

Jurnal Administrasi Bisnis
Departemen Administrasi Bisnis
Universitas Diponegoro
Jl. Prof. H. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269
Telepon (024) 764480648
Email : administrasi.bisnis@undip.ac.id

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PENGUNJUNG WISATA VANAPRASTHA GEDONG SONGO PARK
KABUPATEN SEMARANG**

Nada Amirotul Fatini¹, Reni Shinta Dewi²
Email : nadafatini27@gmail.com

ABSTRACT

Tourism is one of the potential business sectors because the community's need to travel continues to increase. One of the natural attractions that are currently developing is Vanaprastha Gedong Songo Park which is a natural forest of pine belonging to the Perhutani Public Corporation and opened since 2010. The purpose of this research is to examined the effect of product quality and service quality on visitor satisfaction. The research used quantitative with explanatory research type, and using a questionnaire as a data collection method. The sampling technique used non probability sampling. The sample is 100 Vanaprastha tourist with certain predetermined criteria. Data analysis using Partial Least Square, with the SmartPLS 3.0 application.

The results of the study are in line with the Theory of Consumer Behavior, especially in the scope of nature tourism. The analysis showed that product quality and service quality had a positive and significant effect on visitor satisfaction. The results showed that the quality of Vanaprastha tourism products is very attractive, because it has beautiful natural scenery. As for service quality, the service of Vanaprastha tourism officers is considered to be very communicative and responsive. The limitation is the data collection is done when visitors are on tour so that the respondent might answer the question not seriously and carefully, and the respondent might not be familiar with the questions asked. Suggestion given to the manager is to pay more attention to the condition of the road to Vanaprastha, the availability of the number of gazebos, and the availability of a guide. For further research is to develop this research with different variables such as promotion, price, and destination image with a broader scope of research objects such as the entire Gedong Songo Temple tour.

Keywords : Product Quality, Service Quality, Tourist Satisfaction

¹Nada Amirotul Fatini, Universitas Diponegoro, nadafatini27@gmail.com

²Reni Shinta Dewi

ABSTRAKSI

Pariwisata merupakan salah satu sektor bisnis yang potensial karena kebutuhan masyarakat untuk melakukan perjalanan wisata terus meningkat. Salah satu wisata alam yang saat ini sedang berkembang adalah Vanaprastha Gedong Songo Park yang merupakan wisata alam hutan pinus milik lahan Perum Perhutani dan dibuka sejak tahun 2010. Tujuan penelitian adalah untuk menguji pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan tipe *eksplanatory research*, dan menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Teknik sampling menggunakan *non probability sampling* dan pendekatan *accidental sampling*. Sampel adalah sebanyak 100 responden wisatawan Vanaprastha dengan kriteria tertentu yang telah ditentukan. Analisis data menggunakan Partial Least Square, dengan aplikasi SmartPLS 3.0.

Hasil penelitian sejalan dengan teori perilaku konsumen khususnya dalam lingkup wisata alam. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk wisata Vanaprastha sangat menarik, karena memiliki pemandangan alam yang indah. Adapun pada kualitas pelayanan, pelayanan petugas wisata Vanaprastha dianggap sangat komunikatif dan responsif. Keterbatasan penelitian ini adalah pengumpulan data dilakukan pada saat pengunjung sedang berwisata sehingga menyebabkan responden menjawab pertanyaan tidak secara sungguh-sungguh dan cermat, serta responden mungkin kurang familiar dengan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Saran diberikan kepada pihak pengelola wisata Vanaprastha adalah agar lebih memperhatikan kondisi jalan menuju Vanaprastha, ketersediaan jumlah gazebo, ketersediaan penunjuk jalan. Untuk peneliti selanjutnya disarankan mengembangkan penelitian ini dengan variabel yang berbeda seperti promosi, harga, dan *destination image* dengan ruang lingkup objek penelitian yang lebih luas seperti pada keseluruhan wisata Candi Gedong Songo.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pengunjung.

