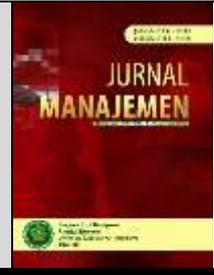




# JURNAL MANAJEMEN

Terbit online : <http://jurnalfe.ustjogja.ac.id>



## PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TAMAN WISATA CANDI BOROBUDUR, JAWA TENGAH

Arifin<sup>1</sup>  
Rahmawati Riantisari<sup>2</sup>  
Sugiyono<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Pasca Sarjana Magister Manajemen, Universitas Teknologi Yogyakarta  
Email: [arifin114@gmail.com](mailto:arifin114@gmail.com)

Informasi Naskah	Abstrak
<b>Diterima: 24 Oktober 2019</b> <b>Revisi: 5 Desember 2019</b> <b>Terbit: 30 Juni 2020</b> <b>Kata Kunci:</b> <i>Service quality, Facilities and customer satisfaction, Borobudur Temple.</i>	<p><i>The purpose of this study was to analyze consumer satisfaction Borobudur Central Java Temple Tourism Park. This study uses service and facility quality variables to analyze customer satisfaction at Borobudur Tourism Park.</i></p> <p><i>The sampling technique used by multiplying 5 times the number of question items, then the sample results obtained by 155 people. The result was that 150 questionnaires were answered by visitors to Borobudur Temple Tourism Park while 5 questionnaires were not filled out by visitors so they were not included in the data analysis. Then the response rate in this study was 96.77%. The analytical tool used to test the research instrument uses the validity and reliability test while to test the hypothesis is the Multiple Linear Regression Analysis, t Test and F.</i></p> <p><i>The result is that Service Quality has a significant effect on Consumer Satisfaction of Borobudur Temple Tourist Park Consumers, Facilities do not significantly influence Satisfaction Consumers Borobudur Temple Tourism Park Consumers and Quality of Service and Facilities simultaneously affect Consumer Satisfaction Borobudur Temple Tourism Park Consumers.</i></p>

### PENDAHULUAN

Indonesia dengan variasi bentang alam dan ragam suku menjadi negara yang cukup potensial untuk mengembangkan bidang pariwisata dan budaya. Bidang kepariwisataan dan budaya tersebut sedang dan sudah menjadi bagian penting dalam menumbuhkan perekonomian negara. Data dari Badan Pusat Statistik dari tahun 2015 hingga tahun 2018 menunjukkan peningkatan pendapatan devisa dari sektor kepariwisataan. Mulai tahun 2015 hingga tahun 2018, prosentase peningkatan pendapatan devisa negara yang dihasilkan oleh sektor kepariwisataan hampir mencapai angka 36,5 persen. Angka tersebut cukup menjanjikan bagi perkembangan perekonomian di negara Indonesia.

Tabel Jumlah Devisa Sektor Pariwisata (Miliar US \$)

Wilayah	2015	2016	2017	2018
Indonesia	12.23	13.46	15.24	19.29

sumber: bps.go.id

Sementara itu, setiap kota di Indonesia juga mempunyai ciri khas dari sektor pariwisatanya masing-masing. Seperti kepariwisataan yang berfokus pada bidang budaya, maupun sektor pariwisata yang mengolah hasil bentang alam. Salah sektor pariwisata yang mengolah dan menawarkan pengalaman wisata budaya adalah Candi Borobudur. Candi Borobudur menjadi bagian dari kepariwisataan sekaligus salah satu cagar budaya. Terletak di Kabupaten Magelang, kepariwisataan Candi Borobudur juga menjadi bagian dari kultur sekaligus pemacu perekonomian masyarakat di sekitar candi.

