolerance* yang dapat mengidentifikasi terjadi atau tidaknya multikolinearitas. Model regresi dianggap tidak terjadi multikolinearitas apabila nilai VIF < 10 dan nilai *Tolerance* > 0,1. Dari hasil pengujian data penelitian yang dapat dilihat pada Tabel 22 menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki

masalah multikolinearitas, karena dari semua variabel bebas yang digunakan memiliki nilai VIF < 10 dan nilai *Tolerance* > 0,1.

4.6.3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastiditas bertujuan untuk mengetahui dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika varians tersebut tetap dari pengamatan satu ke pengamatan lainnya maka disebut homoskedastisitas. Suatu model regresi yang baik yaitu terjadi homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat di lihat pada Gambar 6 dan Tabel 23.



Gambar 6. Scatterplot

Sumber : Data Primer (diolah), 2016

Pada pengujian heteroskedastisitas dengan melihat grafik Scatterplot, bila suatu data membentuk suatu pola tertentu atau titik-titik tidak menyebar maka bisa dikatakan terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya. Dari hasil penelitian yang tertera pada gambar 3 menunjukkan bahwa data tidak membentuk suatu pola tertentu atau titik-titik menyebar secara acak, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini terjadi homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga layak untuk digunakan.

Tabel 23. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1. (Constant)	.033	.798		.041	.967
Bukti Fisik	-.036	.092	-.105	-.388	.700
Keandalan	.124	.107	.350	1.163	.253
Daya Tanggap	.006	.068	.020	.082	.935
Jaminan	.073	.091	.245	.805	.427
Empati	-.123	.105	-.379	-1.170	.250

Sumber : Data Primer (diolah), 2016

Uji glejser sendiri pada pengujian ini bertujuan untuk melihat dengan jelas terjadi tidaknya heteroskedastisitas model regresi karena terkadang bila hanya melihat grafik scatterplot tidak terlalu jelas pola penyebarannya. Dari hasil uji heteroskedastiditas dengan uji glejser pada tabel 23, menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada semua variabel $> 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas dan layak untuk digunakan.

4.6.4. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk melihat terjadi tidaknya korelasi antara residual pada periode sekarang dengan periode residual sebelumnya pada model regresi. Jika terjadi korelasi maka ada permasalahan pada autokorelasinya. Pengujian autokorelasi dapat dilakukan salah satunya dengan run test. Hasil pengujian dengan run test dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 24. Hasil Uji Autokorelasi (Run Test)

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

a. Median

Sumber : Data Primer (diolah), 2016

Bedasarkan 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.

4.7. Analisis Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Setelah uji asumsi terpenuhi pada model regresi kemudian dilakukan analisis regresi linier berganda dan uji statistik. Uji statistik sendiri meliputi uji R² (Koefisien Determinasi), uji F (Simultan), dan uji t (Parsial). Analisis tersebut dipergunakan untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang ada di Wisata Delta *Fishing*, yang dilihat dari variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati.

4.7.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan suatu analisis yang memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Dalam penelitian ini variabel dependen yaitu kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik (X₁), keandalan (X₂), daya tanggap (X₃), jaminan (X₄) dan empati (X₅), sedangkan variabel independen yaitu kepuasan konsumen (Y).

Tabel 25. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1. (Constant)	6.352	1.449		4.383	.000
Bukti Fisik	.054	.167	.061	.320	.751
Keandalan	.163	.194	.180	.643	.405
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 linier berganda didapatkan bentuk persamaan regresi yaitu :



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

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

Keterangan :

Y = kepuasan konsumen

a = konstanta

X₁ = bukti fisik

X₂ = keandalan

X₃ = daya tanggap

X₄ = jaminan

X₅ = empati

b = koefisien variabel bebas

e = standar error atau kesalahan pengganggu

Dari persamaan regresi tersebut penjabarannya ialah 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 (X₁) sebesar 0,054. Koefisien positif menunjukkan bahwa X₁ 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 X₂, X₃, X₄, dan X₅ dalam keadaan konstan.
- 3) Koefisien regresi untuk variabel keandalan (X₂) sebesar 0,163. Koefisien positif menunjukkan bahwa X₂ memiliki hubungan yang searah dengan kepuasan konsumen (Y). Hal tersebut memiliki arti bahwa apabila keandalan meningkat akan diikuti pula meningkatnya kepuasan konsumen, dengan asumsi X₁, X₃, X₄, dan X₅ 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 emningkat maka akan diikuti dengan menurunnya kepuasan konsumen, dengan asumsi X_1 , X_2 , X_3 , X_4 dalam keadaan konstan.

