

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN FASILITAS YANG DIBERIKAN KENARI WATERPARK BONTANG TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN

Andi Muhammad Irfan

Bisnis dan Manajemen Islam, Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Tazkia

Email: irfanandii06@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh 3 variabel independen tersebut terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan dengan kuesioner yang menggunakan metode analisis linear berganda terhadap 100 responden yaitu pengunjung kenari *waterpark*. Analisis terhadap data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji f, uji t serta analisis koefisien regresi (R^2). Analisis kualitatif merupakan interpretasi data yang diperoleh dalam penelitian serta hasil pengolahan data yang sudah dilaksanakan dengan memberi keterangan-keterangan dan penjelasan-penjelasan. Hasil dari penelitian ini adalah secara parsial variabel kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan namun variabel harga tidak berpengaruh signifikan, secara simultan variabel kualitas pelayanan, harga dan fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan kenari *water park* Bontang dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000.

Kata Kunci: *Kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan kepuasan pelanggan*

Abstract

The purpose of this research is to know the influence of 3 the independent variable toward customer satisfaction. This research was done with a questionnaire that use multiple linear analysis method against 100 respondents apply visitors kenari waterpark. And analysis of the data obtained in the form of quantitative and qualitative analysis. Quantitative analysis includes the test validity and reliability, classic assumption test, multiple regression analysis, t-test, F-test and regression analysis coefficient (R^2). Qualitative analysis of liquid tenga data obtained in the study as well as the results of the data processing is carried out by giving s remarks and explanations. The results of this research are partially variable service quality and facilities of influential signifikan against the level of customer satisfaction but variable rates have no effect significant, simultaneous variable service quality, price and Facilities have significant influence towards customer satisfaction wterpark Walnut bontang value significance probability of 0.000.

Keywords: *The quality of services price facilities and customer satisfaction*

1. Pendahuluan

Kenari *Waterpark* merupakan salah satu objek wisata unggulan di Kota Bontang. Sejak dibuka pada Januari 2013, masyarakat Kota Bontang terlihat antusias untuk datang dan menikmati wisata wahana air tersebut. Kehadiran Kenari *Waterpark*, merupakan jawaban dari persoalan pariwisata yang ada di Kota Bontang. Selain sebagai alternatif objek wisata yang sebelumnya mengandalkan wisata alam dan pemandangan laut, Kenari *Waterpark* juga telah memberikan kontribusi terhadap PAD Kota Bontang.

Sebagai salah satu perusahaan pelayanan konsumen dalam bidang hiburan atau rekreasi, *waterpark* diuntut untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi para konsumen pengguna jasa. Berkaitan dengan hal tersebut pihak manajemen akan melakukan suatu upaya peningkatan kualitas pelayanan melalui penggunaan karyawan yang memiliki dedikasi dan kompetensi yang tinggi mengingat sumberdaya manusia merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam perusahaan jasa pelayanan. Dengan demikian akan timbul persaingan semakin ketat, baik dalam hal mutu pelayanan rekreasi maupun keunggulan produk yang diberikan, misalnya dengan memberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan tiket dan tempat serta segala fasilitas yang diberikan untuk konsumen sehingga dapat memberikan rasa puas dan nyaman untuk berekreasi.

Hal utana yang di prioritaskan oleh pihak manajemen tersebut adalah kepuasan pelanggan atau konsumen agar dapat bertahan, dapat bersaing dengan menguasai pangsa pasar. Selaku pimpinan sebuah perusahaan harus mengetahui hal yang di anggap penting oleh para konsumen dan berusaha untuk menghasilkan kinerja (performance) sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan pelanggan.

Sehingga manajemen Kenari *WaterPark* Bontang perlu melakukan evaluasi faktor-faktor pelayanan yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Agar manajemen Kenari *WaterPark* Bontang dapat memperbaiki tingkat pelayanan kepada konsumen sehingga konsumen merasakan kepuasan sesuai dengan yang diharapkan.

