

Pengaruh Produk Wisata, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Kampung Sanan Kota Malang

Franciscus Xaverius Wibiksana^{1*}, Estikowati², Stella Alvianna³

Universitas Merdeka Malang^{1,2,3}

Email: Fran.xave64@gmail.com¹, Estiwin97@gmail.com²,

Stellaalvianna03@gmail.com³

Artikel info

Artikel history:

Diterima : 05-04-2022

Diterima dalam bentuk revisi : 16-04-2022

Diterima dalam bentuk Publish : 19-04-2022

Kata Kunci: produk wisata; harga; kualitas pelayanan; kepuasan pengunjung

Keywords: tourism products; price; service quality; visitor satisfaction

Abstrak

Kampung Sanan merupakan salah satu tempat tujuan wisata yang berada di Kota Malang. Kampung Sanan menjadi pusat oleh-oleh olahan tempe di Kota Malang. Sebagian besar penduduk bekerja sebagai pengrajin tempe, baik sebagai produksi, dan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel produk wisata, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Kampung Sanan Kota Malang. Pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan penyebaran kuisioner yang dilakukan secara online. Analisis data pada penelitian ini menggunakan regresi linear berganda. Dari hasil olah data dan uji penelitian diperoleh hasil bahwa variabel produk wisata, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Sedangkan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Kampung Sanan. Jika secara bersamaan ketiga variabel bebas, produk wisata, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Hasil penelitian ini, juga memperoleh variabel kualitas pelayanan memiliki hasil pengaruh dominan terhadap kepuasan pengunjung di Kampung Sanan Kota Malang. Dengan ini menggambarkan bahwa pengunjung yang berkunjung di Kampung Sanan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kampung Sanan.

Abstract

Sanan Village is one of the tourist destinations in the city of Malang. Kampung Sanan is the center of tempe processed souvenirs in Malang City. Most of the population works as tempeh craftsmen, both for production and sales. This study aims to examine the effect of the variables of tourism products, prices, and service quality on visitor satisfaction in Sanan Village, Malang City. The data collection used is the distribution of questionnaires conducted online. Data analysis in this study used multiple linear regression. From the results of data processing and research tests, it was found that the variables of tourism products, and service quality had an effect on visitor satisfaction. While the price has no effect on visitor satisfaction in Kampung Sanan. If simultaneously the three independent variables, tourism products, prices, and service quality affect visitor satisfaction. The results of this study also obtained that the service quality variable had a dominant influence on visitor

satisfaction in Sanan Village, Malang City. This illustrates that visitors who visit Sanan Village are satisfied with the quality of service provided by Sanan Village

Koresponden author: Franciscus Xaverius Wibiksana

Email: Fran.xave64@gmail.com

artikel dengan akses terbuka dibawah lisensi

CC BY SA

2022



Pendahuluan

Pariwisata merupakan sebuah hal yang mencuat karena adanya relasi antara wisatawan, penyedia industri pariwisata, dan keterlibatan pemerintah dalam menawarkan fasilitas dan pelayanan yang membantu berjalannya kegiatan wisata. Pariwisata merupakan industri dengan penyerap ketenagakerjaan yang besar bagi negara salah satunya adalah industri perbelanjaan oleh-oleh ([Atriyani](#), 2019). Di Kota Malang, terdapat pusat oleh-oleh khas malang, dalam bentuk oleh-oleh makanan khas daerah Kota Malang yaitu tempe. Kampung Sanan Kota Malang merupakan salah satu tempat tujuan wisata oleh-oleh dengan berbagai olahan tempe sebagai ciri khas-nya. Tempe adalah hasil fermentasi biji kedelai oleh *Rhizopus* sp ([Naisali & Wulan](#), 2020). Di Kota Malang, tempe sangatlah mudah untuk dicari. Kampung Sanan salah satu pusat perbelanjaan oleh-oleh Kota Malang. Beralamatkan di Jl. Sanan gang. III No.129, Purwantoro, Kecamatan Blimbing, Kota Malang, Jawa Timur 65126. Kampung sanan, sebagian besar penduduknya adalah pengrajin tempe. Penduduk sebagai pelaku usaha, memproduksi dan memasarkan secara mandiri. Mulanya, penduduk kampung sanan menjual tempe sebagai lauk. Kemudian berkembang menjadi kampung sentra tempe pusat perbelanjaan oleh-oleh di Kota Malang. Tempe tergolong makanan yang bernutrisi tinggi, dengan harga yang murah ([Haliza et al.](#), 2016).

