

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI PADA ECO GREEN PARK KOTA BATU)**

Oleh :
Dian Adi Saputro

Dosen Pembimbing :
Dr. Astrid Puspitaningrum, SE., MM.
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya
Jl. MT. Haryono 165 Malang 65145
E – mail : Kentez775@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada tempat wisata Eco Green Park Batu. Jenis penelitian, yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *explanatory research*, yaitu untuk menguji hipotesis yang sudah ada guna memperkuat atau menolak hipotesis yang sudah ada. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pengunjung tempat wisata Eco Green Park Batu yang tidak diketahui jumlahnya, dikarenakan adanya dinamika demografi pada pengunjung tempat wisata. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner terhadap pengunjung tempat wisata Eco Green Park Batu sesuai dengan syarat yang telah ditentukan. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 110 responden pada tempat wisata Eco Green Park Batu. Analisis penelitian dengan menggunakan *SPSS for Windows ver 20.0*. Hasil dari analisa penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga merupakan variabel penjelas, yang signifikan dari variabel kepuasan konsumen. Dengan ini Eco Green Park Kota Batu meningkatkan kualitas pelayanan dan menganalisa penetapan harga sehingga memberikan kepuasan terhadap konsumen pada Eco Green Park Kota Batu.

Kata Kunci: kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen

ABSTRACT

This study aims at identifying the influence of service quality and ticket price on the satisfaction of consumer of Eco Green Park Batu. The population of this explanatory research is the visitors of Eco Green Park Batu, where the samples are selected through non-probability sampling using purposive sampling technique. Questionnaires are distributed to 110 respondents to collect the research data, which are then analyzed using SPSS for Windows ver. 20.0. The results show that service quality and ticket price are significant independent variable for consumer satisfaction. Therefore, Eco Green Park Batu should improve its service and reconsider its ticket pricing according to the expectation of the visitors.

Keywords: service quality, ticket price, consumer satisfaction

PENDAHULUAN

Bersamaan dengan semakin majunya era globalisasi, dunia pariwisata semakin menjadi sorotan bagi masyarakat di dunia, ta terkecuali di Indonesia, yaitu Negara yang berada pada rute perdagangan penting antara Benua Asia dan Australia, serta dipengaruhi perkembangan ekonomi dan politik dunia yang semakin meningkat. Ditegah turunya ekspor Indonesia akibat lesunya perdagangan dunia, pariwisata memiliki peluang yang sangat besar guna mendulang pendapatan Negara melalui devisa terlebih dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN.(kemenper.co.id).

Hal ini sesuai Undang-Undang Republik Indonesia No 10 tahun 2009, pasal 4 yang menyatakan Kepariwisataaan bertujuan untuk: meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya, memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, memupuk rasa cinta tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa, dan , mempererat persahabatan antar bangsa.

Indonesia memiliki potensi yang besar dalam bidang pariwisata. Keindahan alam yang mempesona

menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Selain wisatawan lokal, terdapat pula wisatawan mancanega yang banyak berdatangan ke Indonesia untuk menikmati keindahan pariwisata di Negara ini.

Kota Batu yang terkenal dengan salah satu daerah wisata di wilayah Jawa Timur terdapat berbagai macam tempat wisata menarik yang dapat dikunjungi oleh wisatawan baik lokal maupun mancanegara, salah satunya adalah Eco Green Park, tempat wisata ini berada pada lokasi kawasan wisata Jawa Timur Park 2 yang tepatnya berlokasi di jalan Oro-Oro Ombo 9a, Kecamatan Batu.

Eco Green Park merupakan wisata edukasi yang memiliki moto *Fun and Study*, selain dapat menghabiskan waktu luang dengan keluarga, atau teman, pengunjung juga dapat menambah pengetahuan seputar unggas dan tanaman. Bahkan pengunjung juga dapat belajar bagaimana menjaga hutan dari pemburu liar dan penebang pohon liar, banyak pembelajaran yang dapat pengunjung dapatkan saat mengunjungi empat wisata Eco Green Park.