Untuk mengetahui permasalahan yang ada, maka dilakukan penelitian yang didasarkan pada asumsi bahwa adanya keterkaitan yang erat antara kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan pelanggan Kenari *Waterpark*. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Apriani (2011) yang menerangkan bahwa kepuasan pelanggan yang ada pada perusahaan transportasi dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan dan harga. Untuk mencapai kepuasan pelanggan maka perusahaan harus bekerja keras untuk menarik minat pelanggan dan berusaha mempertahankan pelanggan mengingat semakin ketatnya persaingan diantara penyedia jasa, selain itu penelitian yang dilakukan oleh Maysarah (2010) Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi menentukan kinerja kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan apa yang pelanggan harapkan. Jika kebutuhan dan keinginan pelanggan tidak dapat dipenuhi oleh suatu perusahaan, maka akan semakin banyak pelanggan yang meninggalkan perusahaan untuk menjadi pelanggan pesaing dan pada akhirnya akan menurunkan angka penjualan, selain itu menurut Permadi (2011) Harga dan Pelayanan merupakan salah satu faktor dimana pelanggan akan merasa puas akan pelayanan ataupun barang yang mereka terima.

Berdasarkan latar belakang diatas tujuan dari penelitian ini adalah, bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas yang diberikan terhadap tingkat keputusan pelanggan, pada studi kasus di *Kenari Water Park* Bontang, Kota Bontang Kalimantan Timur.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Penelitian Terdahulu

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan pada hakikatnya adalah serangkaian kegiatan karena merupakan proses, sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan organisasi dan masyarakat (Moenir 2002).

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah kunci untuk mencapai kesuksesan. Baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Wijaya (2015) tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Nasabah Bank, menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dari uraian diatas dapat ditarik sebuah hipotesis yaitu:

H1: Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, semakin baik kualitas pelayanan maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan

Fasilitas merupakan salah satu faktor yang menunjukkan kepuasan konsumen. Semakin baik fasilitas yang ditawarkan maka semakin tinggi kepuasan konsumen. Tjiptono (2004) Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam usaha yang bergerak dibidang jasa, maka segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung.

Penelitian yang dilakukan oleh Cigdem Altin Gumussoy and Berkehan Koseoglu (2016) tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai fasilitas dan Kestabilan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelangga menyatakan bahwa fasilitas mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dari uraian diatas maka dapat diambil suatu hipotesis, yaitu :

H2: Variabel fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, semakin baik fasilitas maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Sumarni, 2000). Persuahaan harus menetapkan harga secara tepat agar dapat sukses dalam memasarkan barang atau jasa. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lain (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya.

Hal tersebut telah dibuktikan dalam penelitian yang dilakukan oleh Achmad Shofiyyuddin (2013) mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan, menyatakan bahwa kestabilan harga memiliki hubungan positif dan

signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik hipotesis,yaitu :

H3: Variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, semakin stabi harganya maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Kenari Waterpark yang terletak di Jalan Ahmad.Yani (Gn.sahari) Kecamatan Bontang Utara, Kalimantan Timur Indonesia.

3.1 Populasi Dan Sampel

Menurut Sumarni dan Wahyuni (2006) populasi adalah keseluruhan objek yang diteliti dan terdiri atas sejumlah individu, baik yang terbatas maupun tidak terbatas. Populasi dalam penelitian ini adalah orang-orang yang pernah mengunjungi Kenari *Waterpark*. Populasi ini bersifat heterogen yang dapat dilihat dari beragamnya usia, jenia kelamin dan pendidikan.

Menurut Sugiyono (2009) menjelaskan bawah sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penelitian ini mengambil sampel tamu yang mengunjungi Kenari *Waterpark*. Untuk menemukan ukuran sampel penelitian dari populasi tersebut maka dalam penelitian ini digunakan rumus *Slovin* sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N.e^2} \dots (1)$$

dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = Presentase kelonggaran ketidaktentuan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan, dalam penelitian ini digunakan e = 10%.