Kemudian tempe berkembang lagi menjadi keripik tempe. Camilan berbahan baku kacang kedelai ini menjadi salah satu yang terunik karena semula tempe adalah lauk, berubah menjadi camilan siap santap. Berlanjut dengan berkembangnya macam-macam olahan keripik berbahan baku buah, diantaranya keripik buah naga, semangka, nangka, salak, dan apel. Pelaku usaha semakin kaya, dan pengunjung memanfaatkan opini publik yang menganggap pariwisata itu penting ([Alvianna](#), 2017). Membuat persaingan industri produk wisata semakin ketat, jika dibandingkan dengan produk pesaing, produk berkualitas dengan perbedaan dan manfaat meningkatkan permintaan pengunjung atau kepuasan wisatawan. Minat dan kepuasan berwisata akan muncul pada diri seseorang. Merasa tertarik, didorong oleh apa yang Anda inginkan dan berencana untuk membeli apa yang ditawarkan ([Gunadi & Rusli](#), 2020). Harga merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam memperoleh keuntungan. Setiap pelaku usaha berusaha menghadirkan sesuatu yang tidak biasa. Agar konsumen dapat membeli barang dan jasa tersebut, harga yang ditetapkan harus didasarkan pada ekonomi konsumen ([Gulla et al.](#), 2015). Salah satu cara untuk memuaskan pengguna adalah dengan meningkatkan pelayanan. Menciptakan kualitas layanan menciptakan kepuasan bagi pengguna ([Purwanto](#), 2020).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana produk wisata, harga, dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung di Kampung Sanan Kota Malang. Beberapa penelitian terdahulu yang terdapat keterikatannya dengan penelitian ini yaitu penelitian ([Sinaga et al., 2020](#)) bahwa harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersamaan mempengaruhi kepuasan wisatawan. Perbedaan masing-masing variabel berada pada urutan koefisien terbesar. Peneliti memperoleh hasil yang berbeda ditinjau dari variabel kualitas pelayanan > produk pariwisata > harga. Hal ini menunjukkan bahwa setiap destinasi memiliki aspek kekuatan dan kelemahan yang berbeda antar destinasi wisata. Penelitian lainnya oleh ([Alvianna et al., 2021](#)) yang mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan panderman *coffe shop* di masa *pandemic* bahwa harga memiliki dampak yang lebih besar daripada kualitas layanan. Bedanya, penelitian Alvianna hanya fokus pada kepuasan pelanggan dari segi harga dan kualitas pelayanan. Sedangkan peneliti menambahkan 1 variabel tambahan yaitu produk wisata untuk menambahkan faktor dalam penelitian.

Peneliti memadukan variabel dari penelitian terdahulu untuk diteliti di Kampung Sanan Kota Malang yang digunakan untuk membantu dalam penyusunan penelitian dengan menambahkan variabel sebagai faktor tambahan pengaruh penelitian sehingga diharapkan penelitian dapat menjadi acuan Kampung Sanan Kota Malang. Dengan demikian, harapan peneliti terhadap peneliti lain untuk melakukan penelitian serupa dengan menambahkan faktor-faktor lain yang belum pernah diteliti sebelumnya.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif analisis regresi linier berganda, dan sampel menggunakan metode *simple random sampling*. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kampung Sanan Kota Malang, beralamatkan di Jl. Sanan gang. III No.129, Purwanto, Kecamatan Blimbing, Kota Malang, Jawa Timur 65126. Pada penelitian ini variabel bebas, antara lain: (X1) Produk Wisata, (X2) Harga, dan (X3) Kualitas pelayanan dan variabel terikat adalah (Y) Kepuasan pengunjung. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner berupa *google form* yang disebarakan kepada responden. Populasi pada penelitian ini tidak diketahui, maka untuk mencari sampel menggunakan rumus menurut ([Malhotra, 2005](#)) setidaknya ada 4 atau 5 kali dari total item pernyataan. Terdapat 30 item pernyataan sehingga didapat penulisan rumus $5 \times 30 = 150$ sampel. Penelitian dibantu menggunakan alat analisis data IBM SPSS *Statistic 25*.

Hasil dan Pembahasan

Tabel 1.
Demographic Statistic

Item	Optional	Frequency	percentage
Jenis kelamin	Laki-laki	59	39,3
	Perempuan	91	60,7
Usia (dalam tahun)	17-27	51	34
	28-38	24	16

	39-49	27	18
	>50	48	32
Pendidikan	SMP	0	0
	SMA	49	32,7
	S1	75	50
	S2	13	8,7
	S3	4	2,7
	Lainnya	9	6
Pekerjaan	Pelajar	43	28,7
	Karyawan	32	21,3
	Karya Swasta	17	11,3
	PNS	4	2,7
	lainnya	54	36
Kota asal	Kota Malang	117	78
	Luar Kota Malang	33	22

Sumber: Data Primer

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa sejumlah 150 responden telah mengisi kuesioner penelitian ini secara *online* melalui *google form*. Hasil analisis regresi berganda dan asumsi yang diperoleh dengan menggunakan *software* SPSS.