4.7.2. Uji Statistik

Uji statistik bertujuan untuk melihat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Beberapa jenis uji statistik ialah sebagai berikut :

A. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

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. Hasil uji R^2 dapat dilihat pada Tabel 26.

Tabel 26. Hasil Uji R²

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin Watson
1	.732 ^a	.536	.467	1.10573	2.372

a. Predictors : (Constant), Empati, Daya Tanggap, Bukti Fisik, Jaminan, Keandalan

b. Dependent Variable : Kepuasan Konsumen

Sumber : Data Primer (diolah), 2016

Berdasarkan hasil pengujian diatas, dapat dilihat nilai adjusted R² yaitu sebesar 0,467 atau 46,7%. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemampuan variabel bebas (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati) dalam menjelaskan varians dari variabel terikat (kepuasan konsumen) yaitu sebesar 46,7%. Sedangkan sisanya 53,3% (100% - 46,7%) varians variabel terikat dijelaskan oleh faktor lain diluar model penelitian.

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 H₀ ditolak, hal tersebut berarti bahwa semua variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh secara nyata pada variabel terikat
- 2) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H₀ diterima, hal tersebut berarti bahwa semua variabel bebas berpengaruh tidak nyata pada variabel terikat.

Hasil dari uji F dapat dilihat pada tabel 27.

Tabel 27. Hasil Uji F (Simultan)

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	47.509	5	9.502	7.694	.000 ^a
	Residual	41.991	34	1.235		
	Total	89.500	39			

a. Predictors : (Constant), Empati, Daya Tanggap, Bukti Fisik, Jaminan, Keandalan

b. Dependent Variable : Kepuasan Konsumen

Sumber : Data Primer (diolah), 2016

Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan untuk pengujian statistik F, dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 7,694. Pada derajat signifikansi sebesar 5% dengan nilai $df N1 = 5$ dan $df N2 = 34$ 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 tersebut menunjukkan adanya pengaruh secara bersama-sama atau simultan variabel bebas (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen). Sedangkan uji signifikansi data, dikatakan signifikan jika nilai signifikansinya $< 5\%$ atau 0,05. Dari analisis didapatkan nilai signifikan yaitu sebesar 0,000 nilai tersebut kurang dari 0,05, sehingga hasil analisis dapat dikatakan signifikan atau dapat dipercaya.

C. Uji t (Parsial)

Uji statistik t merupakan suatu pengujian yang dimaksudkan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) secara individual dalam menjelaskan variabel terikat (kepuasan konsumen). Cara melakukan uji t yaitu sebagai berikut :

- 1) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikansinya $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, Jika hal tersebut terjadi maka variabel bebas berpengaruh tidak

nyata terhadap variabel terikat atau variabel bebas tidak signifikan berpengaruh terhadap variabel terikat.

- 2) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansinya $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, jika hal tersebut terjadi maka variabel bebas berpengaruh nyata terhadap variabel terikat atau variabel bebas signifikan mempengaruhi variabel terikat.

Pada penelitian ini t_{tabel} dapat dilihat dengan menggunakan tabel statistik dengan rumus $N-k$ (variabel bebas + variabel terikat) = $40-6 = 34$, dengan derajat signifikansi 5% sehingga diperoleh t_{tabel} sebesar 2,03224. Hasil uji t dapat dilihat pada Tabel 28.

