

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN: STUDI KASUS DI WISATA KULINER PANTAI WARNA OESAPA

Margaretha Sartien¹, Yefta Sanam², Septia S. Dioh³

¹Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Kupang

²Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Kupang

³Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Kupang

Email : ¹titinkabanga@gmail.com, ²yefatasanam@gmail.com, ³septiasakalinidioh@gmail.com

Abstrak

Pengelola wisata kuliner dituntut untuk memberikan layanan yang memuaskan kepada para wisatawan(konsumen) yang berkunjung. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah: untuk mengetahui signifikansi pengaruh baik secara parsial maupun simultan kualitas pelayanan pelayanan yaitu Bukti fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) terhadap kepuasan konsumen di Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa. Penelitian ini dilakukan dengan metode survey dimana populasinya adalah semua konsumen yang berkunjung di lokasi wisata kuliner Pantai Warna Oesapa. Jumlah sampel yang digunakan adalah 96 orang diambil dengan metode pengambilan sampel *non probability sampling*, dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuisioner dan diolah dengan analisa regresi berganda. Secara parsial dan simultan, unsur-unsur kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa Kota Kupang. Hanya saja terdapat unsur kualitas pelayanan yaitu *Reliability* yang tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini kemungkinan karena unsur dalam variabel bebas tersebut tidak terlalu diperhatikan oleh konsumen pada Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa. Sedangkan empat unsur kualitas pelayanan lainnya yaitu *Tangibles*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* merupakan variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa Kota Kupang

Kata kunci : Kualitas pelayanan, Kepuasan konsumen.

Abstract

Culinary tourism managers are required to provide satisfying services to tourists (consumers) who visit. Therefore, the purpose of this study is: to determine the significance of the influence both partially and simultaneously the quality of service namely physical evidence (Tangible), Reliability (Responsiveness), Responsiveness, Assurance, Empathy towards consumer satisfaction at the Culinary Tour Pantai Warna Oesapa. This research was conducted with a survey method in which the population is all consumers who visit the culinary tourism site Pantai Warna Oesapa. The number of samples used was 96 people taken with non-probability sampling method, using purposive sampling technique. Data were collected using questionnaires and processed with multiple regression analysis. Partially and simultaneously, service quality elements have a significant effect on customer satisfaction in the Kupang Oesapa Beach Culinary Tourism. It's just that there is an element of service quality that is Reliability which has no significant effect on customer satisfaction. This is likely because the element in the independent variable is not too much attention by consumers on the Color Oesapa Beach Culinary Tourism. Whereas the four other service quality elements, namely Tangibles, Responsiveness, Assurance and Empathy, are variables that have a significant effect on customer satisfaction in the Culinary Tourism of Pantai Warna Oesapa, Kupang City

Keywords: Service quality, Consumer satisfaction.

I. PENDAHULUAN

Industri pariwisata di Kota Kupang pada umumnya berkembang pesat, hal ini ditandai dengan banyaknya objek wisata buatan dan wisata alam yang ditawarkan kepada masyarakat. Salah satu objek wisata yang terkenal yaitu pantai Warna Oesapa, pantai ini terletak di kelurahan Oesapa, Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang. Pantai Oesapa saat ini menjadi salah satu ruang terbuka di Kota Kupang, sehingga setiap hari terutama menjelang sore, akan ramai dikunjungi wisatawan, dan pada tahun 2016 pantai ini diresmikan menjadi tempat wisata kuliner.

Wisata kuliner banyak diminati oleh wisatawan. Trend wisatawan sekarang yang datang ke suatu daerah wisata untuk mencari atau berburu makanan khas daerah tersebut menjadi peluang besar bagi daerah. Mereka tidak segan-segan membayar mahal untuk menikmati suatu hidangan. Mereka makan tidak hanya untuk mengenyangkan perut saja, tetapi mereka juga mencari suasana dan pelayanan yang prima sebagai bagian dari sajian makanan yang dipesan. Oleh karena itu pengelola wisata kuliner dituntut untuk memberikan layanan yang memuaskan kepada para wisatawan (konsumen) yang berkunjung.

