

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG
TAMAN WISATA ALAM GROJOGAN SEWU TAWANGMANGU
KABUPATEN KARANGANYAR JAWA TENGAH**

***THE EFFECT OF PRICE AND QUALITY OF SERVICE TO SATISFACTION VISITOR AT
NATURAL PARK GROJOGAN SEWU TAWANGMANGU
KARANGANYAR REGENCY CENTRAL JAVA***

Desi Kurnia Rahmawati, Muslikhah Dwihartanti
Pendidikan Administrasi Perkantoran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta,
desii.kurnia@gmail.com, muslikhah@uny.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) seberapa besar pengaruh dan signifikansi harga terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar; (2) seberapa besar pengaruh dan signifikansi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar; (3) seberapa besar pengaruh dan signifikansi harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar. Penelitian ini merupakan penelitian *expost facto*. Populasi penelitian ini adalah seluruh pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar dan sampel sebanyak 100 pengunjung. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling* Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan analisis regresi sederhana dan berganda setelah uji prasyarat dilakukan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) harga memiliki pengaruh sebesar 51,2% dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar; (2) kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 45,2% dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar; dan (3) harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh sebesar 59,3% dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar.

Kata kunci: harga, kualitas pelayanan, kepuasan pengunjung

Abstract

*The aims of this study to determine: (1) how much influence and significance of the price to the satisfaction of visitors Nature Park Grojogan Sewu Tawangmangu Karanganyar; (2) how much influence and significance of service quality on customer satisfaction Nature Park Grojogan Sewu Tawangmangu Karanganyar; (3) how much influence and significance of the price and quality of service to the satisfaction of visitors Nature Park Grojogan Sewu Tawangmangu Karanganyar. This research is included of *expost facto* research. The population of this study is the whole of visitors Nature Park Grojogan Sewu Tawangmangu Karanganyar Regency and the samples about 100 visitors. The technique sampling that is used is *accidental sampling*. The techniques of collecting data using questionnaires and documentation. The data analysis technique is doing by a simple regression analysis and multiple regression analysis after the prerequisite test is done. The results of this study indicate that: (1) the price has the effect of 51.2% and the significant impact on visitor satisfaction Nature Park Grojogan Sewu Tawangmangu Karanganyar; (2) the quality of service has the effect of 45.2% and significant impact on visitor satisfaction Nature Park Grojogan Sewu Tawangmangu Karanganyar; and (3) the price and the quality of service together has the effect of 59.3% and significant impact on visitor satisfaction Nature Park Grojogan Sewu Tawangmangu Karanganyar.*

Key words: price, service quality, customer satisfaction

Pendahuluan

Indonesia merupakan Negara yang memiliki potensi alam yang besar yaitu berupa kondisi geografis yang terdiri dari ribuan pulau. Kondisi geografis ini sangat menguntungkan dan dapat dikembangkan untuk berbagai sektor. Undang Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan dikemukakan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang menyumbangkan penghasilan yang besar bagi daerah. Oleh karena itu pengembangan sektor pariwisata perlu dilakukan untuk meningkatkan laju perekonomian daerah dan meningkatkan kesejahteraan warga.

Obyek wisata di Jawa Tengah terutama di Kabupaten Karanganyar yang cukup dikenal adalah Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu. Wisata yang ditawarkan tidak hanya air terjun, tetapi sejujurnya udara pegunungan, hutan yang terdiri dari berbagai jenis tumbuhan yang menjadi habitat bermacam satwa membuat betah para pengunjung. Keindahan alam dan ketinggian air terjun yang kurang lebih mencapai 81 meter memiliki keistimewaan tersendiri bagi wisatawan, selain itu lingkungan di Grojogan Sewu masih alami dan menjadi hutan konservasi. PT. Duta Indonesia Djaya sebagai pemegang Ijin Pengusahaan Pariwisata Alam (IPPA) sejak tahun 1969, bekerjasama dengan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Direktorat Jenderal Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam, Balai Konservasi Sumber Daya Alam Jawa Tengah.