Berdasarkan informasi dari pihak manajemen, pengunjung yang datang selama tahun 2016 yaitu sebanyak 88.355 orang. Sehingga ukuran sampel dalam penelitian ini melalui penghitungan rumus Slovin sehingga sampel yang di dapatkan menjadi 100 orang.

3.2 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlations*) dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung > r tabel dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut dikatakan valid (Ghozali, 2005).

3.3. Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2014), Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Hasil pengukuran harus reliabel yaitu harus memiliki tingkat konsisten dan kemantapan. Kriteria uji reliabilitas

instrument menggunakan batas 0,6, jika koefisien reliabilitas $> 0,6$ maka pertanyaan dapat dikatakan andal (reliabel).

3.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam penggunaan persamaan regresi berganda. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

3.3.1 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2005), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar satu atau semua variabel bebas (independen). Jika terdapat korelasi, berarti terdapat masalah multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas adalah dengan melihat nilai FIV (*Variance Inflation Factor*). Model regresi yang baik, nilai perhitungan menghasilkan nilai VIF < 10 dan bila menghasilkan nilai VIF > 10 berarti telah terjadi multikolinieritas yang serius dalam model regresi (Lupiyoadi dan Iksan, 2015:142).

3.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variasi dari *residual* suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas (Ghozali 2005). Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui data terjadi masalah heteroskedastisitas atau tidak dapat diuji dengan menggunakan uji glejser test, yaitu dengan menyimpulkan jika nilai signifikansi variabelnya atau *p-value* lebih kecil dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi yang digunakan. Sedangkan jika nilai signifikansi variabelnya atau *p-value* lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut.

3.3.2 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi variabel terikat dan variabel bebas dalam model regresi. Menurut Ghozali (2009), model

regresi yang baik harus memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal.

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel *independen* dan variabel *dependen* mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2005). Metode yang digunakan untuk mengetahui data terdistribusi normal atau tidak adalah dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Jika nilai signifikan dari hasil uji Kolmogorov Smirnov $\geq 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dan sebaliknya jika hasil $< 0,05$ maka data terdistribusi tidak normal.

3.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi berganda merupakan pengembangan dari regresi linier sederhana, yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk melakukan prediksi permintaan di masa yang akan datang, berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel tak bebas (*dependent*) (Siregar, 2014:405). Adapun persamaan regresi berganda dapat disusun sebagai berikut:

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

Keterangan:

- Y = Kepuasan Konsumen
- A = Konstanta
- X1 = Kualitas Pelayanan
- X2 = Persepsi Harga
- X3 = Fasilitas
- b₁ = Koefisien Regresi dari Kualitas Pelayanan
- b₂ = Koefisien Regresi dari Persepsi Harga
- b₃ = Koefisien Regresi dari Fasilitas
- e = *Standard Error*

3.4 Uji Signifikan

3.4.1 Uji Signifikan Simultan (Uji F)

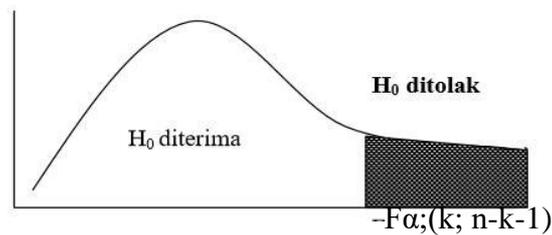
Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara bersamaan. Menurut Siregar (2014:408) langkah-langkah untuk uji signifikan secara simultan adalah sebagai berikut:

- 1) Menentukan hipotesis nihil dan hipotesis alternatif

$H_0: \beta = 0$ Secara simultan dimensi kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

$H_a: \beta \neq 0$ Secara simultan dimensi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

