

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan
(Studi Pada Pengunjung Wisata Kampoeng Kidz Kota Batu)**

Muhammad Akbar

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya

Jl. MT. Haryono 165 Malang

akbar292016@gmail.com

ABSTRAK

Pada dasarnya tujuan dari suatu usaha adalah untuk menciptakan rasa puas kepada pelanggan, salah satu untuk memuaskan pelanggan dengan cara memberikan kualitas pelayanan kepada pelanggan dengan sebaik-baiknya. Dengan pelayanan yang baik tentunya pelanggan akan merasa senang dan nyaman ketika berkunjung, dengan demikian pelanggan tidak hanya terpenuhi kebutuhan fisik yang berupa berkunjung, akan tetapi kebutuhan psikis yang berupa kebahagiaan dan menganalisis pengaruh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan pelanggan pada Wisata Kampoeng Kidz Kota Batu baik secara simultan maupun secara parsial serta untuk mengetahui variabel mana yang mempunyai pengaruh dominan.

Penelitian ini dilakukan secara deskriptif mengacu pada teori-teori yang ada. Subjek penelitian berjumlah 120 orang yang dipilih menggunakan *urposive sampling (judgement sampling)*. Dalam pengumpulan data, penelitian menggunakan metode kuesioner dan dilengkapi dengan wawancara, observasi, dokumen, dan studi pustaka. Sedangkan metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian secara simultan dari variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian secara parsial dari variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian dari variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati yang mempunyai pengaruh dominan adalah variabel empati. Dari Uji Determinasi (R^2) diperoleh hasil sebesar 0,668, yang artinya 66,8% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel bebas yang diteliti, yaitu variabel variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, sedangkan sisanya sebesar 33,2% merupakan variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Sehingga terjadilah persaingan antara produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal. Pada dasarnya tujuan dari suatu usaha adalah untuk menciptakan rasa puas kepada pelanggan, salah satu untuk memuaskan pelanggan dengan cara memberikan kualitas pelayanan kepada pelanggan dengan sebaik-baiknya.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Setelah pelanggan merasa puas dengan produk atau pelayanan yang diterimanya, pelanggan akan membandingkan produk atau pelayanan yang diberikan kepada pesaingnya. Jika pelanggan merasa benar puas maka pelanggan akan membeli atau berkunjung ulang serta akan memberikan referensi yang baik kepada pelanggan lainnya untuk membeli atau berkunjung di tempat yang sama. Sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari kondisi itu, yaitu mendapatkan pelanggan dan sekaligus akan membantu mempromosikan perusahaan. Sebaliknya jika pelanggan merasa tidak puas maka pelanggan tersebut akan langsung memberikan referensi yang tidak baik kepada pelanggan lainnya, sehingga akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan yang berakibat menurunnya jumlah pembeli atau pengunjung perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan atau kewajiban yang harus dilakukan suatu perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapatkan kepercayaan pelanggan. Oleh karena itu, sebuah perusahaan harus

mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan.

Kualitas adalah seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat (Kotler, 2012). Kualitas yang berpusat pada konsumen, seorang produsen dapat memberikan kualitas bila produk atau pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Lewis dan Booms (1983) dalam Tjiptono dan Chandra (2011) menyatakan bahwa kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. J. Sviokla dalam Lupiyoadi (2013) menyatakan bahwa salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan dalam meningkatkan pendapatan jangka panjangnya adalah pada sejauh mana kemampuan perusahaan atau organisasi melayani atau memberi pelayanan secara maksimal kepada para pelanggannya secara sistematis dan terprogram yang tidak melanggar nilai-nilai etika dalam sebuah bisnis (Alfisyahrin, 2013).

Menurut Kotler dan Keller (2012) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Kepuasan

pelanggan dipandang sebagai konsep multi dimensional yang melibatkan biaya, kemudahan sarana, aspek teknis dan interpersonal serta hasil akhir. Kepuasan ini terjadi sebagai hasil berpengaruhnya ketrampilan, pengetahuan, perilaku, sikap dan penyedia sarana. Tingkat kepuasan juga amat subyektif dimana satu konsumen dengan konsumen lain akan berbeda. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti umur, pekerjaan, pendapatan, pendidikan, jenis kelamin, kedudukan sosial, tingkat ekonomi, budaya, sikap mental dan kepribadian (Assegaff, 2009).

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas, jasa, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati (Atmawati dan Wahyuddin, 2007).

Bersamaan dengan adanya perubahan lingkungan yang terjadi dan adanya perubahan perilaku manusia, dan aktivitas manusia yang semakin padat setiap harinya, maka semakin mendorong bertambahnya permintaan akan kebutuhan rekreasi. Apalagi kebisingan dan terjadinya polusi di kota membuat manusia ingin mencari suasana yang lebih tenang dan jauh dari polusi, daerah pegunungan menjadi pilihan bagi mereka. Semakin bertambahnya permintaan konsumen akan mendorong para pengusaha di bidang pariwisata khususnya di Kota Batu.

Kota Batu merupakan salah satu kota yang baru terbentuk pada tahun 2001 sebagai pecahan dari Kabupaten Malang. Sebelumnya wilayah kota batu merupakan bagian dari Sub Satuan Wilayah

Pengembangan 1 (SSWP 1) Malang Utara. Kota ini sedang mempersiapkan diri untuk mampu melakukan perencanaan, pelaksanaan serta mengevaluasi proyek-proyek pembangunan secara mandiri sehingga masyarakat di wilayah ini semakin meningkat kesejahterannya. Kota Batu udaranya sejuk dan dingin. Suhu udara di kota tersebut pada kondisi normal berkisar antara 15 -19 derajat Celsius, itu karena kota tersebut berada pada ketinggian antara 680 – 1.200 meter di atas permukaan laut. (Indonesia Travel 2014). Melihat dari kisaran suhu udara yang begitu dingin, betapa dinginnya kota tersebut di malam hari. Potensi ini tercermin dari kekayaan produksi pertanian, panorama pegunungan dan perbukitan.