Fasilitas yang ditawarkan di Taman Wisata Alam Grojogan Sewu yaitu kolam renang anak dan dewasa, *mini rafting* dan *flying fox*, *outbond* dan jembatan jaring, serta fasilitas lain seperti taman bermain, mushola, toilet, maupun kios-kios makanan dan minuman disediakan untuk pengunjung wisata di Taman Wisata Alam Grojogan Sewu. Pengunjung dapat menikmati semua fasilitas di Taman Wisata Alam Grojogan Sewu dengan membayar tiket sebesar Rp 8.000,00 untuk wisatawan domestik dan Rp 25.000,00 untuk Wisman (Wisatawan Mancanegara).

Perkembangan pariwisata tidak luput dari persaingan dalam dunia bisnis, sehingga menuntut setiap pengelolanya memberikan

pelayanan yang terbaik terutama untuk kepuasan pengunjungnya. Kepuasan pelanggan merupakan anggapan terhadap kualitas produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Jika kualitas baik, maka pelanggan akan merasa puas, tapi jika kualitas buruk maka pelanggan tidak merasa puas. Kepuasan adalah hasil yang diperoleh berupa perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk maupun jasa. Menurut Mahmud Machfoedz (2005, p.4) "Kepuasan konsumen ditentukan oleh kinerja manfaat produk dalam hubungannya dengan nilai yang memenuhi harapan konsumen". Kepuasan merupakan faktor penting dalam menentukan kualitas suatu barang atau jasa. Rambat Lupiyoadi (2001, p.158) menjelaskan terdapat lima faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan yaitu: 1) kualitas produksi; 2) kualitas pelayanan; 3) emosional; 4) harga; dan 5) biaya.

Harga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan. Menurut Freddy Rangkuti (2008, p.103) "Persepsi harga adalah biaya relatif yang harus konsumen keluarkan untuk memperoleh produk atau jasa yang ia inginkan". Dengan demikian persepsi harga merupakan ukuran biaya untuk mendapatkan suatu barang yang dilakukan oleh konsumen. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 25 Tahun 2014, tentang Jenis dan Tarif Atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak yang berlaku pada Kementerian Kehutanan, pada bulan Agustus tahun 2014 harga tiket masuk mengalami kenaikan yang cukup tinggi. Kenaikan harga tiket masuk di Taman Wisata Alam Grojogan Sewu dari Rp 8.000,00 menjadi Rp 15.000,00 untuk wisatawan domestik. Sedangkan untuk Wisman dari Rp 25.000,00 menjadi Rp 110.000,00 (Senin sampai Kamis) dan Rp 150.000,00 (hari libur nasional dan Jum'at sampai Minggu). Kenaikan ini memicu berbagai respon dari beberapa pihak, terutama dari wisatawan yang merasa tidak puas. Ketidakpuasan masyarakat ditunjukkan dengan adanya keluhan dari pengunjung.

Salah satu akibat kenaikan harga tiket Taman Wisata Alam Grojogan Sewu adalah menurunnya jumlah pengunjung. Pihak pengelola menjelaskan bahwa pada tahun 2015 jumlah keseluruhan pengunjung mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Dua tahun terakhir yaitu pada tahun 2013 (sebelum kenaikan harga masuk) jumlah pengunjung mencapai 425.124, sedangkan pada tahun 2015

hanya mencapai sekitar 375.475 pengunjung. Berdasarkan data jumlah pengunjung, terhitung penurunan mencapai 49.649 pengunjung.

Masalah lain yang timbul yaitu terkait dengan kualitas pelayanan jasa di Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu. Kualitas merupakan anggapan baik dari mutu suatu produk atau jasa. Kualitas berkaitan dengan pelayanan, yaitu bagaimana sebuah jasa melayani konsumennya dengan baik dan sesuai dengan harapan konsumen. Menurut Fandy Tjiptono (2000, p.51) "Konsep kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian". Berdasarkan observasi, terdapat pelayanan yang kurang seperti pengelolaan area parkir yang kurang luas, sehingga mengharuskan pengunjung yang mengendarai mobil ataupun bus harus memarkirkan kendaraannya di belakang Kolam Renang Balekambang. Jarak area parkir dengan tempat wisata kurang lebih 300 meter. Walaupun area parkir merupakan tanggung jawab dari pemerintah, perlu adanya kerjasama dari pengelola dan pemerintah yang sama-sama memberikan pelayanan yang terbaik untuk pengunjung. Pengelola masih dalam tahap pengembangan guna meningkatkan kualitas pelayanan bagi wisatawan, seperti penambahan dan perbaikan fasilitas yang tersedia.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian tentang "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Jawa Tengah".