Menurut Supranto (2006 p.25) Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang harus dikerjakan oleh penyedia jasa dengan baik. Kualitas pelayanan seperti yang dirasakan oleh konsumen, berasal dari suatu perbandingan antara apa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan pelayanan yaitu harapan dengan persepsi mereka tentang kinerja pemberi jasa. Menurut Tjiptono (2002 : 70) ada lima dimensi kualitas pelayanan yaitu : Bukti fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*). Lima dimensi tersebut akan menimbulkan persepsi mengenai kualitas jasa pada suatu perusahaan.

Kepuasan wisatawan mengindikasikan adanya ikatan emosi serta pengalaman yang bersifat positif antara wisatawan dengan objek wisata (wisata kuliner). Wisatawan yang puas memiliki kemungkinan untuk kembali datang berkunjung di tempat yang sama atau setidaknya merekomendasikan tempat wisata tersebut kepada orang-orang yang dikenalnya (Siri, dkk, 2012). Menurut Kotler dan Keller (2012 p.88) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, konsumen akan tidak puas. Apabila kinerja sesuai dengan ekspektasi, konsumen akan puas (Mulyawati et al, 2020). Apabila kinerja melebihi ekspektasi, maka konsumen akan merasa sangat puas.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan, yaitu kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalani ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan saksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan (Yuliarmi dan Riyasa, 2010)."

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah penelitian adalah Apakah kualitas pelayanan yaitu Bukti fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen di Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa Kota Kupang?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui signifikansi pengaruh baik secara parsial maupun simultan kualitas pelayanan yaitu Bukti fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) terhadap kepuasan konsumen di Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa Kota Kupang.

Manfaat Penelitian

1. Memberikan informasi mengenai kualitas pelayanan di Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa
2. Memberikan solusi dalam membuat strategi yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa.

I. METODE PENELITIAN

Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian ini bertempat di Wisata Kuliner Pantai Oesapa Kupang Kota Kupang, Provinsi NTT. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung di Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Wisata kuliner Pantai Warna Oesapa Kota Kupang. Karena jumlah populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti, sehingga digunakan rumus di bawah ini (Purba dalam Ernawati, 2008):

$$N = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

N = jumlah sampel

Z = tingkat keyakinan dalam penentuan sampel 95 persen (1,96)

moe = *margin of error* atau kesalahan maksimum yang bisa

ditoleransi, di sini ditetapkan 10 persen

Berdasarkan rumus di atas, diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$N = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$N = 96,04$$

$$N = 96 \text{ orang}$$

Jadi berdasarkan rumus di atas dapat diambil sampel sebanyak 96 orang. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*, dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2008), teknik sampel *purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini, pertimbangan respondennya yaitu responden berusia minimal 16 tahun (dianggap sudah dewasa) dapat menjawab pertanyaan dalam kuesioner dengan baik, mendapatkan pengalaman yang cukup mengenai wisata kuliner pantai warna oesapa.

Teknik Analisa Data

Skala Likert

Dalam penelitian ini kuesioner dibuat menggunakan skala likert 5 (lima) poin, dimana skor terbesar adalah 5, dengan respon "Sangat Setuju" dan skor terkecil adalah 1, dengan respon "Sangat Tidak Setuju".

Hasil penelitian terhadap variabel yang diteliti akan diberikan kesimpulan dengan menentukan skor interval kelas terlebih dahulu pada variabel penelitian. Interval kelas adalah batas bawah dan batas atas dari suatu kelas (kategori). Menurut Suharyadi (2003:27), interval kelas ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Interval Kelas} = \frac{\text{Nilai Terbesar} - \text{Nilai Terkecil}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Interval Kelas} = \frac{5-1}{5} = \frac{4}{5} = 0,80$$

Kategori Penentuan Jawaban Responden

No	Nilai	Kategori	
		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
1	1,00 - 1,80	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Puas
2	1,81 - 2,60	Tidak Baik	Tidak Puas
3	2,61 - 3,40	Kurang Baik	Kurang Puas
4	3,41 - 4,20	Baik	Puas
5	4,21 - 5,00	Sangat Baik	Sangat Puas

Sumber: Hasil perhitungan penulis.

Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang baik adalah yang memenuhi seluruh uji asumsi klasik, yaitu data terdistribusi normal, tidak terjadi multikolinieritas, bebas dari autokolerasi, dan homokedastisitas.

Analisis Regresi Berganda

Adapun bentuk umum persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

dimana:

Y = Kepuasan konsumen

a = Konstanta

X1 = Bukti fisik (*Tangible*)

X2 = Keandalan (*Reliability*)

X3 = Daya Tanggap (*Responsiveness*)

X4 = Jaminan (*Assurance*)

X5 = Empati (*Empathy*)

b1, b2, b3, b4, b5 = Besaran koefisien regresi masing-masing variabel

e = Variabel lain yang tidak diteliti

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu (1) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2005). Uji ini dilakukan dengan membandingkan antara nilai F hitung dengan nilai F tabel dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 5 persen. Jika nilai F hitung lebih besar dari F tabel maka secara serentak seluruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Selain itu, dapat juga dengan melihat nilai probabilitas. Jika nilai probabilitas lebih kecil daripada 0,05 (untuk tingkat signifikansi 5 persen), maka variabel independen secara serentak berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai probabilitas lebih besar daripada 0,05 maka variabel independen secara serentak tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2005). Hipotesis yang digunakan adalah:

1. H_0 : $b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = 0$, artinya suatu variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. H_a : $b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 \neq 0$, artinya suatu variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-Laki	52	54
2	Perempuan	44	46
Total		96	100

Sumber: Lampiran Hasil olah data.

Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	< 21	37	39
2	21 - 30	33	34
3	31 - 40	23	24
4	> 40	3	3

Total	96	100
-------	----	-----

Sumber: Lampiran Hasil olah data.

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang berusia di bawah 21 tahun dengan frekuensi sebanyak 39 persen, kemudian responden yang berusia antara 21 - 30 tahun dengan frekuensi sebanyak 34 persen, responden dengan usia antara 31 - 40 tahun dengan frekuensi sebanyak 24 persen, dan sisanya sebanyak 3 persen adalah responden dengan usia di atas 40 tahun. Dapat dinyatakan bahwa mayoritas responden merupakan kalangan milenial yang berusia 31 tahun ke bawah yang mencapai 73 persen. Kalangan milenial ini biasanya memiliki keinginan untuk meluangkan waktunya untuk berkumpul dengan komunitasnya sambil menikmati hidangan kuliner yang tersedia yang ditawarkan oleh berbagai rumah makan. Hal ini didukung oleh tingkat aktifitas dan mobilitas kelompok umur tersebut yang termasuk dalam kelompok umur produktif, dimana responden memiliki tingkat mobilitas lebih besar dibandingkan dengan kelompok umur responden lainnya.

Berikutnya adalah pekerjaan, dimana seringkali pekerjaan mempengaruhi perilaku seseorang dalam keputusan konsumsinya. Selain itu pekerjaan pada umumnya juga mencerminkan satu bentuk perilaku pembelian tertentu terhadap suatu produk barang/jasa. Tabulasi responden mengenai pekerjaan disajikan pada tabel berikut:

Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Pelajar	19	20

2	Mahasiswa	28	29
3	Wiraswasta	9	9
4	PNS	29	30
5	Lainnya	11	12
Total		96	100

Sumber: Lampiran Hasil olah data.