Mengutip dari BPS Kabupaten Magelang ([magelangkab.bps.go.id](http://magelangkab.bps.go.id), 13 November 2018), kunjungan wisatawan ke borobudur dari data tahun 2013 hingga 2015 mencapai angka 3000 lebih wisatawan tiap tahun. Dengan potensi kunjungan wisatawan yang demikian tinggi, serta daya tarik dari landscape dari Candi Borobudur, pengelolaan Candi Borobudur menjadi aspek yang perlu mendapatkan penggaris bawahan lebih untuk tetap dapat menjadi bagian dari pemacu roda perekonomian, baik untuk masyarakat, daerah, maupun dalam skala meso, yakni negara.

Berdasarkan Undang-undang No.11 tahun 2010 tentang Cagar Budaya, Pengelolaan Cagar Budaya dilakukan oleh badan pengelola yang dibentuk oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan/atau masyarakat hukum adat. Sehingga, dapat dikatakan pengelolaan dan pelestarian cagar budaya dalam hal ini Candi Borobudur juga merupakan tanggung jawab dan kewenangan Pemerintah. Selain sebagai warisan yang sejatinya perlu dijaga kelestariannya, pengelolaan Candi Borobudur tentu juga ditujukan untuk dapat menarik manfaat baik dari segi budaya maupun ekonomi. Dari segi budaya, kebermanfaatan tentu tidak dapat diukur dari segi kuantitatif, namun kualitatif kebermanfaatan. Sementara dari Segi ekonomi, Candi Borobudur perlu mendapat perhatian lebih untuk tetap dapat menjadi kawasan wisata yang memberi pemasukan kebermanfaatan kepada semua pihak terkait, yakni masyarakat sekitar, dan juga daerah Kabupaten Magelang. Penekanan dan penggaris bawahan dapat dilakukan dalam berbagai aspek-aspek terkait, seperti kualitas pelayanan, fasilitas, serta sarana prasarana lain yang mendukung keberlangsungan kawasan wisata ini sehingga menarik minat pengunjung dan kunjungan kembali.

Menurut Kotler & Amstrong (2012) bahwa kualitas layanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Sedangkan menurut Pujawan (2010) kualitas layanan (*service quality*) sebagai hasil persepsi dan perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan yang terdapat 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* (pengalaman yang diharapkan) dan *perceived service* (pelayanan yang diterima). Kualitas layanan juga sudah menjadi ruh bagi industri jasa untuk tetap dan terus dapat ditingkatkan, termasuk pada kawasan wisata Candi Borobudur.

Sementara, variabel fasilitas juga menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari industri jasa. Spillane dalam Marhanah, Rosita dan Wahadi (2016) menggagas konsep fasilitas, yakni yang dikatakan mereka merupakan sarana dan prasarana yang mendukung operasional objek wisata untuk mengakomodasi segala kebutuhan wisatawan, tidak secara langsung mendorong pertumbuhan tetapi berkembang pada saat yang sama atau sesudah atraksi berkembang. Dari definisi konsep tersebut, fasilitas menjadi salah satu aspek yang cukup penting untuk dapat dipertahankan dan ditingkatkan dalam industri jasa. Mengingat pentingnya fasilitas dan kualitas layanan dalam keberlangsungan industri jasa seperti pada definisi konsep para ahli, akan dicoba dilakukan penelitian terkait dua

variabel tersebut terhadap kunjungan wisatawan. Variabel kualitas layanan dan fasilitas akan dikaitkan khususnya pada aspek kepuasan wisatawan terhadap kunjungan ke Candi Borobudur.

## **KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS**

### **Pemasaran**

Menurut Kotler & Amstrong (2012) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok mereka memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Sedangkan menurut American Marketing Association (AMA) pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan.

Fransisca Andreani (2007) dalam *Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran)* menyatakan bahwa pemasaran adalah strategi yang tidak hanya memperkenalkan produk dan jasa saja, namun lebih dari itu. Menurut Fransisca, pemasaran seharusnya dapat menyentuh aspek psikologis konsumen, sehingga dapat melekat dan mengikat konsumen menjadi lebih loyal. Lebih lanjut, dalam hasil penelitiannya bahwa strategi pemasaran sudah memasuki tahapan internet dan multimedia, bukan hanya pemasaran yang konvensional. Lebih lanjut Fransisca juga mengatakan pemasaran melalui media dikatakan dapat lebih efektif untuk menjaring konsumen.