Metode Penelitian

Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan *Ex-Post Facto* yakni penelitian yang dilakukan untuk meneliti suatu peristiwa yang telah terjadi dan kemudian diamati kebelakang tentang faktor-faktor yang dapat menyebabkan timbulnya peristiwa tersebut.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah. Waktu pelaksanaan penelitian pada bulan Juli sampai dengan Agustus 2016.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung pada Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah. Sampel responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Teknik yang digunakan yaitu *accidental sampling*, dengan rumus *Paul Leedy* sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2(1-p)}{E^2}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel minimal

p = Populasi z

z = Nilai pada Tabel

e = Sampling error (10%)

Berdasarkan rumus di atas, maka harga $p(1-p)$ maksimal adalah 0,25; dan menggunakan *confidence level* 95% dengan tingkat kesalahan tidak lebih dari 10% maka banyaknya sampel adalah:

$$n = \frac{1,96(0,25)}{0,1^2} = 96,4 \text{ (dibulatkan menjadi 100 orang).}$$

Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner/angket dan dokumentasi.

Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner/angket tertutup. Penyekoran yang digunakan dalam instrumen yaitu dengan menggunakan Skala Likert yang telah dimodifikasi dengan 4 alternatif jawaban. Responden tinggal memberikan tanda *checklist* (\checkmark) pada kolom jawaban yang sudah tersedia. Alternatif jawaban yang disediakan yaitu sangat setuju dengan skor 4, setuju dengan skor 3, tidak setuju dengan skor 2, dan sangat tidak setuju dengan skor 1.

Uji Coba Instrumen Penelitian

Uji coba instrumen dilakukan mempunyai maksud untuk mendapatkan instrumen yang mempunyai kesahihan (*validitas*) dan keajegan (*reliabilitas*) serta instrumen yang disusun merupakan instrumen yang baik untuk penelitian. Uji coba instrumen dilaksanakan di tempat yang sama dengan penelitian yaitu Taman Wisata

Alam Grojogan Sewu Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah..

1. Uji Validitas Instrumen

r_{tabel} yang digunakan untuk kuesioner/angket siswa sebesar 0,361, maka r_{hitung} lebih besar atau sama dengan 0,361 maka butir tersebut dikatakan valid. Hasil uji validitas dari ketiga variabel yaitu harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung diperoleh hasil 37 pernyataan dinyatakan valid dari 37 pernyataan, artinya semua pernyataan dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Instrumen untuk kuesioner/angket harga memiliki reliabilitas dengan tingkat hubungan sangat kuat sebesar 0,853. Instrumen kuesioner/angket kualitas pelayanan mempunyai reliabilitas dengan tingkat hubungan sangat kuat sebesar 0,934. Instrumen untuk kuesioner/angket kepuasan pengunjung memiliki reliabilitas dengan tingkat hubungan sangat kuat sebesar 0,872. Jadi instrumen kuesioner/angket harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung dinyatakan reliabel untuk digunakan dalam penelitian.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan uji prasyarat analisis dengan uji normalitas, uji linearitas, dan uji multikolinearitas serta uji hipotesis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Berdasarkan data yang diperoleh maka dapat diuraikan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Deskripsi Tempat Penelitian.

Taman Wisata Alam Grojogan Sewu merupakan tempat wisata yang memiliki air terjun yang terletak pada ketinggian $\pm 900 - 1.100$ meter di atas permukaan laut dan berada di kawasan wisata Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah. Tumbuhan seperti Pinus, Gondang, Kemlandingan Gunung, Beringin, Puspa, dan lain-lain menjadi habitat bermacam-macam satwa.