Sejak didirikan pada tahun 2012 Eco Green Park banyak didatangi oleh pengunjung yang ingin menambah pengetahuan atau menghabiskan waktu luang bersama keluarga maupun teman. berikut

merupakan data kunjungan pada tempat wisata Eco Green Park:

Tabel 1
Jumlah kunjungan wisatawan ke Eco Green Park 2013-2014

Tahun	Jumlah Pengunjung	Persentase Kenaikan
2013	73.078	
2014	87.790	16,8%
2015	46.900	-46,6%

Sumber : BPS Kota Batu tahun 2016

Harga merupakan beban yang harus di bayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan apa yang konsumen inginkan.(Kotler & Amstrong, 2011). Tiket yang ditawarkan oleh tempat wisata Eco Green Park cukup dapat dijangkau oleh konsumen yaitu dengan harga Rp. 40.000 untuk hari senin-kamis (*weekday*) dan Rp. 60.000 untuk hari jumat-minggu (*weekend*). Harga tersebut dianggap sesuai dengan apa yang telah konsumen dapatkan setelah memasuki kawasan wisata Eco Green Park. Karena konsumen merasakan dapat menambah pengetahuan dan kesenangan sesuai dengan apa yang telah konsumen harapkan.

Sebuah bisnis yang bergerak pada bidang jasa, kualitas layanan merupakan sebuah kebutuhan yang sangat penting guna menarik konsumen agar konsumen memiliki ekspektasi yang baik tentang bisnis yang dijalankan sesuai dengan yang diharapkan konsumen.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Eco Green Park Kota Batu)”**.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, maka dapat diketahui permasalahan yang dapat diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh secara parsial dari variable kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Eco Green Park Batu?
2. Apakah terdapat pengaruh secara parsial dari variable harga terhadap kepuasan konsumen pada Eco Green park Batu?
3. Manakah diantara variable kualitas layanan dan harga yang memiliki pengaruh secara dominan terhadap kepuasan konsumen pada Eco Green park Batu?

TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial variable kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Eco Green park Batu.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial variable harga terhadap kepuasan konsumen pada Eco Green park Batu.

3. Untuk mengetahui variable kualitas pelayanan dan harga yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan pada Eco Green Park Batu.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Kualitas Layanan

Dalam memasarkan produknya selain melakukan strategi perusahaan juga harus memperhatikan sebuah pelayanan yang diberikan kepada konsumennya sehingga memberikan rasa puas pada konsumen. kualitas menurut Goetsh dan Davis dalam Tjiptono & Chandra (2011 : 164), “Kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan memenuhi atau melebihi harapan”.

Menurut pendapat Valarie, Leonard Berry, dan A. Parasuraman dalam Lovelock, Wirtz, dan Mussry (2011 : 154), terdapat lima dimensi dalam kualitas pelayanan, dimensi tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

1. *Tangibles* (penampilan unsur fisik) Menurut pendapat Lovelock, Wirtz, dan Mussry (2011), pada unsur *tangibles* terdapat beberapa karakteristik, antara lain, penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan materi komunikasi.
2. *Reliability* (Kinerja yang dapat diandalkan dan akurat) menurut Tjiptono (2008), mencakup dua aspek utama, yaitu konsistensi kinerja (*performance*) dan sifat

terpercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan mampu menyampaikan layanannya secara benar sejak awal (*right the first time*), memenuhi janjinya secara akurat dan andal.

3. *Responsiveness* (daya tanggap) Menurut pendapat Tjiptono dan Gregorius (2005), *Responsiveness* atau daya tanggap, yaitu kesediaan dan kesiapan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara cepat.
4. *Assurance* (kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan kesopanan) Menurut Kotler dan Keller (2009 : 52), *assurance* atau jaminan adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan.
5. *Empati* (akses mudah, komunikasi yang baik, dan pemahaman pelanggan) menurut pendapat Lupiyoadi (2013), *Empati (Empathy)*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan mereka.