Tabel 28. Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.	Keterangan
Bukti Fisik (X_1)	.320	2,03224	.751	Tidak Signifikan
Keandalan (X_2)	.643	2,03224	.405	Tidak Signifikan
Daya Tanggap (X_3)	3.710	2,03224	.001	Signifikan
Jaminan (X_5)	-.238	2,03224	.813	Tidak Signifikan
Empati (X_6)	-.292	2,03224	.772	Tidak Signifikan

Sumber : Data Primer (diolah), 2016

Berdasarkan tabel 28 diatas dapat dilihat bahwa variabel bebas yang memiliki pengaruh nyata secara parsial terhadap kepuasan konsumen Wisata Delta *Fishing* adalah variabel daya tanggap. Sedangkan variabel bukti fisik, keandalan, jaminan dan empati secara parsial berpengaruh tidak nyata terhadap kepuasan konsumen. Pada penelitian sebelumnya Nyoman dan Riyasa (2007) dalam Suryaningtyas (2013) menyatakan bahwa tidak semua hasil pengujian secara parsial terhadap variabel buti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati mempunyai pengaruh nyata terhadap variabel kepuasan konsumen.

(1) Pengaruh Bukti Fisik (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

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).

Dari analisa statistik uji t untuk variabel bukti fisik (X_1) berpengaruh tidak nyata terhadap kepuasan konsumen dan dari hasil kuisisioner didapatkan jawaban responden terbesar setuju pada point pertama, kedua dan ketiga yaitu sebesar 77,5% merasa bahwa fasilitas bangunan nyaman untuk digunakan, 67,5% merasa alat pancing dan wahana outbound dapat digunakan sesuai fungsinya dan 50% menjawab karyawan berpenampilan rapi. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa nyaman atau cukup terhadap fasilitas-fasilitas yang terdapat di Wisata Delta *Fishing*. Bila dilihat dari karakteristik responden berdasarkan pendapatan responden terbanyak yaitu Rp. 3.500.000 – Rp. 5.000.00. Jumlah nominal pendapatan tersebut merupakan golongan keluarga menengah kebawah sehingga kebanyakan konsumen tidak menuntut akan fasilitas-fasilitas yang mewah atau merasa cukup dengan fasilitas yang terdapat di Wisata Delta *Fishing*.

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.

Penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Suryaningtyas (2013) tentang “Analisis Kualitas Pelayanan Karyawan terhadap Kepuasan Pelanggan (Nelayan) di UPTD Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Popoh, Desa Besole Kecamatan Besuki Tulungagung Jawa Timur” menunjukkan bahwa variabel bukti fisik memiliki nilai $t_{hitung} (0,015) < t_{tabel} (2,064)$ dan nilai

signifikansinya $0,988 > 0,05$, maka H_0 diterima dan dapat disimpulkan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh tidak nyata terhadap kepuasan pelanggan.

(2) Pengaruh Keandalan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

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 significansinya 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).

Dari analisa statistik uji t untuk variabel keandalan (X_2) berpengaruh tidak nyata terhadap kepuasan konsumen dan hasil kuisisioner dari tiga point pertanyaan didapatkan jawaban responden sebanyak 52,5% menjawab setuju bila karyawan memberikan informasi kepada konsumen, karyawan memberikan solusi jika ada permasalahan dan tagihan pembayaran tercatat dengan baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen merasakan cukup untuk keandalan yang diberikan oleh karyawan melalui informasi-informasi yang diberikan serta kesesuaian antara jumlah pesanan dan tagihannya. Bila dilihat dari karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir yaitu SMA (Sekolah Menengah Atas) mereka tidak banyak menuntut dan informasi-informasi yang mereka butuhkan telah dipenuhi oleh Wisata Delta *Fishing*.

Penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Paisal (2013) mengenai "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen" dengan hasil $t_{hitung} (1,050) < t_{tabel} (2,002)$ dan nilai significansinya $0,298 > 0,05$, maka H_0 diterima dan dapat disimpulkan bahwa variabel keandalan berpengaruh tidak nyata terhadap kepuasan konsumen.

(3) Pengaruh Daya Tanggap (X_3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

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).