Lokasi Taman Wisata Alam Grojogan Sewu dapat dicapai dari dua arah, yaitu dari Kota Solo dan Kota Madiun di Jawa Timur. Terletak sekitar 45 km ke arah timur dari Kota Solo melewati Karanganyar

dan Karangpandan, sedangkan dari Madiun sekitar 75 km ke arah barat daya, melewati Magetan dan Sarangan. Alamat website: visitgrojogansewu.com dan e-mail: grojogansewutawangmangu@yahoo.com.

Fasilitas-fasilitas yang disediakan di Taman Wisata Alam Grojogan Sewu yaitu:

- a. *Flying fox*
- b. *Mini rafting*
- c. *Outbound training*
- d. Kolam renang (kolam renang untuk anak-anak dan untuk dewasa) yang telah dilengkapi mini *waterblaster*.
- e. Kios Makan dan *souvenir*
- f. Fasilitas lain, seperti mushola, toilet, panggung, *shelter*, taman bermain anak-anak, jembatan penyeberangan, *photo spot*, dan pos P3K.

Taman Wisata Alam Grojogan Sewu memiliki tujuh slogan, yang bernama Sapta Pesona Pariwisata di Taman Wisata Alam Grojogan Sewu, yaitu:

1. Aman; 2. Tertib; 3. Bersih; 4. Sejuk; 5. Indah; 6. Ramah dan 7. Kenanga.

Taman Wisata Alam Grojogan Sewu adalah salah wisata yang dikelola Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia, Direktorat Jenderal Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam, dan Balai Konservasi Sumber Daya Alam Jawa Tengah. Pengusaha pariwisata alam di kawasan ini dilakukan PT. Duta Indonesia Djaya sebagai pemegang Ijin Pengusahaan Pariwisata Alam (IPPA) sejak tahun 1969.

2. Deskripsi Hasil Penelitian

Deskripsi hasil penelitian berisi tentang pengujian variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pengunjung (Y). Pada bagian ini disajikan data dari masing-masing variabel. Deskripsi dari masing-masing variabel harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung dapat dilihat secara rinci dalam uraian berikut ini:

a. Variabel Harga

Data variabel harga diperoleh dari data angket yang terdiri dari 10 butir pernyataan. Skor ideal yang diberikan maksimal 4 dan minimal 1 pada setiap

item pernyataan sehingga diperoleh skor tertinggi ideal 40 dan skor terendah ideal 10. Berdasarkan data penelitian yang diolah menggunakan bantuan program komputer, program *SPSS versi 20.0*, diketahui *Mean (M)* sebesar 26,53, *Median (Me)* sebesar 27, *Modus (Mo)* sebesar 29, dan *Standar Deviasi (SD)* sebesar 4,842. Adapun pengkategorian variabel harga dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Kategori Kecenderungan Harga

No	Kategori	Skor	Persentase
1	Rendah (< 22)	14	14%
2	Sedang (22 – 30)	67	67%
3	Tinggi (> 30)	19	19%
Total		100	100%

Sumber: Data primer

Berdasarkan tabel distribusi kecenderungan variabel harga yang berada pada kategori rendah (<22) sebanyak 14 pengunjung (14%), pada kategori sedang (22–30) sebanyak 67 pengunjung (67%), dan pada kategori tinggi sebanyak 19 (>30) pengunjung (19%), sehingga dapat diketahui bahwa paling banyak pada kategori sedang.

b. Variabel Kualitas Pelayanan

Data variabel kualitas pelayanan diperoleh dari data angket yang terdiri dari 16 butir pernyataan. Skor ideal yang diberikan maksimal 4 dan minimal 1 pada setiap item pernyataan sehingga diperoleh skor tertinggi ideal 64 dan skor terendah ideal 16. Berdasarkan data penelitian yang diolah menggunakan bantuan program komputer, program *SPSS versi 20.0*, diketahui *Mean (M)* sebesar 46,55, *Median (Me)* sebesar 46, *Modus (Mo)* sebesar 48, dan *Standar Deviasi (SD)* sebesar 6,344. Adapun pengkategorian variabel kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Kategori Kecenderungan Kualitas Pelayanan

No	Kategori	Skor	Persentase
1	Rendah (< 42)	19	19%
2	Sedang(42 – 54)	71	71%
3	Tinggi (> 54)	10	10%
Total		100	100%

Sumber: Data primer

Berdasarkan tabel distribusi kecenderungan variabel kualitas pelayanan yang berada pada kategori rendah (<42) sebanyak 19 pengunjung (19%), pada kategori sedang (42–54) sebanyak 71 pengunjung (71%), dan pada kategori tinggi (>54) sebanyak 10 pengunjung (10%), sehingga dapat diketahui bahwa paling banyak pada kategori sedang.

c. Variabel Kepuasan Pengunjung.