- 2) Menentukan taraf signifikan $\alpha = 5\%$
- 3) Kaidah pengujian (*rule of test*)



3.4.2 Uji Signifikan Pengaruh Parsial (Uji t)

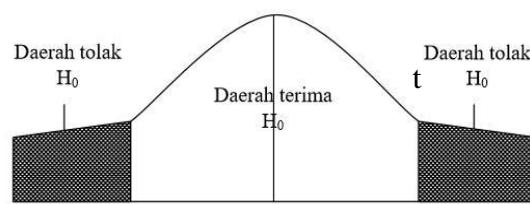
Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara individual. Menurut Siregar (2014:410), langkah langkah uji signifikan secara parsial adalah sebagai berikut:

- 1) Menentukan hipotesis nihil dan hipotesis alternatif

$H_0: = 0$ Secara individu dimensi kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

$H_a: \neq 0$ Secara individu dimensi kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

- 2) Menentukan taraf signifikan $\alpha = 5\%$
- 3) Kaidah pengujian (*rule of test*)



4. Hasil Dan Pembahasan

4.1 Pengujian Validitas Dan Reliabilitas

Tabel 1. Uji Validitas

No	Pertanyaan	r-Product Moment Hitung	r-Product Moment Tabel	Signifikansi	Kesimpulan
1	Pelayan memberikan pelayanan yang baik	0,728	0,361	0,000	Valid
2	Pelayanan <i>waterpark</i> yang disediakan sesuai dengan harapan pelanggan	0,700	0,361	0,000	Valid
3	Fasilitas penunjang yang disediakan sangat memadai misalnya kamar mandi dan musholla	0,584	0,361	0,001	Valid
4	Saya berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan memuaskan	0,814	0,361	0,000	Valid
5	Saya berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas yang diberikan memuaskan	0,844	0,361	0,000	Valid
6	Saya merekomendasikan <i>waterpark</i> ini sebagai salah satu tempat wisata kepada kenalan saya karena pelayanan yang diberikan memuaskan	0,800	0,361	0,000	Valid
7	Saya merekomendasikan <i>waterpark</i> ini sebagai salah satu tempat wisata kepada kenalan saya karena harga yang diberikan memuaskan	0,834	0,361	0,000	Valid
8	Saya merekomendasikan <i>waterpark</i> ini sebagai salah satu tempat wisata kepada kenalan saya karena fasilitas yang diberikan memuaskan	0,753	0,361	0,000	Valid

Sumber: SPSS diolah

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, menunjukkan bahwa nilai r hitung dari seluruh point pertanyaan pada variabel kepuasan pelanggan lebih besar dari r tabel (0.361) hal ini menunjukkan bahwa seluruh point pertanyaan pada variabel kualitas pelanggan dapat dikatakan valid.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Cut Of Value	Cronbach's Alpha Status
Kualitas Pelayanan	0,785	0,60	Reliabel
Harga	0,859	0,60	Reliabel

Fasilitas	0,770	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,693	0,60	Reliabel

Sumber: SPSS diolah

Berdasarkan tabel 4.15 di atas menunjukkan data hasil uji reliabilitas dari variabel kualitas pelayanan dengan nilai cronbach's alpha sebesar 0,785. Data hasil uji reliabilitas dari variabel harga dengan nilai cronbach's alpha sebesar 0,859. Data hasil uji reliabilitas dari variabel fasilitas dengan nilai cronbach's alpha sebesar 0,770, dan data hasil uji reliabilitas dari variabel Y (kepuasan pelanggan) dengan nilai cronbach's alpha sebesar 0,693. Data hasil uji reliabilitas dari semua variabel di atas angka 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat reliabilitas atau dengan kata lain bahwa tingkat reliabilitas kuisioner ini reliabel sebagai instrumen penelitian.