Dari hasil pengujian secara parsial variabel daya tanggap (X_3) memiliki pengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen dan dengan hasil kuisisioner sebanyak 60% responden menjawab setuju bahwa karyawan selalu melayani dan membantu konsumen dengan baik, hal tersebut dibuktikan dengan karyawan yang tanggap bila konsumen membutuhkan bantuan. Pada saat penelitian di Wisata Delta *Fishing* terdapat salah satu konsumen yang anaknya terkena mata pancing dan dengan tanggap karyawan membantu konsumen tersebut. Bila dilihat dari karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin sebanyak 51% ialah perempuan. Biasanya perempuan lebih banyak membutuhkan bantuan bila dibandingkan dengan laki-laki oleh karena itu daya tanggap yang optimal akan membuat kepuasan konsumen meningkat pula untuk itu Wisata Delta *Fishing* perlu meningkatkan kesigapan karyawan saat konsumen membutuhkan bantuan. Dengan cara memberikan suatu fasilitas berupa bel sehingga saat konsumen membutuhkan bantuan dapat dengan mudah memanggil karyawan sehingga kebutuhan konsumen terlayani dengan baik. Tjiptono (2005 : 273) menyatakan bahwa daya tanggap merupakan ketanggapan karyawan dalam memberikan pelayanan untuk membantu konsumen.

Penelitian ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Setiawan (2013) mengenai "Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pengunjung Pada Wisata Bahari Lamongan"

dengan hasil $t_{hitung} (4,578) > t_{tabel} (1,655)$ dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$, maka H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel daya tanggap berpengaruh secara nyata atau signifikan terhadap kepuasan konsumen.

(4) Pengaruh Jaminan (X_4) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

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).

Dari analisis uji t mengenai variabel jaminan (X_4) berpengaruh tidak nyata terhadap kepuasan konsumen dengan koefisien negatif. Koefisien negatif ini berarti bahwa bila jaminan ditingkatkan maka akan menurunkan kepuasan konsumen. Jika dilihat dari jawaban responden pada 4 point pertanyaan, tiga point dengan hasil presentase terbesar yaitu 37,5%, 62,5% dan 52,5% responden menjawab setuju sedangkan satu point terakhir responden menjawab cukup setuju sebesar 50%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasakan cukup untuk kejujuran, dapat dipercaya serta kesopanan yang dimiliki oleh karyawan tetapi bila jaminan keamanan ditingkatkan misalnya saja peningkatan keamanan wahana outbound dengan alat-alat yang lebih canggih maka akan menambah biaya atau harga yang akan dibebankan pula kepada konsumen sehingga dapat mengakibatkan penurunan kepuasan konsumen. Terkait pula dengan karakteristik responden berdasarkan tujuan berkunjung sebanyak 57,5% responden menjawab mereka berkunjung karena ingin memancing, menikmati makanan dan menemani anak bermain untuk itu diperlukan biaya yang cukup besar. Maka dari itu jika harga yang dibebankan kepada konsumen semakin tinggi akan menyebabkan kepuasan konsumen menurun. Tjiptono (2005 : 180),

harga merupakan aspek yang tampak jelas untuk konsumen. Konsumen banyak menggunakan harga sebagai indikator kualitas jasa. Semakin tinggi harga maka kepuasan konsumen akan semakin menurun pula.

Penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Wulandari (2013) mengenai “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan BUS PO, Usaha Murni” dengan nilai t_{hitung} (-2,360) dan nilai signifikansinya $0,020 > 0,05$, maka H_0 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel jaminan berpengaruh tidak nyata terhadap kepuasan konsumen.

(5) Pengaruh Empati (X_5) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

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).

Dari hasil uji t untuk variabel empati (X_5) terhadap kepuasan konsumen (Y) didapatkan variabel empati berpengaruh tidak nyata terhadap kepuasan konsumen dengan koefisien negatif. Koefisien negatif menunjukkan bila empati ditingkatkan maka akan menurunkan kepuasan konsumen. Dari hasil kuisisioner jawaban responden mengenai variabel empati pada 3 point pertanyaan yaitu point satu dan tiga sebesar 57,5% dan 60% responden menjawab setuju karyawan telah bersikap ramah dan memperhatikan kebutuhan konsumen dengan menanyakan hal-hal yang dibutuhkan oleh konsumen. Sedangkan pada point kedua yaitu sebanyak 62,5% responden menjawab cukup puas jika konsumen mendapatkan perhatian secara personal dari karyawan. Bila dilihat dari hasil kuisisioner tersebut menunjukkan bahwa karyawan telah memberikan

perhatian kepada konsumen secara personal tetapi hal ini justru dapat menurunkan kepuasan konsumen. Pada umumnya seseorang jika diperhatikan orang lain secara berlebihan akan membuat orang tersebut tidak nyaman, sama halnya dengan perlakuan yang diberikan oleh karyawan kepada konsumen jika perhatian tersebut terlalu sering dan berlebihan akan menyebabkan konsumen merasa tidak nyaman. Dari karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat bahwa rentang usia terbanyak yaitu usia 26-35 tahun. Rentang usia tersebut merupakan tergolong dalam usia dewasa yang dapat melakukan pekerjaannya secara sendiri. Sehingga perlakuan karyawan yang terlalu berlebihan akan menurunkan kepuasan konsumen. Tjiptono (2005 : 273) menyatakan empati meliputi komunikasi yang baik, perhatian secara pribadi dan pemahaman kebutuhan konsumen.

Penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Aprilya (2012) mengenai "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J.CO Cabang Padang" dengan hasil $t_{hitung} (1,226) < t_{tabel} (1,9885)$ dan nilai signifikansinya $0,223 > 0,05$ maka H_0 diterima dan dapat disimpulkan bahwa variabel empati berpengaruh tidak nyata terhadap kepuasan konsumen.

4.8. Kualitas Layanan yang Paling Dominan dalam Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Wisata Delta *Fishing*

Kualitas Layanan yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat dari nilai terbesar t_{hitung} dan nilai Standardized Coefficients Beta pada tabel 25, dimana dapat mengetahui seberapa kuat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial atau sendiri. Variabel kualitas layanan yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen adalah variabel daya tanggap (X_3). Dari hasil analisis didapatkan nilai

t_{hitung} dan nilai Standardized Coefficients Beta variabel daya tanggap memiliki nilai terbesar bila dibandingkan dengan variabel yang lainnya yaitu nilai t_{hitung} sebesar 3,710 dan nilai Standardize Coefficients Beta sebesar 0,629. Hal ini berarti persepsi konsumen terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh Wisata Delta *Fishing* dari variabel daya tanggap memberikan pengaruh yang paling besar bila dibandingkan dengan variabel yang lainnya.

Pengaruh variabel daya tanggap terhadap tingkat kepuasan konsumen menunjukkan bahwa konsumen Wisata Delta *Fishing* merasakan hal yang lebih dari variabel daya tanggap untuk mengekspresikan kepuasannya. Hal tersebut dapat menjadi salah satu acuan bahwa karyawan yang berkerja di Wisata Delta *Fishing* memiliki kesediaan untuk membantu pengunjung dengan cepat serta kemauan karyawan untuk melayani konsumen dengan baik. Jadi penelitian ini membuktikan bahwa variabel daya tanggap pada kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang besar terhadap variabel kepuasan konsumen. Upaya meningkatkan kualitas layanan pada Wisata Delta *Fishing* harus mengutamakan peningkatan pada variabel ini karena setiap meningkat atau menurunnya variabel ini akan sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian tentang Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wisata Delta *Fishing*, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. 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.
2. 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 dengan tanggap melayani konsumen.

5.2. Saran

Dari hasil penelitian tentang Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wisata Delta *Fishing*, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur diperoleh saran sebagai berikut :

1. 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.

2. 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).
3. Bagi pemerintah khususnya Kabupaten Sidoarjo, diharapkan dapat memberikan dukungan terhadap perkembangan potensi perikanan di wilayah Sidoarjo khususnya wisata pemancingan.