Data variabel kepuasan pengunjung diperoleh dari data angket yang terdiri dari 11 butir pernyataan. Skor ideal yang diberikan maksimal 4 dan minimal 1 pada setiap item pernyataan sehingga diperoleh skor tertinggi ideal 44 dan skor terendah ideal 11. Berdasarkan data penelitian yang diolah menggunakan bantuan program komputer, program *SPSS versi 20.0*, diketahui *Mean (M)* sebesar 30,58, *Median (Me)* sebesar 30, *Modus (Mo)* sebesar 30, dan *Standar Deviasi (SD)* sebesar 4,995. Adapun pengkategorian variabel kepuasan pengunjung dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Kategori Kecenderungan Kepuasan Pengunjung.

No	Kategori	Skor	Persentase
1	Rendah (< 20)	1	1%
2	Sedang (20 – 30)	57	57%
3	Tinggi (> 30)	42	42%
Total		100	100%

Sumber: Data primer

Berdasarkan tabel distribusi kecenderungan variabel kepuasan pengunjung yang berada pada kategori rendah (<20) sebanyak 1 pengunjung (1%), pada kategori sedang (20–30) sebanyak 57 pengunjung (57%), dan pada kategori tinggi (>30) sebanyak 42 pengunjung (42%), sehingga dapat diketahui bahwa paling banyak pada kategori sedang.

Hasil uji normalitas pada ketiga variabel menunjukkan bahwa nilai Sig. ketiga variabel (harga=0,444, kualitas pelayanan=0,069 dan kepuasan pengunjung=0,083) > 0,05 sehingga dapat dikatakan persebarannya normal.

Hasil uji linieritas menunjukkan bahwa terdapat hubungan linier secara signifikansi antara variabel harga dengan kepuasan pengunjung terdapat hubungan yang linear dengan hasil nilai signifikansi $0,103 > 0,05$. Selanjutnya kualitas pelayanan dengan kepuasan pengunjung menunjukkan hasil $0,531 > 0,05$ yang menunjukkan adanya hubungan linier. Berdasarkan hasil tersebut, maka hubungan masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat menunjukkan hasil yang linier sehingga analisis regresi dapat dilanjutkan.

Hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa antar independen memiliki nilai interkorelasinya sebesar 1,664, nilai VIF menunjukkan bahwa tidak ada satupun dari kedua variabel independen yang memiliki nilai lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam regresi ini.

Hasil uji hipotesis (analisis regresi sederhana dan analisis regresi ganda) antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung adalah sebagai berikut:

a. *Pengaruh harga terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu*

Berdasarkan hasil perhitungan terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu yang ditunjukkan dengan persamaan regresi $Y = 10,996 + 0,738 X_1$. Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa kenaikan satu skor harga akan memberikan kenaikan sebesar 0,738 terhadap skor kepuasan pengunjung. Hasil koefisien korelasi (r_{x_1y}) bernilai positif sebesar 0,738, maka harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Koefisien determinasi sebesar 0,512, menunjukkan bahwa variabel harga memiliki kontribusi pengaruh terhadap kepuasan pengunjung sebesar 51,2%. Nilai signifikansi ditunjukkan oleh besarnya nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($10,139 > 1,984$) sehingga harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Berdasarkan uraian hasil analisis regresi sederhana tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan pengunjung.