Pendahuluan

Indonesia memiliki kekayaan alam yang bisa menjadi kenggulan bersaing jika diolah secara optimal sehingga menjadi peluang bisnis yang sangat menguntungkan. Salah satu bisnis yang memiliki peluang berkembang besar ialah pariwisata. Provinsi Jawa Tengah merupakan satu daerah yang memiliki daya tarik wisata budaya dan alam yang beraneka ragam. Salah satunya Kabupaten Semarang yang memiliki destinasi wisata dengan berbagai daya tarik yang beragam, baik wisata alam, budaya, keagamaan dan lain lain yang dapat dikembangkan menjadi sajian wisata yang mampu menarik wisatawan dari dalam maupun luar negeri. Dengan kekayaan ini, jumlah wisatawan yang datang ke Kabupaten Semarang mengalami peningkatan secara terus-menerus. Potensi wisata tersebut dapat dijadikan salah satu peluang bisnis yang mendatangkan profit bagi pengelolanya. Oleh karena itu tiap pelaku bisnis wisata mampu bersaing dengan pelaku bisnis wisata lainnya untuk dapat menarik pengunjung dan meningkatkan pendapatan.

¹Nada Amirotul Fatini, Universitas Diponegoro, nadafatini27@gmail.com

²Reni Shinta Dewi

Dalam rangka peningkatan pendapatan, pelaku bisnis mengupayakan kepuasan pengunjung terhadap tempat wisata yang dikunjungi. Kepuasan pengunjung merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam mengembangkan sektor pariwisata. Berdasarkan kepuasan pengunjung tersebut diharapkan pengunjung melakukan kunjungan kembali dan bersedia merekomendasikan ke teman atau kerabat. Peningkatan kepuasan pengunjung dapat diupayakan oleh pelaku bisnis melalui kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung. Kualitas yang lebih tinggi menyebabkan kepuasan semakin besar sehingga perusahaan harus memprioritaskan kualitas produk dan pelayanannya.

Menurut Kotler dan Keller (2009), kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Dalam kepariwisataan menurut Suwantoro (2004) produk wisata merupakan gabungan dari berbagai komponen, antara lain ; atraksi suatu daerah tujuan wisata, fasilitas yang tersedia, aksesibilitas ke dan dari daerah tujuan wisata. Tingkat tinggi rendahnya kepuasan pengunjung dapat dipengaruhi oleh baik buruknya kualitas produk yang disediakan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nurrochman (2017), membuktikan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Selain kualitas produk, kualitas pelayanan juga menjadi peranan penting dalam keputusan pengunjung memilih destinasi wisata. Menurut Kotler dan Keller (2009) definisi kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan apapun. Secara sederhana kualitas pelayanan juga dapat dinyatakan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan dengan layanan yang diterimanya. Kualitas pelayanan yang baik diharapkan dapat menimbulkan *positive image* sehingga wisatawan merasa senang dan puas saat berkunjung. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ananditya (2017) dan Rahmawati (2017) membuktikan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Salah satu wisata alam di Kabupaten Semarang yang saat ini sedang berkembang adalah wisata Vanaprastha Gedong Songo Park. Tingkat wisatawan yang berkunjung merupakan salah satu indikator keberhasilan suatu objek wisata. Data kunjungan wisatawan yang diperoleh dari Perhutani KPH Kedu Utara selaku pengelola wisata Vanaprastha didapatkan data tahun 2012 hingga 2018, berdasarkan data tersebut kunjungan wisatawan di Vanarastha mengalami penurunan yang cukup signifikan di terakhir yaitu tahun 2018 sebesar 25% atau sebanyak 13.113 orang dengan data kunjungan pada tahun sebelumnya atau tahun 2017 yaitu sebanyak

¹Nada Amirotul Fatini, Universitas Diponegoro, nadafatini27@gmail.com

²Reni Shinta Dewi

52.457 orang. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa faktor yang menyebabkan menurunnya tingkat pengunjung. Dari fenomena tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh kualitas produk wisata dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung wisata Vanaprastha Gedong Songo Park. Adapun tujuan yang akan dikembangkan adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pengunjung wisata Vanaprastha Gedong Songo Park
2. Mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung wisata Vanaprastha Gedong Songo Park
3. Mengetahui pengaruh antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung wisata Vanaprastha Gedong Songo Park

Kajian Teori

Perilaku Konsumen

Teori utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori perilaku konsumen sebagai dasar lahirnya teori variabel-variabel penelitian. Perilaku konsumen menurut Kotler dan Keller (2009) adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, menggunakan dan bagaimana barang, jasa ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Dalam memenuhi harapan konsumen diharapkan dapat memperhatikan faktor yang berpengaruh pada kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan (Irawan, 2009). Pelanggan yang puas cenderung akan berperilaku positif dan akan membeli kembali.

