

**THE IMPACT OF SERVICE QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION AT
SONDOKORO AGRO TOURISM PTPN IX KARANGANYAR**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA TAMAN AGROWISATA SONDOKORO PTPN IX
KARANGANYAR**

Dewi Nawang Suprihatin, Joko Sutrisno, Erlyna Wida Riptanti

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret Surakarta

Jl. Ir. Sutami No.36 A Kentingan Surakarta 57126 Telp./Fax (0271) 637457

Email: Dewinawang11@gmail.com Telp.085742690394

Abstract: *This study aims to analyze the quality of service, customer satisfaction, and the influence of service quality on customer satisfaction on Agro Sondokoro. The basic method of research is descriptive. The method of determining the location of the research was done purposively by determining the sample using the accidental sampling method. Data analysis used are (1) Gap Service (2) Importance-Performance Analysis (3) Multiple Regression Analysis. The results of this study: (1) Gap Service is in a large gap which means to describe the performance of Sondokoro Agro tourism has not been in accordance with consumer expectations. (2) Importance-Performance Analysis (IPA) shows the service dimension is in quadrant A consists of Assurance dimension and Tangible proof, C quadrant consists of empathy (Emphaty), Awareness D consists of dimension of Reliability and Power Responsiveness (Responsiveness). (3) Multiple regression analysis shows the whole dimension of service quality significantly influence to consumer satisfaction, but individually dimension of Reliability, Assurance, and physical evidence (Tangible) which have real influence to satisfaction while responsiveness (Responsiveness) And empathy (Emphaty) have no real effect.*

Keywords: *Agro-Tourism, Customer Satisfaction, Gap Service, Imporance-Performance Analysis, Multiple Regression, Service Quality.*

Abstrak: *Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Agrowisata Sondokoro. Metode dasar penelitian adalah deskriptif. Metode penentuan lokasi penelitian dilakukan secara purposive dengan penentuan sample dilakukan menggunakan metode accidental sampling. Analisis data yang digunakan adalah (1)Gap Service (2)Importance-Performance Analysis (3)Analisis Regresi Berganda. Hasil penelitian ini: (1)Gap Service berada pada gap yang besar yang berarti menggambarkan kinerja Agrowisata Sondokoro belum sesuai dengan harapan konsumen. (2)Importance-Performance Analysis (IPA) menunjukkan dimensi pelayanan yang berada pada kuadran A terdiri dari dimensi jaminan (Assurance) dan bukti fisik (Tangible), kuadran C terdiri dari empati (Emphaty), kuadaran D terdiri dimensi kehandalan (Reliability) dan daya tanggap (Responsiveness). (3)Analisis regresi berganda menunjukkan keseluruhan dimensi kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen, akan tetapi secara individu dimensi kehandalan (Reliability), jaminan (Assurance), dan bukti fisik (Tangible) yang berpengaruh nyata terhadap kepuasan sedangkan daya tanggap (Responsiveness) dan empati (Emphaty) tidak berpengaruh nyata.*

Kata Kunci: *Agrowisata, , gap service, Imporance- Performance Analysis, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, regresi berganda.*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan potensi alam yang melimpah. Pemanfaatan sumber daya alam tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya untuk bidang pariwisata. Jenis pariwisata yang mengandalkan sumberdaya alam adalah Agrowisata. Taware dalam Maruti (2009), mendefinisikan agrowisata sebagai aktivitas agribisnis dimana petani setempat menawarkan tur pada usahatannya dan mengizinkan seseorang pengunjung menyaksikan pertumbuhan, pemanenan, pengolahan pangan lokal yang tidak akan ditemukan di daerah asalnya. Sering petani tersebut menyediakan kesempatan kepada pengunjung untuk tinggal sementara dirumahnya dan program pendidikan. Salah satu Agrowisata di Jawa Tengah adalah Agrowisata Sondokoro yang merupakan salah satu tempat wisata yang dikelola PTPN IX Surakarta berlokasi di Jalan Mangkunegara, Bojonegara, Surakarta, Jawa Tengah. Agrowisata tersebut menawarkan pelayanan berupa rekreasi keliling pabrik gula, edukasi cara membuat gula dengan menayangkan film, *live music*, wahana permainan, penginapan, restaurant dll.