Tabel di atas menunjukkan bahwa pekerjaan sebagian responden adalah sebagai PNS yaitu sebanyak 30 persen, diikuti oleh responden yang berprofesi sebagai mahasiswa sebanyak 29 persen, berikutnya adalah pelajar sebanyak 20 persen, selanjutnya yang berprofesi lain-lain terdapat sebanyak 12 persen, dan sisanya sebanyak 9 persen dengan profesi wiraswasta. Jika diakumulasikan maka responden didominasi oleh kalangan milenial yang juga masih dalam usia pelajar dan mahasiswa yaitu sebanyak 49 persen. Hal ini disebabkan oleh responden dengan status pelajar dan mahasiswa cenderung lebih sering melakukan pertemuan dengan kelompoknya dalam rangka menyelesaikan tugas kelompok yang diberikan di sekolah atau kampus. Kalangan milenial seringkali memanfaatkan momen tersebut untuk berkumpul dan berdiskusi membahas tugas tersebut pada tempat-tempat tongkrongan seperti kafe yang menawarkan berbagai hidangan kuliner.

Uji Kualitas Instrumen Penelitian

Dalam pembahasan ini akan dilakukan analisis data guna menjelaskan hasil survei yang telah dilakukan terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa, sehingga akan diperoleh jawaban terhadap hipotesis yang telah diajukan sebelumnya. Terlebih dahulu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuisioner dilakukan untuk menjamin bahwa instrumen tersebut akurat

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI KASUS DI WISATA KULINER PANTAI WARNA OESAPA)

dan dapat dipercaya, serta dapat diandalkan sebagai alat dalam pengumpulan data. Dalam penelitian ini, untuk uji validitas digunakan korelasi *product moment*, sedangkan alat uji reliabilitas digunakan koefisien reliabilitas (*cronbach alpha*). Pengujian validitas dan reliabilitas kuisioner dilakukan dengan program SPSS.

Hasil uji validitas kuisioner penelitian sebagaimana terlihat pada Lampiran akan disajikan pada tabel berikut:

Rekapitulasi Hasil Uji Validitas

Item	r hitung	r kritis	Keterangan
X _{1.1}	0,445	0,300	Valid
X _{1.2}	0,815	0,300	Valid
X _{1.3}	0,762	0,300	Valid
X _{2.1}	0,885	0,300	Valid
X _{2.2}	0,924	0,300	Valid
X _{3.1}	0,901	0,300	Valid
X _{3.2}	0,885	0,300	Valid
X _{4.1}	0,821	0,300	Valid
X _{4.2}	0,846	0,300	Valid
X _{4.3}	0,793	0,300	Valid
X _{5.1}	0,899	0,300	Valid
X _{5.2}	0,890	0,300	Valid
Y _{1.1}	0,907	0,300	Valid
Y _{1.2}	0,464	0,300	Valid
Y _{1.3}	0,667	0,300	Valid
Y _{1.4}	0,720	0,300	Valid

Y _{1.5}	0,738	0,300	Valid
Y _{1.6}	0,778	0,300	Valid

Sumber: Lampiran Hasil olah data.

Dari hasil pengujian validitas untuk kuisioner penelitian sebagaimana terlihat pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa hasil pengujian validitas untuk kuisioner penelitian terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasankonsumen Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapasecara keseluruhan adalah valid. Hal ini ditunjukkan oleh nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r kritis atau r hitung > 0,300.

Hasil uji reliabilitas kuisioner untuk setiap variabel dalam penelitian ini sebagaimana terlihat pada Lampiran akan disajikan pada tabel berikut:

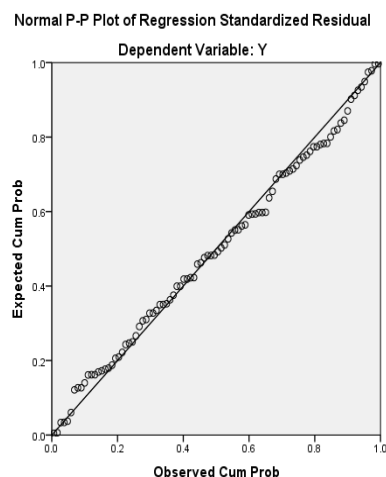
Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
X ₁	0,768	Reliabel
X ₂	0,895	Reliabel
X ₃	0,890	Reliabel
X ₄	0,830	Reliabel
X ₅	0,891	Reliabel
Y	0,781	Reliabel

Sumber: Lampiran Hasil olah data.

Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan nilai alfa seluruhnya untuk kuesioner penelitian terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasankonsumen Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapaadalah reliabel, karena memiliki *Alpha Cronbach* diatas 0,600 sehingga dapat digunakan untuk tahap selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik



Gambar Normal P-P Plot

Berdasarkan gambar terlihat bahwa *Normal P-P Plot* pada penelitian terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasankonsumen Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa telah terdistribusi secara normal. Dilihat dari titik-titiknya yang menyebar di sepanjang garis diagonal.

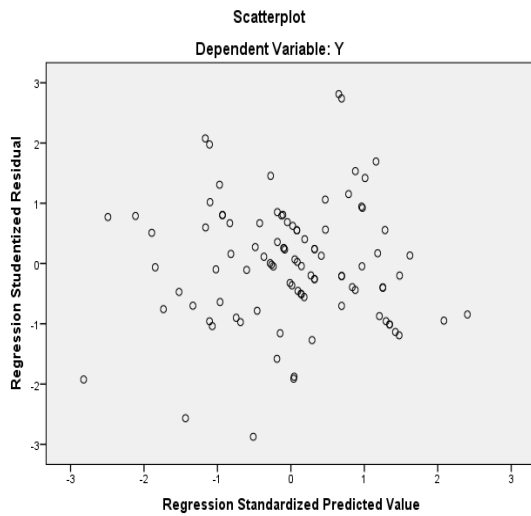
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
X ₁	0,756	1,323
X ₂	0,518	1,932
X ₃	0,677	1,476
X ₄	0,558	1,792
X ₅	0,637	1,570

Sumber: Lampiran Hasil olah data.

Indikasi terjadinya multikolinieritas adalah bila batas VIF adalah 10 dan *tolerance* 0,10. Jika nilai VIF lebih besar dari 10 dan *tolerance* kurang dari 0,100 maka terjadi multikolinieritas. Dari hasil analisis terlihat bahwa semua variabel independen kualitas pelayanan yang terdiri dari Bukti fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya

Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) terhadap kepuasan konsumen di Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa Kota Kupang terbebas dari masalah multikolinieritas atau tidak ada variabel independen yang terkena multikolinieritas.



Gambar Grafik Scatterplot

Heteroskedastisitas tidak terjadi jika data terpecah di sekitar angka nol (0 pada sumbu Y) dan tidak membentuk suatu pola/trend garis tertentu. Dari gambar uji heteroskedastisitas, terlihat sebaran data ada di sekitar titik nol dan tidak tampak adanya suatu pola tertentu pada sebaran data tersebut. Maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas pada data penelitian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa.

Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mencapai tujuan penelitian, maka digunakan analisis statistik regresi linier berganda. Analisis statistik ini digunakan untuk menjawab permasalahan yang diajukan, yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*) baik secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen pada Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa Kota Kupang.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	0,636	0,286		2,219	0,029
	X ₁	0,171	0,066	0,198	2,585	0,011
	X ₂	-0,042	0,072	-0,054	-0,583	0,562
	X ₃	0,117	0,055	0,171	2,117	0,037
	X ₄	0,347	0,080	0,384	4,311	0,000
	X ₅	0,265	0,069	0,320	3,837	0,000

Sumber: Lampiran Hasil olah data.

Sehingga diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,636 + 0,171X_1 - 0,042X_2 + 0,117X_3 + 0,347X_4 + 0,265X_5$$

Maka dari hasil perhitungan yang disajikan pada tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta pada persamaan tersebut sebesar 0,636. Ini artinya bahwa apabila variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* dianggap konstan, maka nilai dari kepuasan konsumen pada Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa adalah sebesar 0,636 yang berarti bahwa kepuasan konsumen dinyatakan sangat rendah atau sangat tidak puas, karena nilai

konstanta yang lebih kecil dari skala Likert yang berkisar antara 1 sampai dengan lima.