Kualitas Produk Wisata

Kualitas produk merupakan senjata strategi mengalahkan pesaing yang potensial dalam memenuhi harapan konsumen. Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler & Armstrong, 2008). Muljadi (2012) menyatakan bahwa terdapat tiga aspek penting dari produk pariwisata agar calon wisatawan melakukan kunjungan, yaitu:

1. Atraksi wisata adalah segala sesuatu yang menarik wisatawan untuk datang ke suatu daerah tujuan wisata.
2. Amenitas adalah berbagai fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi para wisatawan selama mereka melakukan perjalanan wisata di suatu daerah tujuan wisata.

¹Nada Amiroatul Fatini, Universitas Diponegoro, nadafatini27@gmail.com

²Reni Shinta Dewi

3. Aksesibilitas adalah kemudahan untuk mencapai daerah tujuan wisata melalui media transportasi

Kualitas Pelayanan.

Menurut Tjiptono (2000) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen dipersepsikan sebagai kualitas yang unggul atau bisa dikatakan ideal. Parasuraman (2001) mengemukakan lima dimensi dari kualitas pelayanan yang berkaitan dengan kepuasan yaitu :

1. *Tangibles* (bukti fisik) adalah penampilan (baik sarana maupun prasarana fisik) dan keadaan lingkungan sekitar merupakan bagian dari pelayanan dari pemberi jasa.
2. *Reability* (keandalan) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai kinerja yang dijanjikan secara terpercaya, akurat, dan memuaskan.
3. *Responsivness* (daya tanggap) adalah sikap tanggap pegawai untuk memberikan pelayanan dan membantu konsumen dengan cepat dan tepat dalam penyampaian informasi yang jelas.
4. *Assurance* (jaminan) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki pegawai, bebas dari bahaya, dan resiko. Jaminan adalah upaya perlindungan oleh pegawai untuk konsumen.
5. *Emphaty*. yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Kepuasan Pengunjung

Kepuasan konsumen dapat didefinisikan secara sebagai suatu keadaan di mana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi (Gaspersz, 2005). Secara umum dapat dikatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapannya. Hawkins dan Lonney (2003) mengemukakan tiga dimensi dari kepuasan konsumen yaitu :

1. Kesesuaian harapan merupakan keyakinan pelanggan terhadap apa yang akan diterimanya.

¹Nada Amiroatul Fatini, Universitas Diponegoro, nadafatini27@gmail.com

²Reni Shinta Dewi

2. Minat berkunjung kembali perilaku loyal, dan mempunyai komitmen terhadap produk, dimana pada akhirnya akan menimbulkan minat membeli ulang produk tersebut dimasa yang akan datang.
3. Kesiediaan merekomendasikan adalah suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Sehingga pelanggan bersedia untuk merekomendasikan produk barang atau jasa kepada calon pelanggan lainnya.