Pada dasarnya, Agrowisata Sondokoro adalah usaha penyedia jasa agrowisata yang berorientasi profit. Penyedia jasa selain berorientasi pada keuntungan maksimal, juga berorientasi pada kepuasan konsumen dalam menikmati layanan jasa yang diberikan untuk menentukan kualitas jasa yang telah dinikmati. Konsumen yang puas dapat mendorong untuk berkunjung kembali dan publisitas yang pada akhirnya dapat membuat konsumen menjadi setia (*loyal*). Data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Karanganyar (2016) memperlihatkan

jumlah pengunjung Agrowisata Sondokoro dari tahun 2011-2015:

Tabel 1. Jumlah pengunjung Agrowisata Sondokoro tahun 2011-2015

No	Tahun	Jumlah pengunjung
1	2011	396.475
2	2012	259.928
3	2013	228.321
4	2014	217.485
5	2015	204.594

Sumber: Data Statistik Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Karanganyar, 2016.

Tabel 1 menunjukkan adanya penurunan jumlah pengunjung setiap tahun yang berkunjung di Agrowisata Sondokoro. Banyak faktor yang mempengaruhi penurunan pengunjung baik itu faktor internal maupun eksternal. Berbagai faktor yang mempengaruhi penurunan tersebut membuat pengunjung mempunyai banyak pertimbangan untuk mengunjungi sebuah wisata sehingga fasilitas dan pelayanan menjadi kunci utama agar tetap menarik minat pengunjung. Tujuan penelitian ini adalah: mengetahui bagaimana kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan pengaruh kualitas pelayanan pada Agrowisata Sondokoro.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode dasar diskriptif. Teknik yang digunakan adalah teknik *survey*. Penelitian ini penentuan lokasi dilakukan secara *purposive* atau sengaja. Dengan alasan jumlah pengunjung Agrowisata Sondokoro menempati posisi ketiga terbesar di Kabupaten Karanganyar sesuai dengan data statistik dinas kebudayaan dan pariwisata kab. Karanganyar tahun 2015. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian adalah *accidental sampling*, yakni sampel yang menjadi anggota populasi yang mudah diakses

dengan jumlah sample yang ditentukan dengan rumus Matchin & Campbell (1989) yang menunjukkan hasil jumlah responden sebesar 138 orang.

Penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner tentang tingkat kinerja, harapan konsumen dan tingkat kepentingan atribut pertanyaan yang berjumlah 20 butir atribut. Selanjutnya adalah data sekunder berupa struktur organisasi, sejarah dan pelayan apa saja yang diberikan di Agrowisata Sondokoro. teknik pengumpulan data adalah observasi, wawancara dan pencatatan.

Instrumen penelitian data pada penelitian ini menggunakan *skala likert* dengan pengujian instrumen validitas dan reliabilitas. Hasil dari uji validitas menyebutkan seluruh atribut pertanyaan

dinilai valid karena nilai *Person Corelation*> dari r tabel= 0,312. Serta uji reliabilitas yang menunjukkan seluruh atribut pertanyaan reliabel karena *Cronbach's Alpha*> 0,33. Pada penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji asumsi klasik, *gap service*, *Impotance Performance Analysis* dan Analisis Regresi berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden yang diteliti dalam penelitian ini berjumlah 138 orang responden yang dipilih secara *purposive* berdasarkan beberapa kriteria yaitu pengunjung Agrowisata Sondokoro yang menjadi lokasi penelitian dan bersedia untuk diwawancarai dengan menggunakan angket.

Tabel 2 . Karakteristik Konsumen Agrowisata Sondokoro, Tahun 2017

No	Uraian	Keterangan
1	Jenis Kelamin	Perempuan
2	Umur	26-35 tahun
3	Tingkat Pendidikan	SMA/SMK
4	Jenis Pekerjaan	Ibu Rumah Tangga
5	Pendapatan	≤1.000.000

Sumber :Data Primer, 2017

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa rata rata jenis kelamin perempuan lebih dominan karena banyaknya kunjungan dari TK maupun SD yang mengunjungi Agrowisata Sondokoro menuntut adanya pengawasan dari orang tua maupun keluarga, sehingga kebanyakan orang tua yang menemani adalah sang ibu. Rata rata umur konsumen termasuk dalam kategori dewasa awal sehingga dapat menilai kinerja pelayanan yang diberikan. Rata rata jenis pekerjaan konsumen Agrowisata Sondokoro merupakan Ibu Rumah Tangga karena kebanyakan konsumennya adalah perempuan dengan tingkat pendapatan ≤1.000.000.