Tabel 2.
Analisis Regresi Linear

Model	Var	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
(Constant)		2.272	0.371		6.121	0.000
Produk Wisata	X1	0.228	0.103	0.205	2.207	0.029
Harga	X2	0,017	0.126	0.014	0.133	0.895
Kualitas Pelayanan	X3	0.230	0.102	0.223	2.254	0.026
<i>Dependent Variable</i>	Kepuasan Pengunjung					
R	0.373					
R ²	0.139					
R ² Adjusted	0.122					
F hitung	8.148					
Sig	0.000					
Model Regresi	Y= a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + e					
Result	Y= 2.272 + 0,228X1 + 0,017X2 + 0,230X3 + e					

Sumber: Data Primer

Berdasarkan tabel 2 diketahui model regresi linear berganda dimana koefisien regresi variabel produk wisata ($X_1=0,228$), variabel harga ($X_2= 0,017$), dan variabel kualitas pelayanan ($X_3= 0,230$) yang berarti bahwa variabel produk wisata (X_1) dan kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sedangkan harga (X_2) tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan. *Nilai Adjusted R square* pada tabel 2 sebesar 0,122 yang artinya kemampuan membedakan antara variabel produk wisata, harga dan kualitas pelayanan pada variabel terikat akan sebesar 12,2% dan sisanya sebesar 87,8% akan dipengaruhi oleh variabel lain. *F count* 8,148 dengan $0,00 < 0,05$ menunjukkan bahwa variabel produk wisata, harga dan kualitas pelayanan secara bersamaan mempengaruhi kepuasan wisatawan.

1. Pengaruh Variabel Produk Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung

Setelah diteliti produk wisata berpengaruh secara parsial atau terpisah terhadap variabel kepuasan wisatawan hasil berdasarkan output SPSS dengan t-hitung sebesar 0,228 dan signifikansi $0,029 < 0,05$. Produk wisata digunakan sebagai variabel dengan indikator daya tarik, fasilitas, dan aksesibilitas untuk mengukur kepuasan pengunjung. Sejalan dengan penelitian ([Arista et al., 2017](#)) dengan hasil penelitiannya adalah produk wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.

2. Pengaruh Variabel Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung

Variabel harga tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan wisatawan baik secara parsial maupun sendiri-sendiri. Signifikansi berdasarkan hasil t-hitung sebesar 0,017 dan output SPSS $0,895 > 0,05$. Harga digunakan sebagai variabel dengan fleksibilitas, daya saing, kesesuaian dengan kualitas produk, proporsionalitas dengan manfaat untuk mengukur kepuasan pengunjung. Sejalan dengan penelitian ([Iful, 2015](#)) mengemukakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penetapan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di lapangan ([Sinaga et al., 2020](#)).

3. Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung

Variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial atau tunggal terhadap variabel kepuasan wisatawan. hasil t-hitung menurut output SPSS adalah 0,230, signifikansi $0,026 < 0,05$. Kualitas pelayanan digunakan sebagai variabel dengan indikator keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti langsung pelayanan untuk mengukur kepuasan pengunjung. Sejalan dengan penelitian ([Estikowati & Respati, 2020](#)) yang menyatakan perlunya menjaga kepuasan pelanggan dengan menjaga kualitas pelayanan. Hasil ini membuktikan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Gua Kreo Semarang ([Ananditya & Hidayat, 2017](#)).

4. Pengaruh Variabel Produk Wisata, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung

Nilai *f* variabel independen yang dihitung dengan *output* SPSS adalah 8148, dan signifikansi $0,00 < 0,05$ membuktikan variabel seperti produk wisata, harga, dan kualitas pelayanan mempengaruhi variabel kepuasan wisatawan. Berdasarkan *output*

SPSS, nilai *Adjusted R-squared* ditemukan sebesar 0,122 serta membuktikan adanya perubahan 12,2% pada variabel dependen kepuasan pengunjung, sisanya 87,8% akan dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diuji. Sejalan dengan penelitian ([Sinaga et al., 2020](#)) dengan hasil variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

5. Kualitas Pelayanan berpengaruh dominan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil model regresi dengan melihat nilai koefisien regresi pada ketiga variabel bebas, yaitu variabel produk wisata (X1) sebesar 0,228, variabel harga (X2) sebesar 0,017, dan variabel kualitas pelayanan sebesar (X3) 0,230. Dengan melihat nilai koefisien diatas diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh dominan terhadap variabel kepuasan pengunjung. Hal ini menandakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Kampung Sanan. Tidak sesuai dengan penelitian ([Estikowati & Respati, 2020](#)) dengan hasil harga memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan. Berbeda dengan variabel kualitas pelayanan pada penelitian ini yang merupakan pengaruh dominan terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian ([Putri, 2017](#)) dengan hasil variabel kualitas pelayanan berpengaruh dominan terhadap tingkat loyalitas wisatawan di Citra Minang Fantasi *Waterpark* and Resort di Kota Padang Panjang.