4.2 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel terkait dan variabel bebas dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Uji ini dilakukan karena data yang baik adalah data yang normal dalam pendistribusiannya. Uji normalitas data pada penelitian ini menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov*, diagram histogram, dan plot normalitas. Pada metode *kolmogorov smirnov* taraf signifikansi yang digunakan sebagai aturan untuk menerima dan menolak pengujian atas normal atau tidaknya suatu distribusi data.

Pengambilan keputusan dalam uji ini yakni nilai signifikansi lebih besar dari 0,005 maka data-data yang dimiliki dalam penelitian ini berdistribusi normal.

**Tabel 4. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,05295052
	Absolute	,100
Most Extreme Differences	Positive	,099
	Negative	-,100
Kolmogorov-Smirnov Z		,999
Asymp. Sig. (2-tailed)		,272

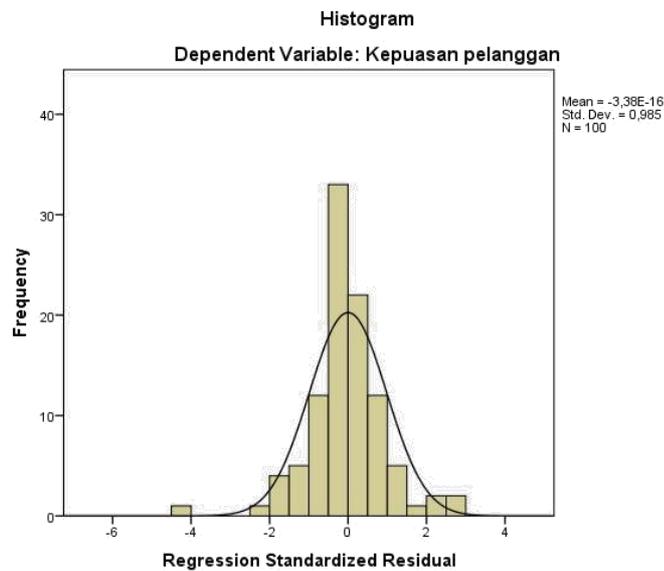
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Olah Data SPSS

Pada hasil uji normalitas dengan metode *kolmogorov smirnov* dapat dilihat nilainya pada tabel diatas yaitu bahwa nilai signifikansi lebih besar dari pada 0,05 yakni 0,272.

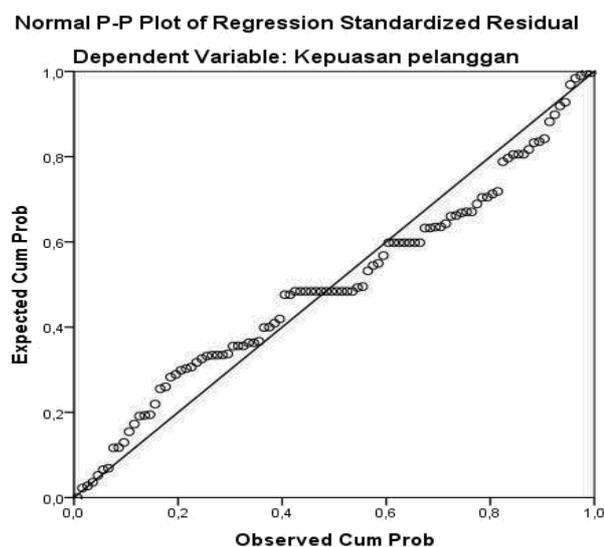
Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data-data yang dimiliki dalam penelitian terdistribusi normal.



Gambar 1. Grafik Histogram

Sumber: Data primer (diolah spss21)

Sedangkan dengan melalui grafik histogram dapat dilihat perbandingan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati ditribusi normal. Terlihat pada gambar diatas tersebut bahwa grafik histogram menunjukkan pola distribusi yang mendekati normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat memenuhi asumsi normalitas untuk penelitian ini.