Uji Normalitas Data

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian. Hasil uji normalitas data penelitian untuk variabel faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen berdasarkan hasil perhitungan normalitas yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 16 menunjukkan bahwa data dikatakan berdistribusi normal karena nilai Kolmogorov-Smirnov > 0,05. Berikut adalah hasil uji normalitas data terhadap pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Agrowisata Sondokoro. dari hasil perhitungan, didapatkan bahwa seluruh data atribut pada kuesioner berdistribusi normal karena nilai signifikansi > 0,05.

Model regresi yang baik adalah yang mendekati normal (Ghozali, 2009).

GAP SERVICE

Gap service menggambarkan kualitas pelayanan yang dirasakan konsumen

dibandingkan dengan harapan konsumen akan pelayanan sebuah jasa. Dibawah ini adalah tabel *gap service* dari Agrowisata Sondokoro:

Tabel 3. Tabel *Gap Service* pada Agrowisata Sondokoro

No	Dimensi Pelayanan	Kualitas	Rata rata skor		Gap service (A-B)
			Tingkat harapan (A)	Tingkat kinerja pelayanan(B)	
1	<i>Realibility 1</i>		3,855072	3,500000	0,355072
2	<i>Realibility 2</i>		4,014493	3,652174	0,362319
3	<i>Realibility 3</i>		3,891304	3,586957	0,304348
4	<i>Assurance 1</i>		4,000000	3,521739	0,478261
5	<i>Assurance 2</i>		4,166667	3,376812	0,789855
6	<i>Assurance 3</i>		3,992754	3,471014	0,521739
7	<i>Assurance 4</i>		4,094203	3,507246	0,586957
8	<i>Tangible 1</i>		4,202899	3,630435	0,572464
9	<i>Tangible 2</i>		4,188406	3,507246	0,681159
10	<i>Tangible 3</i>		4,130435	3,586957	0,543478
11	<i>Tangible 4</i>		4,043478	3,579710	0,463768
12	<i>Tangible 5</i>		4,195652	3,724638	0,471014
13	<i>Tangible 6</i>		4,224638	3,572464	0,652174
14	<i>Tangible 7</i>		4,217391	3,115942	1,101449
15	<i>Tangible 8</i>		4,420290	3,702899	0,717391
16	<i>Tangible 9</i>		4,086957	3,340580	0,746377
17	<i>Responsiveness 1</i>		4,007246	3,586957	0,420290
18	<i>Responsiveness 2</i>		3,920290	3,572464	0,347826
19	<i>Emphaty 1</i>		3,884058	3,369565	0,514493
20	<i>Emphaty 2</i>		3,913043	3,695652	0,217391
	Rata rata		4,072464	3,53165	0,542391

Sumber: Analisis Data Primer,2017

Dari Tabel 3, kita dapat mengetahui bagaimana pelayanan dirasakan konsumen saat berlangsungnya penelitian ini mempunyai nilai rata-rata 3,531. Berikutnya terdapat *gap* atau kesenjangan antara nilai kolom harapan konsumen dengan kinerja pelayanan. Pada umumnya skor rata-rata *gap* bernilai besar berarti terdapat perbedaan signifikan antara kinerja dengan harapan konsumen. Dari data diatas juga dapat dilihat, seluruh atribut mempunyai *gap* positif yang berarti bahwa tingkat harapan konsumen jauh lebih tinggi daripada tingkat kinerja pelayanan Agrowisata Sondokoro. semakin besar nilai *gap* pada *gap service* ini berarti semakin kurang baik pelayanan yang diberikan. Pernyataan pada

atribut dimensi kualitas pelayanan di Agrowisata Sondokoro yang mempunyai *gap* paling besar adalah atribut *tangible 7* yaitu toilet dan mushola dalam keadaan bersih, tidak bau dan jumlah memadai. Kenyataanyang terdapat dilapang, konsumen Agrowisata Sondokoro mengeluhkan keadaan mushola yang tidak kondusif dikarenakan berlokasi di tengah area Agrowisata Sondokoro serta tempat yang dijadikan mushola hanya merupakan sebuah ruangan yang dialih fungsikan sebagai mushola. Kebersihan diluar area mushola juga dinilai konsumen Agrowisata Sondokoro masih kurang bersih. Selain mushola, yang menjadi keluhan konsumen Agrowisata Sondokoro merupakan kebersihan toilet yang dikeluhkan oleh