### **Kualitas Layanan**

Menurut Kotler & Amstrong (2012) kualitas layanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Menurut Kotler & Amstrong (2012) ada 5 penentu mutu jasa, kelimanya disajikan secara berurut berdasarkan tingkat kepentingannya, diantaranya:

- 1) *Tangibles* (bukti langsung)  
Adalah fasilitas fisik yang ditawarkan kepada konsumen yang meliputi fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
- 2) *Empathy* (empati)  
Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.
- 3) *Reliability* (keandalan)  
Adalah konsistensi dari penampilan dan kehandalan pelayanan yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- 4) *Responsiveness* (daya tanggap)  
Yaitu kesigapan dan kecepatan penyedia jasa dalam menyelesaikan masalah dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- 5) *Assurance* (jaminan)  
Yaitu kemampuan dan keterampilan petugas, keramahan petugas, kepercayaan dan keamanan.

Pendapat lain terkait Kualitas Layanan yakni, sebagai sebuah upaya dan daya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan perusahaan melalui penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2001). Lebih lanjut, pengertian kualitas layanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik (Supranto, 2006).

### **Fasilitas**

Menurut Kotler & Keller (2013) fasilitas sebagai segala sesuatu yang telah disediakan oleh perusahaan untuk konsumen yang dapat memberikan kenyamanan, keamanan, kemudahan dan kepuasan. Menurut unsur-unsur yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan fasilitas jasa adalah:

- 1) **Pertimbangan/ Perencanaan Spasial**  
Aspek-aspek seperti simetri, proporsi, tekstur, warna dan lain-lain dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai orang atau yang melihatnya.
- 2) **Perencanaan Ruangan**  
Unsur ini mencakup perancangan interior dan arsitektur seperti, penempatan peralatan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi dan lain-lain.
- 3) **Perlengkapan/ Perabotan**  
Perlengkapan memiliki fungsi, diantaranya sebagai sarana pelindung barang-barang berharga berukuran kecil, sebagai barang pajangan, sebagai tanda penyambutan bagi para pelanggan, dan sebagai sesuatu yang menunjukkan status pemilik atau penggunaannya.
- 4) **Tata Cahaya**  
Beberapa yang perlu diperhatikan dalam mendesain tata cahaya adalah warna, jenis, dan aktivitas yang dilakukan didalam ruangan dan suasana yang diinginkan.
- 5) **Warna**  
Warna dapat menggerakkan perasaan dan emosi. Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi dalam ruangan, menimbulkan kesan rileks, mengurangi kecelakaan.
- 6) **Pesan-Pesan yang Disampaikan Secara Grafis**  
Aspek penting dan saling terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda untuk maksud tertentu.

Menurut pendapat Tjiptono, fasilitas dapat dikategorisasikan sebagai aspek-aspek yang memudahkan konsumen dalam menggunakan jasa sebuah perusahaan. Fasilitas dapat berupa sumber daya fisik yang ada dan dapat ditawarkan kepada konsumen (Tjiptono,1997). Sementara itu, Edy Haryanto (2013), dalam hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen, sehingga segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus mendapatkan perhatian.

### **Kepuasan Konsumen**

Menurut Kotler & Keller (2009) kepuasan konsumen adalah perasaan tentang senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Menurut Kotler & Keller (2009) menyatakan kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan konsumen. Indikator kepuasan konsumen dapat dilihat dari:

- 1) **Re-purchase**  
Membeli kembali, dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang atau jasa.
- 2) **Menciptakan Word Of Mouth**  
Dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain.
- 3) **Menciptakan Citra Merek**  
Pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing.
- 4) **Menciptakan Keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama.** Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

Sementara menurut Gaspersz yang dikutip dari Manopo (2013), merincikan beberapa faktor yang dapat memberikan pengaruh antara kepuasan dan ekspektasi pelanggan. Faktor tersebut berupa kebutuhan dan keinginan, pengalaman masa lalu, pengalaman dari teman-teman, dan juga komunikasi melalui iklan yang juga dapat memberikan pengaruh terhadap pelanggan.