Gambar 2. Plot Normalitas

Sumber: Olah Data SPS

Melalui grafik plot dapat dilihat perbandingan antara distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi dari data distribusi normal. Pada gambar 4.7 diatas, pada

grafik plot terlihat adanya titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal, sedangkan penyebaran mengikuti arah garis diagonalnya. Dari grafik ini juga mendukung kesimpulan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4.3 Uji Multikolonieritas

Menurut Imam Ghozali (2013) uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen), dan suatu model regresi yang bebas dari multikolonieritas apabila mempunyai nilai VIF lebih kecil dari 10 dan mempunyai angka tolerance mendekati 1.

Tabel 5. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	kualitas pelayanan	,541	1,850
	Harga	,960	1,041
	Fasilitas	,554	1,805

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber: Olah Data SPSS

Berdasarkan data tabel diatas dapat di ketahui bahwa nilai VIF dari kualitas pelayanan sebesar 1,850 dengan nilai Tolerance 0,541, nilai VIF dari harga sebesar 1,041 dengan nilai Tolerance 0,960, nilai VIF dari fasilitas sebesar 1,805 dengan nilai Tolerance 0,554. Masing-masing variabel memiliki nilai VIF diantara 1-10 dan nilai Tolerance mendekati angka 1. Data dari model regresi penelitian ini berarti terbebas dari gejala multikolinieritas.

4.4 Uji Heteroskedastisitas

Pada penelitian ini metode yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode Park. Dalam metode ini, untuk mengetahui apakah terjadi heteroskedastisitas dilihat dari nilai signifikan yang ditampilkan. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 terdapat heteroskedastisitas. Tetapi apabila nilai signifikan lebih besat dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	-2,094	,950		-2,206	,030
	kualitas pelayanan	,054	,025	,286	2,179	,032
	Harga	,012	,025	,025	,358	,724

Fasilitas	,011	,035	,039	,301	,764
-----------	------	------	------	------	------

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Olah Data SPSS

Berdasarkan hasil data uji heteroskedastisitas pada tabel diatas dapat didapat hasil signifikansinya variabel kualitas pelayanan sebesar 0,032, hasil signifikansinya variabel harga sebesar 0,721, dan hasil signifikansinya variabel fasilitas sebesar 0,764. Hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, dikarenakan nilai signifikan lebih besar dari tingkat alpha yang telah ditetapkan yaitu 0,005. Maka data bersifat homoskedastisitas.

4.5 Uji Statistik Dan Pembahasan

Uji Statistik dilakukan untuk memperoleh hasil dan mendapatkan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan. Pengolahan serta pengukuran data untuk memperoleh hasil dan kesimpulan pada penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS 21.

4.5.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan sebagai alat analisis untuk menunjukkan besarnya kontribusi dari variabel independen yaitu kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap variabel dependen (Kepuasan Pelanggan).

Tabel 7. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,648 ^a	,419	,401	1,524

a. Predictors: (Constant), fasilitas, harga, kualitas pelayanan

Sumber: Olah Data SPSS

Pada tabel diatas menjelaskan besarnya nilai korelasi/hubungan (r) yaitu sebesar 0,648, ini artinya terdapat hubungan yang kuat antara variabel independent dengan variabel dependent (karena mendekati 1). Dari hasil pengolahan tersebut juga di peroleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,401 yang memberikan kesimpulan bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terkait adalah sebesar 40,1% dan sisanya (100%-40,1%)= 59,9% dipengaruhi oleh variabel lain, diluar model.

4.5.2. Pengujian Hipotesis

1) Uji f (Uji Simultan)

Untuk membuktikan apakah secara simultan variabel independen yaitu kualitas pelayanan, harga, dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, maka digunakan uji F.