2. Harga

Harga merupakan salahsatu komponen dalam bauran pemasaran yang sangat penting dan sifatnya fleksibel dimana dapat berubah setiap saat menurut waktu dan

tempatnya. Harga bukan hanya angka-angka yang tertera dilabel suatu kemasan atau rak toko, tetapi harga mempunyai banyak bentuk dan melaksanakan banyak fungsi. Menurut Kotler dan Armstrong (2010, 26) harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa yang dibutuhkan atau diinginkan konsumen.

Persepsi harga merupakan faktor psikologis dari berbagai segi yang mempunyai pengaruh yang penting dalam reaksi konsumen kepada harga. Karena itulah persepsi harga menjadi alasan mengapa seseorang membuat keputusan untuk membeli. (Cockril dan Goode, 2010).

Menurut pendapat Stanton dalam (rosvita, 2010; 24) terdapat empat indikator yang mencirikan harga :

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat.

3. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil)

yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya. (Fandy Tjiptono, 2011). Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2009) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

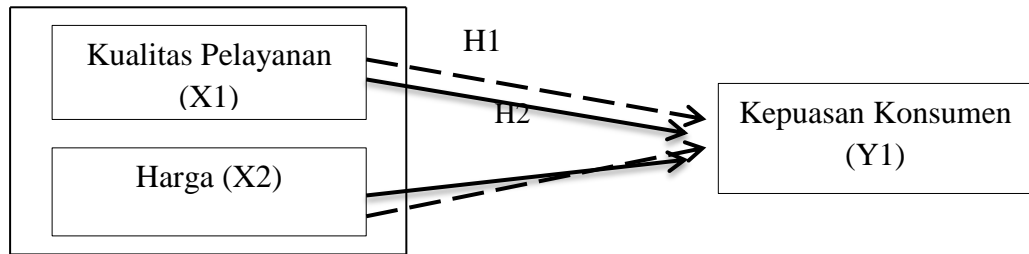
Hipotesis Penelitian Pada Tempat Wisata Eco Green Park Kota Batu

Menurut Sugiyono (2012) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawabannya belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

H₁ : Diduga terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel kualitas pelayanan (X₁), harga (X₂) terhadap kepuasan pelanggan pada Eco Green Park.

H₂ : Diduga terdapat variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada Eco Green Park.

Gambar 1
Model Hipotesis Peneliti



Sumber : Peneliti 2016

Dari rumusan yang telah dijabarkan di atas maka muncul suatu hipotesis yang dapat di ajukan adalah sebagai berikut :

1. Diduga bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada tempat wisata Eco Green Park Kota Batu.
2. Diduga bahwa variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada tempat wisata Eco Green Park Kota Batu
3. Diduga bahwa antara variabel kualitas layanan dan harga berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada tempat wisata Eco Green Park Kota Batu.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian *explanatory research*. Menurut Zulganef (2008) *explanatory research* adalah penelitian yang bertujuan menelaah

kausalitas antar variabel yang menjelaskan suatu fenomena tertentu, penelitian berusaha untuk menjelaskan atau membuktikan hubungan atau pengaruh antar variabel. Pada penelitian ini peneliti melakukan penelitian dengan menjelaskan analisis pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada tempat wisata Eco Green Park Batu.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian pada penelitian ini berada di tempat wisata Eco Green Park Kota Batu. Dipilihnya lokasi tempat wisata Eco Green Park ini dengan berdasarkan beberapa pertimbangan:

1. Karena Eco Green Park merupakan tempat wisata yang terbilang baru yang berada di Kota Batu.
2. Karena banyaknya tempat wisata menarik lainnya di kota batu yang menjadi pesaing dari tempat wisata Eco Green Park, namun Eco Green Park masih bisa bersaing dengan tempat wisata lain.

Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi Penelitian

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pengunjung pada tempat wisata Eco Green Park Kota Batu, baik yang sedang melakukan kunjungan maupun yang pernah melakukan kunjungan pada tempat wisata Eco Green Park Kota Batu

b. Sampel Penelitian

Sample adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.(Sugiyono, 2014). Sampel merupakan beberapa contoh populasi yang diambil oleh peneliti sebagai perwakilan dari kumpulan populasi yang akan diteliti oleh peneliti sebagai penyelesaian suatu masalah dalam penelitian.

Teknik Pengambilan Sampel

Desain pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* menurut Sugiyono (2014) *nonprobability sampling* adalah adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel

Teknik pengambilan sampel yang dipakai adalah dengan *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.(Sugiyono, 2014).

Pertimbangan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berkunjung pada tempat wisata Eco Green Park lebih dari dua kali.
2. Usia minimal 17 tahun
3. Pengambil keputusan berkunjung.

Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan sumbernya jenis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Dalam penelitian ini data primer didapat dari jawaban kuesioner yang diberikan oleh peneliti kepada responden. Selain itu data penelitian ini juga didapat dari data primer dari pengunjung tempat wisata Eco Green Park Kota Batu yang memenuhi kriteria pada penelitian.

b. Data Sekunder

Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti sumber data sekunder sebagai pendukung penelitian di dapat dari penelitian terdahulu, jurnal, buku, literatur – literatur, dan artikel – artikel yang didapat dari internet.

Definisi Operasional Variabel

a. Variabel Bebas (X)

Dalam pengukurannya kualitas layanan diukur dengan menggunakan dimensi dari kualitas layanan (X1) Menurut pendapat Valarie, Leonard Berry, dan A. Parasuraman dalam Lovelock, Wirtz, dan Mussry (2011),

terdapat lima dimensi dalam kualitas layanan (X1)

yang menjadi dimensi dari kualitas layanan adalah sebagai berikut :

- a. Tangibles
- b. Reliability
- c. Responsiveness
- d. Assurance
- e. Empati

Dalam pengukuran harga diukur dengan menggunakan dimensi harga (X₂), Menurut pendapat Stanton (rosvita, 2010) terdapat empat indicator yang mencirikan harga sebagai berikut :

- a. Keterjangkauan Harga
- b. Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk
- c. Daya saing Harga
- d. Kesesuaian Harga Dengan manfaat

b. Variabel Terikat (Y)

Menurut Fandy Tjiptono (2011) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya.

Hasil Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Nilai signifikan r Hitung $>$ r Tabel (0,187) , yang berarti tiap-tiap item variabel adalah valid sebab nilai hasil korelasi (sig) $<$ alpha (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa

item-item tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian.

b. Uji Reabilitas

Nilai dari *Cronbach's Alpha* untuk semua variabel menurut Nunnally dalam Ghozali (2013) yaitu lebih besar dari 0,70. Dari ketentuan yang telah disebutkan sebelumnya maka semua variabel yang digunakan untuk penelitian sudah reliabel dan dapat dipercaya.

Tabel 2
Hasil Uji reabilitas Instrumen

Variabel	Koefisien Alpha Cronbach	Keterangan
X1	0,924	Reliable
X2	0,855	Reliable
Y	0,790	Reliable

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas ini dilakukan untuk mengetahui bahwa tidak terjadi hubungan yang sangat kuat atau tidak terjadi hubungan linier yang sempurna atau dapat pula dikatakan bahwa antar variabel bebas tidak saling berkaitan atau tidak terjadi korelasi antar variabel bebas.(Ghozali, 2013).