Model Hipotesis

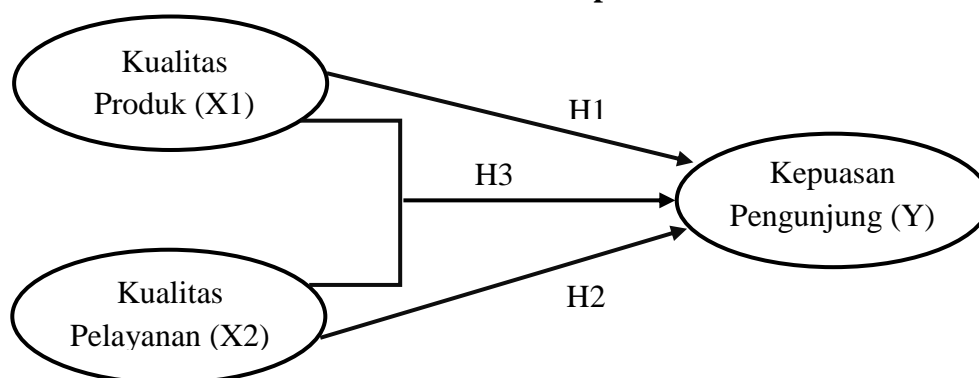
Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan (Irawan, 2009). Secara umum dapat dikatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapannya. Pelanggan yang senang dan puas cenderung akan berperilaku positif dan mereka akan membeli kembali. Penelitian sebelumnya oleh Ananditya (2017) dan Pirbadi (2014) menyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Untuk itu, hipotesis yang dibangun adalah :

H1 : Diduga terdapat pengaruh kualitas produk (X1) terhadap kepuasan pengunjung (Y).

H2 : Diduga terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pengunjung (Y).

H3 : Diduga terdapat pengaruh kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pengunjung (Y).

Gambar 1. Model Hipotesis



Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe *explanatory research*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung domestik yang pernah berkunjung di wisata Vanaprastha. Sampel sejumlah 100 pengunjung domestik yang pernah berkunjung di wisata Vanaprastha, dengan

¹Nada Amiroatul Fatini, Universitas Diponegoro, nadafatini27@gmail.com

²Reni Shinta Dewi

menggunakan *accidental sampling*. Penentuan sampel ini sesuai dengan teori Cooper dan Emory (1996), karena jumlah populasi yang tidak terdefiniskan secara pasti jumlahnya. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala likert dari 1-5. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji *r-square*, *f-square* menggunakan SmartPLS 3.0. Selain itu juga terdapat uji analisis regresi berganda dengan menggunakan SPSS. Pengumpulan data dilakukan selama satu bulan dengan menggunakan metode survey melalui penyebaran kuesioner secara langsung terhadap responden yang sesuai kriteria. Data diambil oleh tim peneliti yang beranggotakan tiga orang yang telah diberi arahan untuk mendapatkan persamaan persepsi mengenai kuesioner yang akan ditujukan pada responden. Proses penyebaran kuesioner dilakukan di dalam kawasan Vanaprastha. Jumlah responden yang berhasil dikumpulkan adalah sebanyak 125 responden dan diambil 100 responden yang mengisi secara lengkap.

Hasil Penelitian

Informasi demografik menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung Vanaprastha adalah laki-laki (58%) yang berusia antara 21-24 tahun (36%). Pada informasi pendidikan terakhir, sebagian besar adalah SMA (48%) dengan jenis pekerjaan pelajar/ mahasiswa (37%).

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua indikator dan item penelitian yang dilihat dari nilai *outer loading* dan AVE memperoleh nilai $>0,5$ sehingga dinyatakan valid. Selain itu hasil uji reliabilitas yang dilihat dari nilai *composite reliability* memperoleh nilai $>0,7$ sehingga dinyatakan reliabel. Hal ini dapat dibuktikan pada tabel berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel dan Indikator	Item Pertanyaan	Outer Loading	AVE	Composite Reliability	Kesimpulan
Kualitas Produk			0,578	0,904	Valid & Reliabel
Atraksi Wisata	X1.1	0,797	0,948	0,973	Valid & Reliabel
	X1.2	0,846			Valid & Reliabel
Amenitas	X1.3	0,745	0,743	0,853	Valid & Reliabel
	X1.4	0,858			Valid & Reliabel
Aksesibilitas	X1.5	0,615	0,702	0,876	Valid & Reliabel
	X1.6	0,832			Valid & Reliabel
	X1.7	0,792			Valid & Reliabel
Kualitas Pelayanan			0,619	0,950	Valid & Reliabel
Tangibles	X2.1	0,665	0,742	0,896	Valid & Reliabel
	X2.2	0,770			Valid & Reliabel
	X2.3	0,928			Valid & Reliabel
Reability	X2.4	0,903	0,981	0,990	Valid & Reliabel
	X2.5	0,903			Valid & Reliabel
Responsivness	X2.6	0,616	0,874	0,933	Valid & Reliabel

¹Nada Amirotul Fatini, Universitas Diponegoro, nadafatini27@gmail.com

²Reni Shinta Dewi

Lanjutan tabel 1.