2. Pengaruh variabel *Tangibles* (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan program SPSS, maka diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,171. Artinya untuk setiap peningkatan variabel *Tangibles* sebanyak 1 satuan skala Likert, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen pada Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa sebesar 0,171 satuan skala Likert dengan asumsi variabel lain tetap. Dengan kata lain jika terjadi peningkatan sebesar 100 persen pada variabel *Tangibles* dapat meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 17,10 persen, begitu juga sebaliknya jika terjadi penurunan terhadap variabel *Tangibles* dapat menurunkan kepuasan konsumen Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa.
3. Pengaruh variabel *Reliability* (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh nilai koefisien regresi sebesar -0,042. Artinya bahwa untuk setiap peningkatan variabel *Reliability* sebesar 100 persen dapat menurunkan tingkat kepuasan konsumen sebesar 4,20 persen, begitu juga sebaliknya jika terjadi penurunan terhadap variabel *Reliability* dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Jika dikaitkan dengan teori pengaruh *Reliability* terhadap kepuasan yang seharusnya memiliki arah positif, maka dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa *Reliability* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa karena memiliki nilai koefisien yang negatif.
4. Pengaruh variabel *Responsiveness* (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y), diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,117. Artinya untuk setiap peningkatan variabel *Responsiveness* sebanyak 1 satuan skala Likert, dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa sebesar 0,117 satuan skala Likert dengan asumsi variabel lain tetap. Dengan kata lain jika terjadi peningkatan sebesar 100 persen pada variabel *Responsiveness* dapat meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 11,70 persen, begitu juga sebaliknya jika terjadi penurunan terhadap variabel *Responsiveness* dapat menurunkan kepuasan konsumen Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa.
5. Pengaruh variabel *Assurance* (X_4) terhadap kepuasan konsumen (Y), maka diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,347. Artinya untuk setiap peningkatan variabel *Assurance* sebanyak 1 satuan skala Likert maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa sebesar 0,347 skala Likert dengan asumsi variabel lain tetap. Dengan kata lain jika terjadi peningkatan sebesar 100 persen pada variabel *Assurance* dapat meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 34,70 persen, begitu juga sebaliknya jika terjadi penurunan terhadap variabel *Assurance* dapat menurunkan kepuasan konsumen Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa.
6. Pengaruh variabel *Empathy* (X_5) terhadap kepuasan konsumen (Y). Berdasarkan perhitungan dengan program SPSS, maka diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,265. Artinya untuk setiap peningkatan variabel *Empathy* sebanyak 1 satuan skala Likert, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen pada Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa sebesar 0,265 satuan skala Likert dengan asumsi variabel lain tetap. Dengan kata lain jika terjadi peningkatan sebesar 100 persen pada variabel *Empathy* dapat meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 26,50 persen, begitu juga sebaliknya jika terjadi penurunan terhadap variabel *Empathy* dapat menurunkan kepuasan konsumen Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa.

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Dari perhitungan dengan menggunakan program SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,776	0,602	0,580	0,34578

Sumber: Lampiran Hasil olah data.

Berdasarkan tabel hasil uji koefisien determinasi berganda (R^2) diperoleh nilai sebesar 0,602 atau sebesar 60,20 persen. Selanjutnya diperoleh nilai *adjusted R²* sebesar 0,580, hal ini berarti bahwa derajat pengaruh dari masing-masing variabel kualitas pelayanan (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*) mampu membentuk kepuasan konsumen pada Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa sebesar 58,00 persen. Sedangkan sisanya sebesar 42,00 persen disebabkan oleh variabel lain di luar jangkauan penelitian.

Selanjutnya untuk membuktikan apakah variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan, maka dilakukan pengujian dengan alat uji F dan t. Untuk menguji ada tidaknya peran variabel bebas (*independent*) secara simultan terhadap variabel terikat (*dependent*) dapat diketahui dengan menggunakan uji F. Berikut akan disajikan hasil perhitungan uji F dengan menggunakan SPSS:

Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1					
Regression	16,262	5	3,252	27,202	0,000
Residual	10,761	90	0,120		
Total	27,023	95			

Sumber: Lampiran Hasil olah data.