b. *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu.*

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi sederhana, terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu yang ditunjukkan dengan persamaan regresi $Y = 5,941 + 0,529 X_2$. Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa kenaikan satu skor kualitas pelayanan akan memberikan kenaikan sebesar 0,529 terhadap skor kepuasan pengunjung. Hasil koefisien korelasi (r_{x_1y}) bernilai positif sebesar 0,529, maka kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Koefisien determinasi sebesar 0,452, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki kontribusi pengaruh terhadap kepuasan pengunjung sebesar 45,2%. Nilai signifikansi ditunjukkan oleh besarnya nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($8,989 > 1,984$) sehingga kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Berdasarkan uraian hasil analisis regresi sederhana tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung.

c. *Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu*

Berdasarkan hasil perhitungan terdapat pengaruh positif dan signifikan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu yang ditunjukkan dengan persamaan regresi $Y = 3,899 + 0,499 X_1 + 0,289 X_2$. Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa kenaikan satu skor harga akan memberikan kenaikan sebesar 0,499

terhadap skor kepuasan pengunjung dengan asumsi X_2 tetap, demikian pula skor kualitas pelayanan akan memberikan kenaikan sebesar 0,289 terhadap skor kepuasan pengunjung dengan asumsi X_1 tetap. Hasil koefisien korelasi $r_{3(1,2)}$ bernilai positif sebesar 0,770, maka harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Koefisien determinasi sebesar 0,593, menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan memiliki kontribusi pengaruh terhadap kepuasan pengunjung sebesar 59,3%. Nilai signifikansi ditunjukkan oleh besarnya nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($70,574 > 3,09$) sehingga harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Berdasarkan uraian hasil analisis regresi ganda tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pengunjung.

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung.

Hasil uji hipotesis 1 menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Jika harga telah sesuai dengan yang diharapkan, maka kepuasan pengunjung akan semakin meningkat. Pengaruh harga terhadap kepuasan pengunjung dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,529 dengan signifikansi 0,000.

Nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,512 menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung yang dijelaskan oleh harga sebesar 51,2%, sedangkan sisanya 48,8% dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar penelitian ini. Selain itu nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($102,799 > 3,09$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($10,139 > 1,984$) pada taraf signifikansi 5% yang berarti H_1 dapat diterima yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan harga dengan kepuasan pengunjung.

Penilaian terhadap harga suatu produk dikatakan mahal, murah atau biasa

saja dari setiap konsumen tidak harus sama. Penilaian tergantung pada persepsi konsumen yang dilatarbelakangi oleh keadaan ekonomi, lingkungan sosial dan kondisi individu.

Penilaian harga dapat dilihat dari kesesuaian antara suatu pengorbanan dari konsumen terhadap nilai yang diterimanya setelah melakukan pembelian, dan dari situlah konsumen mempersepsi dari produk atau jasa tersebut. Persepsi yang positif merupakan hasil dari rasa puas akan suatu pembelian yang dilakukan, sedangkan persepsi yang negatif merupakan suatu bentuk dari ketidakpuasan konsumen atas produk atau jasa yang dibelinya. Berdasarkan penjelasan tersebut, menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, dalam penelitian ini konsumen diartikan sebagai pengunjung.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung.

Hasil uji hipotesis 2 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Jika kualitas pelayanan baik, maka kepuasan pengunjung akan semakin meningkat. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,529 dengan signifikansi 0,000.

Nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,452 menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung yang dijelaskan oleh kualitas pelayanan sebesar 45,2 % sedangkan sisanya 54,8% dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar penelitian ini. Selain itu nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($80,796 > 3,09$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,989 > 1,984$) pada taraf signifikansi 5 % yang berarti H_2 dapat diterima bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan merupakan kunci dari tercapainya kepuasan. Baik tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Harapan konsumen tersebut

tercermin pada kriteria pokok agar pelayanan memuaskan yaitu tingkah laku yang sopan, cara penyampaian sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan, waktu penyampaian yang tepat dan keramahmatan.

Pelayanan yang baik atau yang sudah sesuai dengan harapan konsumen akan menjadikan konsumen puas begitu juga sebaliknya jika pelayanan kurang baik atau kurang sesuai dengan harapan maka konsumen akan merasa tidak puas. Berdasarkan penjelasan tersebut maka kualitas pelayanan harus menjadi fokus perhatian perusahaan.

3. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung.