Variabel dan Indikator	Item Pertanyaan	Outer Loading	AVE	Composite Reliability	Kesimpulan
Assurance	X2.7	0,733	0,746	0,898	Valid & Reliabel
	X2.8	0,875			Valid & Reliabel
	X2.9	0,660			Valid & Reliabel
	X2.10	0,608			Valid & Reliabel
Emphaty	X2.11	0,922	0,780	0,976	Valid & Reliabel
	X2.12	0,755			Valid & Reliabel
Kepuasan Pengunjung			0,811	0,928	Valid & Reliabel
Kesesuaian Harapan	Y.1	0,819			Valid & Reliabel
Minat Berkunjung Kembali	Y.2	0,951			Valid & Reliabel
Kesediaan Merekomendasikan	Y.3	0,927			Valid & Reliabel

Sumber : Data promer yang diolah, 2019

Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Hasil uji hipotesis pertama dan kedua menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen karena besar t hitung > t tabel (1,98). Hal ini dapat dibuktikan pada tabel berikut :

Tabel 2. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Pengaruh	Original Sample	CR	Sig.	Hasil
H1	Kualitas Produk -> Kepuasan Pengunjung	0,238	2,074	0,000	Diterima
H2	Kualitas Pelayanan -> Kepuasan Pengunjung	0,713	6,704	0,000	Diterima

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Hipotesis ketiga diuji dengan analisis uji regresi berganda dan menghasilkan nilai f hitung variabel Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 234,286 > f tabel (3,090), dan sig probability < 0,05 yaitu sebesar 0,000. Maka **hipotesis ketiga** “kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Y)” **diterima**.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R²) sebesar 0,854 menunjukkan bahwa 83,6% variabel kepuasan pengunjung akan dipengaruhi oleh variabel kualitas produk (X1) dan kualitas

¹Nada Amiroatul Fatini, Universitas Diponegoro, nadafatini27@gmail.com

²Reni Shinta Dewi

pelayanan (X2), sementara sisanya sebesar 16,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas di dalam penelitian ini.

Pembahasan

Temuan penelitian mendukung teori perilaku konsumen khususnya dalam lingkup wisata alam dimana kualitas produk dapat menjadi senjata strategi yang potensial bagi perusahaan untuk mengalahkan pesaing (Kotler & Amstrong, 2008). Tingkat tinggi rendahnya kepuasan pengunjung dapat dipengaruhi oleh baik buruknya kualitas produk yang diberikan. Temuan penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya oleh Nurrochman (2017). Hasil analisis menunjukkan variabel kualitas produk dengan didukung oleh indikator atraksi wisata, amenitas dan aksesibilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung. Untuk itu, **hipotesis pertama** “Diduga terdapat pengaruh antara kualitas produk (X1) terhadap kepuasan pengunjung (Y) wisata Vanaprastha Gedong Songo Park” **diterima.**

Kualitas pelayanan adalah metode untuk mengukur kepuasan pengunjung dari penyampaian produk atau jasa (Tjiptono dan Chandra, 2011). Apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen dipersepsikan sebagai kualitas yang unggul atau bisa dikatakan ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari harapan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan kurang optimal. Temuan penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya oleh Ananditya (2017) dan Rahmawati (2017). Hasil analisis menunjukkan variabel kualitas pelayanan dengan didukung oleh indikator *tangibles, reability, responsivness, assurance dan emphaty* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung. Untuk itu, **hipotesis kedua** “Diduga terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pengunjung (Y) wisata Vanaprastha Gedong Songo Park” **diterima.**

Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan (Irawan, 2009). Menurut Gaspersz (2005), kepuasan konsumen adalah keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Pelanggan yang senang dan puas cenderung akan berperilaku positif dan mereka akan membeli kembali. Temuan penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya oleh Ananditya (2017) dan Pirbadi (2014). Hasil analisis menunjukkan variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung. Untuk itu, **hipotesis ketiga** “Diduga terdapat pengaruh antara kualitas

¹Nada Amirotul Fatini, Universitas Diponegoro, nadafatini27@gmail.com

²Reni Shinta Dewi

produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pengunjung (Y) wisata Vanaprastha Gedong Songo Park” **diterima.**

Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini adalah variabel kualitas produk dan variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung wisata Vanaprastha. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk dan kualitas pelayanan maka akan semakin meningkat pula kepuasan pengunjung wisata Vanaprastha. Penelitian ini telah diusahakan dan dilakukan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan. Keterbatasan penelitian ini menggunakan data berupa jawaban responden atas pertanyaan yang diajukan pada kuesioner penelitian dan pengumpulan data dilakukan pada saat pengunjung sedang berwisata di Vanaprastha. Hal ini dapat menyebabkan responden mungkin menjawab pertanyaan tidak secara sungguh-sungguh dan cermat, dan responden mungkin kurang familiar dengan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.

Berdasarkan penilaian faktor kepuasan pengunjung Vanaprastha pada penelitian ini, terdapat beberapa faktor yang memiliki penilaian rendah dan perlu diperhatikan oleh pengelola wisata Vanaprastha. Diharapkan pengelola dapat memperhatikan beberapa hal seperti ; (1) kondisi jalan menuju Vanaprastha perlu diperbaiki, (2) perlu adanya penambahan jumlah ketersediaan penunjuk jalan menuju Vanaprastha, (3) fasilitas penunjang wisata yang ditawarkan, seperti toilet, musholla, taman bermain anak, dan gazebo perlu dilengkapi, (4) meningkatkan kualitas pelayanan dari petugas wisata seperti kesediaan dan kecepatan petugas menangani keluhan pengunjung.

Adapun saran untuk penelitian selanjutnya adalah untuk dapat mengembangkan penelitian ini dengan variabel yang berbeda seperti promosi, harga, dan *destination image* yang berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung dengan ruang lingkup objek penelitian yang lebih luas seperti pada keseluruhan wisata Candi Gedong Songo.

Daftar Pustaka

- Ananditya, Dwiki Adrian. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Wisata, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Goa Kreo Semarang. *Jurnal Universitas Diponegoro*.
- Aspiani. S(2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Jasa Transportasi Grab Online di Kota Makassar. *Jurnal Universitas Negeri Makassar*.
- Gaspersz, Vincent. (2005). *Total Quality Management*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

¹Nada Amiroatul Fatini, Universitas Diponegoro, nadafatini27@gmail.com

²Reni Shinta Dewi

- Hawkins & Lonney. (2003). Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kesetiaan terhadap Merek pada Konsumen Pasta Gigi Pepsodent di Surabaya. *Jurnal*.
- Irawan, Handi. (2009). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan* . Jakarta : Elex Media Komputindo
- Kotler, Philip dan Amstrong. (2008). *Prinsip – prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Muljadi, A. J. (2012). *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Raja Grafindo SPersada.
- Nurrohman, Eky. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung pada Mueseum Kayu Tuah Himba di Kabupaten Kuta Kartanegara. *Jurnal*. Universitas Mulawarman.
- Parasuraman. (2001). *The Behavioral Consequenses of Service Quality, Jurnal of Marketing*, Vol 60.
- Pirbadi, Dessy. (2014). Pengaruh Product Quality, Service Quality, Image terhadap Loyalty melalui Satisfaction pada Restoran Sunda di Jakarta. *Jurnal*. Universitas Trisakti.
- Rahmawati, Desi Kurnia (2017). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Alam Grojongan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah. *Jurnal*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwantoro, Gamal. (2004). *Dasar-Dasar Kepariwisata*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2000). *Manajemen Jasa*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2011). *Service Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

¹Nada Amirotul Fatini, Universitas Diponegoro, nadafatini27@gmail.com

²Reni Shinta Dewi