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel bebas	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
X1	0.261	3.829
X2	0.261	3.829

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 4.16, berikut hasil pengujian dari masing-masing variabel bebas:

- Tolerance untuk Kualitas Layanan adalah 0.261
- Tolerance untuk Tarif adalah 0.261

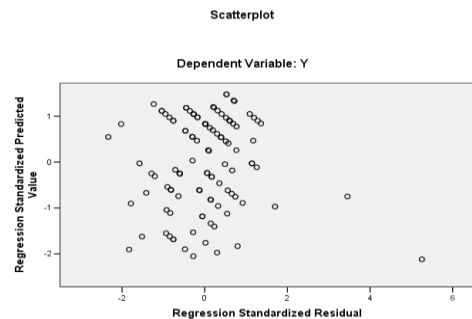
Pada hasil pengujian didapat bahwa keseluruhan nilai tolerance > 0,1 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas.

b. Uji Heterokedestisitas

Uji heteroskedestisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.(Ghozali, 2013).

Berikut merupakan hasil uji heterokedestisitas:

Gambar 2
Grafik Scatterplot Uji Heteroskedestisitas



Sumber: Data primer diolah, 2016

Dari hasil pengujian tersebut didapat bahwa diagram tampilan *scatterplot* menyebar dan tidak membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa sisaan mempunyai ragam homogen (konstan) atau dengan kata lain tidak terdapat gejala heterokedastisitas.

c. Uji Normalitas

Berdasarkan uji P-P Plot didapatkan bahwa titik – titik data sudah menyebar mengikuti garis diagonal, sehingga dikatakan bahwa residual sudah menyebar secara distribusi normal. Sementara Berdasarkan uji Grafik Histogram didapatkan bahwa frekuensi Residual paling banyak mengumpul pada nilai 0 atau nilai penyebaran data sudah sesuai dengan kurva normal sehingga dikatakan

bahwa residual sudah menyebar secara distribusi normal.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

a. Persamaan Regresi Linier Berganda

Didapatkan persamaan regresi dengan ketentuan menurut Ghozali (2011:96) adalah sebagai berikut :

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 0,446 X_1 + 0,382 X_2$$

Y = Kepuasan Konsumen (Y), sementara yang menjadi variabel independen adalah kualitas layanan (X_1) dan harga (X_2).

b_1 = Koefisien regresi pada variabel kualitas layanan (X_1) sebesar 0,446.

b_2 = Koefisien regresi pada variabel harga (X_1) sebesar 0,446.

Uji Hipotesis

a. Uji Statistik t

1. t test antara X_1 (Kualitas Layanan) dengan Y (Kepuasan Konsumen) menunjukkan t

hitung = 3,914. Sedangkan t tabel ($\alpha = 0.05$; db residual = 107) adalah sebesar 1,982. Karena t hitung > t tabel yaitu $3,914 > 1,982$ atau nilai sig t ($0,000 < \alpha = 0.05$ maka pengaruh X_1 (Kualitas Layanan) terhadap Kepuasan Konsumen adalah signifikan.

2. t test antara X_2 (Harga) dengan Y (Kepuasan Konsumen) menunjukkan t hitung = 3,353. Sedangkan t tabel ($\alpha = 0.05$; db residual = 107) adalah sebesar 1,982. Karena t hitung > t tabel yaitu $3,353 > 1,982$ atau nilai sig t ($0,001 < \alpha = 0.05$ maka pengaruh X_2 (harga) terhadap Kepuasan Konsumen adalah signifikan pada alpha 5%. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Konsumen dapat dipengaruhi secara signifikan oleh harga.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari analisis pada Tabel 4.19 diperoleh

hasil adjusted R^2 (koefisien determinasi) sebesar 0,631. Artinya bahwa 63,1% variabel Kepuasan Konsumen akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu Kualitas Layanan (X_1) dan harga (X_2). Sedangkan sisanya 36,9% variabel Kepuasan Konsumen akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

c. Uji Dominan

uji dominan dapat dilakukan dengan melihat nilai koefisien standarisasi (*standardized beta coefficient*) pada hasil uji regresi linier berganda. Berdasarkan tabel 4.18 bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai koefisien terbesar yaitu 0,446 dibandingkan dengan variabel harga (X_2) yaitu sebesar 0,382. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen (Y) pada Eco Green Park

Batu lebih banyak dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan (X_1) daripada variabel harga (X_2).