Hasil uji hipotesis 3 menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, dibuktikan dengan Uji F, diperoleh nilai hasil F hitung 70,574 dengan signifikansi 0,000 ($<0,05$), sehingga dinyatakan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan pengunjung. Berdasarkan hasil perhitungan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,593 maka model regresi variabel harga dan kualitas pelayanan dapat menjelaskan kepuasan pengunjung sebesar 59,3%. Angka ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengunjung sebesar 59,3%, sedangkan sisanya 40,7 % dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar penelitian ini.

Kepuasan konsumen merupakan nilai manfaat dari suatu produk yang dapat memenuhi harapan konsumen. Jika produk atau jasa memiliki manfaat yang dirasakan konsumen sesuai harapan maka konsumen akan merasa puas, sebaliknya jika produk atau jasa memiliki manfaat tapi tidak sesuai dengan harapan maka konsumen merasa tidak puas. Kepuasan merupakan tujuan utama dan sasaran perusahaan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi konsumen. Berdasarkan penjelasan dan data yang telah diuraikan di atas, maka dapat

diambil kesimpulan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, akan tetapi masih mempunyai keterbatasan antara lain:

1. Jumlah variabel yang dilibatkan masih terbatas. Temuan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa selain harga dan kualitas pelayanan terdapat faktor lain seperti kualitas produk, emosional dan biaya yang digunakan dalam studi mengenai kepuasan pengunjung.
2. Uji coba instrumen dilakukan di tempat yang sama yaitu Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu sebanyak 30 pengunjung, sehingga sulit mencari dan memastikan bahwa 30 pengunjung tersebut benar-benar di luar responden sampel sebanyak 100 responden.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah. Hal ini dibuktikan dengan hasil regresi t hitung harga sebesar 10,139 lebih besar dari t tabel 1,984 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Adapun besar pengukuran harga terhadap kepuasan pengunjung yaitu dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,512 menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh harga sebesar 51,2%.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah. Hal ini dibuktikan dengan hasil regresi t hitung harga sebesar 8,989 lebih besar dari t tabel 1,984 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Adapun besar pengukuran harga terhadap kepuasan pengunjung yaitu dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 4,52 menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh harga sebesar 45,2%.

3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah. Hal ini dibuktikan dengan hasil regresi F hitung harga sebesar 70,574 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Adapun besar pengukuran harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pengunjung yaitu dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,593. Sehingga menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh harga dan kualitas pelayanan sebesar 59,3%.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan mengenai efektivitas pemanfaatan laboratorium Administrasi Perkantoran SMK Negeri 2 Magelang maka penulis memberikan beberapa saran, diantaranya:

1. Bagi Pengelola Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu, harga dan kualitas pelayanan perlu diperhatikan, karena berdasarkan hasil penelitian keduanya secara bersama-sama memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan pengunjung. Terutama dari segi harga yang berpengaruh sebesar 51,2% terhadap kepuasan pengunjung. Berdasarkan besarnya pengaruh tersebut, diharapkan pihak pengelola memperhatikan pengaruh kenaikan dari harga tiket, serta memberikan inovasi dengan mengadakan promo harga tiket masuk pada saat tertentu sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan menjaga loyalitas pengunjung
2. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk meneruskan atau mengembangkan penelitian ini dengan mencari faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung. Selain itu, karena uji instrumen di tempat yang sama, perlu memastikan kelengkapan identitas pada kuesioner agar 30 pengunjung dalam uji instrumen tersebut benar-benar di luar responden sampel.

Daftar Pustaka

- Fandy Tjiptono. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Freddy Rangkuti. 2008. *The Power of Brands*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Mahmud Machfoedz. 2005. *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Rambat Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktik*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.

Profil Singkat

Desi Kurnia Rahmawati lahir pada tanggal 24 Desember 1993 di Karanganyar, Jawa Tengah. Saat ini tercatat sebagai mahasiswa angkatan 2012 Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.

Muslikhah Dwihartanti, M.Pd lahir pada tanggal 11 Mei 1978. Menempuh jenjang pendidikan S1 Administrasi Negara di Universitas Gadjah Mada tahun lulus 2001 dan S2 Teknologi Pendidikan di Universitas Negeri Yogyakarta tahun lulus 2015.