konsumen karena ketersediaan air yang kurang dan masih berbau. Menyusul selanjutnya adalah atribut *assurance* 2 yang berisi pemberian rasa aman dan nyaman dari pegawai Agrowisata Sondokoro terhadap konsumen yang dinilai tidak sesuai harapan oleh konsumen karena pada kenyataannya kurangnya pegawai yang berkeliling mengontrol kegiatan seluruh area Agrowisata Sondokoro serta terjadinya beberapa kecelakaan kecil berkaitan dengan kebersihan seperti adanya lantai licin pada area kolam renang. Menurut Zeithaml dan Bitner

ANALISIS PERFORMANCE – IMPORTANCE

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen yang diproyeksikan menggunakan

(2003) Pelayanan konsumen yang baik akan menggiring pada kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang di dapatkan. Pelayanan sendiri harus dapat menggambarkan harapan konsumen menjadi sebuah jasa yang disampaikan oleh perusahaan melalui pegawai dengan baik. Apabila terjadi kesenjangan dalam harapan dan penerimaan jasa oleh konsumen akan mengakibatkan *gap* pada pelayanan. Kesenjangan inilah yang harus diminimalkan oleh perusahaan jika ingin mencapai *service excellent*.

diagram kartesius. Dibawah ini adalah analisis *performance-importance* pada Agrowisata Sondokoro:

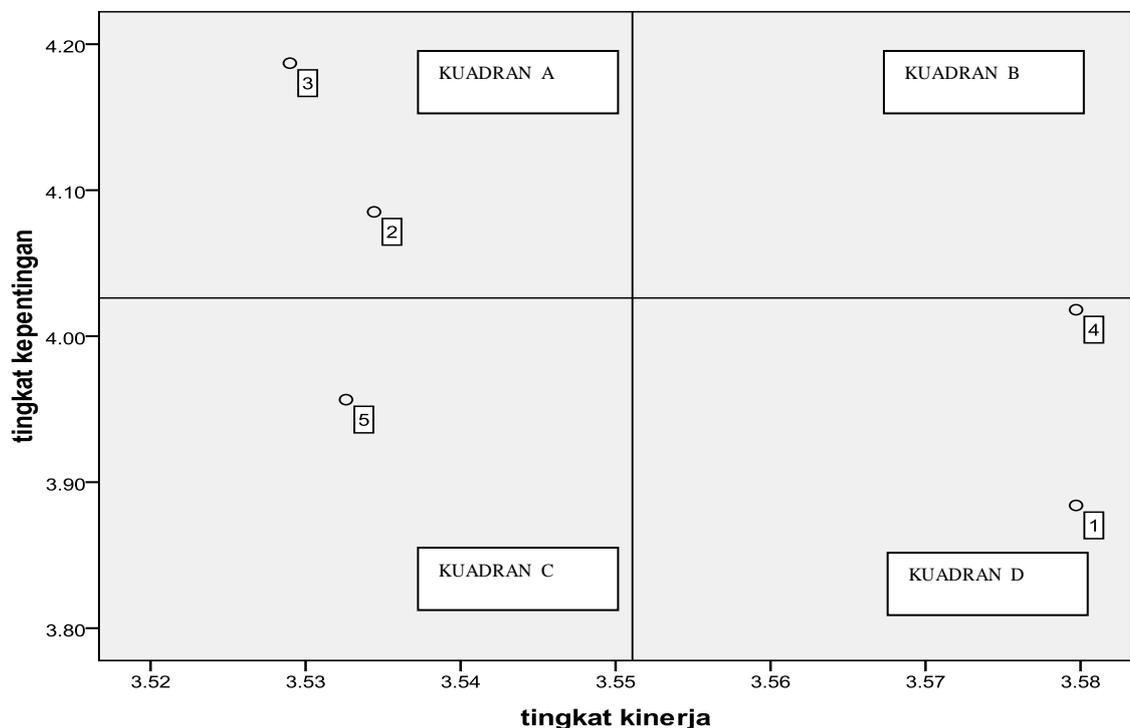
Tabel 4. Tabel Tingkat Kesesuaian Kinerja dan Kepentingan