Pembahasan Hasil Penelitian

a. Pengaruh Kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada tempat wisata Eco Green Park Kota Batu

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Eco Green Park Batu. Hal tersebut diketahui dari hasil uji t yang memberikan hasil t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Signifikansi variabel kualitas pelayanan lebih kecil dari α 0,05. Dengan demikian maka H_0 ditolak.

b. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada tempat wisata Eco Green Park Kota Batu

Penelitian ini memberikan hasil bahwa tarif berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Eco Green Park Batu. Melalui uji t yang memberikan hasil t_{hitung} lebih tinggi jika dibandingkan dengan t_{tabel} . Nilai

signifikansi variabel tarif lebih kecil dari α 0,05. Dengan demikian, maka H_0 ditolak.

c. Hasil Uji Dominan Antara Variabel Kualitas Layanan dan Harga

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang dominan terhadap kepuasan pengunjung pada Eco Green Park Batu.

KESIMPULAN

1. Terdapat pengaruh pada kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Apabila kualitas layanan yang diberikan meningkat maka kepuasan yang dirasakan oleh konsumen juga ikut meningkat.
2. Terdapat pengaruh pada tarif terhadap kepuasan konsumen. Apabila tarif yang ditetapkan sesuai dengan apa yang konsumen dapatkan, tarif yang ditetapkan mampu bersaing, tarif yang ditetapkan terjangkau maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat.

3. Kualitas layanan memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap kepuasan konsum dibandingkan dengan tarif. Karena kualitas layanan memberikan peran penting terhadap kepuasan yang dirasakan konsumen.

SARAN

1. Pengetahuan yang dimiliki oleh masing-masing karyawan akan objek wisata harus lebih ditingkatkan guna memberikan informasi terhadap konsumen agar konsumen tidak merasa bingung akan informasi yang diberikan.
2. Kesabaran akan melayani pertanyaan dari konsumen perlu ditingkatkan, guna memberikan kepuasan pada konsumen saat melakukan tanya jawab.
3. Perlu meningkatkan cara penyampaian informasi yang baik terhadap konsumen, sehingga konsumen merasa tarif yang telah dibayarkan sesuai dengan apa yang konsumen dapatkan.
4. Perlu mempertahankan dan meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada konsumen,

sehingga konsumen merasa puas dan loyal terhadap tempat wisata Eco Green Park Batu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam, 2013. Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21. Edisi 7, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi Ketiga Belas. PT. Gelora Aksara Pratama. Erlangga. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Amstrong . 2010. Principles Of Marketing. 13 Edition. Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Lovelock, Christopher H. Jochen Wirtz. Jacky Mussry. 2011. Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi – Perspektif Indonesia. Jilid I. Edisi 7. PT. Indeks. Erlangga, Jakarta.
- Lovelock, Christoper H. Jochen Wirtz. Jacky Mussry. 2011. Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi – Perspektif Indonesia. Jilid II. Edisi 7. PT. Indeks. Erlangga, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi. Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fendi., & Georgeus, Candra. 2005. Manajemen Kualitas Jasa. Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fendi., & Georgeus, Candra. 2008. Strategi Bisnis Pemasaran. Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fendi., & Georgeus, Candra. 2011. Service, Quality and Satisfaction (ed 3). Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fendi., & Georgeus, Candra. 2012. Pemasaran Strategik. Andi, Yogyakarta.
- Zulganef. 2008. Metode Penelitian Sosial dan Bisnis. Edisi Pertama. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- https://batukota.bps.go.id/website/pdf_publicasi/ (diakses 20 Januari 2017 pkl. 12.35)