### Pengembangan Hipotesis

Penelitian terkait pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen sudah dilakukan oleh Khadijah (2018) dengan mengambil studi lapangan di RSUD Ibnu Sina Kabupaten Gresik. Dalam penelitian tersebut, Ia membuktikan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Kemudian hasil penelitian yang sama juga dilakukan oleh Utami (2015) yang mengambil studi lapangan di Restoran Baruna Sanur. Utami (2015) membuktikan bahwa Kualitas berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Nugroho (2018) juga membuktikan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Sementara dalam penelitian ini juga akan dibuktikan dua variabel yang sama apakah mempunyai pengaruh yang signifikan yakni Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Taman Wisata Candi Borobudur.

#### **H1: Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Taman Wisata Candi Borobudur**

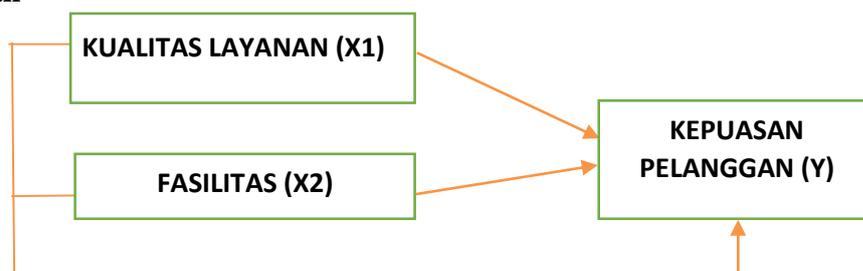
Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen dikatakan mempunyai pengaruh yang positif melalui penelitian Krisdiyanto (2018). Penelitian tersebut dilakukan di I Cafe Lina Putra Net Bandung dengan membuktikan bahwa Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Kemudian penelitian yang sama dengan menggunakan variabel yang sama pula juga dilakukan oleh Winarno (2018) yang mengambil studi lapangan di Kedai Kopi Maxx Coffee Cabang Hotel Aryaduta Manado. Winarno membuktikan bahwa Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil penelitian lainnya juga dilakukan oleh Arianto (2018) mengambil studi lapangan di Hotel Dharmawangsa dan membuktikan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Hotel Dharmawangsa.

#### **H2: Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Taman Wisata Candi Borobudur**

Penelitian terkait fasilitas dan kualitas layanan terhadap kunjungan wisatawan sebelumnya juga pernah dilakukan oleh Widyaningtyas (2017). Widyaningtyas (2017) mengambil studi lapangan di Taman Wisata Candi Prambanan. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa keadaan kualitas pelayanan, fasilitas, dan kepuasan konsumen di Taman Wisata Candi Prambanan dinilai baik oleh responden. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil bahwa kualitas layanan dan fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Taman Wisata Candi Prambanan. Sementara di tahun 2016, Marhanah, Rosita dan Wahadi juga melakukan penelitian terkait kualitas layanan dan juga kepuasan wisatawan di Taman Margasatwa Ragunan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif berdasarkan data kuantitatif yang datanya diolah secara statistik. Fasilitas wisata dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung di TMR dengan perolehan skor sebesar 43,7%.

#### **H3: Kualitas layanan dan fasilitas diduga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen**

### Kerangka Pemikiran



Gambar Kerangka Penelitian Hipotesis

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah kualitas layanan, fasilitas dan kepuasan konsumen. Sedangkan untuk subyek dalam penelitian ini pengunjung Taman Wisata Candi Borobudur. Metode pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini, dengan mengalikan 5X jumlah item pertanyaan (Wiyono, 2011). Sehingga sampel didapat sebesar 155 responden.