No	Dimensi pelayanan	kualitas	Rata Rata Skor		Tingkat kesesuaian (%) ((b/a)x100%)
			Tingkat kepentingan(a)	Tingkat kinerja (b)	
1	<i>Realibility 1</i>		3,797101	3,500000	92,17557
2	<i>Realibility 2</i>		3,956522	3,652174	92,30769
3	<i>Realibility 3</i>		3,898551	3,586957	92,00743
	ΣRealibility		3,884058	3,579710	92,16417
4	<i>Assurance 1</i>		3,992754	3,521739	88,20327
5	<i>Assurance 2</i>		4,326087	3,376812	78,05695
6	<i>Assurance 3</i>		3,985507	3,471014	87,09091
7	<i>Assurance 4</i>		4,036232	3,507246	86,89408
	ΣAssurance		4,085145	3,469203	84,92239
8	<i>Tangible 1</i>		4,115942	3,630435	88,20423
9	<i>Tangible 2</i>		4,188406	3,507246	83,73702
10	<i>Tangible 3</i>		4,057971	3,586957	88,39286
11	<i>Tangible 4</i>		4,108696	3,579710	87,12522
12	<i>Tangible 5</i>		4,159420	3,724638	89,54704
13	<i>Tangible 6</i>		4,202899	3,572464	85,00000
14	<i>Tangible 7</i>		4,233577	3,115942	73,60070
15	<i>Tangible 8</i>		4,500000	3,702899	82,28663
16	<i>Tangible 9</i>		4,115942	3,340580	81,16197
	ΣTangible		4,186984	3,528986	84,28467
17	<i>Responsiveness 1</i>		4,065217	3,586957	88,23529
18	<i>Responsiveness 2</i>		3,971014	3,572464	89,96350
	ΣResponsiveness		4,018116	3,579710	89,08926
19	<i>Emphaty 1</i>		3,927536	3,369565	85,79336
20	<i>Emphaty 2</i>		3,985507	3,695652	92,72727
	ΣEmphaty		3,932609	3,532609	89,82863
	Rata rata		4,026165	3,530072	86,62555

Sumber: Analisis Data Primer,2017

Pada Tabel 4 di atas dapat dilihat bahwa tidak ada atribut dari dimensi kualitas yang diteliti mencapai 100% dalam tingkat kesesuaiannya antara tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan tiap atribut dimensi kualitas pada Agrowisata Sondokoro. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja dari Agrowisata Sondokoro pada semua atribut tersebut belum sepenuhnya memenuhi tingkat kepentingan akan setiap atribut pelayanan, sehingga pihak manajemen Agrowisata Sondokoro harus senantiasa melakukan peningkatan secara berkesinambungan. Atribut mutu pelayanan yang telah diuraikan diatas dapat diubah dalam diagram Kartesius yang terdiri dari empat

bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (X,Y). Sumbu X (sumbu mendatar) diisi skor rata-rata dari tingkat kinerja/pelaksanaan keseluruhan atribut dan Sumbu Y (sumbu tegak) diisi skor rata-rata tingkat kepentingan keseluruhan atribut. Namun sebelumnya perlu dihitung terlebih dahulu nilai rata-rata dari skor tingkat kepentingan dan rata-rata skor tingkat kinerja yang kemudian akan digambarkan secara jelas dalam diagram Kartesius. Berdasarkan nilai rata-rata tingkat kepentingan dari Tabel 20, terlihat bahwa nilai rata-rata tingkat kepentingan (4,026) dan tingkat kinerja (3,530).



Gambar 1. Diagram Kartesius kepuasan konsumen Agrowisata Sondokoro

Dimana 1 adalah kehandalan (*Realibility*), 2 adalah jaminan (*Assurance*), 3 adalah bukti fisik (*Tangible*), 4 adalah daya

tanggap (*Responsiveness*), 5 adalah empati (*Emphaty*).