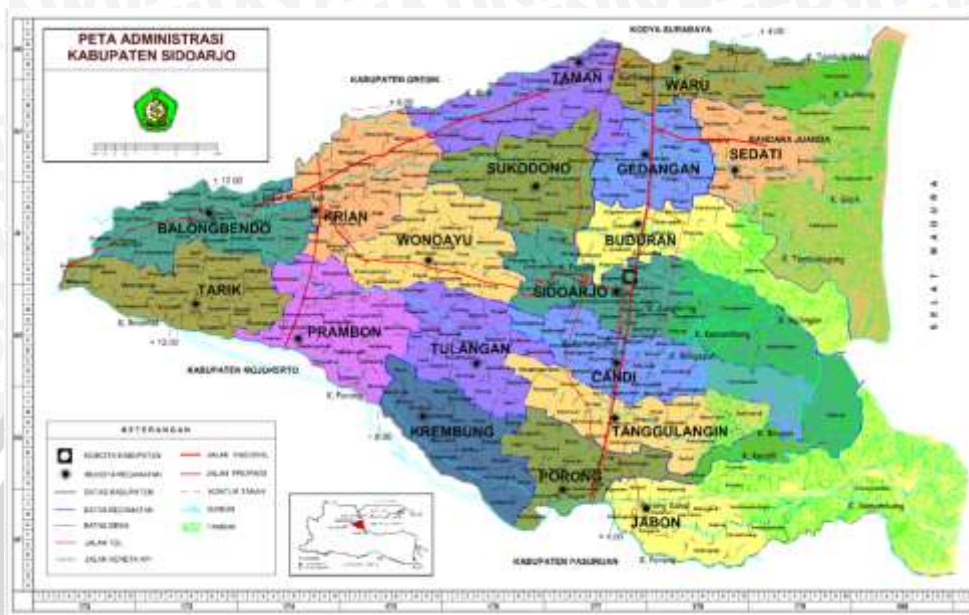
DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, Abu dan Nurbuko Cholid. 2003. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Aryani *et.al.*, 2010. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. Jakarta. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi Vol. 17, No.2*.
- Bungin, Burhan. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya : Universitas Airlangga
- Djaelani, A.R. 2013. Teknik Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif. Semarang. *Jurnal Majalah Ilmiah Pawiyatan Vol-20 (1):82-92*.
- Handoko, T. Hani. *et.al.*, 1987. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Ke Empat*. BPF, Yogyakarta.
- Irawan *et.al.*, 2013. Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran POR KEE Surabaya. Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol.1, No.2, (1-8)*.
- Kaihatu, Thomas. 2008. Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pengunjung Plaza Tunjungan Surabaya. Surabaya. *Jurnal ekonomi dan Bisnis Vol.2 No.2*.
- Khumairoh, Nur Sitti. 2013. Analisa Investasi dengan Feasibility Sudy Untuk Meningkatkan Kecerdasan Finansial Pada Budi Daya Ikan di Sidoarjo. Sidoarjo. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen, Vol.9, No.2. Hal 184-193*.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Kedelapan. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 1996. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Kelima. Jakarta : Intermedia.
- Nahar, Aida. 2015. Identifikasi Model Pembiayaan Usaha Kecil dan Menengah Oleh Lembaga Keuangan Mikro, Kabupaten Jepara. *Jurnal Buletin Bisnis dan Manajemen Vol-1(1) : 46-53*.
- Naomi, Prima. 2012. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Jasa Pelayanan Kesehatan. Sumedang. *Jurnal Pemasaran Vol.1, No.1*.
- Nurchaya *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*.
- Prasiasa, Dewa. 2013. *Destinasi Pariwisata*. Jakarta : Salemba Humanika
- Ross, Glenn. 1998. *Psikologi Pariwisata*. Edisi Pertama. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.

- Samosir, Zurni Zahara. 2005. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpustakaan USU. Sumatera Utara. *Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi, 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.
- Suratno .2012. Konsep Pelayanan Publik. Sulawesi Utara. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vo.2, No.2.*
- 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.*
- Suwantoro, Gamal. 2004. Dasar-dasar Pariwisata. Yogyakarta :Andi
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa.* Malang : Bayumedia Publisng
- Wandansari, N.D. 2013. Perlakuan Akuntansi Atas PPH Pasal 21 Pada PT. Artha Prima Finance Kota Amobagu. Manado. *Jurnal EMBA Vol-1 (3) : 558-566.*
- Warang *et.al.*,. 2009. Kajian Pengembangan Wisata Pantai Di Pulau Sulabesi. Maluku Utara. *Jurnal Perencanaan Wilayah Vol.1. No.1.*
- Wilujeng, *et.al.*,. 2011. Faktor-faktor yang Dipertimbangkan Konsumen dalam Penggunaan Jasa Cuci Motor. *Jurnal Pemasaran Vol.2, No.3*

LAMPIRAN 1. Peta Lokasi Penelitian

Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo



Sumber : Kabupaten Sidoarjo, 2015.



LAMPIRAN 2. Fasilitas Wisata Delta *Fishing*



Arena Outbound



Wahana Air



Tempat Bermain Anak



Kolam Renang Anak



Kolam Pancing



Tempat Lesehan



Penyewaan Alat Pancing dan Pakan Ikan