Kesimpulan

Bersumber dari hasil analisis data yang sudah diuji, mendapatkan hasil kesimpulan bahwa variabel produk wisata, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Kampung Sanan Kota Malang. Namun secara simultan produk wisata, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Kampung Sanan Kota Malang. Hal ini menandakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung di Kampung Sanan memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan pengunjung. Sehingga menjadi sangat penting bagi Kampung Sanan untuk menjaga kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung, dan memperhatikan produk wisata dan harga yang ditawarkan kepada pengunjung.

Bibliografi

- Alvianna, S. (2017). *Analisis Pengaruh Harga, Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Wisata Air Wendit Kabupaten Malang*. Jurnal Pariwisata Pesona, 2(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.26905/Jpp.V2i1.1263>
- Alvianna, S., Husnita, I., Hidayatullah, S., Lasarudin, A., & Estikowati, E. (2021). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Panderman Coffeee Shop di Masa Pandemi Covid-19*. Journal of Management and Business Review, 18(2), 380–392.
<https://doi.org/https://doi.org/10.34149/jmbr.v18i2.286>
- Ananditya, A. D., & Hidayat, W. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Wisata, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Goa Kreo Semarang*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 6(2), 98–106.
- Arista, A., Winarno, G. D., & Hilmanto, R. (2017). *Keanekaragaman jenis amfibi untuk mendukung kegiatan ekowisata di Desa Braja Harjosari Kabupaten Lampung Timur*. Majalah Ilmiah Biologi BIOSFERA: A Scientific Journal, 34(3), 103–109.
<https://doi.org/10.20884/1.mib.2017.34.3.458>
- Atriyani, D. (2019). *Analisis Peran Industri Pariwisata dalam Penyerapan Tenaga Kerja Lokal Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Hotel dan Restoran Di Kabupaten Pesisir Barat)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Estikowati, W. A., & Respati, H. (2020). *The Influence of Experiential Marketing and Relationship Marketing on Hotel Customer Loyalty*.
<https://doi.org/10.36349/EASJEBM.2020.v03i09.003>
- Gulla, R., Oroh, S. G., & Roring, F. (2015). *Analisis Harga, Promosi, dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen pada hotel Manado Grace inn*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 3(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.3.1.2015.8297>
- Gunadi, M. A., & Rusli, M. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Wisata Umrah terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Lansia di Annisa Travel Jakarta*. Edutorism Journal Of Tourism Research, 2(02), 124–135.
<https://doi.org/https://doi.org/10.53050/ejtr.v2i02.137>
- Haliza, W., Purwani, E. Y., & Thahir, R. (2016). *Pemanfaatan kacang-kacangan lokal sebagai substitusi bahan baku tempe dan tahu*. Buletin Teknologi Pasca Panen, 3(1), 1–8.
- Iful, A. (2015). *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, jurnal ilmu dan riset manajemen, vol 4, nomor 12, desember (2015)*.
- Malhotra, N. K. (2005). *Riset pemasaran pendekatan terapan*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Naisali, H., & Wulan, S. N. (2020). *Karakteristik Sensori Tempe Kacang Tunggak*

- Hitam dan Tempe Kedelai*. *Jurnal Pangan Dan Agroindustri*, 8(1), 29–35.
<https://doi.org/https://doi.org/10.21776/ub.jpa.2020.008.01.4>
- Purwanto, H. (2020). *Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 65–74. <https://doi.org/https://doi.org/10.36596/ekobis.v8i1.319>
- Putri, R. R. (2017). *Pengaruh Produk Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Citra Minang Fantasy Waterpark and Resort di Kota Padang Panjang Serta pada Loyalitas Wisatawan*. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 14(1), 71–78. <https://doi.org/https://doi.org/10.17509/jurel.v14i1.8468>
- Sinaga, A., Sihombing, S., & Sitanggang, D. (2020). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Coffeenatics Medan*. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 6(1), 119–144. <https://doi.org/https://doi.org/10.54367/jrak.v6i1.855>