Setiap kuadran dijelaskan dengan interpretasi sebagai berikut:

Kuadran A (prioritas utama)

Atribut-atribut yang berada di kuadran A menunjukkan atribut-atribut mutu pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan tinggi atau di atas nilai rata-rata, tetapi memiliki tingkat kinerja dinilai rendah. Atribut-atribut ini perlu mendapatkan perhatian yang khusus atau diprioritaskan oleh Agrowisata Sondokoro karena keberadaan faktor-faktor ini dinilai sangat penting bagi pelanggan, tetapi pihak hotel belum dapat melaksanakannya sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan, sehingga tingkat kinerjanya masih belum memuaskan. Pada kuadran ini dimensi pelayanan yang termasuk adalah dimensi jaminan (*assurance*) yang berisi pada kuadran ini dimensi pelayanan yang termasuk adalah dimensi jaminan (*assurance*) yang berisi pelayanan dari pegawai Agrowisata Sondokoro dalam memberikan pelayanan konsumen sehingga menimbulkan rasa aman, nyaman, percaya terhadap pegawai dan juga Agrowisata Sondokoro. Lalu selanjutnya dimensi bukti fisik (*tangible*) yang berisi kondisi dan kelengkapan fisik segala wahana, arena, maupun fasilitas yang ada pada Agrowisata Sondokoro. Keluhan dari konsumen terutama pada kamar mandi/toilet menandakan kurangnya pelayanan dari segi kebersihan yang dirasakan konsumen. Seperti yang diungkapkan sebelumnya, bahwa salah satu penyebab terjadinya kecelakaan pada penjelasan dimensi *Assurance* adalah karena lantai yang licin, hal ini dapat terjadi apabila lantai jarang dibersihkan. Sejalan dengan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa dimensi *Tangible* juga mempunyai pengaruh terhadap tidak tercapainya

kepuasan konsumen terhadap dimensi *Assurance*. Hal ini didukung dengan hasil *gap service* yang menyatakan bahwa atribut ini merupakan atribut yang sangat lemah tingkat pelayanannya terhadap apa yang diinginkan konsumen. Peningkatan pelayanan yang dilakukan akan sangat berpengaruh pada kepuasan konsumen serta keuntungan Agrowisata Sondokoro, sehingga dimensi kualitas pelayanan yang harus ditingkatkan menjadi prioritas manajemen dalam hal ini adalah jaminan (*assurance*) dan bukti fisik (*tangible*).

Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Kuadran ini menunjukkan atribut-atribut pelayanan Agrowisata Sondokoro yang perlu dipertahankan atau ditingkatkan, karena tingkat kinerja yang telah dilaksanakan umumnya telah sesuai dengan tingkat kepentingan atau harapan pelanggan. Pada kuadran ini tidak ada dimensi kualitas pelayanan yang memenuhi persyaratan.

Kuadran C (Prioritas Rendah)

Kuadran ini menunjukkan atribut-atribut mutu pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan dan kinerja rendah. Atribut-atribut mutu pelayanan yang termasuk dalam kuadran ini dirasakan tidak terlalu penting oleh pelanggan dan pihak perusahaan hanya melaksanakannya secara biasa, sehingga pihak perusahaan belum terlalu perlu mengalokasikan biaya dan investasi untuk memperbaiki kinerjanya (prioritas rendah). Dimensi yang terdapat pada ini adalah dimensi empati (*Empathy*). Dimensi ini berisi tentang kesadaran pegawai dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Empati (*Empathy*) pada Agrowisata Sondokoro sendiri memiliki nilai kepentingan dan kinerja yang rendah sehingga

mengindikasikan bahwa dimensi ini tidak terlalu penting menurut konsumen. Selain hal tersebut Agrowisata Sondokoro juga kurang memperhatikan dimensi empati (*Emphaty*) sehingga kinerja pelayanan yang diberikan kurang memuaskan menurut konsumen.

Kuadran D (Berlebihan)

Kuadran ini menunjukkan atributatribut mutu pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan rendah, tetapi pelaksanaannya tinggi. Atribut atribut mutu pelayanan yang termasuk dalam kuadran ini, dalam pelaksanaannya dirasakan terlalu

berlebihan oleh pelanggan. Dimensi yang termasuk dalam kuadran ini adalah dimensi kehandalan (*reliability*) yang berisi tentang kemampuan pelayanan pegawai maupun jasa yang sesuai prosedur serta dilakukan secara handal dan maksimal. Lalu dimensi daya tanggap (*responsiveness*) yang berisi kesiapan pegawai akan segala situasi yang ada di Agrowisata Sondokoro.