Menurut Wiyono (2011), uji validitas digunakan untuk mengetahui kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Menurut Wiyono (2011), instrumen yang reliabel yaitu instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, meskipun waktu dan tempatnya berbeda akan memperoleh hasil yang sama. Menurut Wiyono (2011) berpendapat regresi linear berganda digunakan jika terdapat satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Model analisis yang digunakan adalah model analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 20.00. Model ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t-hitung dimaksudkan untuk menguji model regresi atas pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat (Wiyono, 2011). Pengujian ini menggunakan program SPSS 20 dengan cara membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Uji F-hitung dimaksudkan untuk menguji model regresi atas pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat (Wiyono, 2011). Pengujian ini menggunakan SPSS 20.00 dengan cara membandingkan nilai F hitung (sig F) dengan tingkat signifikansi 0,05.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kriteria pengujiannya adalah jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total, maka dinyatakan valid dengan tingkat signifikan 5% dengan uji 2 sisi dan jumlah data ( $n$ ) = 150, maka diperoleh  $r_{tabel}$  sebesar 0,159. Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel Hasil Uji Validitas menunjukkan bahwa butir-butir pertanyaan pada variabel kualitas layanan, fasilitas mempunyai dan kepuasan konsumen  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan tersebut dinyatakan valid atau layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

**Tabel Hasil Uji Validitas**

Variabel	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Layanan	0,689	0,159	Valid
	0,573	0,159	Valid
Fasilitas	0,584	0,159	Valid
	0,689	0,159	Valid
Kepuasan Konsumen	0,809	0,159	Valid
	0,836	0,159	Valid

**Sumber : Perhitungan SPSS Versi 20**

### Uji Reliabilitas

Berdasarkan Tabel Hasil Uji Reliabilitas dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk semua item pertanyaan variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan konsumen, lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,159), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai item pada pertanyaan variabel pada penelitian dinyatakan reliabel.

**Tabel Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	R tabel	Cronbach's Alpha
Kualitas Layanan	0,159	0,879
Fasilitas	0,159	0,871
Kepuasan konsumen	0,159	0,876

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS Versi 20

## Uji Hipotesis

### 1. Uji Regresi Linear Berganda

Hasil analisis uji regresi linear berganda dapat diketahui persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 1,189 + 0,616 X_1 + 0,118 X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta = 1,189 artinya jika tidak ada variabel kualitas pelayanan dan fasilitas yang mempengaruhi kepuasan konsumen, maka kepuasan konsumen sebesar 1,189 satuan.
- Koefisien regresi Kualitas Layanan ( $X_1$ ) = 0,616 dengan tingkat signifikansi 0,000 atau lebih kecil dari 0,05. Koefisien bernilai positif artinya variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, jika kualitas layanan mengalami kenaikan 1 satuan dan variabel lainnya tetap, maka kepuasan konsumen mengalami peningkatan sebesar 0,616.
- Koefisien regresi Fasilitas ( $X_2$ ) = 0,118 dengan tingkat signifikan 0,201 atau lebih besar dari 0,05, artinya variabel fasilitas tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, jika fasilitas mengalami kenaikan 1 satuan dan variabel lainnya tetap, maka kepuasan konsumen mengalami peningkatan sebesar 0,118.

### 2. Uji t

Uji t-hitung dimaksudkan untuk menguji model regresi atas pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat (Wiyono, 2011). Pengujian ini menggunakan program SPSS.