Tabel 8. Uji f (ANOVA)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	161,045	3	53,682	23,110	,000 ^b
	Residual	222,995	96	2,323		
	Total	384,040	99			

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

b. Predictors: (Constant), fasilitas, harga, kualitas pelayanan

Sumber: Olah Data SPSS

Nilai F hitung 23,110 lebih besar dari nilai F tabel sebesar 2,70 (F hitung > F tabel) atas (23,110 > 2,70), yang berarti keputusannya menolak H₀ dan menerima H_a. Didapatkan hasil probabilitas signifikansi sebesar 0,000 (p < 0,05) yang berarti keputusannya menolak H₀ dan menerima H_a. Dengan demikian secara simultan variabel kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan di kenari *waterpark* bontang.

2. Uji t (Uji Parsial Secara Individu)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel bebas yang terdiri dari *tangible*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat diketahui dengan melihat pada tabel *coeffisient* melalui pengujian hipotesis dan kemudian dibandingkan dengan t tabel yaitu N = jumlah sampel 100 dengan taraf signifikan

$\alpha = 0,05$ diperoleh nilai t tabel sebesar 1,984

Tabel 9. Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,812	1,820		5,940	,000
	kualitas pelayanan	,149	,049	,328	3,014	,003
	Harga	,072	,067	,085	1,072	,286
	Fasilitas	,225	,068	,357	3,332	,001

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber: Olah Data SPSS

Kepuasan Pelanggan dengan nilai t tabel sebesar 1,984 ditentukan sebagai berikut:

a. Jika nilai t hitung $\leq 1,984$, maka H_0 diterima dan ditolak H_a

b. Jika nilai t hitung $> 1,984$, maka H_0 ditolak dan diterima H_a Hasil yang telah diperoleh dapat dijelaskan sebagai berikut: Untuk mencari t tabel dengan $\alpha = 0,05$ yakni t tabel = $\alpha/2$; n-k-1

t tabel = $0,05/2$; 100-3-1

t tabel = $0,025$; 96

t tabel = 1,984

Pengujian H1

Pengujian Hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Hipotesis diterima jika t hitung $> t$ tabel dan nilai sig $< \alpha 0,05$. Nilai t tabel pada $\alpha = 0,05$ adalah 1,984. Untuk nilai t hitung variabel Kualitas Pelayanan adalah 3,014 dan nilai sig adalah 0,003. Dengan demikian dikatakan bahwa t hitung $> t$ tabel $3,014 > 1,984$ dan nilai sig $0,003 < \alpha 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Kualitas Pelayanan. sehingga hipotesis pertama (H_1)

diterima.

Pengujian H2

Pengujian Hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Hipotesis diterima jika t hitung $> t$ tabel dan nilai sig $< \alpha 0,05$. Nilai t tabel pada $\alpha = 0,05$ adalah 1,984. Untuk nilai t hitung variabel Harga adalah 1,072 dan nilai sig adalah 0,286. Dengan demikian dikatakan bahwa t hitung $< t$ tabel $1,072 < 1,984$ dan nilai sig $0,286 > \alpha 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Hal ini menunjukkan bahwa variabel Harga tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap variabel dependen yaitu Kualitas Pelayanan. sehingga hipotesis kedua (H_2) **ditolak.**

Pengujian H3

Pengujian Hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Hipotesis diterima jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan nilai $\text{sig} < \alpha 0,05$. Nilai t tabel pada $\alpha = 0,05$ adalah 1,984. Untuk nilai t hitung variabel Fasilitas adalah 3,332 dan nilai sig adalah 0,001. Dengan demikian dikatakan bahwa $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ $3,332 > 1,984$ dan nilai $\text{sig} 0,001 < \alpha 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Harga. sehingga hipotesis ketiga (H₃) **diterima**.

5. Kesimpulan Dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab IV, Hasil yang didapat beberapa kesimpulan penelitian yang dilakukan di *kenari waterpark bontang*, dapat disimpulkan pada hasil uji simultan (uji f) dan uji parsial (uji t) diantaranya:

- Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif dengan nilai t hitung $>$ dari pada t tabel $3,014 > 1,984$ dengan nilai signifikansi $< 0,05$ dengan nilai sebesar 0,003.
- Variabel harga tidak berpengaruh signifikan dan negatif dengan nilai f hitung $<$ dari pada f tabel $1,072 < 1,984$ dengan nilai signifikansi $> 0,05$ dengan nilai sebesar 0,286.
- Variabel fasilitas berpengaruh signifikan dan positif dengan nilai t hitung $>$ t tabel $3,332 > 1,984$ dengan nilai signifikansi $< 0,05$ dengan nilai sebesar 0,000.
- Dari hasil Uji f (uji simultan) bahwa variabel kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan kenari *water park* bontang. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian f tabel 23,110 dengan nilai signifikansi 0,001.

5.2 Saran

Setelah melihat hasil dan kesimpulan dari penelitian yang telah penulis lakukan, adapun saran dari penulis adalah sebagai berikut :

- Sehubungan dengan pelayanan dan fasilitas yang telah diberikan kepada konsumen selama ini, maka bagi kenari *waterpark* bontang harus mempertahankan variabel kualitas pelayanan dan fasilitas karena tanggapan konsumen terhadap variabel tersebut sangat baik. Bisa dilihat dari pertanyaan kuisisioner yang penulis sebarkan kepada responden, 3 pertanyaan dari variabel kualitas pelayanan yang mempunyai nilai rata-rata tertinggi adalah petugas *waterpark* memberikan pelayanan yang sopan dan santun, kondisi gedung menarik, dan pelayanan yang selalu murah senyum. Sedangkan dari variabel fasilitas 3 pertanyaan yang mempunyai nilai rata-rata tertinggi adalah penataan ruang dan bentuk bangunan *waterpark* sangat direncanakan dengan baik, perencanaan ruang dan arsitektur bangunan menarik dan menyenangkan pengunjung, dan desain area *waterpark* yang menarik.

- b. Untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan penambahan variabel baru atau indikator baru, dengan melihat nilai R^2 pada penelitian ini hanya sebesar 41% masih ada 59,9% variabel lain yang dapat mempengaruhi penelitian ini. Dan juga diharapkan menggunakan analisis yang berbeda agar dapat memberikan analisis yang lebih luas sehingga dapat menyempurnakan hasil penelitian.
- c. Kenari *water park* bontang harus meningkatkan kualitas pelayanan, yaitu dengan meningkatkan mutu SDM yang dapat berkontribusi dalam kepuasan pelanggan, SDM yang berpengetahuan luas, jujur dan dapat dipercaya sehingga dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan syariat Islam.
- d. Kenari *water park* harusnya bisa lebih meningkatkan unsur syari'ah pada *water park* ini dengan memisahkan laki-laki dan perempuan, jadi tidak digabung lagi saat berenang antara laki-laki dan perempuan dan kedepannya bisa menjadikan kenari *water park* sebagai kolam renang syari'ah pertama dan terbesar di provinsi kalimantan timur.

Referensi:

- Apriani, Munica. 2011. "Analisis Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Mereferensikan.
- Gumussoy, Koseoglu. 2016. *The Effects of Service Quality, Perceived Value and Price Fairness on Hotel Customers' Satisfaction: Journal of Economics, Business and Management*. Vol. 4, No. 9.
- Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Ghozali, Imam, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- HS. Moenir. 2002. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta : Erlangga
- Sumarni, Murti. 2000. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Shofiyuddin, 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan ;Journal aplikasi Manajemen*. Vol.1. No. 3
- Sumarni, Murti dan Salamah Wahyuni. 2006. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Yogyakarta: Penerbit ANDI Yogyakarta
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung
- Sieregar, Syofian. 2014. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, PT. Bumi Aksara, Jakarta
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Strategi pemasaran*, Penerbit Andi: Yogyakarta
- Wijayanto, Kusuma. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank ;Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*. Vol 17. No 1