Hasil Uji F

Hasil perhitungan regresi secara bersama-sama diperoleh pada Tabel 5 mendapatkan hasil bahwa

Tabel 5. Hasil Regresi berganda

No	Variable	Sig. T	B	VIF	
1	Koefisien	0,000	-4,867	-	-
2	Realibility	0,010	0,185	1,353	-
3	Assurance	0,002	0,208	1,321	-
4	Tangible	0,000	0,680	1,550	-
5	Responsiveness	0,071	0,119	1,507	-
6	Emphaty	0,537	0,032	1,436	-
Sig. F					0,000
Durbin Watson					1,652
R					0,780
Adj. R ²					0,593

Sumber: Analisis Data Primer, 2017

pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik menunjukkan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan kepedulian mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil Uji t

Variabel Kehandalan (*Reliability*)

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel Kehandalan (*Reliability*) menunjukkan nilai signifikansi sebesar

$0,010 < 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa Kehandalan (*Reliability*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan.

Variabel Jaminan (*Assurance*)

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel Jaminan (*Assurance*) menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa Jaminan (*Assurance*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Variabel Bukti Fisik (*Tangible*)

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel Bukti Fisik (*Tangible*) menunjukkan nilai signifikansi sebesar

0,000 < 0,05. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa Bukti Fisik (*Tangible*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Variabel Daya Tanggap (*responsiveness*)

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel Daya Tanggap (*responsiveness*) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,071 < 0,05. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa Daya Tanggap (*responsiveness*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Variabel kepedulian (*empathy*)

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel kepedulian (*empathy*) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,537 < 0,05. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa kepedulian (*empathy*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil Uji Multikolenieritas

Pengujian multikolenieritas dilakukan dengan menggunakan nilai VIF. Suatu variabel menunjukkan gejala multikolenieritas bisa dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yang tinggi pada variabel-variabel bebas suatu model suatu model regresi. Nilai VIF dari variabel bebas pada model regresi seperti pada tabel 5 mempunyai hasil pengujian yang menunjukkan bahwa nilai VIF dari semua variabel bebas memiliki nilai yang lebih kecil dari 10. Hal ini berarti bahwa variabel variabel penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolenieritas dalam model regresi.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan grafik

heteroskedastisitas antara nilai prediksi variabel dependen dengan variabel independen. Dari scatterplots dibawah ini terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 dan sumbu Y, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam melakukan pengujian.

Hasil Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi dilakukan dengan menggunakan nilai Durbin-Watson. Suatu model tidak menunjukkan gejala autokorelasi bisa dilihat dari nilai Durbin-Watson antara -2 sampai dengan 2. Dari Tabel 5 diatas menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson dari semua variabel bebas memiliki nilai diantara -2 sampai dengan 2. Hal ini berarti bahwa variabel variabel penelitian tidak menunjukkan adanya gejala autokorelasi dalam model regresi.

Hasil Regresi Berganda

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = -4,867 + 0,185 X_1 + 0,208 X_2 + 0,680 X_3 + 0,119 X_4 + 0,032 X_5 \dots\dots\dots(1)$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Koefisien regresi variabel *reliability* mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.
- b. Koefisien regresi variabel *assurance* mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.
- c. Koefisien regresi variabel *tangible* mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.
- d. Koefisien regresi variabel *responsiveness* mempunyai arah positif

dalam pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.

- e. Koefisien regresi variabel *emphaty* mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen .

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang signifikan. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Agrowisata Sondokoro secara umum menunjukkan kekurangan pada tiap atribut dimensi kualitas pelayanan. Hal ini dapat ditunjukkan dari semua gap service yang bernilai negative serta tingkat kesesuaian kinerja perusahaan terhadap tingkat kepentingan menurut konsumen masih berada dikisaran 80%. Dari hasil tersebut, selanjutnya diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan dalam kelima dimensinya memiliki pengaruh yang positif dan dan tiga dimensi secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan bahwa dengan pemberian pelayanan yang berkualitas, maka hal tersebut akan menciptakan kepuasan dalam diri konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bukti fisik (*tangible*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa bukti fisik dari penyedia jasa yang ditunjukkan dengan fasilitas dan sumber daya manusia sebagai pemberi pelayanan akan menentukan kepuasan konsumen. Hasil ini sesuai dengan penelitian Ida (2007) yang menyatakan bahwa bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kehandalan (*reliability*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa kehandalan dari