Mengenai panorama pegunungan dan perbukitna di Kota Batu banyak di buat tempat wisata dari pihak pemerintah sendiri maupun swasta. Kota Batu pernah dijuluki sebagai *Swiss* Kecil di Pulau Jawa serta kawasan wisata pegunungan yang sejuk . Ada beberapa wisata Kota Batu yang bersifat *educative*, agro, sampai yang bersifat hanya sekedar *refreshing*, untuk menghilangkan kepenatan perkotaan yang polusi udarah dan kejenuhan serta hanya untuk sekedar menghabiskan waktu liburan dengan keluarga.

Wisata Agro adalah suatu bentuk kegiatan pariwisata yang memanfaatkan usaha agro (agribisnis) sebagai objek wisata dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman, rekreasi dan hubungan usaha di bidang pertanian. Wisata argo di Kota Batu seperti Kusuma Agrowisata merupakan wisata yang menawarkan petik di kebun apel, jeruk, jambu merah, buah naga, stroberi dan sayur hidroponik bebas pestisida.

Wisata *Refreshing* adalah suatu bentuk pariwisata yang langsung berinteraksi dengan alam sebagai objek wisata dengan tujuan untuk *refreshing*. Objek wisata dengan konsep wisata *refreshing* di Kota Batu adalah Pemandian Air Panas Cangar, Air Terjun Coban Rondo, dan Batu Night Spectacular (BNS). Pemandian Air Panas Cangar merupakan pemandian air hangat yang langsung keluar dari perut bumi. Taman Rekreasi Selecta merupakan taman rekreasi, terdapat taman 1000 bunga, *outbound*, *water park*, *aquarium* raksasa, area jogging, arena kuda, dan masih banyak lagi. Air Terjun Coban Rondo merupakan air terjun yang memiliki ketinggian sekitar 84 m, berada di ketinggian 1.135 meter dari permukaan laut dan airnya sangat dingin pada bulan April sampai dengan Oktober dengan suhu rata-rata $\pm 22^{\circ}\text{C}$ (Wisata Air Terjun 2014). Batu Night Spectacular (BNS) merupakan obyek wisata pada malam hari, para pengunjung dapat melihat berbagai bangunan cantik yang terbuat dari lampu, berbagai atraksi dan berbagai macam wahana, pengunjung juga dapat melihat pemandangan Kota Malang dan sekitarnya yang terlihat sangat indah di malam hari.

Wisata *Educative* adalah suatu bentuk pariwisata yang unsurnya rekreasi sambil belajar. Objek wisata dengan konsep wisata *educative* di Kota Batu adalah Jatim Park 1, Jatim Park 2, dan Kampoeng Kidz. Jatim Park 1 di dalamnya terdapat macam-macam wahana, *Water Park*, *History Park*, Patung Replika berbagai macam suku, Lele Keilmiah di dalam terdapat alat praktikum yang bisa langsung dipraktikkan mulai dari percobaan biologi, fisika, dan kimia dan lain-lain. Jatim Park 2 merupakan tempat untuk rekreasi sambil belajar mengenal beranekaragam macam satwa dari yang hidupnya mulai dari air, udara dan darat. Kampoeng Kidz merupakan rekreasi sambil

belajar menjadi pengusaha sejak usia dini, seperti menjadi pengusaha keripik, peternakan, pertanian, dan pertambangan.

Wisata yang sifatnya *educative* di Kota Batu tidak dipungkiri wisata-wisata tersebut berlomba-lomba untuk mendapatkan pelanggan sebanyak mungkin dengan memberikan jasa dan fasilitas pelayanan yang maksimal, maka dari pada itu hal-hal yang berhubungan dengan pelanggan harus diperhatikan. Wisata Kampoeng Kidz dihadapkan pada tantangan bagaimana untuk dapat menarik hati para pengunjung agar mau berkunjung, untuk itulah setiap perusahaan harus menyediakan berbagai fasilitas yang dibutuhkan oleh pelanggan dan memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada pelanggan. Jika tujuan ini telah dicapai, maka pelanggan akan merasa puas. Apabila keinginan pelanggan telah terpenuhi, pelayanan yang diberikan kepada pelanggan akan menjadi suatu usaha yang berhasil karena perusahaan telah memiliki keunggulan dalam bersaing.

Berikut adalah beberapa testimoni dari para pelanggan yang telah berkunjung ke Wisata Kampoeng Kidz :

Tabel 1
Testimoni Pelanggan Wisata Kampoeng Kidz

<p>rini snggrani <small>ago 1, 2014 at 10:40 am</small></p> <p>kampoeng kidz seru banget... banyak pengalaman yg bisa di petik bebrupa adik-adik dari berbagai macam latar... tempat seru banget dan suasana sangat indah... terimakasih kakak-kakak staf di sini dg ramah dan sopan... =))</p>
<p>Fian <small>ago 20, 2014 at 04:00 am</small></p> <p>Selamat Pagi!!!</p> <p>Untuk kakak-kakak kampoeng kidz, saya adalah salah satu murid SDN DR SUTOMO 6 yang berliburan ke kampoeng kidz bersama teman-teman saya. Saya sangat senang ketika di Kampoeng Kidz salah satunya yaitu pada saat out bond mencari harta karun, karena menjadi badan kita semua pernah kempar (juga ada yang tertelan kempar) saya dan teman-teman sangat senang sekali mengingat Hays Allah saya dapat pergi ke Kampoeng Kidz lagi nanti nya. Terima Kasih ya</p> <p>Selamat Pagi!!!</p>
<p>Devi Iqbal <small>september 25, 2014 at 03:50 pm</small></p> <p>SELAMAT PAGI!!</p> <p>Terima kasih untuk semua Tim dan Anak-anak SMA SFI yang telah membantu, membantu Menemukan Peternakan URESA dengan susah serta mengkoordinasikan kami semua baik</p> <p>Sungguh kami semua bisa senang agar kalian seperti anak-anak SMA SFI</p>
<p>Sustini Aprilingtyas <small>september 26, 2014 at 1:21 pm</small></p> <p>Thanks to Warga Kampoeng Kidz... Mas Wyan, kak Osa dan semuanya... Atas pelayanan dan keramahannya... Dari SD Mananggal 561 kamatin... Meski libur n berliburan seru banget anak-anak enjoy dan happy... semoga ke depan pertaniannya makin berkembang sehingga ada hasil sayur n buah seger yg bisa dijual langsung... semoga makin maju dan sejahtera... Stay with your kindness... TETAP SEMANGAT!!!</p>
<p>Widi <small>ago 1, 2014 at 10:00 am</small></p> <p>Terimakasih, Kampoeng kidz seru anak-anak banget untuk edukasi adik-adik yang masih sekolah. Pelayanan juga ramah. Kakak-kakak kampoeng kidz juga benar benar ngajarin ber-entrepreneurship yang baik itu seperti apa. Karen piknik</p>

Sumber : (<http://kampoengkidz.com/about-us>), dilihat 20 Mei 2014

Dari data diatas pelanggan Wisata Kampoeng Kidz yang telah berkunjung banyak merasah puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Permasalahan ini yang mendasari peneliti untuk melakukan kegiatan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang berkunjung ke Wisata Kampoeng Kidz Kota Batu.

Wisata Kampoeng Kidz menyediakan pelayanan yang berkualitas kepada pengunjung, seperti penyediaan fasilitas yang bersih dan nyaman, dimana di dalamnya terdapat penyajian berbagai macam fasilitas utama wahana *educative*, *training*, dan *outbound*. Serta fasilitas

pendukung lain berupa parkir yang luas dan aman, taman yang indah dan bersih, toilet yang bersih, penginapan yang bersih dan nyaman, travel, penyajian berbagai menu makanan dan minuman, serta dapat juga digunakan sebagai tempat acara pertemuan atau rapat, dan di dukung kesopanan dan keramahan karyawan dalam melayani pengunjung apabila pengunjung tersebut mengalami kesulitan sehingga akan memenuhi tuntutan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu Wisata Kampoeng Kidz harus selalu memperhatikan kebutuhan dan kepuasan para pengunjung dengan memberikan pelayanan yang terbaik agar para pengunjung merasa puas dan dapat memberikan referensi kepada pelanggan lainnya.

Kampoeng Kidz tercetus awalnya di bulan Juli 2009 dan berhasil berdiri serta terbuka untuk umum di bulan Januari 2010 sebagai laboratorium yang mensupport penuh kegiatan pembelajaran kewirausahaan di Sekolah Gratis Selamat Pagi Indonesia, karena sekolah ini mengutamakan kemandirin siswanya. Kampoeng Kidz secara global berusaha untuk, menanamkan jiwa *entrepreneur* sejak dini, mengajarkan pada pengunjung (khususnya anak-anak) untuk menghargai setiap pendapatan dari apa yang mereka usahakan, supaya siswa-siswi sekolah tidak hanya mendapatkan teori dari buku-buku pelajaran, tetapi mereka dapat langsung mempelajari dan mempraktekkannya, terutama tentang pertanian dan peternakan, pengunjung dapat mempelajari lebih dalam khususnya dalam hal pertanian dan peternakan, supaya dapat merasakan suasana kehidupan pedesaan melalui berbagai macam aktifitas seperti *outbound*, belajar menanam, dan belajar memanen.

Wisata Kampoeng Kidz mempunyai berbagai macam-macam wahana di

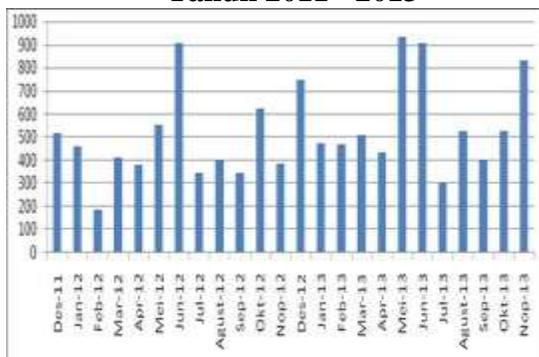
antaranya Wahana Pertambangan di sini peserta atau pengunjung diajarkan bagaimana menjadi pengusaha pertambangan dengan diajarkan cara menambang, mencari, dan mengumpulkan emas. Wahana Hewan Peternakan di sini peserta atau pengunjung diajarkan bagaimana menjadi pengusaha peternakan dengan diajarkan mengenal spesies hewan ternak yang ada (seperti kelinci, ayam, burung merpati, kambing dan kuda), memberikan makan dan merawat. Wahana Perikanan di sini peserta atau pengunjung diajarkan bagaimana menjadi pengusaha perikanan dengan diajarkan merawat, memberikan makanan dan memanen ikan-ikan. Wahana *Kitchen Garden* di sini peserta atau pengunjung diajarkan bagaimana menjadi pengusaha pertanian dengan diajarkan membacak, menanam dan memanen sayur-sayur yang ada (seperti jagung, brokoli, terong, tomat, wortel, cabai, selada air, kangkung, sawi, dan masih banyak lagi). Dan masih banyak lagi wahana-wahana yang ada di Kampoeng Kidz. Disinilah Wisata Kampoeng Kidz mempunyai berbagai keunikan tersendiri dari wisata *educative* lainnya yang ada di Kota Batu.

Selain sebagai sarana pembelajaran untuk pengunjung, Kampoeng Kidz juga sering dipakai sebagai sarana training karena suasana Kampoeng Kidz sangat mendukung untuk kegiatan belajar dan training. Terletak di daerah pegunungan, tentu saja hawa di kampoeng kidz cukup dingin terutama di malam hari, jauh dari kehidupan perkotaan yang panas. Untuk mendukung kegiatan belajar dan training, kampoeng kidz menyediakan *learning center accomodation* (kampoengkidz 2014). Selain dari usaha *outbound* atau kegiatan belajar dan training, Kampoeng Kidz juga mempunyai usaha lain adalah keripik, travel, dan penginapan.

Staff Wisata Kampoeng Kidz 90 % adalah siswa dan juga lulusan SMA Sekolah Gartis Selamat Pagi Indonesia, di dalamnya siswa tidak hanya dibekali pembelajaran sekolah formal tetapi juga dibekali pembelajaran dan praktek *Entrepreneurship*. Oleh karena itu rata-rata siswanya sudah dibekali dengan pengetahuan terutama tentang pelayanan kepada pengunjung dari mentor-mentor yang handal, serta meningkatkan pembentukan karakter yang menjunjung tinggi etika dan kejujuran. Disinilah Wisata Kampoeng Kidz mempunyai keunikan tersendiri dari wisata lainnya yang ada di Kota Batu. Hal tersebutlah yang menjadikan penyebab banyak pengunjung yang datang dari berbagai daerah untuk berlibur, *tour* ataupun juga bertujuan untuk *study* alam. Pengunjung-pengunjung inipun berasal dari berbagai macam kalangan, mulai dari yang bersifat pribadi hingga sampai yang berasal dari kalangan akedemisi dari berbagai lembaga-lembaga pendidikan dan lembaga-lembaga keuangan lainnya.

Pengunjung Wisata Kampoeng Kidz yang datang pun tidak hanya berasal dari local (Kota Malang) melainkan banyak juga pengunjung yang berasal dari luar kota malang seperti : Surabaya, Jakarta, Banyuwangi, Yogyakarta dll. Bahkan ada pula pengunjung yang berasal dari luar pulau jawa seperti : Sumatra, Kalimantan, Sulawesi, dan bahkan tidak jarang pengunjung dari luar negeri seperti: Ausrtalia, Hongkong, Singapura dll datang dan mampir di Kampoeng tersebut (Yasin Arrasyid 2014). Berikut ini adalah data mengenai jumlah pengunjung yang datang ke Wisata Kampoeng Kidz :

Gambar 1
Grafik Jumlah Pengunjung yang datang
ke Wisata Kampoeng Kidz
Tahun 2011 - 2013



Sumber : Kampoeng Kidz, 2014

Dari data diatas dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung yang datang di Wisata Kampoeng Kidz mempunyai pola yang fluktuatif setiap bulannya di tahun 2011 sampai tahun 2013. Ada beberapa bulan yang jumlah pengunjungnya mengalami peningkatan pada kurun waktu tersebut yaitu pada bulan Januari, Mei, Juni, November, dan Desember, ini di karena pada saat bulan tersebut adalah bulan libur panjang. Sebaliknya pada bulan Febuari, Maret, April, Juli, Agustus, September, Oktober mengalami penurunan ini di karenakan pada bulan tersebut adalah bulan tidak libur panjang.

Kejadian ini menjadi suatu pekerjaan bagi manajemen agar terus berupaya mengkombinasikan keunggulan-keunggulan mereka untuk terus dapat menarik minat pengunjung, sekaligus mempertahankan pengunjung, dan terus bertumbuh pengunjungnya. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan karena ini merupakan salah satu faktor yang dapat menciptakan kepuasan pada diri pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan

Terhadap Kepuasan Pelanggan “ (Studi Pada Pengunjung Wisata Kampoeng Kidz Kota Batu)”

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Wisata Kampoeng Kidz?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Wisata Kampoeng Kidz?
3. Manakah variabel-variabel dari kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan pada Wisata Kampoeng Kidz?

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan (bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Wisata Kampoeng Kidz.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan

- (bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Wisata Kampoeng Kidz.
3. Untuk mengetahui variabel-variabel dari kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan pada Wisata Kampoeng Kidz?

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi berbagai pihak dari tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Praktisi : Perusahaan dapat mengetahui sejauh mana pengaruh dari variabel-variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati terhadap kepuasan pelanggan pada Wisata Kampoeng Kidz. Hal tersebut dapat berguna sebagai referensi untuk menyusun strategi pemasaran suatu perusahaan.
2. Bagi Akademis:
 - a. Sebagai referensi bagi diri sendiri dan orang lain agar dapat menjadi bahan pembelajaran jika akan dilakukan penelitian yang serupa di masa mendatang.
 - b. Sebagai tambahan pengetahuan bagi penulis tentang variabel-variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati terhadap kepuasan pelanggan pada Wisata Kampoeng Kidz.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya (Sukmadinata, 2006:72). Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan sesuatu, misalnya kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang, proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi, atau tentang kecenderungan yang tengah berlangsung.

Furchan (2004:447) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang dirancang untuk memperoleh informasi tentang status suatu gejala saat penelitian dilakukan. Lebih lanjut dijelaskan, dalam penelitian deskriptif tidak ada perlakuan yang diberikan atau dikendalikan serta tidak ada uji hipotesis sebagaimana yang terdapat pada penelitian eksperimen.

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Wisata Kampoeng Kidz Kota Batu dengan pertimbangan agar tingkat keterwakilan populasi semakin tinggi, maka peneliti menetapkan jumlah responden sebanyak 120 orang (12 indikator x 10 = 120). Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik sampling non probabilitas dimana tidak semua elemen populasi sasaran memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel penelitian. Adapun teknik sampling nonprobabilitas yang dipilih adalah purposive sampling (judgement sampling)

dimana peneliti secara sadar memilih sampel penelitian (responden) yang dianggap paling sesuai untuk dilibatkan dalam penelitian.

Responden dipilih oleh peneliti berdasarkan beberapa kriteria yang ditentukan agar dapat memberikan hasil yang akurat. Kriteria tersebut antara lain berdasarkan :

1. Responden sudah berkunjung minimal 1 kali
2. Usia > 17 tahun (Usia 17 tahun keatas merupakan usia yang sudah bisah dipertanggungjawabkan tindakan dan perbuatan)
3. Orang tua atau wali murit yang menjadi responden ketika anak atau wali muritnya yang berkunjung ke Wisata Kampoeng Kidz)

Hasil Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda berfungsi untuk menganalisis hubungan dan pengaruh antara satu variabel terikat terhadap dua/lebih variabel bebas. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Wisata Kampoeng Kidz Kota Batu, maka dilakukan analisis regresi linear berganda antara variabel-variabel berikut ini : bukti fisik (X_1), keandalan (X_2) daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), dan empati (X_5) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Tabel 2
Ringkasan Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel	Beta	Significant	Keterangan
Konstanta			
Bukti Fisik	0,145	0,032	Signifikan
Keandalan	0,214	0,001	Signifikan
Daya Tanggap	0,155	0,022	Signifikan
Jaminan	0,272	0,000	Signifikan
Empati	0,320	0,000	Signifikan
α : 0,05 R : 0,817 R Square : 0,668 F-Hitung : 45,838 F-Tabel : 2,29 Sig. F : 0,000 t-tabel : 1,98			

Sumber: Hasil data diolah, 2015

Adapun persamaan regresi yang didapatkan berdasarkan tabel 2 adalah sebagai berikut :

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

$$Y = 0,145X_1 + 0,214X_2 + 0,155X_3 + 0,272X_4 + 0,320X_5 + e$$

Tampak pada persamaan tersebut menunjukkan angka yang signifikan pada variabel bukti fisik (X_1), keandalan (X_2) daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), dan empati (X_5) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Apabila ada peningkatan bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati dari karyawan maka akan terjadi peningkatan kepuasan pelanggan dengan asumsi variabel yang lain dianggap tetap atau sama dengan 0. Hal yang sama juga berlaku pada variabel peningkatan bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati yang juga berpengaruh secara signifikan. Besarnya nilai koefisien korelasi

berganda (R) adalah 0,817 hal ini menunjukkan bahwa besarnya hubungan kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati dengan kepuasan pelanggan sebesar 81,7%. Kemudian Besarnya nilai koefisien determinasi R^2 (R square) sebesar 0,668 (66,8%), hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel independen (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati) mampu menjelaskan sebesar 66,8% variasi variabel kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 33,2% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Uji F

Tabel 3
Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	204,081	5	40,816	45,838	,000 ^a
Residual	101,510	114	,890		
Total	305,592	119			

Sumber: Data Primer diolah, 2015

Tabel 4
Hasil Uji Hipotesis Model Regresi Secara Simultan

Hipotesis	Nilai	Keputusan
$H_0 : \beta_i = 0$ (tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel $X_1, X_2, X_3, X_4,$ dan X_5 terhadap variabel Y)	$F = 45,838$ $sig = 0,000$	H_0 ditolak, H_a diterima
$H_a : \beta_i \neq 0$ (terdapat pengaruh antara variabel $X_1, X_2, X_3, X_4,$ dan X_5 terhadap variabel Y)	$F_{tabel} = 2,29$	
$\alpha = 0,05$		

Sumber: Data Primer diolah, 2015

Tabel 3 diatas menunjukkan bahwa nilai $df_1 = 5$ dan $df_2 = 114$ diperoleh nilai F tabel sebesar 2,29. Berdasarkan tabel 4, pengujian hipotesis model regresi secara simultan atau secara serentak menggunakan uji F dapat dilihat F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} ($>$) dan signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari α ($\alpha = 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh secara simultan antara variabel bukti fisik (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), dan empati (X_5) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Uji t

Variabel Bukti Fisik (X_1)

Tabel 5
Hasil Uji Hipotesis Koefisien Regresi
Variabel X_1

Hipotesis	Nilai	Keputusan
$H_0 : \beta_1 \neq 0$ (variabel X_1 tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y)	$sig = 0,032$	H_0 ditolak, H_a diterima
$H_a : \beta_1 = 0$ (variabel X_1 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y)		
$\alpha = 0,05$		

Sumber : Data primer diolah, 2015

Variabel X_1 memiliki koefisien regresi sebesar 0,145 dan didapatkan nilai *signifikan* sebesar 0,032. Nilai statistik uji *signifikan* lebih kecil daripada $\alpha = 0,05$. Pengujian ini menunjukkan bahwa H_a diterima, dan dapat disimpulkan bahwa variabel bukti fisik (X_1) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Variabel Keandalan (X_2)

Tabel 6
Hasil Uji Hipotesis Koefisien Regresi
Variabel X_2

Hipotesis	Nilai	Keputusan
$H_0 : \beta_2 = 0$ (variabel X_2 tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y)	$sig = 0,001$	H_0 ditolak, H_a diterima
$H_a : \beta_2 \neq 0$ (variabel X_2 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y)		
$\alpha = 0,05$		

Sumber : Data primer diolah, 2015

Variabel X_2 memiliki koefisien regresi sebesar 0,214 dan didapatkan nilai *signifikan* sebesar 0,001. Nilai statistik uji *signifikan* lebih kecil daripada $\alpha = 0,05$. Pengujian ini menunjukkan bahwa H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel keandalan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Variabel Daya Tanggap (X_3)

Tabel 7
Uji Hipotesis Koefisien Regresi Variabel
 X_3

Hipotesis	Nilai	Keputusan
$H_0 : \beta_3 \neq 0$ (variabel X_3 tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y)	$sig = 0,022$	H_0 ditolak, H_a diterima
$H_a : \beta_3 = 0$ (variabel X_3 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y)		
$\alpha = 0,05$		

Sumber : Data primer diolah, 2015

Variabel X_3 memiliki koefisien regresi sebesar 0,155 dan didapatkan nilai *signifikan* sebesar 0,022. Nilai statistik uji *signifikan* lebih kecil daripada $\alpha = 0,05$. Pengujian ini menunjukkan bahwa H_a diterima, dan dapat disimpulkan bahwa variabel daya tanggap (X_3) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Variabel Jaminan (X_4)

Tabel 8
Uji Hipotesis Koefisien Regresi Variabel X_4

Hipotesis	Nilai	Keputusan
$H_0 : \beta_4 \neq 0$ (variabel X_4 tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y)	$sig = 0,000$	H_0 ditolak, H_a diterima
$H_a : \beta_4 = 0$ (variabel X_4 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y)		
$\alpha = 0,05$		

Sumber : Data primer diolah, 2015

Variabel X_4 memiliki koefisien regresi sebesar 0,272 dan didapatkan nilai *signifikan* sebesar 0,000. Nilai statistik uji *signifikan* lebih kecil daripada $\alpha = 0,05$. Pengujian ini menunjukkan bahwa H_a diterima, dan dapat disimpulkan bahwa variabel jaminan (X_4) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Variabel Empati (X_5)

Tabel 9
Uji Hipotesis Koefisien Regresi Variabel X_5

Hipotesis	Nilai	Keputusan
$H_0 : \beta_5 = 0$ (variabel X_5 tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y)	$sig = 0,000$	H_0 ditolak, H_a diterima
$H_a : \beta_5 \neq 0$ (variabel X_5 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y)		
$\alpha = 0,05$		

Sumber : Data primer diolah, 2015

Variabel X_5 memiliki koefisien regresi sebesar 0,320 dan didapatkan nilai *signifikan* sebesar 0,000. Nilai statistik uji *signifikan* lebih kecil daripada $\alpha = 0,05$. Pengujian ini menunjukkan bahwa H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel empati (X_5) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Hasil Uji Dominan

Tabel 10
Ringkasan Hasil Analisis Regresi

No.	Variabel	Koefisien Beta (standardized coefficient)
1.	X_1	0,118
2.	X_2	0,167
3.	X_3	0,086
4.	X_4	0,170
5.	X_5	0,281

Sumber : data primer diolah, 2015

Berdasarkan pada tabel 10 tersebut, variabel empati (X_5) adalah variabel yang memiliki koefisien regresi yang paling besar. Artinya, variabel Y lebih banyak

dipengaruhi oleh variabel empati (X_5) daripada bukti fisik (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), dan jaminan (X_4). Kesimpulan yang didapatkan dari penjelasan tersebut adalah terdapat pengaruh dominan variabel empati terhadap kepuasan pelanggan di Wisata Kampoeng Kidz Kota Batu.

PEMBAHASAN

Hasil analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini sudah memenuhi uji persyaratan analisis regresi linear berganda. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden telah diuji validitas dan reliabilitasnya sehingga dapat dilanjutkan pada pengujian asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji asumsi non multikolinearitas, uji asumsi non heteroskedastisitas, dan uji asumsi linearitas.

Pembahasan Secara Simultan

Hasil pengujian hipotesis memperlihatkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, yakni bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan.

Hasil ini mendukung teori dari Kotler dan Keller (2012) konsep kualitas pelayanan pada faktor-faktor yang terdiri dari bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Menurut Kotler dan Keller juga konsep kualitas pelayanan akan terpenuhi jika kelima variabel tersebut dapat dikuasai dan diberikan oleh penyedia layanan atau jasa kepada pelanggan.

Seringnya pengunjung yang datang dan berlibur di Wisata Kampoeng Kidz Kota Batu membuat karyawan semakin

meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan. Kelima variabel dalam kualitas pelayanan membuktikan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan karyawan kepada pengunjung. Kualitas pelayanan yang diberikan karyawan memberikan keyakinan bagi pengunjung untuk selalu datang dan berlibur di Wisata Kampoeng Kidz Kota Batu. Hal tersebut dapat dilihat dari pelayanan karyawan, fasilitas serta keunikan wahana. Bukti fisik Wisata Kampoeng Kidz yang bersih membuat pelanggan nyaman dan senang. Keandalan karyawan dalam memberikan pelayanan yang baik kepada pengunjung. Daya tanggap karyawan dengan siap dan tanggap melayani kebutuhan pengunjung. Jaminan karyawan yang berperilaku sopan, sabar dan dapat dipercaya saat melayani pengunjung. Empati keramahan karyawan, kepedulian karyawan dalam melayani pengunjung dan juga mau menerima kritik yang diberikan oleh pengunjung membuat pengunjung akhirnya merasa puas dan besar kemungkinan bagi pengunjung untuk datang dan berlibur di Wisata Kampoeng Kidz Kota Batu.

Pembahasan Secara Parsial

Variabel Bukti Fisik

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa variabel bukti fisik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan memiliki nilai yang positif sehingga apabila terjadi kenaikan pada variabel ini, secara langsung akan membantu memberikan kepuasan pada pengunjung Wisata Kampoeng Kidz.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2012) bahwa kualitas pelayanan yang salah satunya terdapat unsur bukti langsung mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller juga bukti langsung adalah sebagai fasilitas yang dapat dilihat dan digunakan perusahaan dalam upaya memenuhi kepuasan pelanggan.

Variabel bukti fisik yang terdiri dari indikator antara lain, kebersihan tempat, tempat parkir yang luas, dan karyawan berpenampilan rapi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Wisata Kampong Kidz dikarenakan tempat yang bersih, ketersediaan parkir yang luas serta karyawan berpakaian rapi sehingga pengunjung merasa nyaman dan senang.

Variabel Keandalan

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa variabel keandalan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan memiliki nilai yang positif sehingga apabila terjadi kenaikan pada variabel ini, secara langsung akan membantu memberikan kepuasan pada pengunjung Wisata Kampong Kidz.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2012) bahwa kualitas pelayanan yang salah satunya terdapat unsur keandalan mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller juga keandalan adalah kemampuan memberikan pelayanan kepada pelanggan sesuai dengan yang di harapkan.

Variabel keandalan yang terdiri dari indikator antara lain, kemampuan karyawan dalam memberikan kemudahan dalam pelayanan, pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan, memberikan pelayanan yang baik saat kesan pertama kepada pengunjung memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Wisata Kampong Kidz dikarenakan semakin baik pelayanan yang

diberikan terhadap pengunjung, berarti perusahaan mampu memuaskan dan memenuhi harapan pengunjung.

Variabel Daya Tanggap

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa variabel daya tanggap mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan memiliki nilai yang positif sehingga apabila terjadi kenaikan pada variabel ini, secara langsung akan membantu memberikan kepuasan pada pengunjung Wisata Kampong Kidz.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2012) bahwa kualitas pelayanan yang salah satunya terdapat unsur daya tanggap mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller juga daya tanggap adalah sebagai sikap tanggap, mau mendengarkan dan merespon pelanggan dalam upaya memuaskan pelanggan.

Variabel daya tanggap yang terdiri dari indikator antara lain, siap dan tanggap untuk merespon permintaan dari pengunjung, respon karyawan terhadap saran pengunjung, memberikan pelayanan yang cepat, kesiapan karyawan dalam melayani kebutuhan pengunjung memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Wisata Kampong Kidz dikarenakan suatu kebijakan yang memberikan pelayanan dengan cepat, siap dan tanggap akan meningkatkan kualitas layanan guna menciptakan kepuasan pelanggan.

Variabel Jaminan

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa variabel jaminan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan memiliki

nilai yang positif sehingga apabila terjadi kenaikan pada variabel ini, secara langsung akan membantu memberikan kepuasan pada pengunjung Wisata Kampoeng Kidz.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2012) bahwa kualitas pelayanan yang salah satunya terdapat unsur jaminan mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller juga jaminan adalah kemampuan karyawan dalam menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan melalui pengetahuan, kesopanan, serta menghargai perasaan pelanggan.

Variabel jaminan yang terdiri dari indikator antara lain, karyawan berpenampilan sopan dan sabar saat sedang melayani pengunjung, karyawan yang memiliki pengetahuan yang luas sehingga dapat menjawab pertanyaan dari pengunjung, karyawan berbicara dengan cara yang menyenangkan, dapat dipercaya dalam memberikan solusi kepada pengunjung memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Wisata Kampoeng Kidz dikarenakan pengetahuan, kesopanan, kesabaran, menyenangkan, dan kemampuan karyawan untuk menumbuhkan perasaan percaya konsumen kepada perusahaan akan meningkatkan kepuasan pelanggan Wisata Kampoeng Kidz.

Variabel Empati

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa variabel empati mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan memiliki nilai yang positif sehingga apabila terjadi kenaikan pada variabel ini, secara langsung akan membantu memberikan kepuasan pada pengunjung Wisata Kampoeng Kidz.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2012) bahwa kualitas pelayanan yang salah satunya terdapat unsur empati mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller juga empati adalah kemampuan atau kesediaan karyawan memberikan perhatian yang bersifat pribadi kepada pelanggan.

Variabel empati yang terdiri dari indikator antara lain, karyawan mencurahkan perhatian penuh (fokus) melayani pengunjung yang dilayani pada saat itu, keramahan karyawan, karyawan mau menerima saran dan kritik dari pengunjung memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Wisata Kampoeng Kidz dikarenakan perhatian, keramahan, serta mau menerima kritik dan saran dari pengunjung, sehingga pengunjung dapat terpenuhi kebutuhan jasmani dan rohaninya, berarti perusahaan mampu memuaskan dan memenuhi harapan pengunjung.

Dari analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Pembahasan Secara Dominan

Berdasarkan pada tabel 10 tersebut, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dominan variabel empati dalam kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Wisata Kampoeng Kidz Kota Batu. Banyaknya pengunjung yang mengalami kesulitan pembelajaran di wahana-wahana tersebut membuat karyawan memberikan perhatian penuh (fokus) melayani pengunjung yang dilayani pada saat itu dengan penyampaian yang ramah. Kritik dan

saran dari pengunjung juga diperlukan agar karyawan dapat memperbaiki pelayanan agar lebih baik kedepannya.

pelayanan yang diberikan oleh Wisata Kampoeng Kidz kepada pengunjung.

KESIMPULAN DAN SARAN

Saran

Kesimpulan

Berdasarkan judul penelitian, pokok permasalahan, tujuan penelitian, rumusan hipotesis dan pembahasan hasil penelitian, maka dapat dikemukakan kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel-variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari variable bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Wisata Kampoeng Kidz.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable-variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari variable bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Wisata Kampoeng Kidz.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan di Wisata Kampoeng Kidz adalah variabel empati.
4. Hasil penelitin menunjukkan bahwa semua variable-variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan, ditandai dengan nilai koefisien determinasi cukup tinggi.
5. Secara umum, sebagian besar responden dalam penelitian ini menyatakan puas dengan kualitas

Saran dimunculkan berdasarkan teori-teori yang telah dibangun dan didasarkan pada hasil penelitian yang diperoleh. Adapun beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Membangun budaya melayani kepada setiap karyawan Wisata Kampoeng Kidz.
2. Membuat Standar Operasional Prosedur (SOP) untuk pelayanan dan menambah fasilitas pendukung Wisata Kampoeng Kidz.
3. Meningkatkan pelayanan dengan siap, tanggap, dan cepat dalam melayani pengunjung yang datang dan berlibur di Wisata Kampoeng Kidz supaya terciptanya kepuasan pelanggan.
4. Melakukan pelatihan kepada para karyawan agar meningkatkan pengetahuan, *skill* dan *attitude* dalam melayani pengunjung yang datang dan berlibur di Wisata Kampoeng Kidz supaya terciptanya kepuasan pelanggan.
5. Mempertahakah, meningkatkan dan menerima (saran dan kritik) dari pengunjung untuk mengintrospeksi kekurangan yang ada di Wisata Kampoeng Kidz, agar Wisata Kampoeng Kidz bisa memperbaiki kekurangan dalam hal apapun demi terciptanya kepuasan pada pengunjung yang datang dan berlibur.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfisyahrin, M. Reza, 2013, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mega Beton (Pusat Penjualan Besi & Baja Ringan) Di Cirendeu Tangerang*, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Brawijaya Malang.
- Alma, Buchari, 2009, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, edisi revisi cetakan keenam, Alfabeta, Bandung.
- Augusty, Ferdinand, 2006, *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertsi Ilmu Manajemen*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Anggraeni, Lufiana Riantika, 2014, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasaba PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Mlarak Cabang Ponorogo)*, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Brawijaya Malang.
- Aritonang, Lerbin R., 2007, *Kepuasan Pelanggan, Edisi Pertama*, Cetakan Pertama, Penerbit: PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Arrasyid, Yasin, 2012, *Keunikan Kampoeng Kidz Bumiaji Batu Malang*, Diakses pada 3 Oktober 2014 dari <http://yasinarraysyid.blogspot.co.id/2012/03/keunikan-kampoeng-kidz-bumiaji-batu.html>.
- Assegaff, Mohammad. 2009, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Penerbangan PT. Garuda Di Kota Semarang)*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol, 10, No 2, Juli. Unisulla Semarang, Semarang.
- Atmawati, Rustika dan Wahyuddin. 2007, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Hal. 1 – 12. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Basu, Swastha, 2009, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Liberty, Yogyakarta.
- Berman, B. dan J. R. Evans (2010). *Retail Management: a strategic approach (11th ed.)* Upper saddle River: Prentice Hall International, Inc.
- Buchari, Alma, 2004, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, edisi revisi cetakan keenam, Alfabeta, Bandung.
- Buyung, 2012, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mini Market Alfamart Todopuli Di Kota Makassar*, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Hasanuddin Makassar.
- Cooper, Donald R. Dan Pamela Schindler, 2008. *Business Research Methods*, McGraw-Hill Companies, Inc. New York.

- Daryanto, 2011, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*, Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Efendi, Yusuf, 2011, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Unit Pelanggan Hotel Kusuma Agrowisata)*, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Brawijaya Malang.
- Fandeli, Chafid. 2001. *Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Liberty. Yogyakarta.
- Fandy, Tjiptono, 2007, *Strategi Pemasaran*, Edisi kedua, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Fandy, Tjiptono, 2011, *Pemasaran Jasa*, Bayumedia, Malang.
- Fandy Tjiptono, dan Gregorius Chandra, 2011, *Service, Quality and Satisfaction*, Andi, Yogyakarta.
- Furchan, A. 2004. *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan*. Pustaka Pela: Yogyakarta.
- Ghozali, Iman. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Google Sites, 2014, *Wisata Air Terjun Jawa Timur Coban Rondo Malang*. Diakses pada 3 Oktober 2014 dari <https://sites.google.com/site/wisataairterjun/jawa-timur/coban-rondo---pandansari---malang>.
- Gravetter, Frederick J. dan Lori Ann B. Forzano, 2009, *Research Methods For The Behavioral Sciences*, Wadsworth, Belmont.
- Hardiyati, Ratih, 2010, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran*, Skripsi Fakultas Ekonomi Diponegoro Semalang.
- Hurriyati, Ratih, 2005, *Bauran Pemasaran*. Alfabeta: Bandung.
- Indriyo, Gitosudarmo, 2008, *Manajemen Pemasaran*, edisi pertama, cetakan keempat, Penerbit : BPFE – Yogyakarta.
- Irawan, Handi, 2009. *Membedah strategi Kepuasan pelanggan*. Cetakan pertama: PT. Gramedia: Jakarta.
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2013, *Destinasi di Indonesia Kota Batu Malang*, Diakses pada 3 Oktober 2014 dari <http://oldlook.indonesia.travel/id/destination/528/kota-batu-malang>.
- Kotler, Philips. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2012, *Marketing Management*. Edisi 14. Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2010, *Principles of Marketing (Edisi 13)*. United States of America: Person.

- Levy dan Weitz. 2012. *Retailing Management Information Center*. New York: McGraw-Hill Higher Education.
- Lovelock, C.H. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : kelompok Gramedia.
- Lupiyoadi, Rambat, 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat, dan A. Hamdani, 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Machfoedz, Mahmud, 2005, *Pengantar Pemasaran Modern*, cetakan pertama, Penerbit : UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Pendit, Nyoman S. 2006. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Rangkuti, 2008, *Measuring Customer Satisfaction Gaining Customer Relationship Strategy Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan & Analisis Kasus PLN – JP*, PT. Gramedia, Jakarta.
- R. Lupiyoadi, 2008, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Syah, Laode Nunu Rahmat. 2013. *Bab II Tinjauan Pustaka*. Diakses pada 24 Maret 2015 dari <http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/583/jbptunikompp-gdl-laodenunur-29149-7-unikom-l-i.pdf>.
- Singarimbun, Masri dan Effendi. 2006. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : Pustaka LP3ES.
- Sugiyono, 2009, *Metodologi Penelitian Bisnis*, CV Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Suharsimi, Arikunto, 2002, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Sukmadinata, 2006, *Metode Penelitian Pendidikan*. Rosdakarya : Bandung
- www.kampoengkidz.com, 2014, Diakses pada 20 Mei 2014 dari : <http://kampoengkidz.com/about-us>.
- [www.wordpress.com](https://tourismeconomic.wordpress.com/2012/10/29/wisata-pariwisata-wisata-kepariwisataan-unsur-unsur-pariwisata/), 2012, Diakses pada 24 Oktober 2014 dari : <https://tourismeconomic.wordpress.com/2012/10/29/wisata-pariwisata-wisata-kepariwisataan-unsur-unsur-pariwisata/>.