Dari tabel di atas dapat diketahui F hitung sebesar 27,202 dengan tingkat signifikan 0,000. Jika dibandingkan dengan F tabel ditentukan berdasarkan tabel dengan tingkat signifikan 5 persen dan $df_1 = (k-1) = 5$ serta $df_2 = (n-k) = 90$, sehingga diperoleh nilai F tabel sebesar 2,320. Karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($27,202 > 2,320$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa.

Selanjutnya digunakan uji t untuk melihat signifikansi pengaruh masing-masing variabel antara variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berikut hasil perhitungan t hitung serta tingkat signifikansi masing-masing variabel.

Hasil Uji t

Variabel	t Hitung	Signifikansi	Keterangan
<i>Tangibles</i> (X_1)	2,585	0,011	Signifikan
<i>Reliability</i> (X_2)	-0,583	0,562	Tidak Signifikan
<i>Responsiveness</i> (X_3)	2,117	0,037	Signifikan
<i>Assurance</i> (X_4)	4,311	0,000	Signifikan
<i>Empathy</i> (X_5)	3,837	0,000	Signifikan

Sumber: Lampiran Hasil olah data.

Pembahasan

Berdasarkan analisis data penelitian diperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangibles,*

Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy secara simultan dan parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Wisata Kuliner Pantai Warna. Hal ini didukung dengan Hasil analisis koefisien determinasi berganda diperoleh nilai *adjusted R²* sebesar 0,580 atau sebesar 58,00 persen. Artinya variabel kualitas pelayanan (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*) sebesar 58,00 persen berkontribusi atau memberikan sumbangan dalam membentuk kepuasan konsumen pada Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa Kota Kupang. Hasil dari uji kemaknaan regresi pengaruh secara simultan menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan variabel bebas kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa yang ditunjukkan oleh nilai *F* hitung lebih besar dari nilai *F* tabel yang menyatakan bahwa hipotesis penelitian diterima.

Secara parsial masing-masing variabel bebas kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangibles, Responsiveness, Assurance* dan *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa Kota Kupang. Berdasarkan analisis data diperoleh hasil bahwa terdapat jalur hubungan positif atau searah. Hal ini menunjukkan bahwa jika terjadi perubahan baik itu peningkatan ataupun penurunan pada variabel bebas *Tangibles, Responsiveness, Assurance* dan *Empathy*, maka akan menyebabkan perubahan pula secara searah/berbanding lurus terhadap variabel terikat dalam hal ini adalah kepuasan konsumen pada Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa. Oleh karena itu pengaruh dari variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangibles, Responsiveness, Assurance* dan *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa. Hal ini dibuktikan oleh hasil uji *t*, dimana diperoleh nilai *t* hitung yang lebih besar daripada nilai *t* tabel yang menyatakan menolak H_0 dan menerima H_a . Dengan demikian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima sebagian. Dari hasil uji *t* juga dapat diketahui bahwa variabel bebas kualitas pelayanan *Reliability* tidak

berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa. Hal ini dibuktikan oleh hasil uji *t*, dimana diperoleh nilai *t* hitung yang negative dan bernilai lebih kecil daripada nilai *t* tabel yang menyatakan menerima H_0 dan menolak H_a . Atas dasar inilah hipotesis penelitian yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan diterima sebagian. Sedangkan variabel bebas kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen adalah variabel nilai *t* hitung paling tinggi adalah variabel *Assurance* (X_4) yang ditunjukkan dengan nilai *standardize coefficients beta* 0,384. Dengan demikian variabel kualitas pelayanan yang paling besar pengaruhnya terhadap variabel kepuasan konsumen pada Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa adalah variabel *Assurance*. Artinya jika variabel *Assurance* dapat ditingkatkan lagi, maka akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa Kota Kupang menjadi lebih tinggi lagi.

Secara parsial dan simultan, unsur-unsur kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa Kota Kupang. Hanya saja terdapat unsur kualitas pelayanan yaitu *Reliability* yang tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini kemungkinan karena unsur dalam variabel bebas tersebut tidak terlalu diperhatikan oleh konsumen pada Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa. Sedangkan empat unsur kualitas pelayanan lainnya yaitu *Tangibles, Responsiveness, Assurance* dan *Empathy* merupakan variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa Kota Kupang.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangibles, Reliability, Responsiveness,*

Assurance, dan *Empathy* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa Kota Kupang. Hal ini dibuktikan oleh hasil uji F dimana nilai F hitung lebih besar dibandingkan dengan F tabel ($27,202 > 2,320$) dan nilai signifikansi ($0,000$) yang lebih kecil dari tingkat kesalahan sebesar 5 persen.

2. Secara parsial variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangibles*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa Kota Kupang. Hal ini dibuktikan oleh hasil uji t dimana nilai t hitung lebih besar dibandingkan dengan t tabel dan juga nilai signifikansi yang lebih kecil dari tingkat kesalahan sebesar 5 persen. Sedangkan variabel *Reliability* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dikarenakan nilai t hitung lebih kecil dibandingkan dengan t tabel dan juga nilai signifikansi yang lebih besar dari tingkat kesalahan sebesar 5 persen.

Saran

1. Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran dimana pengaruh yang signifikan dari penelitian ini adalah variabel *Tangibles*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Dengan demikian para pengelola Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa Kota Kupang harus memberikan perhatian yang lebih besar terhadap indikator-indikator yang dijadikan sebagai pengukur variabel-variabel tersebut.
2. Para pengelola Wisata Kuliner Pantai Warna Oesapa Kota Kupang harus memberikan perhatian lebih dan memfokuskan diri pada variabel *Assurance*, sebab variabel tersebut merupakan variabel yang dominan

dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.

3. Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan maupun kelemahan, keterbatasan penelitian meliputi lokasi yang hanya pada satu Kawasan saja (Pantai Warna Oesapa), sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisir untuk daerah yang lebih luas (Kota Kupang). Data yang diambil pada penelitian ini dilakukan secara *cross section*, dimana penelitian ini hanya pada satu waktu tertentu saja, sedangkan kondisilingkungan cepat berubah sehingga penelitian ini penting dilakukan pada masayang akan datang. Bagi peneliti berikutnya, agar dapat meningkatkan hasil penelitian inidengan jumlah sampel yang lebih besar, ruang lingkup penelitian yang lebih luas, serta menggunakan objek penelitian yang lain dengan menghubungkan variabel-variabel lainnya seperti: loyalitas pelanggan dan perbaikan layanan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR REFERENSI

- Bari, Ahmad & Satrio, Budi. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Berbelanja Di Cak - Cuk Surabaya*. Jurnal Ilmu & Riset manajemen Vol 3 No.12.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Sustainable Competitive Advantage: Sebuah Eksplorasi Model Konseptual*, Research Paper Series, BP Undip, Semarang.
- Ghozali, I., 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran* Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Prenhallindo.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Mulyawati, S., Handayani, B., & Sudiartha, H. 2020. The Relationship between Celebrity Endorsement, Brand Experience, Brand Love, and Brand Emotional Value of Nature Republic Cosmetics. *The International Journal of Social Sciences World (TIJOSSW)*, 2(01), 85-94.
- Panjaitan, Januar & Yuliati, Ai. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung*. DeReMa Jurnal Manajemen Vol 11 No.2.
- Parasuraman A, Zeithaml, Valerie A, Berry, Leonard L (1985), "A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research," *Journal of Marketing*, Vol 49
- Simamora, Bilson. 2004: *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Administrasi*. CV Alfabeta. Bandung.
- Sunarti, Dwi Aliyyah Apriyani. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Suvei pada konsumen *The Little A Coffe Shop* Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol.51 No.2.
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andy.
- _____. 2003. *Total Quality Management*. Yogyakarta : Andi.
- _____. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayumedia Publishing