penyedia jasa pelayanan yang ditunjukkan dengan kehandalan dalam bentuk kecepatan pelayanan, kemampuan pegawai, dan kehandalan pegawai dalam melayani konsumen akan dipertimbangkan dalam membentuk kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sudah sesuai dengan yang dilakukan oleh Samosir (2005) yang menyatakan bahwa sikap dan perilaku karyawan lebih cenderung memberikan pengaruh pada tampilan dan pelayanan jasa yang diberikan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel jaminan (*Assurance*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa kemampuan pegawai dalam menjawab setiap pertanyaan konsumen, bersikap sopan, mampu memberikan pelayanan dan rasa aman bagi konsumen berpengaruh nyata pada kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sudah sesuai dengan yang dilakukan oleh Bandu (2013) yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat jaminan maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan, hal ini terjadi karena pelanggan merasa bahwa pelayanan yang mereka dapatkan sesuai dengan harapannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel daya tanggap (*Responsiveness*) memiliki pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan. Hal ini ditunjukkan dengan tidak adanya daya tanggap dan pelayanan yang maksimal pada konsumen selama berada di Agrowisata Soondokro terbukti dari hasil kuisisioner yang ada. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepedulian (*Emphaty*) memiliki pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat terjadi karena empati merupakan kesadaran diri pegawai untuk memberikan pelayanan

yang terbaik kepada konsumen dan tidak didapatkan secara instan karena diperlukan kelayakan.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan sebelumnya dapat disimpulkan hasil penelitian ini terdapat *gap* antara kinerja pelayanan (*performance*) dengan harapan konsumen (*expectation*) yang menunjukkan kepuasan konsumen jasa Agrowisata Sondokoro. Hal tersebut terlihat dari hasil analisis *gap service* yang secara umum bernilai besar dengan hasil rata-rata kinerja lebih besar dari rata-rata harapan. Nilai tersebut menggambarkan kinerja Agrowisata Sondokoro belum sesuai dengan harapan konsumen. Posisi dimensi dalam kuadran pelayanan melalui analisis pada diagram kartesius menunjukkan letak titik koordinat setiap dimensi pelayanan berada pada kuadran A,C dan D dengan keterangan kuadran A terdiri dari dimensi Jaminan(*assurance*) dan bukti fisik (*Tangible*), lalu kuadran C terdiri dari Empati (*Emphaty*) dan kuadran D terdiri dimensi Keandalan (*Reliability*) dan daya tanggap (*Responsiveness*). Hal ini berarti realisasi kinerja pelayanan (*performance*) Agrowisata Sondokoro mengarah pada dimensi yang belum semua sesuai dengan tingkat kepentingan konsumen (*importance*). Secara keseluruhan dimensi kualitas pelayanan secara bersama sama berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen di Agrowisata Sondokoro, akan tetapi secara parsial (individu) dimensi yang signifikan berpengaruh

nyata adalah dimensi keandalan (*reliability*), jaminan(*assurance*) dan bukti fisik (*tangible*). Untuk dimensi daya tanggap (*rsponsiveness*) dan empati (*Emphaty*) secara parsial (individu) tidak berpengaruh nyata.

Berdasarkan hasil penelitian ini maka saran yang dapat diberikan adalah survey konsumen untuk mengetahui keunggulan dan kelemahan Agrowisata Sondokoro, memberi pengertian dan motivasi terhadap manajemen mutu pelayanan, training terhadap pegawai dan kontrol pelayanan secara berkala agar terjaga pelayanan yang dapat memuaskan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Bandu. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Makassar Barat . Universitas Hasanudin. Makasar.
- Dinas Pariwisata dan Budaya . 2015. *Data Statistik Pariwisata Kabupaten Karanganyar 2015*. Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Karanganyar. Karanganyar.
- Ghozali I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Rangkuti F. 2002. *Measuring Customer Satisfaction (Cetakan Ketiga)*. Pt.Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Samosir Z. 2005. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna perpustakaan USU. *Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi*. Vol.01(01):28-35
- Zeithaml dan Bitner M..2003. *Services Marketing*. McGraw-Hill.New York.