**Tabel Hasil Uji t**

Variabel	T hitung	T tabel	Signifikansi
Kualitas Layanan	6,609	1,6652	0,000
Fasilitas	1,285	1,6652	0,201

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS Versi 20

#### a. Kualitas Layanan

Hasil statistik uji t untuk variabel kualitas layanan diperoleh t hitung sebesar 6,609 dan t tabel 1,6552 (df-2= 150-2=148) dengan tingkat signifikansi 0,000 karena t hitung > t tabel (6,609 > 1,6552), signifikansi lebih kecil 0,05 (0,000 < 0,05) maka hipotesis (H1) yang menyatakan bahwa “Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Taman Wisata Candi Borobudur” **diterima**

#### b. Fasilitas

Hasil statistik uji t variabel Fasilitas diperoleh t hitung sebesar 1,258 dan t tabel 1,6552 (df-2=150-2=148) dengan tingkat signifikan 0,201 karena t hitung ≤ t tabel ( 1,258 ≤ 1,6552 ),

signifikan lebih besar dari 0,05 (  $0,201 > 0,05$  ), maka hipotesis (H2) yang menyatakan bahwa “Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Taman Wisata Candi Borobudur” **ditolak**.

### 3. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F-hitung dimaksudkan untuk menguji model regresi atas pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat (Wiyono, 2011). Pengujian ini menggunakan SPSS 20.00 dengan cara membandingkan nilai F hitung (sig F) dengan tingkat signifikansi 0,05.

Berdasarkan Tabel Hasil Uji F diketahui bahwa variabel kualitas layanan dan fasilitas berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan taraf signifikansi 0,05, dengan melihat nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka dengan demikian H3 **diterima**

**Tabel Hasil Uji F**

Model	F	Sig
Regression	28,139	0,000

**Sumber: Hasil Perhitungan SPSS Versi 20**

### 4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Kuncoro (2013) Koefisien Determinasi (  $R^2$  ) merupakan perangkat untuk mengukur seberapa jauh model dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (  $R^2$  ) adalah di antara nol dan satu, nilai koefisien determinasi (  $R^2$  ) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel-variabel dependen sangat terbatas sedangkan nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. Hasil perhitungan SPSS versi 20 diperoleh nilai *adjusted R square* sebesar 0,267 (26,7%). Hal ini berarti bahwa 26,7% variabel kepuasan konsumen dijelaskan oleh variabel kualitas layanan dan fasilitas, sisanya sebesar 73,3% dijelaskan faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada pengunjung Taman Wisata Candi Borobudur, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Taman Wisata Candi Borobudur maka H1 diterima. Artinya, kualitas layanan yang diberikan Taman Wisata Candi Borobudur harus terus ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Taman Wisata Candi Borobudur maka H2 ditolak. Artinya, fasilitas yang diberikan Taman Wisata Candi Borobudur tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, maka pihak Taman Wisata Candi Borobudur harus memberikan fasilitas yang mampu mempengaruhi kepuasan konsumen.
3. Kualitas Layanan dan Fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Taman Wisata Candi Borobudur. Artinya, kedua variabel tersebut dapat mempengaruhi kepuasan konsumen secara bersama-sama dimana untuk peningkatan kualitas layanan juga harus didukung dengan adanya peningkatan fasilitas, sehingga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.
4. Variabel Kualitas Layanan dan Fasilitas memberikan pengaruh sebesar 26,7% dan sisanya sebesar 73,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Artinya kualitas layanan dan fasilitas hanya mempunyai pengaruh yang kecil terhadap kepuasan

konsumen, sehingga diperlukan variabel lain yang mempunyai pengaruh yang besar terhadap kepuasan konsumen yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Saran

Menarik benang merah dari kesimpulan yang didapat, saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi Taman Wisata Candi Borobudur adalah melakukan peningkatan kualitas pelayanan agar kepuasan kunjungan wisatawan tetap terjaga. Sementara bagi peneliti selanjutnya diharapkan mengembangkan variabel tambahan dalam penelitian, sebab dengan penelitian yang mencakup lebih banyak variabel dimungkinkan akan menunjukkan pengaruh yang berbeda terhadap kepuasan konsumen.

### REFERENSI

- Adreani, F. (2007). Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 2, No. 1, April 2007: 1-8. DOI: <https://doi.org/10.9744/pemasaran.2.1>.
- Arianto, N., & Muhammad, J. (2018). Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Dharmawangsa. *JURNAL SeMaRaK*, Vol 1, No 1. Diakses pada tanggal 28 Oktober dari: <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/smk/article/view/1250/990>
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Jumlah Devisa Sektor Pariwisata*. Diakses pada tanggal 23 Oktober dari <https://www.bps.go.id/dynamictable/2018/05/22/1357/jumlah-devisa-sektor-pariwisata-2015-2018.html>
- BPS Magelang. (2016). *Banyaknya Pengunjung Obyek Wisata Candi Borobudur di Kabupaten Magelang Menurut Asal Wisatawan*. Diakses pada tanggal 23 Oktober dari <https://magelangkab.bps.go.id/statictable/2016/11/25/283/banyaknya-pengunjung-obyek-wisata-candi-borobudur-di-kabupaten-magelang-menurut-asal-wisatawan-dan-bulan-2013-2015-orang-.html>
- Haryanto, E. (2013). Kualitas Layanan, Fasilitas Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado. *Jurnal EMBA* Vol.1 No.3 September 2013, Hal. 750-760. Diakses pada tanggal 24 Oktober dari: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2212/1769>
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2014). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2010 Tentang Cagar Budaya*. Diakses pada tanggal 24 Oktober dari <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpcbgorontalo/undang-undang-no-11-tahun-2010-tentang-cagar-budaya-pdf/>
- Khadijah, S. N., & Dianasari, I. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Di Rsud Ibnu Sina Kabupaten Gresik. *Journal Unigres Volume*, 07 No. Diakses pada tanggal 28 Oktober dari: [journal.unigres.ac.id › index.php › article › download](http://journal.unigres.ac.id/index.php/article/download)
- Kotler, P., & Gary, A. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, (Alih Bahasa: Bob Sabran). Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga.
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & Gagah, E. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di I Cafe Lina Putra Net Bandungan. *Jurnal Management Unpad*, Vol 4, No 4. Diakses pada tanggal 28 Oktober dari: <https://jurnal.unpad.ac.id/index.php/MS/article/view/1025/1000>
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*: Edisi Keempat. Jakarta: Erlangga
- Manoppo, F. (2013). Kualitas Pelayanan, Dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gran Puri Manado. *Jurnal EMBA* 1341 Vol.1 No.4 Desember 2013,

- Hal. 1341-1348. Diakses pada tanggal 24 Oktober dari:  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2913/2464>
- Marhanah, S., Rosita, R., & Wahadi, W. H. (2016). *Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta*. Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial. Universitas Pendidikan Indonesia. Jakarta.
- Nugroho, A., & Magnadi, H. R. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Lazada Express Saat Harbolnas Di E-commerce. *Diponegoro Journal of Management, Volume 7 No4, Halaman 1 - 11*. Diakses pada tanggal 28 Oktober dari:  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/22330/20481>
- Pujawan, I. N. (2010). *Supply Chain Management. Edisi Kedua*. Surabaya: Guna Widya.
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan. Cetakan ketiga*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi pemasaran. Edisi ke 5*. Yogyakarta: Andi Offset
- Utami, I. A. I. S., & Jatra, I. M. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 7, 2015: 1984-2000*. Diakses pada tanggal 28 Oktober dari:  
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/12678/9708>
- Widyaningtyas, W. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Taman Wisata Candi Prambanan*. Yogyakarta: Fakultas Manajemen, STIM YKPN Yogyakarta
- Winarno, S., mananeke, L., & Ogi, I. W. J. (2018). Analisis Pelayanan Konsumen Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Maxx Coffee Cabang Hotel Aryaduta Manado. *Jurnal Emba, Vol 6 No.3*. Diakses pada tanggal 28 Oktober dari:  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/20181/20334>
- Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan alat analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN.