

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PENGUNJUNG PADA OBYEK WISATA TAMAN REKREASI CIMALATI
PASAWAHAN CICURUG SUKABUMI**



LAPORAN SKRIPSI

Oleh :

Leni Lasmiansi

142100032

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS RESPATI INDONESIA

JAKARTA

2018

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PENGUNJUNG PADA OBYEK WISATA TAMAN REKREASI CIMALATI
PASAWAHAN CICURUG SUKABUMI**



SKRIPSI

Disusun dan diajukan sebagai syarat untuk penyusunan tugas akhir

Pada Program Studi Manajemen

Jenjang Pendidikan Strata -1

Oleh :

Leni Lasmiansi

142100032

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS RESPATI INDONESIA
JAKARTA
2018**

Pernyataan Orisinalitas Skripsi

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Leni Lasmiansi

NPM : 142100032

Program studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA OBYEK WISATA TAMAN REKREASI CIMALATI PASAWAHAN CICURUG SUKABUMI

Adalah benar hasil karya saya dan belum pernah diajukan sebagai karya ilmiah, sebagian atau seluruhnya, atas nama saya ataupun pihak lain.

Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya akan mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 28 Juli 2018

Materai Rp. 6000

Leni Lasmiansi

142100032

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PENGUNJUNG PADA OBYEK WISATA TAMAN REKREASI CIMALATI
PASAWAHAN CICURUG SUKABUMI**

SKRIPSI

Disusun oleh :

Leni Lasmiansi

142100032

Disetujui untuk dipertahankan oleh:

Dosen Pembimbing

Mengetahui,

Ketua Program Studi

(Titus Indrajaya, SE, MM)

Jakarta, 28 Juli 2018

Pembimbing Skripsi

(Drs. Agus Baharudin, MM)

Universitas Respati Indonesia

Jakarta

2018

PENGESAHAN

Skripsi ini telah diterima dan disahkan oleh
Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi
Universitas Respati Indonesia

Pada :

Hari :

Tanggal :

Dewan Penguji :

1. Drs. Agus Baharudin, MM ()
Pembimbing
2. Dr. Sakti Brata Ismaya, SE., MM ()
Penguji 1
3. Amrih Piguno, SH., MM ()
Penguji 2

MOTTO

“Tidak ada jalan mudah menuju kebebasan, dan banyak dari kita akan harus melewati lembah gelap menyeramkan. Lagi dan lagi sebelum akhirnya kita meraih puncak kebahagiaan.”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

1. Mama dan Empa tercinta yang tak henti-hentinya mendukungku baik moril maupun materil serta memberikan doa dan semangat kepadaku sehingga aku dapat menyelesaikan kuliahku di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Respati Indonesia
2. Kakak juga adikku Feri Kandi dan Linda Ningsih yang telah memeberikan doa dan dukungannya yang membuatku semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Seluruh rekan-rekan fakultas ekonomi yang membanggakan khususnya angkatan 2014 atas kerjasama dan bantuannya yang telah diberikan kepadaku dalam segala hal.
4. Almamaterku Universitas Respati Indonesia

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah serta Karunia-Nya kepada penulis. Sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA OBYEK WISATA TAMAN REKREASI CIMALATI PASAWAHAN CICURUG SUKABUMI“. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Studi S1 Manajemen Pendidik Universitas Respati Indonesia.

Selama penulisan skripsi ini tentunya penyusun mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak yang telah mendukung dan membimbing penulis. Kasih yang tulus serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Ibu Dra. Hj. Ani Nuraini, MM. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Respati Indonesia Jakarta.
2. Bapak Titus Indrajaya, SE, MM. Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi Universitas Respati Indonesia.
3. Bapak Drs. Agus Baharudin, MM sebagai Dosen Pembimbing .
Terimakasih atas bimbingan serta waktunya.
4. Yth. seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Respati Indonesia Jakarta yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan kepada penulis.
5. Kedua orang tua, Ibunda tersayang dan Ayahanda tercinta, kakak dan adik penulis Feri Kandi dan Linda Ningsih terimakasih atas curahan kasih sayang, dorongan doa, nasihat, motivasi, dan pengorbanan

materinya selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi Universitas Respati Indonesia.

6. Segenap keluarga dan teman yang telah menyemangati dan membantu penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh teman-teman seangkatan, terutama kelas Fakultas Ekonomi angkatan 2014 yang selalu mengisi hari-hari menjadi sangat menyenangkan.
8. Squad #The7Hijabers yang selalu kompak dan membantu satu sama lain juga memberikan semangat setiap harinya dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Fina dan Ewi teman sekamar tercinta yang selalu mengganggu, tapi ini yang membuat penulis semakin tertantang dan semangat untuk menyelesaikan skripsi.

Rasa hormat dan terimakasih bagi semua pihak atas segala dukungan dan doanya semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah mereka berikan kepada penulis, Aamiin.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu dan semoga pihak yang telah membantu dan semoga Allah SWT melimpahkan karunianya dalam setiap amal kebaikan kita dan diberikan balasan, Aamiin.

Jakarta, 27 Juli 2018

Penulis

NPM : 142100032

(Leni Lasmiansi)

DAFTAR ISI

	Halaman
Lembar Sampul	i
Lembar Judul	ii
Lembar Pernyataan Orisinalitas.....	iii
Lembar Pengesahan Dosen Pembimbing	iv
Lembar Pengesahan Dosen Penguji	v
Lembar Motto dan Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
Abstrak / Abstract.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Kualitas Pelayanan	8
1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	8
2. Dimensi Kualitas Pelayanan	9
3. Kesenjangan Kualitas Pelayanan	10
4. Pengukuran Kualitas Pelayanan.....	12
2.1.2 Konsep Kepuasan Pengunjung	13

1. Pengertian Kepuasan	13
2. Pengukuran Kepuasan Konsumen	14
3. Metode Pengukur Kepuasan	16
4. Komplain dan Penanganan Keluhan	18
2.1.3 Konsep Pemasaran Jasa.....	20
1. Pengertian Jasa	21
2. Jasa Pariwisata	21
2.1.4 Hubungan Antar Variabel.....	22
1. Hubungan Kualitas Terhadap Kepuasan ..	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Kerangka Konseptual	26
2.4 Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian.....	29
3.1.1 Jenis Penelitian	29
3.1.2 Setting Penelitian.....	29
3.1.3 Jenis Hubungan Antar Variabel.....	30
3.1.4 Unit analisis.....	30
3.1.5 Tempat dan Waktu Penelitian.....	31
3.2 Variable dan Pengukuran	32
3.2.1 Variabel	32
1. Variabel Kualitas Layanan (X).....	33
2. Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)	34
3.2.2 Pengukuran.....	36
3.3 Uji Instrumen	37
3.3.1 Uji Validitas Instrumen.....	37
3.3.2 Uji Reliabilitas Instrumen.....	38
3.4 Prosedur Pengumpulan Data	39
3.4.1 Sumber Primer.....	39
3.4.2 Sumber Sekunder.....	40

3.5 Populasi dan Sampel	40
3.5.1 Populasi	40
3.5.2 Sampel	40
3.6 Metode Analisis Data	41
3.6.1 Korelasi.....	41
3.6.2 Koefisien Determinasi.....	42
3.6.3 Uji hipotesis.....	43
BAB IV HASIL ANALISIS	
4.1 Deskripsi Data.....	46
4.1.1. Uraian Hasil Penelitian.....	46
4.1.2. Karakteristik.....	47
4.2 Uji Validitas.....	54
4.3 Uji Reliabilitas.....	63
4.4 Analisis Data.....	84
4.4.1 Perhitungan Rank Korelasi.....	84
4.4.2. Perhitungan Koefisien Determinasi.....	93
4.4.3. Uji Hipotesis.....	94
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	95
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	97
5.2. Implikasi Manajerial	98
5.3. Keterbatasan Penelitian	98
5.4. Saran	99

Daftar Pustaka

Lampiran-lampiran

Daftar Riwayat Hidup

Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR TABEL

Tabel I	Jadwal Penelitian Tahun 2018	32
Tabel II	Instrumen Kualitas Pelayanan	34
Tabel III	Instrumen Kepuasan Pengunjung	35
Tabel IV	Alternatif Pertanyaan	36
Tabel V	Interpretasi Nilai r	42
Tabel VI	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel VII	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia.....	48
Tabel VIII	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan....	48
Tabel IX	Kualitas Pelayanan (X)	49
Tabel X	Kepuasan Pengunjung (Y)	52
Tabel XI	Uji Validitas Butir Pertanyaan Variabel X.....	55
Tabel XII	Hasil Uji Validitas Variabel X.....	59
Tabel XIII	Uji Validitas Butir Pertanyaan Variabel Y.....	59
Tabel XIV	Uji Validitas Variabel Y.....	63
Tabel XV	Data Rekapitulasi Variabel X Butir Ganjil.....	64
Tabel XVI	Data Rekapitulasi Variabel X Butir Genap.....	67
Tabel XVII	Uji Reliabilitas Ganjil Genap Variabel X.....	70
Tabel XVIII	Data Rekapitulasi Variabel Y Butir Ganjil.....	74

Tabel XIX	Data Rekapitulasi Variabel Y Butir Genap.....	77
Tabel XX	Uji Reliabilitas Ganjil Genap Variabel Y.....	79
Tabel XXI	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Variabel Y.....	83
Tabel XXII	Data Variabel X dan Data Variabel Y.....	84
Tabel XXIII	Ranking Variabel X dan Variabel Y.....	87
Tabel XXIV	Selisih Ranking.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar I Kerangka Konseptual	30
Gambar II Kurva Uji Hipotesis	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuesioner Penelitian

Lampiran R Tabel

Lampiran T Tabel

Lampiran Z Tabel

Leni Lasmiansi, 2018, Skripsi. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung pada Obyek Wisata Taman Rekreasi Cimalati Sukabumi. Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen, Universitas Respati Indonesia Jakarta. Pembimbing **Drs. Agus Baharudin, MM**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung pada obyek wisata. Khususnya pada pengunjung Taman Rekreasi Cimalati Sukabumi.

Jenis data pada penelitian dilihat dari sumbernya adalah data primer yaitu data tanggapan pengunjung mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung. Tanggapan responden tersebut diperoleh lewat kuesioner terhadap pengunjung yang menjadi responden dalam penelitian ini. Target populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Taman Rekreasi Cimalati Sukabumi. Sampel yang diambil adalah 100 orang.

Pengujian koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung pada Taman Rekreasi Cimalati Pasawahan Cicurug Sukabumi. Rumus yang digunakan oleh penulis adalah korelasi Rank Spearman. Dari perhitungan diperoleh koefisien korelasi $r_s = 0,992$, hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan searah antara Kualitas Pelayanan (variabel X) dan Kepuasan Pengunjung (variabel Y). Dari hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh 98,4%. Hal ini berarti pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung sebesar 98,4% sedangkan sisanya 1,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Hasil uji statistik diperoleh $Z_{hitung} > Z_{alpha} = 9,86 > 2,45$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, hipotesis yang menyatakan “Diduga terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung pada Taman Rekreasi Cimalati Sukabumi terbukti”

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pengunjung.

Leni Lasmiansi, 2018, Thesis. The Effect of Service Quality on Visitor Satisfaction on Tourism Object Cimalati Recreation Park Sukabumi. Faculty of Economics Management Studies Program, Universitas Respati Indonesia Jakarta. **Drs. Agus Baharudin, MM**

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality on visitor satisfaction on tourism objects. Especially for visitors to the Cimalati Sukabumi Recreational Park.

The type of data in the study seen from the source is primary data, namely visitor response data regarding service quality and visitor satisfaction. Respondents' responses were obtained through questionnaires to visitors who were respondents in this study. The target population in this study were visitors to the Cimalati Sukabumi Recreational Park. The sample taken was 100 people.

Correlation coefficient testing is used to find out how strong the relationship between the Quality of Service to Visitor Satisfaction at Cimalati Pasawahan Cicurug Sukabumi Recreational Park. The formula used by the author is the Rank Spearman correlation. From the calculation obtained the correlation coefficient $r_s = 0.992$, this shows that there is a strong and unidirectional relationship between Service Quality (variable X) and Visitor Satisfaction (variable Y). From the calculation of the coefficient of determination obtained 98.4%. This means that the influence of Service Quality on Visitor Satisfaction is 98.4% while the remaining 1.6% is influenced by other factors not included in this study. The statistical test results obtained $z_{count} > z_{alpha} = 9.86 > 2.45$, so H_0 is rejected and H_a is accepted, the hypothesis stating "It is suspected that there is an Influence of Service Quality on Visitor Satisfaction at Cimalati Sukabumi Recreational Park proven"

Keywords: Service Quality, Visitor Satisfaction.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

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

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Setelah pelanggan merasa puas dengan produk atau pelayanan yang diterimanya, pelanggan akan membandingkan produk atau pelayanan yang diberikan kepada pesaingnya. Jika pelanggan merasa benar puas maka pelanggan akan membeli atau berkunjung ulang serta akan memberikan referensi yang baik kepada pelanggan lainnya untuk membeli atau berkunjung di tempat yang sama. Sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari

kondisi itu, yaitu mendapatkan pelanggan dan sekaligus akan membantu mempromosikan perusahaan. Sebaliknya jika pelanggan merasa tidak puas maka pelanggan tersebut akan langsung memberikan referensi yang tidak baik kepada pelanggan lainnya, sehingga akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan yang berakibat menurunnya jumlah pembeli atau pengunjung perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan atau kewajiban yang harus dilakukan suatu perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapatkan kepercayaan pelanggan. Oleh karena itu, sebuah perusahaan harus mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan.

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

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

Taman Rekreasi Cimalati, satu dari banyak tempat wisata primadona di Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat. Lokasinya di Desa Pasawahan, Kecamatan Cicurug. Suasana alam yang masih sejuk, segar, dan menyuguhkan panorama alam yang indah karena terletak di kaki Gunung Salak. Taman rekreasi di bawah pengelolaan Perusahaan Daerah (PD) Pesona Pariwisata ini seluas kurang lebih dua hektar dan sudah dikenal sejak zaman Belanda, tepatnya dibangun sekitar tahun 1901 silam.

Dalam menjalankan usahanya pengelola obyek wisata Taman Rekreasi Cimalati tidak hanya berusaha untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar – besarnya, tetapi juga harus berusaha untuk memahami kebutuhan konsumen seperti kebutuhan akan harga yang terjangkau, kebutuhan akan fasilitas penunjang yang memadai serta pelayanan yang terbaik. Keberhasilan dalam memberikan layanan yang bermutu kepada para pengunjung sangat ditentukan oleh pendekatan yang digunakan. Konsekuensi atas pendekatan kualitas pelayanan suatu jasa memiliki esensi penting untuk mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan. Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model SERVQUAL (Service Quality) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry. Dalam salah satu studi mengenai SERVQUAL oleh Parasuraman (1988) dalam Rangkuti (2006) terdapat lima dimensi Servqual yaitu bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan

(*assurance*) dan empati (*empathy*). Hal – hal tersebut merupakan faktor penunjang agar perusahaan dapat mempertahankan kepuasan pengunjung serta untuk pencapaian tujuan jangka panjang perusahaan.

Evaluasi mengenai kepuasan atau ketidakpuasan terhadap pelayanan yang sudah diberikan Taman Rekreasi Cimalati sangat penting. Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan melainkan harus dilihat dari sudut pandang penilaian konsumen (Rangkuti, 2006:18). Untuk itu pihak pengelola perlu untuk selalu mendapatkan informasi yang berasal dari konsumen sebagai masukan bagi penyempurnaan pelayanan wisata. Berdasarkan kenyataan diatas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA TAMAN REKREASI CIMALATI PASAWAHAN CICURUG SUKABUMI**”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung pada Taman Rekreasi Cimalati Pasawahan Cicurug Sukabumi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mendapatkan data mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung pada Taman Rekreasi Cimalati Pasawahan Cicurug Sukabumi.
2. Untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung pada Taman Rekreasi Cimalati Pasawahan Cicurug Sukabumi.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung pada Taman Rekreasi Cimalati Pasawahan Cicurug Sukabumi.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi beberapa pihak.

1. Bagi Pemerintahan Daerah

Memperoleh masukan, saran dan informasi bagi pihak Taman Rekreasi Cimalati Pasawahan Cicurug Sukabumi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjungnya seperti kualitas pelayanan.

2. Bagi Universitas Respati Indonesia

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi, bahan acuan informasi bagi mahasiswa Universitas Respati Indonesia.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk sarana pengembangan ilmu pengetahuan dalam penerapan ilmu yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan hubungannya dengan kepuasan pengunjung.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang tinjauan pustaka, hubungan antar variabel, penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang rancangan penelitian, variabel dan pengukuran, uji instrumen, prosedur pengumpulan data, populasi dan sampel serta metode analisis data.

BAB IV : HASIL ANALISIS

Bab ini akan dijelaskan dan diuraikan tentang hasil analisis data penelitian yang berisi deskripsi data dan hasil uji hipotesis serta pembahasannya.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan dijelaskan dan diuraikan tentang kesimpulan dari hasil analisis data, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Definisi kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyckof (dalam Lovelock, 1988), kualitas jasa adalah tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2002:59).

Kualitas pelayanan dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pengunjung atas pelayanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan (*expected service*). Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka pelayanan dapat dikatakan bermutu sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka dikatakan tidak bermutu. Dan apabila kenyataan sama dengan harapan, maka pelayanan disebut memuaskan. *Service quality* dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara

kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh (Lupiyoadi, 2001: 148).

2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Parasuraman dalam studi mengenai SERVQUAL (1988) dalam Fandy Tjiptono (2002:70) berhasil mengidentifikasi lima kelompok karakteristik yang digunakan pelanggan dalam mengevaluasi kualitas jasa yaitu :

- a) Bukti Langsung (*Tangibles*), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi.
- b) Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- c) Ketanggapan (*Responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- d) Jaminan dan kepastian (*Assurance*), yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan dan kesopanan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
- e) Emphati (*Emphaty*), yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan

memahami kebutuhan para pelanggan. Dalam penelitian ini menggunakan teori dimensi kualitas pelayanan dari Parasuraman.

3. Kesenjangan Kualitas Pelayanan

Dimensi-dimensi kualitas jasa yang telah disebutkan harus dapat diramu dengan baik karena apabila tidak, hal tersebut dapat menimbulkan kesenjangan antara perusahaan dengan pelanggan. Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry (dalam Rambat Lupiyoadi, 2006: 184-186) dalam penelitiannya mengenai *customer-perceived quality* pada industri jasa, mengidentifikasi lima kesenjangan (gap) yang menyebabkan kegagalan penyampaian jasa, yaitu :

a) Kesenjangan persepsi manajemen

Yaitu adanya perbedaan antara penilaian pelayanan menurut pengguna jasa dan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa. Kesenjangan ini terjadi karena kurangnya orientasi penelitian pemasaran, pemanfaatan yang tidak memadai atas temuan penelitian, kurangnya interaksi antara pihak manajemen dengan pelanggan, komunikasi dari bawah ke atas kurang memadai, serta terlalu banyaknya tingkatan manajemen.

b) Kesenjangan spesifikasi kualitas

Yaitu kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas jasa. Kesenjangan terjadi antara lain karena tidak memadainya komitmen manajemen terhadap kualitas jasa, persepsi mengenai ketidaklayakan, tidak memadainya standarisasi tugas, dan tidak adanya penyusunan tujuan.

c) Kesenjangan penyampaian jasa

Kesenjangan ini disebabkan oleh faktor-faktor : (1) ambiguitas peran yaitu sejauh mana karyawan dapat melakukan tugas sesuai dengan harapan manajer tetapi memuaskan pelanggan, (2) konflik peran yaitu sejauh mana pegawai meyakini bahwa mereka tidak memuaskan semua pihak, (3) kesesuaian pegawai dengan tugas yang harus dikerjakannya, (4) kesesuaian teknologi yang digunakan pegawai, (5) sistem pengendalian dari atasan, yaitu tidak memadainya sistem penilaian dan sistem imbalan, (6) *perceived control* yaitu sejauh mana pegawai merasakan kebebasan atau fleksibilitas untuk menentukan cara pelayanan, (7) *team work* yaitu sejauh mana pegawai dan manajemen merumuskan tujuan bersama di dalam memuaskan pelanggan secara bersama-sama dan terpadu.

d) Kesenjangan komunikasi pemasaran

Kesenjangan ini terjadi karena (1) tidak memadainya komunikasi horizontal, (2) adanya kecenderungan untuk memberikan janji yang berlebihan. Yang dihadapi perusahaan adalah apabila janji yang diberikan tidak dapat dipenuhi.

e) Kesenjangan dalam pelayanan yang dirasakan

Yaitu perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dan yang diharapkan oleh pelanggan. Jika keduanya terbukti sama, maka perusahaan akan memperoleh citra dan dampak positif. Namun bila yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kesenjangan ini akan menimbulkan permasalahan bagi perusahaan.

4. Pengukuran Kualitas Pelayanan

Banyak pendapat yang dikemukakan para ahli tentang penilaian kualitas suatu jasa, tetapi pendapat yang sering digunakan adalah pendapat Parasuraman, Zeithamal dan Berry yaitu dengan mengukur lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*).

Mengukur kualitas pelayanan berarti mengevaluasi atau membandingkan kinerja suatu jasa dengan seperangkat standar yang telah ditetapkan. Untuk model pengukuran, Parasuraman dan kawan-kawan telah membuat skala multi item yang diberi nama SERVQUAL. Salah satu aplikasi yang digunakan dari skala pengukuran SERVQUAL ini adalah dengan menentukan nilai kepentingan nilai relatif lima dimensi yang mempengaruhi persepsi pelanggan. Pendekatan ini dilakukan dengan melakukan regresi nilai persepsi kualitas pelayanan dengan masing-masing dimensi SERVQUAL (Lupiyoadi, 2006:183).

2.1.2 Konsep Kepuasan Pengunjung

1. Pengertian Kepuasan

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 2000:52). Menurut Wilkie dalam Tjiptono (1997:24) kepuasan adalah merupakan suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Sedangkan menurut Engel, et.al dalam Tjiptono (1997:24) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau

melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.

Suatu perusahaan kadang-kadang mengalami kegagalan dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Alma (2007:286) mengemukakan beberapa penyebab utama tidak terpenuhinya harapan pelanggan, yaitu :

- 1) Tidak sesuai harapan dengan kenyataan.
- 2) Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan.
- 3) Perilaku personil kurang memuaskan.
- 4) Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang.
- 5) *Cost* terlalu tinggi, karena jarak terlalu jauh, banyak waktu terbuang dan harga tidak sesuai.
- 6) Promosi / iklan terlalu muluk-muluk, tidak sesuai dengan kenyataan.

2. Konsep Inti Objek Pengukuran Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2006:366) ada enam konsep inti mengenai objek pengukuran kepuasan konsumen, yaitu :

- 1) Kepuasan konsumen keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)

Cara untuk mengukur kepuasan konsumen adalah pertama, langsung menanyakan kepada konsumen seberapa puas

mereka dengan produk atau jasa dari perusahaan yang bersangkutan. Kedua, menilai dan membandingkan dengan produk atau jasa dari pesaing.

2) Dimensi kepuasan konsumen

Meminta kepada konsumen untuk menilai produk atau jasa berdasarkan item- item spesifik seperti kecepatan layanan, fasilitas, keramahan pegawai dan menentukan dimensi-dimensi yang paling penting dalam kepuasan konsumen.

3) Konfirmasi harapan (*Confirmation of Expectation*)

Kepuasan tidak diukur langsung namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja produk perusahaan.

4) Minat pembelian ulang (*Repurchase Intent*)

Kepuasan diukur secara behavioral dan menanyakan kepada konsumen apakah akan membeli ulang produk.

5) Kesiediaan merekomendasi (*Willingness to Recommend*)

Kesiediaan konsumen untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarga.

6) Ketidakpuasan konsumen (*Customer Dissatisfaction*)

Aspek ketidakpuasan konsumen meliputi : komplain, *retur* (pengembalian produk), biaya garansi, produk *recall* (penarikan produk dari pasar), getok tular negatif, dan *defection* (konsumen yang beralih ke pesaing).

3. Metode Pengukur Kepuasan

Menurut Kotler (1994) dalam Tjiptono (2002:148) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu sebagai berikut :

a. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa meliputi kotak saran yang ditempatkan pada tempat-tempat yang strategis, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon khusus (*customer hot lines*) dan lain-lain.

b. Survei kepuasan pelanggan

Perusahaan yang responsif dalam mengukur kepuasan pelanggan dengan mengadakan survei berkala. Perusahaan mengirimkan daftar pertanyaan (kuesioner) atau menelepon

suatu kelompok acak dari pembeli untuk mengetahui perasaan mereka terhadap berbagai kinerja perusahaan. Perusahaan juga menanyakan pendapat pembeli terhadap kinerja pesaingnya. Sehingga diharapkan melalui metode ini, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feed back*) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian kepada konsumen.

c. *Ghost shopping*

Metode ini dilakukan dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli dari produk perusahaan dan pesaing, kemudian melaporkan mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam membeli produk tersebut. *Gost shopper* juga mengamati cara perusahaan dan pesaing melayani permintaan, menjawab pertanyaan dan menanggapi keluhan pelanggan.

d. *Lost customer analysis*

Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah berpindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan dapat mengambil atau menyempurnakan kebijakan selanjutnya.

4. Komplain dan Penanganan Keluhan

Menurut Tjiptono (2002:155) komplain yang disampaikan berkenaan dengan adanya ketidakpuasan dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori, yaitu :

a. *Voice response*

Kategori ini meliputi usaha menyampaikan keluhan secara langsung dan atau meminta ganti rugi kepada perusahaan yang bersangkutan. Bila pelanggan melakukan hal ini, maka perusahaan masih mungkin memperoleh beberapa manfaat. Pertama, pelanggan memberikan kesempatan sekali lagi kepada perusahaan untuk memuaskan mereka. Kedua, risiko publisitas buruk dapat ditekan, baik publisitas dalam bentuk rekomendasi dari mulut ke mulut, maupun melalui koran atau media massa. Dan yang tidak kalah pentingnya adalah yang ketiga, memberikan masukan mengenai kekurangan pelayanan yang perlu diperbaiki perusahaan.

b. *Private response*

Tindakan yang dilakukan antara lain memperingatkan atau memberitahu kolega, teman atau keluarganya mengenai pengalamannya dengan perusahaan yang bersangkutan.

c. *Third-party response*

Tindakan yang dilakukan meliputi usaha meminta ganti rugi secara hukum, mengadu lewat media massa surat, atau secara langsung mendatangi lembaga konsumen, instansi hukum dan sebagainya.

Penanganan keluhan yang baik memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan yang puas. Menurut Schnaars dalam Tjiptono (2002:166) ada empat aspek penting dalam penanganan keluhan, yaitu :

a. Empati terhadap pelanggan yang marah.

Dalam menghadapi pelanggan yang emosi atau marah, perusahaan perlu bersikap empati, karena bila tidak maka situasi akan bertambah runyam. Untuk itu perlu diluangkan waktu untuk mendengarkan keluhan dan berusaha memahami situasi yang dirasakan oleh pelanggan tersebut.

b. Kecepatan dalam penanganan keluhan.

Kecepatan merupakan hal yang sangat penting dalam penanganan keluhan. Apabila keluhan pelanggan tidak segera ditanggapi, maka rasa tidak puas terhadap perusahaan akan

menjadi permanen dan tidak dapat diubah lagi. Sedangkan apabila keluhan dapat ditangani dengan cepat, maka kemungkinan pelanggan tersebut menjadi puas.

- c. Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan.

Perusahaan harus memperhatikan aspek kewajaran dalam hal biaya dan kinerja jangka panjang. Hasil yang diharapkan tentunya adalah situasi win- win (realistis, fair dan proporsional), dimana pelanggan dan perusahaan sama-sama diuntungkan.

- d. Kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan.

Hal ini sangat penting bagi pelanggan untuk menyampaikan komentar, saran, kritik, pertanyaan dan keluhannya. Bila perlu perusahaan menyediakan jalur atau saluran telepon khusus (*hot line service*) untuk menampung keluhan pelanggan atau memanfaatkan E-mail di jaringan internet.

2.1.3 Konsep Pemasaran Jasa

Pemasaran adalah suatu proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi, serta penyaluran

gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran-sasaran individu dan organisasi (Kotler, 2002:9).

1. Pengertian Jasa

Jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari satu pihak ke pihak lain. Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, dimana interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut (Rangkuti, 2006:26). Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata jasa itu sendiri mempunyai banyak arti, dari mulai pelayanan personal sampai jasa sebagai suatu produk. Sejauh ini sudah banyak pakar pemasaran jasa yang telah berusaha mendefinisikan pengertian jasa.

2. Jasa Pariwisata

Masalah Pariwisata pada masa kini sudah menjadi tumpuan harapan pemasukan devisa yang cukup besar bagi negara, karena sektor kepariwisataan merupakan salah satu sektor yang bersifat multi dimensi, yaitu tidak hanya mengacu pada satu faktor internal, tetapi juga eksternal yang lebih bersifat makro karena terkait dengan banyak pihak (Parikesit dan Trisnadi, 1997) dalam Edy Purwo, Fereshti Nurdiana (2006:89). Pada banyak negara, pariwisata merupakan sektor yang diandalkan untuk memperoleh

devisa, membuka kesempatan kerja dan menyediakan lapangan kerja baru dan bisa menjadi alternatif mengatasi krisis ekonomi (Raharso, 2005:143). Pariwisata ini, sekarang menjelma menjadi industri, yang disebut industri pariwisata, menghasilkan produk-produk wisata untuk dipasarkan. Industri pariwisata adalah kumpulan dari macam-macam perusahaan yang secara bersama menghasilkan barang-barang dan jasa (*goods and service*) yang dibutuhkan para wisatawan pada khususnya dan *traveller* pada umumnya, selama dalam perjalanannya. Untuk meningkatkan pariwisata, diperlukan suatu penanganan khusus dan juga diperlukan suatu manajemen yang baik (Alma, 2007:342).

2.1.4 Hubungan Antar Variabel

1. Hubungan Kualitas Terhadap Kepuasan

Dalam penelitian ini, kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas layanan. Menurut Kotler & Amstrong (2000:7) yaitu *“Customer satisfaction is closely linked to quality. Quality has a direct impact of product performance and customer satisfaction”*. Artinya, kepuasan pelanggan sangat berkaitan erat dengan kualitas. Kualitas memiliki dampak langsung terhadap performa produk dan kepuasan pelanggan. Menurut Stanton, Etzel and Walker (1994:15) yaitu *“For marketers, the best measures of quality is customer satisfaction”*.

Artinya, bagi pemasar, ukuran kualitas yang paling baik adalah kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono (1997:125) yaitu “Dengan memperhatikan kualitas pelayanan kepada pelanggan, akan meningkatkan indeks kepuasan kualitas pelanggan yang diukur dalam ukuran apapun”. Dalam teori seperti yang dikatakan oleh Zeithaml dan Berry (1996) banyak service atau jasa dikemas secara multidimensional atau kompleks, yang terdiri dari banyak elemen-elemen yang berbeda dan dijelaskan bahwa service secara ekstrim adalah perbuatan, proses dan penampilan. Dalam hal ini penilaian kualitas sebuah jasa terkait dengan bagaimana kualitas sebuah layanan yang dirasanya nyaman oleh konsumen. Kenyamanan konsumen pun dapat dilihat dari kepuasan yang mereka rasakan, menurut Philip Kotler mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya. Konsumen merasa puas kalau harapan mereka terpenuhi dan merasa sangat gembira jika harapan mereka terlampaui. Kesimpulan dari teori-teori yang menyatakan hubungan antara kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan adalah kepuasan pelanggan berhubungan dengan beberapa aspek salah satunya kualitas pelayanan dan sangat berkaitan erat dengan kualitas, karena kualitas merupakan tolak ukur dan indeks dari kepuasan pelanggan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan tidak terlepas dari hasil penelitian-penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebagai bahan perbandingan dan kajian. Adapun hasil-hasil penelitian yang dijadikan perbandingan tidak terlepas dari topik penelitian yaitu mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pernah dilakukan oleh Anggi Widya Lestari (2016) yang berjudul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA DEALER PT. RAMAYANA MOTOR SUKOHARJO". Alat analisis yang digunakan adalah dengan analisis deskriptif kuantitatif. Berdasar hasil uji t dapat disimpulkan bahwa bahwa ada pengaruh secara parsial antara variabel tangible, reliability, responsible, assurance, empathy terhadap kepuasan konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo Hasil uji F menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel tangible, reliability, responsible, assurance, empathy terhadap kepuasan konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo Hasil uji regresi linier berganda diperoleh persamaan $Y = 7,386 - 0,341 X_1 + 0,504 X_2 + 0,302 X_3 - 0,322 X_4 + 0,257 X_5 + \epsilon$. Dari persamaan regresi tersebut dapat diketahui bahwa variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah variabel reliability (kehandalan) dengan koefisien

0,504 Uji R² (R Square) didapatkan hasil sebesar 0.944 atau 94.4 % yang berarti bahwa kepuasan konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo dipengaruhi oleh variabel tangible, reliability, responsible, assurance, empathy sebesar 94,4%. Dan faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo. sebesar 5,6%. diharapkan Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo perlu menerapkan dan mengembangkan aspek pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang mencakup tangible (wujud fisik), reliability (kehandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), empathy (empati), sehingga dapat memperoleh pangsa pasar yang lebih baik.

Penelitian lain yang serupa juga pernah dilakukan oleh Koestanto Tri Hary (2014) dengan judul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BANK JATIM CABANG KLAMPIS SURABAYA". teknik anaisa data menggunakan regresi linier berganda. Hasil pengujian uji F menunjukkan variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yang melakukan transaksi perbankan di Bank Jatim Cabang Klampis Surabaya. Hasil ini mengindikasikan model penelitian layak. Hasil ini didukung dengan perolehan koefisien korelasi sebesar 84,1% yang menunjukkan hubungan antara variabel tersebut terhadap kepuasan nasabah memiliki hubungan yang erat Hasil pengujian

selanjutnya menunjukkan 5 variabel kualitas jasa yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati yang masing-masing menunjukkan pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah yang melakukan transaksi perbankan di Bank Jatim Cabang Klampis Surabaya hanya pada variabel daya tanggap dan empati. Hal tersebut dapat diindikasikan dengan tingkat signifikansi masing-masing variabel tersebut tidak melebihi $\alpha = 5\%$.

2.3 Kerangka Konseptual

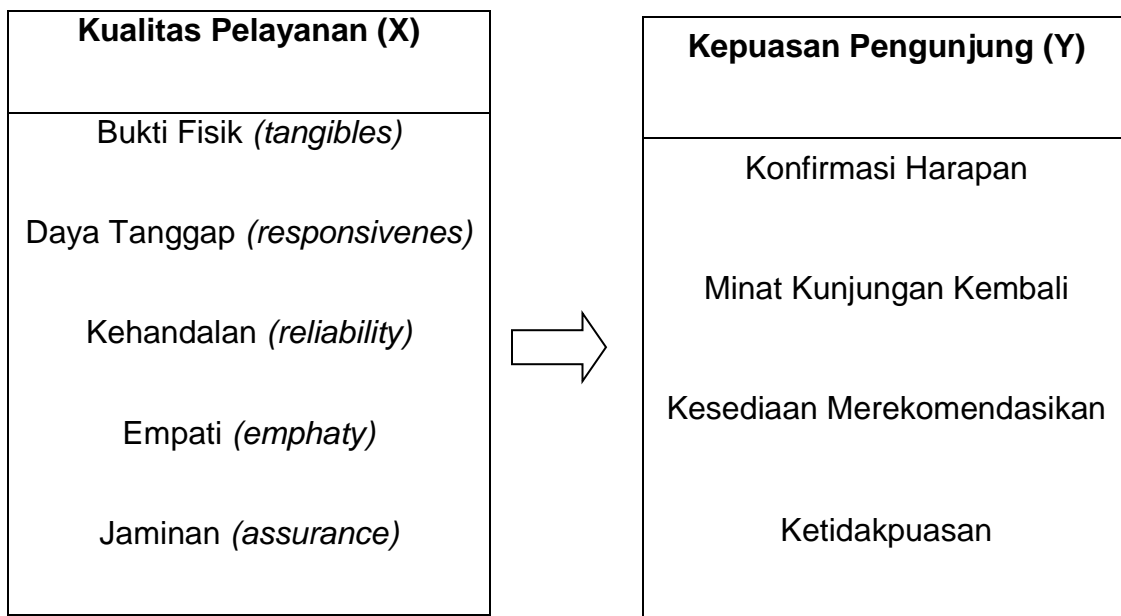
Semakin berkembangnya kecenderungan peran konsumen sebagai penentu atau pemegang kunci keberhasilan perusahaan, mendorong pelaku bisnis untuk lebih berorientasi pada kepentingan konsumen. Pada hakekatnya konsumen mempunyai harapan-harapan terhadap kinerja perusahaan. Karena itu perusahaan perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan pada konsumen sebagai upaya penciptaan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan terdiri lima dimensi yaitu aspek fisik (*tangibles*), daya tanggap (*responsiveness*), kehandalan (*reliability*), empati (*emphaty*) dan jaminan (*assurance*). Kualitas pelayanan dibangun atas adanya perbandingan antara persepsi konsumen atas pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diberikan. Persepsi konsumen terhadap kualitas

pelayanan merupakan penilaian atas suatu jasa sehingga tercipta kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dapat diukur dengan beberapa indikator seperti konfirmasi harapan, minat kunjungan kembali, kesediaan merekomendasikan dan ketidakpuasan. Terciptanya kepuasan akan membentuk suatu loyalitas konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, kelima dimensi kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen maka kerangka berpikir pada penelitian ini secara sistematis dan sederhana dapat digambarkan sebagai berikut

Gambar I

Kerangka Konseptual



2.4 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2009,120), “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori”.

Sedangkan menurut Margono (2004,123), ‘Hipotesis berasal dari kata hypo dan thesis. Hipo berarti kurang dari, sedangkan tesis berarti pendapat. Jadi hipotesis ialah suatu pendapat atau kesimpulan yang sifatnya masih sementara. Hipotesis merupakan suatu kemungkinan jawaban dari masalah yang diajukan.

Berdasarkan landasan teori dan rumusan masalah yang sudah diuraikan di atas dalam penelitian ini maka dapat dibuat rumusan hipotesis sebagai berikut. **“Diduga terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung pada Taman Rekreasi Cimalati Pasawahan Cicurug Sukabumi”**.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Menurut Sugiyono (2013, 13) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.1.2 Setting Penelitian

Studi lapangan adalah salah satu proses kegiatan pengungkapan fakta-fakta melalui observasi/pengamatan dan wawancara dalam proses memperoleh keterangan atau data dengan

cara terjun langsung ke lapangan (Field Study). Studi lapangan berguna untuk berbagai penelitian dan merupakan sejumlah cara ilmiah yang dilakukan dengan rancangan operasional dan dapat memberikan hasil yang lebih akurat untuk menghindari kesalahan penelitian serta dapat menambah pengalaman. Selain itu, dengan studi lapangan dapat diungkapkan fakta-fakta sebagai realisasi dari teori yang ada.

3.1.3 Jenis Hubungan Antar Variabel

Secara sederhana, korelasi dapat diartikan sebagai hubungan. Namun ketika dikembangkan lebih jauh, korelasi tidak hanya dapat dipahami sebatas pengertian tersebut. Korelasi merupakan salah satu teknik analisis dalam statistik yang digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel yang bersifat kuantitatif. Hubungan dua variabel tersebut dapat terjadi karena adanya hubungan sebab akibat atau dapat pula terjadi karena kebetulan saja. Dua variabel dikatakan berkorelasi apabila perubahan pada variabel yang satu akan diikuti perubahan pada variabel yang lain secara teratur dengan arah yang sama (korelasi positif) atau berlawanan (korelasi negatif)

3.1.4 Unit analisis

Unit analisis dalam penelitian adalah satuan tertentu yang diperhitungkan sebagai subjek penelitian. Dalam pengertian yang lain,

unit analisis diartikan dengan focus/komponen yang diteliti. Unit analisis ini dilakukan oleh peneliti agar validitas dan reabilitas penelitian dapat terjaga. Karena terkadang peneliti masih bingung membedakan antara objek penelitian, subjek penelitian dan sumber data.

Unit analisis suatu penelitian dapat berupa individu, kelompok, organisasi, benda, wilayah dan waktu tertentu sesuai dengan focus permasalahannya.

3.1.5 Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Taman Rekreasi Cimalati, yang beralamat di Jalan Taman Rekreasi Cimalati, Pasawahan, Cicurug, Sukabumi.

2. Waktu Penelitian

Proses penelitian yang peneliti laksanakan selesai dalam waktu 6 bulan, mulai dari bulan Februari - Juli, tahun 2018. Adapun jadwal penelitiannya sebagai berikut :

Tabel I
Jadwal Penelitian Tahun 2018

No	Uraian Kegiatan	Bulan																												Keterangan
		Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli								
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					
1	Persiapan Penelitian	■	■	■	■																									
2	Penyusunan Proposal	■	■	■	■																									
3	Bimbingan Proposal					■	■	■	■																					
4	Sidang Proposal									■	■	■	■																	
5	Revisi Proposal Ke Penguji													■	■	■	■													
6	Sebar Kuesioner																					■								
7	Penyusunan penelitian dan Bimbingan Skripsi																					■	■	■	■	■	■	■	■	

3.2 Variable dan Pengukuran

3.2.1 Variabel

Dalam penelitian ini variabel yang akan dibahas adalah Kualitas Pelayanan sebagai variabel bebas dan variabel Kepuasan Pengunjung sebagai variabel terikat.

Variabel penelitian dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu :

- Variabel Independen, variabel ini sering disebut variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent* ataupun variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Kualitas Pelayanan.

- Variabel Dependen, sering disebut sebagai variabel *output*, *criteria*, konsekuen ataupun variabel terikat. Yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pengunjung.

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Variabel Kualitas Pelayanan, yaitu variabel yang sering disebut variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent* ataupun variable independen.

- Definisi Konseptual – Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Kualitas Pelayanan adalah penilaian konsumen tentang kehandalan dan superioritas layanan secara keseluruhan.

- Definisi Operasional - Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Kualitas Pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahann guna memenuhi harapan konsumen.

Dengan indikator sebagai berikut :

1. Bukti Fisik (*Tangibles*)
2. Kehandalan (*Reliability*)
3. Ketanggapan (*Responsiveness*)
4. Jaminan (*Assurance*)
5. Emphati (*Emphaty*)

Kisi – kisi instrument variabel Kualitas Layanan.

Tabel II
Instrument Kualitas Layanan

Variabel	Dimensi	Indikator	Butir	Jumlah
Kualitas Layanan (X)	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	<ul style="list-style-type: none"> Kebersihan Fasilitas Sarana 	1,2,3	3
	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	<ul style="list-style-type: none"> Pelayanan sesuai Perhatian serius Pelayanan segera 	4,5,6	3
	Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	<ul style="list-style-type: none"> Cepat tanggap menangani permintaan Informasi lengkap Cepat tanggap terhadap kesulitan Tidak menunggu lama 	7,8,9,10	4
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	<ul style="list-style-type: none"> Karyawan ramah dan sopan Rasa aman Asuransi 	11,12,13	3
	Emphati (<i>Emphaty</i>)	<ul style="list-style-type: none"> Senyum Perhatian Memahami kebutuhan pengunjung 	14,15,16	3

2. Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

Variabel Kepuasan Pengunjung yaitu variabel yang sering disebut variabel output, konsekuen ataupun variable divenden.

- Definisi Konseptual – Variabel Kepuasan Pengunjung(Y)
Kepuasan Pengunjung adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima.
- Definisi Operasional – Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

Kepuasan Pengunjung adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja. Dengan indikatornya sebagai berikut :

1. Kesesuaian Harapan
 2. Minat Berkunjung Kembali
 3. Ketersediaan Merekomendasikan
 4. Ketidakpuasan
- Kisi – kisi instrument variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

Tabel III
Instrument Kepuasan Pengunjung

Variabel	Dimensi	Indikator	Butir	Jumlah
Kepuasan Konsumen (Y)	Kesesuaian Harapan	<ul style="list-style-type: none"> • Menyediakan kebutuhan • Pelayanan sesuai harapan • Merasa puas • Fasilitas sesuai harapan 	1,2,3,4	4
	Minat Berkunjung Kembali	<ul style="list-style-type: none"> • Minat berkunjung kembali • Akan berkunjung kembali • Merekomendasikan • Kesenangan • Tertarik 	5,6,7,8,9	5
	Ketersediaan Merekomendasikan	<ul style="list-style-type: none"> • Menginformasikan • Mengajak 	10,11	2
	Ketidakpuasan	<ul style="list-style-type: none"> • Keluhan • Yang dirasakan sesuai harapan • Komplain 	12,13,14	3

3.2.2 Pengukuran

Pengukuran adalah alat atau fasilitas yang dipergunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. *Skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan *skala likert*, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijabarkan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Skala yang digunakan alat ukur ini yaitu *skala likert* dengan lima opsi jawaban skala yaitu SS (Sangat Setuju), S (Setuju), R (Ragu), KS (Kurang Setuju), dan TS (Tidak Setuju). Adapun kategori skor untuk alat ukur kinerja sebagai berikut :

Tabel IV
Alternatif Pertanyaan

No	Pertanyaan	Skala	Skor
1.	Sangat Setuju	SS	5
2.	Setuju	S	4
3.	Ragu	R	3
4.	Kurang Setuju	KS	2
5.	Tidak Setuju	TS	1

Sumber : diolah oleh peneliti tahun 2018

3.3 Uji Instrumen

3.3.1 Uji Validitas Instrumen

Uji validitas digunakan untuk melihat seberapa besar kemampuan pertanyaan dapat mengetahui jawaban responden. Semakin tinggi tingkat validitas suatu alat ukur, semakin tepat pula alat ukur tersebut mengukur. Cara menganalisisnya dilakukan dengan cara menghitung koefisien antara masing – masing nilai pada nomor pertanyaan dengan nilai totalnya. Model perhitungan korelasi dengan menggunakan rumus teknik korelasi *Product Moment* sebagai berikut :

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n\sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n\sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

(Sumber : Iqbal Hasan, 2009)

Dimana :

r = Koefisien korelasi *pearson*

n = Jumlah sampel

x = Variabel bebas

y = Variabel terikat

Pengambilan keputusan dalam analisis validitas ini dengan membandingkan nilai koefisien korelasi hitung (r_{hitung}) dengan nilai

koefisien korelasi tabel (r_{tabel}) yang sering disebut sebagai kritis, maka butir instrument tersebut disimpulkan valid sehingga butir instrument dapat untuk menilai variabel yang sedang dinilai. Sebaiknya apabila nilai koefisiennya r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} , maka butir instrument tersebut tidak valid atau drop sehingga nomor butir tersebut dibuang dan tidak dapat digunakan untuk menilai sebagai indikator variabel.

3.3.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk melihat sejauh mana mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Metode yang digunakan untuk uji kehandalan adalah teknik sekali ukur. Teknik sekali ukur yang digunakan adalah teknik belah tengah. Caranya, nomor pertanyaan atau pernyataan dikelompokkan menjadi kelompok I dan ke II. Jumlah kelompok I diberi simbol X dan kelompok ke II diberi simbol Y. Jika nomor pernyataan atau pernyataan ganji, nomor pernyataan atau pertanyaan yang di tengah bisa dimasukkan dalam kelompok I atau II. Selanjutnya kelompok I dikorelasikan dengan kelompok II. Koefisien angka korelasi yang diperoleh selanjutnya dimasukkan ke dalam korelasi genap gasal (n). Formula statistika yang dapat digunakan untuk menguji reliabilitas dengan rumus *Spearmen Brown*, yaitu sebagai berikut :

$$r_i = \frac{2rb}{1 + rb}$$

(Sumber : Arikunto, 2006)

Dimana :

r_i : Reliabilitas internal seluruh instrument

r_b : antara belahan pertama dan kedua pengambilan keputusan

jika $r_i > r_{tabel}$, maka *Korelasi produk moment* dinyatakan reliable

3.4 Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data merupakan teknik yang dilakukan di dalam penelitian untuk mencari dan mengumpulkan informasi yang sesuai dengan topik dan permasalahan yang di teliti, sehingga dapat menjelaskan permasalahan tersebut dengan lebih objektif. Teknik pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer, dan sumber sekunder.

3.4.1 Sumber Primer

Sumber Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pada penelitian ini, sumber primer diperoleh melalui :

- a) *Interview* (wawancara) yaitu melakukan tanya jawab dengan pihak Taman Rekreasi Cimalati.

b) Kuesioner (angket) yaitu set pernyataan yang tersusun secara sistematis dan standar yang diberikan kepada responden tentang Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengunjung.

3.4.2 Sumber Sekunder

Sumber Sekunder merupakan data yang diperoleh dari pihak manajemen berupa laporan-laporan atau dokumen, yang berhubungan dengan pembahasan penelitian.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2008) populasi adalah keseluruhan objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang datang ke Taman Rekreasi Cimalati Pasawahan Cicurug Sukabumi.

3.5.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dijelaskan dalam buku Metode Penelitian oleh Sugiyono (2012:120).

Metode sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *quota sampling*. *Quota sampling* adalah teknik untuk menentukan

sampel dari populasi jumlah (kuota) yang diinginkan terpenuhi. Responden penelitian ini adalah pengunjung Taman Rekreasi Cimalati Sukabumi sebanyak 100 responden.

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Korelasi

Untuk mencari hubungan antara Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung pada Taman Rekreasi Cimalati maka di gunakan rumus koefisien *Speamen Brown*(r_s).

$$r_s = 1 - \frac{6\sum di^2}{n(n^2-1)}$$

(Sumber : M.A Yulianto)

Keterangan :

r_s = Koefisien Korelasi

rank = Selisih rank antara X (R_x) dan Y (R_y)

n = Banyaknya pasangan rank

nilai koefisien korelasi r berkisar antara -1 sampai +1 maka dinyatakan Pengunjung sebagai berikut : $-1 < r < 1$ artinya :

- a. Jika nilai $r > 0$, artinya telah terjadi hubungan yang positif, yaitu makin besar Pengaruh Kualitas Pelayanan, makin besar Kepuasan Pengunjung yang dihasilkan, demikian sebaliknya.

- b. Jika nilai $r < 0$, artinya telah terjadi hubungan yang negatif, yaitu makin kecil nilai Pengaruh Kualitas Pelayanan makin kecil Kepuasan Pengunjung yang dihasilkan.
- c. Jika nilai $r = 0$, artinya tidak ada hubungan sama sekali antara Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung.
- d. Jika nilai $r = 1$ atau $r = -1$, artinya telah terjadi hubungan korelasi positif atau negatif yang sempurna.

Table V
Interpretasi Nilai r

Koefisien	Kekuatan Hubungan
KK = 0.00 Tidak ada	Tidak ada
0.00 < KK < 0.20	Sangat rendah atau lemah sekali
0.20 < KK < 0.40	Rendah atau lemah tapi pasti
0.40 < KK < 0.70	Cukup berarti atau sedang
0.70 < KK < 0.90	Tinggi atau kuat
0.90 < KK < 1,00 diandalkan	Sangat tinggi atau kuat sekali, dapat di andalkan
KK = 1'00	sempurna

3.6.2 Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi dilakukan untuk mencari besarnya Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung pada Taman rekreasi Cimalati yaitu dengan menggunakan rumus :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

(sumber :Sugiyono, 2014:257)

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

3.6.3 Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung pada Taman Rekreasi Cimalati digunakan langkah-langkah sebagai berikut :

➤ Menentukan H_0 :

Jika $H_0 : r = 0$ (nol) artinya tidak ada hubungan antara Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Pengunjung (Y) pada Taman rekreasi Cimalati.

Jika $H_a : r \neq 0$ Ada hubungan antara Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Pengunjung (Y) pada Taman rekreasi Cimalati.

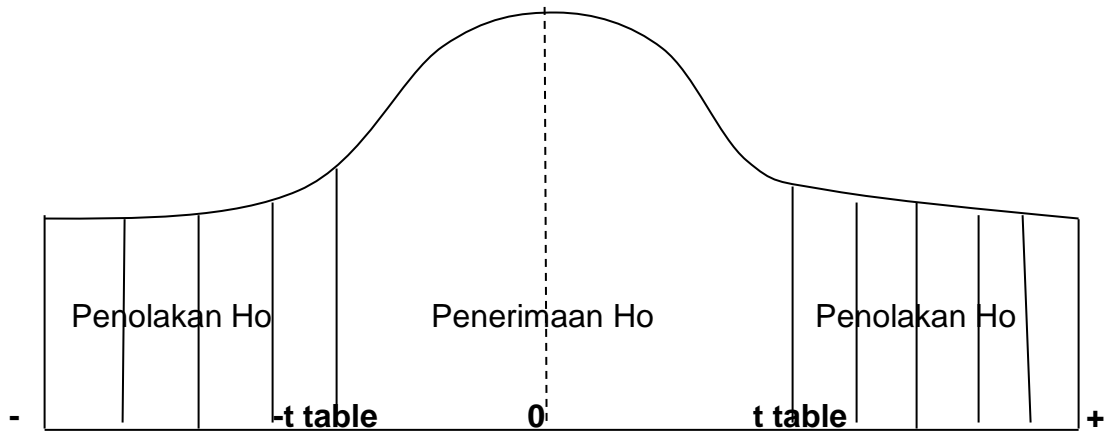
➤ Menentukan taraf nyata $\alpha = 5\%$

Taraf nyata 5% untuk uji dua arah ($\alpha = 0.05/2 = 0.025$) dengan derajat kebebasan $t_{tabel} = t_{\alpha/2}$.

➤ Kriteria Pengujian

Gambar II

Kurva Uji Hipotesis



- a. H_0 diterima (H_a ditolak) apabila $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ (tidak ada hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengunjung).
 - b. H_0 ditolak (H_a diterima) apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$ (ada hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengunjung).
- Menentukan nilai uji statistik

Pengujian selanjutnya yaitu uji hipotesis yang berfungsi apabila peneliti ingin mencari hubungan antara (Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung pada Taman rekreasi Cimalati). Jika $n \geq 30$ digunakan uji z dengan rumus :

$$Z_{hitung} = rs\sqrt{(n - 1)}$$

Keterangan :

Zhitung = Nilai z

rs = Nilai koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

➤ Kesimpulan

Ho diterima atau ditolak

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Data

4.1.1 Uraian Hasil Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu kuesioner sebagai sumber data. Setelah mendapat surat izin dari Fakultas Ekonomi peneliti langsung melaksanakan penelitian di Taman Rekreasi Cimalati. Peneliti menyerahkan surat penelitian kepada HRD Taman Rekreasi Cimalati, setelah mendapat persetujuan dari HRD Taman Rekreasi Cimalati maka peneliti membagikan kuesioner kepada pengunjung yang berkunjung ke Taman Rekreasi Cimalati. Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel 100 orang responden.

Setelah nilai dari responden untuk nilai masing-masing variabel telah didapat maka hal selanjutnya responden yang dilakukan ialah mentabulasikan data-data tersebut ke dalam tabel untuk diolah oleh peneliti, guna mengetahui seberapa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung pada Taman Rekreasi Cimalati Sukabumi.

4.1.2 Karakteristik

Sebelum membahas tentang variabel pelayanan, akan dibahas terlebih dahulu data tentang karakteristik responden yaitu pengunjung Taman Rekreasi Cimalati pada penelitian ini terdiri dari 100 orang. Responden tersebut merupakan sampel yang dipilih secara acak sederhana. Karakteristik responden dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel VI
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1	Perempuan	57	57,00
2	Laki-laki	43	43,00
	Total	100	100,00

Sumber : Diolah dari Hasil Penelitian, 2018

Dapat dilihat dari tabel diatas diketahui bahwa sebagian besar responden adalah perempuan yaitu berjumlah 57 orang (57%), dan 43 orang (43%) berjenis kelamin laki-laki. Dengan demikian disimpulkan yang berkunjung ke Taman Rekreasi Cimalati Sukabumi lebih banyak perempuan dari pada laki-laki.

Tabel VII
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia

No	Tingkat Usia	Frekuensi	Presentase (%)
1	Di Bawah 15 Tahun	22	22,00
2	15 - 25 Tahun	35	35,00
3	25 - 35 Tahun	26	26,00
4	Di Atas 35 Tahun	17	17,00
	Total	100	100,00

Sumber : Diolah oleh peneliti 2018

Dilihat dari tabel di atas, sebanyak 22 orang responden (22%) dengan tingkat usia di bawah 15 tahun, 35 orang responden (35%) dengan tingkat usia antara 15 tahun sampai 25 tahun, 26 responden (26%) dengan tingkat usia 25 tahun sampai 35 tahun, dan 17 responden (17%) dengan tingkat usia di atas 35 tahun. Dengan demikian responden dikalangan muda atau usia pertengahan lebih banyak berkunjung ke Taman Rekreasi Cimalati Sukabumi.

Tabel VIII
Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan

No	Status Pernikahan	Frekuensi	Presentase (%)
1	Menikah	40	40,00
2	Belum Menikah	60	60,00
	Total	100	100,00

Sumber : Diolah oleh peneliti 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 100 orang responden 40 orang responden (40%) sudah menikah, dan 60 orang responden (60%) berstatus belum menikah.

Tabel IX
KUALITAS PELAYANAN (X)

RESP	KUALITAS PELAYANAN (X)																TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
1	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	73
2	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	61
3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	59
4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	5	4	5	3	5	4	4	63
5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	61
6	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	56
7	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	61
8	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	57
9	4	2	4	3	2	4	3	4	2	4	4	4	2	4	4	4	54
10	3	2	3	4	2	3	4	3	2	5	3	5	2	5	3	4	53
11	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
12	4	3	4	4	3	4	4	4	3	5	4	5	3	5	4	3	62
13	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	55
14	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	57
15	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	55
16	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	60
17	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	52
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
19	3	4	3	3	4	3	3	3	4	5	3	5	4	5	3	3	58
20	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	58
21	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	54
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
23	3	3	3	4	3	3	4	3	3	5	3	5	3	5	3	3	56
24	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	58
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64

27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
28	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	58
29	4	3	4	3	3	4	3	4	3	5	4	5	3	5	4	4	61
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
31	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	54
32	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	58
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	49
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
35	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	57
36	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	52
37	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	57
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3	66
39	3	4	3	3	4	3	3	3	4	5	3	5	4	5	3	3	58
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
42	4	3	4	4	3	4	4	4	3	5	4	5	3	5	4	4	63
43	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	60
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
45	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	58
46	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	56
47	4	3	4	4	3	4	4	4	3	5	4	5	3	5	4	3	62
48	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
49	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	56
50	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	4	65
51	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	53
52	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	53
53	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	59
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	5	3	5	3	3	54
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	63
57	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	49
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	60
59	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	56
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	63
61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	49
62	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	56
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	51
64	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	55
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
66	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	55

67	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	61	
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	67	
69	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	56	
70	4	3	4	4	3	4	4	4	3	5	4	5	3	5	4	62	
71	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48	
72	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	54	
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	66	
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	51	
76	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	59	
77	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	51	
78	3	4	3	4	4	3	4	3	4	5	3	5	4	5	3	61	
79	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	57	
80	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	54	
81	4	3	4	3	3	4	3	4	3	5	4	5	3	5	4	61	
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	
83	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	5	3	5	3	54	
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	61	
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	5	3	5	3	54	
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	
87	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48	
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	67	
89	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	51	
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63	
91	3	4	3	4	4	3	4	3	4	5	3	5	4	5	3	61	
92	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	62	
93	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	49	
94	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	51	
95	3	4	3	4	4	3	4	3	4	5	3	5	4	5	3	61	
96	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	59	
97	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	52	
98	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	59	
99	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	65	
100	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	57	
TOTAL	357	350	357	351	350	357	351	357	350	393	357	393	350	393	357	352	5775

Sumber : Diolah oleh peneliti 2018

Tabel X
KEPUASAN PENGUNJUNG (Y)

RESP	KEPUASAN PENGUNJUNG														TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
1	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	61
2	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	51
3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	48
4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	51
5	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	50
6	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	53
7	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	51
8	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	51
9	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	60
10	3	4	4	3	4	3	4	5	3	4	3	4	5	4	53
11	4	4	3	4	4	3	3	5	3	4	4	3	5	4	53
12	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	51
13	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	51
14	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	51
15	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	51
16	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	61
17	3	5	4	3	5	3	4	4	3	5	3	4	4	5	55
18	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	48
19	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	52
20	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	51
21	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	49
22	4	4	5	4	4	3	5	4	3	4	4	5	4	4	57
23	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	53
24	4	5	3	4	5	4	3	5	4	5	4	3	5	5	59
25	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	51
26	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	53
27	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	49
28	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	53
29	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	51
30	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	53
31	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	49
32	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	46
33	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	53
34	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	53

35	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	61
36	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	5	4	56
37	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	55
38	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	51
39	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	53
40	4	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4	3	5	4	55
41	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	58
42	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	53
43	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	5	3	4	57
44	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	49
45	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	47
46	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	52
47	4	5	3	4	5	4	3	4	4	5	4	3	4	5	57
48	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	46
49	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	46
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
51	3	4	3	3	4	5	3	3	5	4	3	3	3	4	50
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
53	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	51
54	4	5	3	4	5	5	3	5	5	5	4	3	5	5	61
55	3	4	4	3	4	5	4	3	5	4	3	4	3	4	53
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
57	3	4	3	3	4	5	3	4	5	4	3	3	4	4	52
58	4	4	5	4	4	5	5	3	5	4	4	5	3	4	59
59	3	4	5	3	4	4	5	3	4	4	3	5	3	4	54
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
61	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	51
62	4	5	3	4	5	5	3	4	5	5	4	3	4	5	59
63	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	3	5	58
64	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	51
65	4	4	3	4	4	5	3	5	5	4	4	3	5	4	57
66	4	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4	3	5	4	55
67	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	63
68	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	49
69	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	51
70	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	54
71	5	5	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	3	5	64
72	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	52
73	3	4	3	3	4	5	3	5	5	4	3	3	5	4	54
74	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	58

75	5	4	3	5	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	56
76	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	47
77	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	49
78	5	3	3	5	3	3	3	4	3	3	5	3	4	3	50
79	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	47
80	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	51
81	4	5	3	4	5	4	3	3	4	5	4	3	3	5	55
82	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	53
83	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	61
84	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	64
85	4	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4	3	5	4	55
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
87	3	4	5	3	4	5	5	3	5	4	3	5	3	4	56
88	3	5	5	3	5	5	5	4	5	5	3	5	4	5	62
89	4	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4	3	5	4	55
90	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	59
91	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	49
92	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	49
93	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	51
94	3	4	3	3	4	4	3	5	4	4	3	3	5	4	52
95	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	59
96	5	5	4	5	5	3	4	4	3	5	5	4	4	5	61
97	5	4	5	5	4	3	5	4	3	4	5	5	4	4	60
98	3	4	5	3	4	4	5	3	4	4	3	5	3	4	54
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
100	3	5	3	3	5	4	3	4	4	5	3	3	4	5	54
TOTAL	366	408	375	366	408	377	375	385	377	408	366	375	385	408	5379

Sumber : Diolah oleh peneliti 2018

4.2 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat seberapa besar kemampuan pertanyaan dapat mengetahui jawaban responden. Semakin tinggi tingkat validitas suatu alat ukur, semakin tepat pula alat ukur tersebut mengukur. Cara menganalisisnya dilakukan dengan cara menghitung koefisien korelasi antara masing-masing nilai pada nomor

oertanyaan atau pernyataan dengan nilai totalnya. Model perhitungan korelasi dengan menggunakan rumus teknik korelasi Product Moment sebagai berikut.

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n\sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n\sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Tabel XI
Uji Validitas Butir Pertanyaan No. 1
Variabel X (Kualitas Pelayanan)

Responden /n	X	Y	X ²	Y ²	XY
R-01	4	73	16	5329	292
R-02	4	61	16	3721	244
R-03	4	59	16	3481	236
R-04	4	63	16	3969	252
R-05	4	61	16	3721	244
R-06	4	56	16	3136	224
R-07	4	61	16	3721	244
R-08	4	57	16	3249	228
R-09	4	54	16	2916	216
R-10	3	53	9	2809	159
R-11	4	62	16	3844	248
R-12	4	62	16	3844	248
R-13	3	55	9	3025	165
R-14	4	57	16	3249	228
R-15	3	55	9	3025	165
R-16	4	60	16	3600	240
R-17	3	52	9	2704	156
R-18	4	64	16	4096	256
R-19	3	58	9	3364	174
R-20	4	58	16	3364	232
R-21	4	54	16	2916	216
R-22	4	64	16	4096	256
R-23	3	56	9	3136	168
R-24	3	58	9	3364	174

R-25	3	48	9	2304	144
R-26	4	64	16	4096	256
R-27	3	48	9	2304	144
R-28	3	58	9	3364	174
R-29	4	61	16	3721	244
R-30	4	64	16	4096	256
R-31	4	54	16	2916	216
R-32	3	58	9	3364	174
R-33	3	49	9	2401	147
R-34	4	64	16	4096	256
R-35	4	57	16	3249	228
R-36	3	52	9	2704	156
R-37	4	57	16	3249	228
R-38	4	66	16	4356	264
R-39	3	58	9	3364	174
R-40	4	64	16	4096	256
R-41	3	48	9	2304	144
R-42	4	63	16	3969	252
R-43	4	60	16	3600	240
R-44	3	48	9	2304	144
R-45	3	58	9	3364	174
R-46	3	55	9	3025	165
R-47	4	62	16	3844	248
R-48	4	62	16	3844	248
R-49	4	56	16	3136	224
R-50	4	65	16	4225	260
R-51	3	53	9	2809	159
R-52	3	53	9	2809	159
R-53	4	59	16	3481	236
R-54	4	64	16	4096	256
R-55	3	54	9	2916	162
R-56	4	63	16	3969	252
R-57	3	49	9	2401	147
R-58	4	60	16	3600	240
R-59	3	56	9	3136	168
R-60	4	63	16	3969	252
R-61	3	49	9	2401	147
R-62	4	56	16	3136	224
R-63	3	51	9	2601	153
R-64	4	55	16	3025	220

R-65	3	48	9	2304	144
R-66	3	55	9	3025	165
R-67	4	61	16	3721	244
R-68	4	67	16	4489	268
R-69	3	56	9	3136	168
R-70	4	62	16	3844	248
R-71	3	48	9	2304	144
R-72	3	54	9	2916	162
R-73	4	66	16	4356	264
R-74	4	64	16	4096	256
R-75	3	51	9	2601	153
R-76	4	59	16	3481	236
R-77	3	51	9	2601	153
R-78	3	61	9	3721	183
R-79	4	57	16	3249	228
R-80	3	54	9	2916	162
R-81	4	61	16	3721	244
R-82	4	64	16	4096	256
R-83	3	54	9	2916	162
R-84	4	61	16	3721	244
R-85	3	54	9	2916	162
R-86	4	64	16	4096	256
R-87	3	48	9	2304	144
R-88	4	67	16	4489	268
R-89	3	51	9	2601	153
R-90	4	63	16	3969	252
R-91	3	61	9	3721	183
R-92	4	62	16	3844	248
R-93	3	49	9	2401	147
R-94	3	51	9	2601	153
R-95	3	61	9	3721	183
R-96	4	59	16	3481	236
R-97	3	52	9	2704	156
R-98	4	59	16	3481	236
R-99	4	65	16	4225	260
R-100	4	57	16	3249	228
TOTAL	357	5774	1299	336340	20805

Sumber : Diolah oleh peneliti 2018

Perhitungan ini ditetapkan besarnya $> r_{\text{table}} = 0,195$. Perhitungan Uji Validitas untuk tabel Kualitas Pelayanan butir pertanyaan nomor 1 dapat dilihat di bawah ini :

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n\sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n\sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

$$r = \frac{100 (20805) - (357)(5774)}{\sqrt{100(1299) - (375)^2} \sqrt{100(336340) - (5774)^2}}$$

$$r = \frac{2080500 - 2061318}{\sqrt{129900 - 127449} \sqrt{33634000 - 33339076}}$$

$$r = \frac{19182}{\sqrt{2451} \sqrt{294924}}$$

$$r = \frac{19182}{(49,50) (543,07)}$$

$$r = \frac{19182}{26,881.96}$$

$$r = 0.713$$

Berdasarkan perhitungan di atas diperoleh $r_{\text{hitung}} = 0.713$. hal ini dapat dinyatakan valid karena nilainya lebih besar dari $r_{\text{tabel}} = 0.195$. sedangkan butir pertanyaan lainnya dihitung menggunakan Ms Excel, hasilnya pada table berikut ini :

Tabel IX
Hasil Uji Validitas Variabel X (Kualitas Pelayanan)

Indikator jawaban	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,713	0,195	Valid
2	0,568	0,195	Valid
3	0,713	0,195	Valid
4	0,575	0,195	Valid
5	0,568	0,195	Valid
6	0,713	0,195	Valid
7	0,575	0,195	Valid
8	0,713	0,195	Valid
9	0,568	0,195	Valid
10	0,571	0,195	Valid
11	0,713	0,195	Valid
12	0,571	0,195	Valid
13	0,568	0,195	Valid
14	0,571	0,195	Valid
15	0,713	0,195	Valid
16	0,352	0,195	Valid

Sumber : Diolah dari Perhitungan

Tabel XIII
Uji Validitas Butir Pertanyaan No. 1
Variabel Y (Kepuasan Pengunjung)

Responden /n	X	Y	X²	Y²	XY
R-01	4	58	16	3364	232
R-02	3	52	9	2704	156
R-03	3	49	9	2401	147
R-04	3	51	9	2601	153
R-05	3	48	9	2304	144
R-06	4	53	16	2809	212
R-07	3	51	9	2601	153
R-08	4	53	16	2809	212
R-09	4	57	16	3249	228
R-10	3	51	9	2601	153

R-11	4	53	16	2809	212
R-12	3	50	9	2500	150
R-13	4	51	16	2601	204
R-14	4	51	16	2601	204
R-15	3	54	9	2916	162
R-16	4	59	16	3481	236
R-17	3	51	9	2601	153
R-18	3	49	9	2401	147
R-19	4	49	16	2401	196
R-20	3	51	9	2601	153
R-21	4	49	16	2401	196
R-22	4	55	16	3025	220
R-23	3	53	9	2809	159
R-24	4	58	16	3364	232
R-25	3	49	9	2401	147
R-26	4	54	16	2916	216
R-27	3	49	9	2401	147
R-28	4	53	16	2809	212
R-29	3	51	9	2601	153
R-30	4	53	16	2809	212
R-31	3	51	9	2601	153
R-32	3	47	9	2209	141
R-33	4	55	16	3025	220
R-34	3	50	9	2500	150
R-35	4	57	16	3249	228
R-36	4	55	16	3025	220
R-37	3	55	9	3025	165
R-38	4	49	16	2401	196
R-39	3	53	9	2809	159
R-40	4	54	16	2916	216
R-41	4	58	16	3364	232
R-42	3	52	9	2704	156
R-43	4	55	16	3025	220
R-44	3	46	9	2116	138
R-45	4	48	16	2304	192
R-46	4	51	16	2601	204
R-47	4	58	16	3364	232
R-48	3	48	9	2304	144
R-49	3	48	9	2304	144
R-50	4	54	16	2916	216

R-51	3	54	9	2916	162
R-52	4	55	16	3025	220
R-53	4	49	16	2401	196
R-54	4	59	16	3481	236
R-55	3	54	9	2916	162
R-56	4	56	16	3136	224
R-57	3	53	9	2809	159
R-58	4	60	16	3600	240
R-59	3	54	9	2916	162
R-60	4	54	16	2916	216
R-61	3	49	9	2401	147
R-62	4	57	16	3249	228
R-63	4	54	16	2916	216
R-64	3	51	9	2601	153
R-65	4	57	16	3249	228
R-66	4	55	16	3025	220
R-67	5	57	25	3249	285
R-68	4	50	16	2500	200
R-69	3	51	9	2601	153
R-70	4	54	16	2916	216
R-71	5	62	25	3844	310
R-72	4	50	16	2500	200
R-73	3	55	9	3025	165
R-74	4	56	16	3136	224
R-75	5	59	25	3481	295
R-76	3	49	9	2401	147
R-77	4	50	16	2500	200
R-78	5	52	25	2704	260
R-79	3	48	9	2304	144
R-80	4	49	16	2401	196
R-81	4	50	16	2500	200
R-82	3	52	9	2704	156
R-83	4	58	16	3364	232
R-84	5	60	25	3600	300
R-85	4	57	16	3249	228
R-86	4	56	16	3136	224
R-87	3	55	9	3025	165
R-88	3	57	9	3249	171
R-89	4	54	16	2916	216
R-90	5	57	25	3249	285

R-91	4	51	16	2601	204
R-92	3	49	9	2401	147
R-93	3	51	9	2601	153
R-94	3	53	9	2809	159
R-95	4	54	16	2916	216
R-96	5	55	25	3025	275
R-97	5	56	25	3136	280
R-98	3	54	9	2916	162
R-99	4	56	16	3136	224
R-100	3	51	9	2601	153
TOTAL	366	5308	1378	282906	19541

Sumber : Diolah oleh peneliti 2018

Perhitungan ini ditetapkan besarnya $> r_{table} = 0,195$. Perhitungan Uji Validitas untuk tabel Kepuasan Konsumen butir pertanyaan nomor 1 dapat dilihat di bawah ini :

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n\sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n\sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

$$r = \frac{100(19541) - (366)(5308)}{\sqrt{100(1378) - (366)^2} \sqrt{100(282906) - (5308)^2}}$$

$$r = \frac{2080500 - 2061318}{\sqrt{137800 - 133956} \sqrt{28290600 - 28174864}}$$

$$r = \frac{11372}{\sqrt{3844} \sqrt{115736}}$$

$$r = \frac{11372}{(62)(340.199)}$$

$$r = \frac{11372}{21,092.538}$$

$$r = 0.539$$

Berdasarkan perhitungan di atas diperoleh $r_{hitung} = 0.539$. Hal ini dapat dinyatakan valid karena nilainya lebih besar dari $r_{tabel} = 0.195$. sedangkan butir pertanyaan lainnya dihitung menggunakan Ms Excel, hasilnya pada table berikut ini :

Tabel XI
Hasil Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Pengunjung)

Indikator jawaban	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,539	0,195	Valid
2	0,404	0,195	Valid
3	0,357	0,195	Valid
4	0,539	0,195	Valid
5	0,404	0,195	Valid
6	0,549	0,195	Valid
7	0,357	0,195	Valid
8	0,451	0,195	Valid
9	0,549	0,195	Valid
10	0,404	0,195	Valid
11	0,539	0,195	Valid
12	0,357	0,195	Valid
13	0,451	0,195	Valid
14	0,404	0,195	Valid

Sumber : Diolah dari Perhitungan

4.3 Uji Reliabilitas

Pada table 1 (Kualitas Pelayanan) butir yang dinyatakan valid 16 butir, kemudian dibagi (ganjil genap). Butir 1, 3, 5, 7, 9, 11, 13, 15

sebagai butir ganjil. Sedangkan butir 2, 4, 6, 8, 10, 12, 14, 16 sebagai butir genap.

Tabel XV
Data Rekapitulasi Hasil Variabel X (Kualitas Pelayanan)
Butir-Butir Ganjil

NO	INDIKATOR / BUTIR								TOTAL
	1	3	5	7	9	11	13	15	
1	4	4	5	5	5	4	5	4	36
2	4	4	4	3	4	4	4	4	31
3	4	4	4	3	4	4	4	4	31
4	4	4	3	4	3	4	3	4	29
5	4	4	4	3	4	4	4	4	31
6	4	4	3	4	3	4	3	4	29
7	4	4	4	3	4	4	4	4	31
8	4	4	3	4	3	4	3	4	29
9	4	4	2	3	2	4	2	4	25
10	3	3	2	4	2	3	2	3	22
11	4	4	4	3	4	4	4	4	31
12	4	4	3	4	3	4	3	4	29
13	3	3	4	3	4	3	4	3	27
14	4	4	3	4	3	4	3	4	29
15	3	3	4	3	4	3	4	3	27
16	4	4	3	4	3	4	3	4	29
17	3	3	4	3	4	3	4	3	27
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32
19	3	3	4	3	4	3	4	3	27
20	4	4	3	3	3	4	3	4	28
21	4	4	3	3	3	4	3	4	28
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	3	3	3	4	3	3	3	3	25
24	3	3	4	4	4	3	4	3	28
25	3	3	3	3	3	3	3	3	24
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	3	3	3	3	3	3	3	3	24

28	3	3	4	4	4	3	4	3	28
29	4	4	3	3	3	4	3	4	28
30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
31	4	4	3	3	3	4	3	4	28
32	3	3	4	4	4	3	4	3	28
33	3	3	3	3	3	3	3	3	24
34	4	4	4	4	4	4	4	4	32
35	4	4	3	4	3	4	3	4	29
36	3	3	4	3	4	3	4	3	27
37	4	4	3	3	3	4	3	4	28
38	4	4	4	4	4	4	4	4	32
39	3	3	4	3	4	3	4	3	27
40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
41	3	3	3	3	3	3	3	3	24
42	4	4	3	4	3	4	3	4	29
43	4	4	3	4	3	4	3	4	29
44	3	3	3	3	3	3	3	3	24
45	3	3	4	4	4	3	4	3	28
46	3	3	4	3	4	3	4	3	27
47	4	4	3	4	3	4	3	4	29
48	4	4	4	3	4	4	4	4	31
49	4	4	3	4	3	4	3	4	29
50	4	4	4	3	4	4	4	4	31
51	3	3	3	4	3	3	3	3	25
52	3	3	4	3	4	3	4	3	27
53	4	4	3	4	3	4	3	4	29
54	4	4	4	4	4	4	4	4	32
55	3	3	3	3	3	3	3	3	24
56	4	4	4	4	4	4	4	4	32
57	3	3	3	3	3	3	3	3	24
58	4	4	4	4	4	4	4	4	32
59	3	3	4	3	4	3	4	3	27
60	4	4	4	4	4	4	4	4	32
61	3	3	3	3	3	3	3	3	24
62	4	4	3	4	3	4	3	4	29
63	3	3	3	3	3	3	3	3	24
64	4	4	3	3	3	4	3	4	28
65	3	3	3	3	3	3	3	3	24
66	3	3	4	4	4	3	4	3	28
67	4	4	4	3	4	4	4	4	31

68	4	4	4	4	4	4	4	4	32
69	3	3	4	3	4	3	4	3	27
70	4	4	3	4	3	4	3	4	29
71	3	3	3	3	3	3	3	3	24
72	3	3	3	4	3	3	3	3	25
73	4	4	4	4	4	4	4	4	32
74	4	4	4	4	4	4	4	4	32
75	3	3	3	3	3	3	3	3	24
76	4	4	4	3	4	4	4	4	31
77	3	3	3	3	3	3	3	3	24
78	3	3	4	4	4	3	4	3	28
79	4	4	3	3	3	4	3	4	28
80	3	3	4	4	4	3	4	3	28
81	4	4	3	3	3	4	3	4	28
82	4	4	4	4	4	4	4	4	32
83	3	3	3	3	3	3	3	3	24
84	4	4	4	4	4	4	4	4	32
85	3	3	3	3	3	3	3	3	24
86	4	4	4	4	4	4	4	4	32
87	3	3	3	3	3	3	3	3	24
88	4	4	4	4	4	4	4	4	32
89	3	3	3	3	3	3	3	3	24
90	4	4	4	4	4	4	4	4	32
91	3	3	4	4	4	3	4	3	28
92	4	4	4	3	4	4	4	4	31
93	3	3	3	3	3	3	3	3	24
94	3	3	3	3	3	3	3	3	24
95	3	3	4	4	4	3	4	3	28
96	4	4	3	4	3	4	3	4	29
97	3	3	4	3	4	3	4	3	27
98	4	4	3	4	3	4	3	4	29
99	4	4	4	3	4	4	4	4	31
100	4	4	3	4	3	4	3	4	29
TOTAL	357	357	350	351	350	357	350	357	2829

Sumber : Diolah dari Tabel IX

Tabel XVI
Data Rekapitulasi Hasil Variabel X (Kualitas Pelayanan)
Butir-Butir Genap

NO	INDIKATOR / BUTIR								TOTAL
	1	3	5	7	9	11	13	15	
1	5	5	4	4	5	5	5	4	37
2	4	3	4	4	4	4	4	3	30
3	4	3	4	4	3	3	3	4	28
4	3	4	4	4	5	5	5	4	34
5	4	3	4	4	4	4	4	3	30
6	3	4	4	4	3	3	3	3	27
7	4	3	4	4	4	4	4	3	30
8	3	4	4	4	3	3	3	4	28
9	2	3	4	4	4	4	4	4	29
10	2	4	3	3	5	5	5	4	31
11	4	3	4	4	4	4	4	4	31
12	3	4	4	4	5	5	5	3	33
13	4	3	3	3	4	4	4	3	28
14	3	4	4	4	3	3	3	4	28
15	4	3	3	3	4	4	4	3	28
16	3	4	4	4	4	4	4	4	31
17	4	3	3	3	3	3	3	3	25
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32
19	4	3	3	3	5	5	5	3	31
20	3	3	4	4	4	4	4	4	30
21	3	3	4	4	3	3	3	3	26
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	3	4	3	3	5	5	5	3	31
24	4	4	3	3	4	4	4	4	30
25	3	3	3	3	3	3	3	3	24
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	3	3	3	3	3	3	3	3	24
28	4	4	3	3	4	4	4	4	30
29	3	3	4	4	5	5	5	4	33
30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
31	3	3	4	4	3	3	3	3	26
32	4	4	3	3	4	4	4	4	30
33	3	3	3	3	3	3	3	4	25

34	4	4	4	4	4	4	4	4	32
35	3	4	4	4	3	3	3	4	28
36	4	3	3	3	3	3	3	3	25
37	3	3	4	4	4	4	4	3	29
38	4	4	4	4	5	5	5	3	34
39	4	3	3	3	5	5	5	3	31
40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
41	3	3	3	3	3	3	3	3	24
42	3	4	4	4	5	5	5	4	34
43	3	4	4	4	4	4	4	4	31
44	3	3	3	3	3	3	3	3	24
45	4	4	3	3	4	4	4	4	30
46	4	3	3	3	4	4	4	4	29
47	3	4	4	4	5	5	5	3	33
48	4	3	4	4	4	4	4	4	31
49	3	4	4	4	3	3	3	3	27
50	4	3	4	4	5	5	5	4	34
51	3	4	3	3	4	4	4	3	28
52	4	3	3	3	3	3	3	4	26
53	3	4	4	4	4	4	4	3	30
54	4	4	4	4	4	4	4	4	32
55	3	3	3	3	5	5	5	3	30
56	4	4	4	4	4	4	4	3	31
57	3	3	3	3	3	3	3	4	25
58	4	4	4	4	3	3	3	3	28
59	4	3	3	3	4	4	4	4	29
60	4	4	4	4	4	4	4	3	31
61	3	3	3	3	3	3	3	4	25
62	3	4	4	4	3	3	3	3	27
63	3	3	3	3	4	4	4	3	27
64	3	3	4	4	3	3	3	4	27
65	3	3	3	3	3	3	3	3	24
66	4	4	3	3	3	3	3	4	27
67	4	3	4	4	4	4	4	3	30
68	4	4	4	4	5	5	5	4	35
69	4	3	3	3	4	4	4	4	29
70	3	4	4	4	5	5	5	3	33
71	3	3	3	3	3	3	3	3	24
72	3	4	3	3	4	4	4	4	29
73	4	4	4	4	5	5	5	3	34

74	4	4	4	4	4	4	4	4	32
75	3	3	3	3	4	4	4	3	27
76	4	3	4	4	3	3	3	4	28
77	3	3	3	3	4	4	4	3	27
78	4	4	3	3	5	5	5	4	33
79	3	3	4	4	4	4	4	3	29
80	4	4	3	3	3	3	3	3	26
81	3	3	4	4	5	5	5	4	33
82	4	4	4	4	4	4	4	4	32
83	3	3	3	3	5	5	5	3	30
84	4	4	4	4	3	3	3	4	29
85	3	3	3	3	5	5	5	3	30
86	4	4	4	4	4	4	4	4	32
87	3	3	3	3	3	3	3	3	24
88	4	4	4	4	5	5	5	4	35
89	3	3	3	3	4	4	4	3	27
90	4	4	4	4	4	4	4	3	31
91	4	4	3	3	5	5	5	4	33
92	4	3	4	4	4	4	4	4	31
93	3	3	3	3	3	3	3	4	25
94	3	3	3	3	4	4	4	3	27
95	4	4	3	3	5	5	5	4	33
96	3	4	4	4	4	4	4	3	30
97	4	3	3	3	3	3	3	3	25
98	3	4	4	4	4	4	4	3	30
99	4	3	4	4	5	5	5	4	34
100	3	4	4	4	3	3	3	4	28
TOTAL	350	351	357	357	393	393	393	352	2946

Sumber : Diolah dari Tabel IX

Tabel XVII
Uji Realibilitas Ganjil Genap Variabel X (Kualitas Pelayanan)

No	X	Y	X ²	Y ²	XY
1	36	37	1296	1369	1332
2	31	30	961	900	930
3	31	28	961	784	868
4	29	34	841	1156	986
5	31	30	961	900	930
6	29	27	841	729	783
7	31	30	961	900	930
8	29	28	841	784	812
9	25	29	625	841	725
10	22	31	484	961	682
11	31	31	961	961	961
12	29	33	841	1089	957
13	27	28	729	784	756
14	29	28	841	784	812
15	27	28	729	784	756
16	29	31	841	961	899
17	27	25	729	625	675
18	32	32	1024	1024	1024
19	27	31	729	961	837
20	28	30	784	900	840
21	28	26	784	676	728
22	32	32	1024	1024	1024
23	25	31	625	961	775
24	28	30	784	900	840
25	24	24	576	576	576
26	32	32	1024	1024	1024
27	24	24	576	576	576
28	28	30	784	900	840
29	28	33	784	1089	924
30	32	32	1024	1024	1024
31	28	26	784	676	728
32	28	30	784	900	840
33	24	25	576	625	600
34	32	32	1024	1024	1024
35	29	28	841	784	812

36	27	25	729	625	675
37	28	29	784	841	812
38	32	34	1024	1156	1088
39	27	31	729	961	837
40	32	32	1024	1024	1024
41	24	24	576	576	576
42	29	34	841	1156	986
43	29	31	841	961	899
44	24	24	576	576	576
45	28	30	784	900	840
46	27	29	729	841	783
47	29	33	841	1089	957
48	31	31	961	961	961
49	29	27	841	729	783
50	31	34	961	1156	1054
51	25	28	625	784	700
52	27	26	729	676	702
53	29	30	841	900	870
54	32	32	1024	1024	1024
55	24	30	576	900	720
56	32	31	1024	961	992
57	24	25	576	625	600
58	32	28	1024	784	896
59	27	29	729	841	783
60	32	31	1024	961	992
61	24	25	576	625	600
62	29	27	841	729	783
63	24	27	576	729	648
64	28	27	784	729	756
65	24	24	576	576	576
66	28	27	784	729	756
67	31	30	961	900	930
68	32	35	1024	1225	1120
69	27	29	729	841	783
70	29	33	841	1089	957
71	24	24	576	576	576
72	25	29	625	841	725
73	32	34	1024	1156	1088
74	32	32	1024	1024	1024
75	24	27	576	729	648

76	31	28	961	784	868
77	24	27	576	729	648
78	28	33	784	1089	924
79	28	29	784	841	812
80	28	26	784	676	728
81	28	33	784	1089	924
82	32	32	1024	1024	1024
83	24	30	576	900	720
84	32	29	1024	841	928
85	24	30	576	900	720
86	32	32	1024	1024	1024
87	24	24	576	576	576
88	32	35	1024	1225	1120
89	24	27	576	729	648
90	32	31	1024	961	992
91	28	33	784	1089	924
92	31	31	961	961	961
93	24	25	576	625	600
94	24	27	576	729	648
95	28	33	784	1089	924
96	29	30	841	900	870
97	27	25	729	625	675
98	29	30	841	900	870
99	31	34	961	1156	1054
100	29	28	841	784	812
TOTAL	2829	2946	80895	87708	83924

Sumber : Diolah dari Tabel XV dan XVI

Untuk menguji reliabilitas ganjil genap Variabel Kepuasan Konsumen adalah sebagai berikut :

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n\sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n\sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

$$r = \frac{100(83924) - (2829)(2946)}{\sqrt{100(80895) - (2829)^2} \sqrt{100(87708) - (2946)^2}}$$

$$r = \frac{8392400 - 8334234}{\sqrt{8089500 - 8003241} \sqrt{8770800 - 8678916}}$$

$$r = \frac{58166}{\sqrt{86259} \sqrt{91884}}$$

$$r = \frac{58166}{(293.698) (303.123)}$$

$$r = \frac{58166}{89026.618}$$

$$r = 0.653$$

$$r1 = \frac{2rb}{1 + rb}$$

$$r1 = \frac{2 (0.653)}{1 + (0.653)}$$

$$r1 = \frac{1.306}{1.653}$$

$$r1 = 0.790$$

Berdasarkan perhitungan di atas diperoleh $r1 = 0.790$ hal ini dapat dinyatakan reliable karena nilainya lebih besar dari 0.195 ($r1 > 0.195$).

Tabel XVII
Data Rekapitulasi Hasil Variabel Y (Kepuasan Pengunjung)
Butir-Butir Ganjil

NO	INDIKATOR/BUTIR							TOTAL
	1	3	5	7	9	11	13	
1	4	5	4	5	4	4	5	31
2	3	4	4	4	3	3	4	25
3	3	3	4	3	3	3	4	23
4	3	4	4	4	3	3	4	25
5	3	3	4	3	4	3	4	24
6	4	3	4	3	4	4	4	26
7	3	4	4	4	3	3	4	25
8	4	3	4	3	4	4	3	25
9	4	4	5	4	4	4	4	29
10	3	4	4	4	3	3	5	26
11	4	3	4	3	3	4	5	26
12	3	4	4	4	3	3	4	25
13	4	3	4	3	4	4	3	25
14	4	3	4	3	3	4	4	25
15	3	4	4	4	3	3	4	25
16	4	5	4	5	4	4	5	31
17	3	4	5	4	3	3	4	26
18	3	3	4	3	3	3	4	23
19	4	4	4	4	3	4	3	26
20	3	4	4	4	4	3	3	25
21	4	3	4	3	3	4	3	24
22	4	5	4	5	3	4	4	29
23	3	4	4	4	4	3	4	26
24	4	3	5	3	4	4	5	28
25	3	4	4	4	3	3	4	25
26	4	3	4	3	4	4	4	26
27	3	4	4	4	3	3	3	24
28	4	3	4	3	4	4	4	26
29	3	4	4	4	4	3	3	25
30	4	3	4	3	4	4	4	26
31	3	4	4	4	3	3	3	24
32	3	3	3	3	4	3	4	23
33	4	3	4	3	4	4	4	26

34	3	4	4	4	4	3	4	26
35	4	5	4	5	4	4	5	31
36	4	4	4	4	3	4	5	28
37	3	4	4	4	4	3	5	27
38	4	3	4	3	3	4	4	25
39	3	4	4	4	4	3	4	26
40	4	3	4	3	4	4	5	27
41	4	4	4	4	4	4	5	29
42	3	4	4	4	4	3	4	26
43	4	5	4	5	4	4	3	29
44	3	4	4	4	3	3	3	24
45	4	3	3	3	3	4	4	24
46	4	4	4	4	3	4	3	26
47	4	3	5	3	4	4	4	27
48	3	3	4	3	3	3	3	22
49	3	3	4	3	3	3	3	22
50	4	4	4	4	4	4	4	28
51	3	3	4	3	5	3	3	24
52	4	4	4	4	4	4	4	28
53	4	3	4	3	4	4	3	25
54	4	3	5	3	5	4	5	29
55	3	4	4	4	5	3	3	26
56	4	4	4	4	4	4	4	28
57	3	3	4	3	5	3	4	25
58	4	5	4	5	5	4	3	30
59	3	5	4	5	4	3	3	27
60	4	4	4	4	4	4	4	28
61	3	4	4	4	4	3	3	25
62	4	3	5	3	5	4	4	28
63	4	4	5	4	4	4	3	28
64	3	4	4	4	4	3	3	25
65	4	3	4	3	5	4	5	28
66	4	3	4	3	4	4	5	27
67	5	4	5	4	4	5	4	31
68	4	3	4	3	3	4	3	24
69	3	4	4	4	4	3	3	25
70	4	4	4	4	3	4	4	27
71	5	5	5	5	4	5	3	32
72	4	4	4	4	3	4	3	26
73	3	3	4	3	5	3	5	26

74	4	4	4	4	5	4	4	29
75	5	3	4	3	4	5	4	28
76	3	4	3	4	4	3	3	24
77	4	3	4	3	3	4	3	24
78	5	3	3	3	3	5	4	26
79	3	4	3	4	3	3	4	24
80	4	3	4	3	4	4	3	25
81	4	3	5	3	4	4	3	26
82	3	4	4	4	4	3	4	26
83	4	5	4	5	5	4	4	31
84	5	5	4	5	4	5	5	33
85	4	3	4	3	4	4	5	27
86	4	4	4	4	4	4	4	28
87	3	5	4	5	5	3	3	28
88	3	5	5	5	5	3	4	30
89	4	3	4	3	4	4	5	27
90	5	4	4	4	4	5	4	30
91	4	3	4	3	3	4	3	24
92	3	4	4	4	3	3	3	24
93	3	4	4	4	3	3	4	25
94	3	3	4	3	4	3	5	25
95	4	5	4	5	4	4	4	30
96	5	4	5	4	3	5	4	30
97	5	5	4	5	3	5	4	31
98	3	5	4	5	4	3	3	27
99	4	4	4	4	4	4	4	28
100	3	3	5	3	4	3	4	25
TOTAL	366	375	408	375	377	366	385	2652

Sumber : Diolah dari Tabel X

Tabel XIX
Data Rekapitulasi Hasil Variabel Y (Kepuasan
Pengunjung)
Butir-Butir Genap

NO	INDIKATOR/BUTIR							TOTAL
	1	3	5	7	9	11	13	
1	4	4	4	5	4	5	4	30
2	4	3	3	4	4	4	4	26
3	4	3	3	4	4	3	4	25
4	4	3	3	4	4	4	4	26
5	4	3	4	4	4	3	4	26
6	4	4	4	4	4	3	4	27
7	4	3	3	4	4	4	4	26
8	4	4	4	3	4	3	4	26
9	5	4	4	4	5	4	5	31
10	4	3	3	5	4	4	4	27
11	4	4	3	5	4	3	4	27
12	4	3	3	4	4	4	4	26
13	4	4	4	3	4	3	4	26
14	4	4	3	4	4	3	4	26
15	4	3	3	4	4	4	4	26
16	4	4	4	5	4	5	4	30
17	5	3	3	4	5	4	5	29
18	4	3	3	4	4	3	4	25
19	4	4	3	3	4	4	4	26
20	4	3	4	3	4	4	4	26
21	4	4	3	3	4	3	4	25
22	4	4	3	4	4	5	4	28
23	4	3	4	4	4	4	4	27
24	5	4	4	5	5	3	5	31
25	4	3	3	4	4	4	4	26
26	4	4	4	4	4	3	4	27
27	4	3	3	3	4	4	4	25
28	4	4	4	4	4	3	4	27
29	4	3	4	3	4	4	4	26
30	4	4	4	4	4	3	4	27
31	4	3	3	3	4	4	4	25
32	3	3	4	4	3	3	3	23
33	4	4	4	4	4	3	4	27

34	4	3	4	4	4	4	4	27
35	4	4	4	5	4	5	4	30
36	4	4	3	5	4	4	4	28
37	4	3	4	5	4	4	4	28
38	4	4	3	4	4	3	4	26
39	4	3	4	4	4	4	4	27
40	4	4	4	5	4	3	4	28
41	4	4	4	5	4	4	4	29
42	4	3	4	4	4	4	4	27
43	4	4	4	3	4	5	4	28
44	4	3	3	3	4	4	4	25
45	3	4	3	4	3	3	3	23
46	4	4	3	3	4	4	4	26
47	5	4	4	4	5	3	5	30
48	4	3	3	3	4	3	4	24
49	4	3	3	3	4	3	4	24
50	4	4	4	4	4	4	4	28
51	4	3	5	3	4	3	4	26
52	4	4	4	4	4	4	4	28
53	4	4	4	3	4	3	4	26
54	5	4	5	5	5	3	5	32
55	4	3	5	3	4	4	4	27
56	4	4	4	4	4	4	4	28
57	4	3	5	4	4	3	4	27
58	4	4	5	3	4	5	4	29
59	4	3	4	3	4	5	4	27
60	4	4	4	4	4	4	4	28
61	4	3	4	3	4	4	4	26
62	5	4	5	4	5	3	5	31
63	5	4	4	3	5	4	5	30
64	4	3	4	3	4	4	4	26
65	4	4	5	5	4	3	4	29
66	4	4	4	5	4	3	4	28
67	5	5	4	4	5	4	5	32
68	4	4	3	3	4	3	4	25
69	4	3	4	3	4	4	4	26
70	4	4	3	4	4	4	4	27
71	5	5	4	3	5	5	5	32
72	4	4	3	3	4	4	4	26
73	4	3	5	5	4	3	4	28

74	4	4	5	4	4	4	4	29
75	4	5	4	4	4	3	4	28
76	3	3	4	3	3	4	3	23
77	4	4	3	3	4	3	4	25
78	3	5	3	4	3	3	3	24
79	3	3	3	4	3	4	3	23
80	4	4	4	3	4	3	4	26
81	5	4	4	3	5	3	5	29
82	4	3	4	4	4	4	4	27
83	4	4	5	4	4	5	4	30
84	4	5	4	5	4	5	4	31
85	4	4	4	5	4	3	4	28
86	4	4	4	4	4	4	4	28
87	4	3	5	3	4	5	4	28
88	5	3	5	4	5	5	5	32
89	4	4	4	5	4	3	4	28
90	4	5	4	4	4	4	4	29
91	4	4	3	3	4	3	4	25
92	4	3	3	3	4	4	4	25
93	4	3	3	4	4	4	4	26
94	4	3	4	5	4	3	4	27
95	4	4	4	4	4	5	4	29
96	5	5	3	4	5	4	5	31
97	4	5	3	4	4	5	4	29
98	4	3	4	3	4	5	4	27
99	4	4	4	4	4	4	4	28
100	5	3	4	4	5	3	5	29
TOTAL	408	366	377	385	408	375	408	2727

Sumber : Diolah dari Tabel X

Tabel XX
Uji Realibilitas Ganjil Genap Variabel Y (Kepuasan Pengunjung)

No	X	Y	X ²	Y ²	XY
1	31	30	961	900	930
2	25	26	625	676	650

3	23	25	529	625	575
4	25	26	625	676	650
5	24	26	576	676	624
6	26	27	676	729	702
7	25	26	625	676	650
8	25	26	625	676	650
9	29	31	841	961	899
10	26	27	676	729	702
11	26	27	676	729	702
12	25	26	625	676	650
13	25	26	625	676	650
14	25	26	625	676	650
15	25	26	625	676	650
16	31	30	961	900	930
17	26	29	676	841	754
18	23	25	529	625	575
19	26	26	676	676	676
20	25	26	625	676	650
21	24	25	576	625	600
22	29	28	841	784	812
23	26	27	676	729	702
24	28	31	784	961	868
25	25	26	625	676	650
26	26	27	676	729	702
27	24	25	576	625	600
28	26	27	676	729	702
29	25	26	625	676	650
30	26	27	676	729	702
31	24	25	576	625	600
32	23	23	529	529	529
33	26	27	676	729	702
34	26	27	676	729	702
35	31	30	961	900	930
36	28	28	784	784	784
37	27	28	729	784	756
38	25	26	625	676	650
39	26	27	676	729	702
40	27	28	729	784	756
41	29	29	841	841	841
42	26	27	676	729	702

43	29	28	841	784	812
44	24	25	576	625	600
45	24	23	576	529	552
46	26	26	676	676	676
47	27	30	729	900	810
48	22	24	484	576	528
49	22	24	484	576	528
50	28	28	784	784	784
51	24	26	576	676	624
52	28	28	784	784	784
53	25	26	625	676	650
54	29	32	841	1024	928
55	26	27	676	729	702
56	28	28	784	784	784
57	25	27	625	729	675
58	30	29	900	841	870
59	27	27	729	729	729
60	28	28	784	784	784
61	25	26	625	676	650
62	28	31	784	961	868
63	28	30	784	900	840
64	25	26	625	676	650
65	28	29	784	841	812
66	27	28	729	784	756
67	31	32	961	1024	992
68	24	25	576	625	600
69	25	26	625	676	650
70	27	27	729	729	729
71	32	32	1024	1024	1024
72	26	26	676	676	676
73	26	28	676	784	728
74	29	29	841	841	841
75	28	28	784	784	784
76	24	23	576	529	552
77	24	25	576	625	600
78	26	24	676	576	624
79	24	23	576	529	552
80	25	26	625	676	650
81	26	29	676	841	754
82	26	27	676	729	702

83	31	30	961	900	930
84	33	31	1089	961	1023
85	27	28	729	784	756
86	28	28	784	784	784
87	28	28	784	784	784
88	30	32	900	1024	960
89	27	28	729	784	756
90	30	29	900	841	870
91	24	25	576	625	600
92	24	25	576	625	600
93	25	26	625	676	650
94	25	27	625	729	675
95	30	29	900	841	870
96	30	31	900	961	930
97	31	29	961	841	899
98	27	27	729	729	729
99	28	28	784	784	784
100	25	29	625	841	725
TOTAL	2652	2727	70866	74803	72740

Sumber : Diolah dari Tabel XVIII dan XIX

Untuk menguji reliabilitas ganjil genap Variabel Kepuasan Konsumen adalah sebagai berikut :

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n\sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n\sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

$$r = \frac{100 (72740) - (2652)(2727)}{\sqrt{100(70866) - (2652)^2} \sqrt{100(74803) - (2727)^2}}$$

$$r = \frac{7274000 - 7232004}{\sqrt{7086600 - 7033104} \sqrt{7480300 - 7436529}}$$

$$r = \frac{41996}{\sqrt{53496} \sqrt{43771}}$$

$$r = \frac{41996}{(231.292) (209.215)}$$

$$r = \frac{41996}{48389.81}$$

$$r = 0.867$$

$$r1 = \frac{2rb}{1 + rb}$$

$$r1 = \frac{2 (0.867)}{1 + (0.867)}$$

$$r1 = \frac{1.734}{1.867}$$

$$r1 = 0.928$$

Berdasarkan perhitungan di atas diperoleh $r1 = 0.928$ hal ini dapat dinyatakan reliabel karena nilainya lebih besar dari 0.195 ($r1 > 0.195$).

Tabel XVIII
Hasil Uji Reliabilitas antara Kualitas Pelayanan (X)
dengan Kepuasan Pengunjung (Y)

INSTRUMEN	PERTANYAAN	R	r1	r tabel	KETERANGAN
Kualitas Pelayanan (X)	16	0,653	0,790	0,195	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	14	0,867	0,928	0,195	Reliabel

Sumber : Diolah dari Perhitungan

4.4 Analisis Data

4.4.1. Perhitungan Rank Korelasi

Untuk mencari hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pengunjung digunakan rumus rank korelasi sebagai berikut :

$$rs = 1 - \frac{6\sum d^2 i}{n(n^2 - 1)}$$

Dimana :

rs = Koefisien Korelasi

$\sum d^2$ = Total Kuadrat Selisih Atas Ranking

n = Jumlah Sampai Penelitian

Tabel XXII
Data Variabel X (Kualitas Pelayanan)
dan Data Variabel Y (Kepuasan Pengunjung)

Sample/n	Kualitas Pelayanan (X)	Kepuasan Pengunjung (Y)
1	73	64
2	67	64
3	67	63
4	66	62
5	66	61
6	65	61
7	65	61
8	64	61
9	64	61
10	64	61
11	64	60
12	64	60

13	64	59
14	64	59
15	64	59
16	64	59
17	64	59
18	63	59
19	63	58
20	63	58
21	63	58
22	63	57
23	62	57
24	62	57
25	62	57
26	62	56
27	62	56
28	62	56
29	61	56
30	61	56
31	61	56
32	61	56
33	61	56
34	61	55
35	61	55
36	61	55
37	61	55
38	61	55
39	60	55
40	60	55
41	60	54
42	59	54
43	59	54
44	59	54
45	59	54
46	59	53
47	58	53
48	58	53
49	58	53
50	58	53
51	58	53
52	58	53

53	58	53
54	57	53
55	57	53
56	57	53
57	57	53
58	57	53
59	57	52
60	56	52
61	56	52
62	56	52
63	56	52
64	56	51
65	56	51
66	55	51
67	55	51
68	55	51
69	55	51
70	55	51
71	54	51
72	54	51
73	54	51
74	54	51
75	54	51
76	54	51
77	54	51
78	54	51
79	53	51
80	53	51
81	53	51
82	52	50
83	52	50
84	52	50
85	51	49
86	51	49
87	51	49
88	51	49
89	51	49
90	49	49
91	49	49
92	49	49

93	49	48
94	48	48
95	48	47
96	48	47
97	48	47
98	48	46
99	48	46
100	48	46
TOTAL	5774	5382

Sumber : Diolah dari Tabel IX dan X

Tabel XXIII
Ranking Variabel X (Kualitas Pelayanan)
dan Variabel Y (Kepuasan Pengunjung)

Sample/n	Kualitas	X	Kepuasan	Y
1	73	1	64	1.5
2	67	2.5	64	1.5
3	67	2.5	63	3
4	66	4.5	62	4
5	66	4.5	61	7.5
6	65	6.5	61	7.5
7	65	6.5	61	7.5
8	64	12.5	61	7.5
9	64	12.5	61	7.5
10	64	12.5	61	7.5
11	64	12.5	60	11.5
12	64	12.5	60	11.5
13	64	12.5	59	15.5
14	64	12.5	59	15.5
15	64	12.5	59	15.5
16	64	12.5	59	15.5
17	64	12.5	59	15.5
18	63	20	59	15.5
19	63	20	58	20
20	63	20	58	20
21	63	20	58	20
22	63	20	57	23.5
23	62	25.5	57	23.5

24	62	25.5	57	23.5
25	62	25.5	57	23.5
26	62	25.5	56	29.5
27	62	25.5	56	29.5
28	62	25.5	56	29.5
29	61	33.5	56	29.5
30	61	33.5	56	29.5
31	61	33.5	56	29.5
32	61	33.5	56	29.5
33	61	33.5	56	29.5
34	61	33.5	55	37
35	61	33.5	55	37
36	61	33.5	55	37
37	61	33.5	55	37
38	61	33.5	55	37
39	60	40	55	37
40	60	40	55	37
41	60	40	54	43
42	59	44	54	43
43	59	44	54	43
44	59	44	54	43
45	59	44	54	43
46	59	44	53	52
47	58	50	53	52
48	58	50	53	52
49	58	50	53	52
50	58	50	53	52
51	58	50	53	52
52	58	50	53	52
53	58	50	53	52
54	57	56.5	53	52
55	57	56.5	53	52
56	57	56.5	53	52
57	57	56.5	53	52
58	57	56.5	53	52
59	57	56.5	52	61
60	56	62.5	52	61
61	56	62.5	52	61
62	56	62.5	52	61
63	56	62.5	52	61

64	56	62.5	51	72.5
65	56	62.5	51	72.5
66	55	68	51	72.5
67	55	68	51	72.5
68	55	68	51	72.5
69	55	68	51	72.5
70	55	68	51	72.5
71	54	74.5	51	72.5
72	54	74.5	51	72.5
73	54	74.5	51	72.5
74	54	74.5	51	72.5
75	54	74.5	51	72.5
76	54	74.5	51	72.5
77	54	74.5	51	72.5
78	54	74.5	51	72.5
79	53	80	51	72.5
80	53	80	51	72.5
81	53	80	51	72.5
82	52	83	50	83
83	52	83	50	83
84	52	83	50	83
85	51	87	49	88.5
86	51	87	49	88.5
87	51	87	49	88.5
88	51	87	49	88.5
89	51	87	49	88.5
90	49	91.5	49	88.5
91	49	91.5	49	88.5
92	49	91.5	49	88.5
93	49	91.5	48	93.5
94	48	97	48	93.5
95	48	97	47	96
96	48	97	47	96
97	48	97	47	96
98	48	97	46	99
99	48	97	46	99
100	48	97	46	99
TOTAL	5774		5382	

Sumber : Diolah dari Tabel XXII

Untuk mencari hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pengunjung digunakan rumus rank korelasi sebagai berikut :

Tabel XXIV
Selisih Rangkaing

Sample/n	Kualitas Pelayanan	X	Kepuasan Konsumen	Y	d	d ²
1	73	1	64	1.5	-0.5	0.25
2	67	2.5	64	1.5	1	1
3	67	2.5	63	3	-0.5	0.25
4	66	4.5	62	4	0.5	0.25
5	66	4.5	61	7.5	-3	9
6	65	6.5	61	7.5	-1	1
7	65	6.5	61	7.5	-1	1
8	64	12.5	61	7.5	5	25
9	64	12.5	61	7.5	5	25
10	64	12.5	61	7.5	5	25
11	64	12.5	60	11.5	1	1
12	64	12.5	60	11.5	1	1
13	64	12.5	59	15.5	-3	9
14	64	12.5	59	15.5	-3	9
15	64	12.5	59	15.5	-3	9
16	64	12.5	59	15.5	-3	9
17	64	12.5	59	15.5	-3	9
18	63	20	59	15.5	4.5	20.25
19	63	20	58	20	0	0
20	63	20	58	20	0	0
21	63	20	58	20	0	0
22	63	20	57	23.5	-3.5	12.25
23	62	25.5	57	23.5	2	4
24	62	25.5	57	23.5	2	4
25	62	25.5	57	23.5	2	4
26	62	25.5	56	29.5	-4	16
27	62	25.5	56	29.5	-4	16
28	62	25.5	56	29.5	-4	16
29	61	33.5	56	29.5	4	16
30	61	33.5	56	29.5	4	16
31	61	33.5	56	29.5	4	16

32	61	33.5	56	29.5	4	16
33	61	33.5	56	29.5	4	16
34	61	33.5	55	37	-3.5	12.25
35	61	33.5	55	37	-3.5	12.25
36	61	33.5	55	37	-3.5	12.25
37	61	33.5	55	37	-3.5	12.25
38	61	33.5	55	37	-3.5	12.25
39	60	40	55	37	3	9
40	60	40	55	37	3	9
41	60	40	54	43	-3	9
42	59	44	54	43	1	1
43	59	44	54	43	1	1
44	59	44	54	43	1	1
45	59	44	54	43	1	1
46	59	44	53	52	-8	64
47	58	50	53	52	-2	4
48	58	50	53	52	-2	4
49	58	50	53	52	-2	4
50	58	50	53	52	-2	4
51	58	50	53	52	-2	4
52	58	50	53	52	-2	4
53	58	50	53	52	-2	4
54	57	56.5	53	52	4.5	20.25
55	57	56.5	53	52	4.5	20.25
56	57	56.5	53	52	4.5	20.25
57	57	56.5	53	52	4.5	20.25
58	57	56.5	53	52	4.5	20.25
59	57	56.5	52	61	-4.5	20.25
60	56	62.5	52	61	1.5	2.25
61	56	62.5	52	61	1.5	2.25
62	56	62.5	52	61	1.5	2.25
63	56	62.5	52	61	1.5	2.25
64	56	62.5	51	72.5	-10	100
65	56	62.5	51	72.5	-10	100
66	55	68	51	72.5	-4.5	20.25
67	55	68	51	72.5	-4.5	20.25
68	55	68	51	72.5	-4.5	20.25
69	55	68	51	72.5	-4.5	20.25
70	55	68	51	72.5	-4.5	20.25
71	54	74.5	51	72.5	2	4

72	54	74.5	51	72.5	2	4
73	54	74.5	51	72.5	2	4
74	54	74.5	51	72.5	2	4
75	54	74.5	51	72.5	2	4
76	54	74.5	51	72.5	2	4
77	54	74.5	51	72.5	2	4
78	54	74.5	51	72.5	2	4
79	53	80	51	72.5	7.5	56.25
80	53	80	51	72.5	7.5	56.25
81	53	80	51	72.5	7.5	56.25
82	52	83	50	83	0	0
83	52	83	50	83	0	0
84	52	83	50	83	0	0
85	51	87	49	88.5	-1.5	2.25
86	51	87	49	88.5	-1.5	2.25
87	51	87	49	88.5	-1.5	2.25
88	51	87	49	88.5	-1.5	2.25
89	51	87	49	88.5	-1.5	2.25
90	49	91.5	49	88.5	3	9
91	49	91.5	49	88.5	3	9
92	49	91.5	49	88.5	3	9
93	49	91.5	48	93.5	-2	4
94	48	97	48	93.5	3.5	12.25
95	48	97	47	96	1	1
96	48	97	47	96	1	1
97	48	97	47	96	1	1
98	48	97	46	99	-2	4
99	48	97	46	99	-2	4
100	48	97	46	99	-2	4
TOTAL	5774	0	5382	0	0	1193.5

Analisa Rank Korelasi Variabel Kualitas Pelayanan (X) dan Variabel Kepuasan Pengunjung (Y) dengan menggunakan rumus :

$$rs = 1 - \frac{6\sum di^2}{n(n^2 - 1)}$$

$$rs = 1 - \frac{6(1193,5)}{100 (100^2 - 1)}$$

$$rs = 1 - \frac{7161}{100 (10000 - 1)}$$

$$rs = 1 - \frac{7161}{100 (9999)}$$

$$rs = 1 - \frac{7161}{999900}$$

$$rs = 1 - 0.071$$

$$rs = 0.992$$

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hubungan antara Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Pengunjung (Y) adalah tinggi.

4.4.2. Perhitungan Koefisien Determinasi

$$kd = (r^2) \times 100\%$$

$$kd = (0.992^2) \times 100\%$$

$$kd = 98,4\%$$

Dari perhitungan di atas dapat dijelaskan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung yaitu sebesar 98,4%, sedangkan sisanya 1,6% dipengaruhi variable lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

3.6.4 Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung pada Taman Rekreasi Cimalati digunakan langkah-langkah sebagai berikut :

1) Menentukan Ho :

Jika $H_0 : r = 0$ (nol) artinya tidak ada hubungan antara Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Pengunjung (Y) pada Taman rekreasi Cimalati.

Jika $H_a : r \neq 0$ Ada hubungan antara Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Pengunjung (Y) pada Taman rekreasi Cimalati.

2) Menentukan Nilai Uji Statistik

Uji statistik untuk mengetahui apakah Hipotesis yang menyatakan “Diduga terdapat Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung pada Taman Rekreasi Cimalati Pasawahan Cicurug Sukabumi” dengan $n=100$ ($n > 30$) maka digunakan rumus Zhitung :

$$Z_{hitung} = rs\sqrt{(n-1)} \quad \text{jika } n > 30$$

$$z = 0.878\sqrt{100-1}$$

$$z = 0.878 (9.94)$$

$$z = 9.78$$

3) kesimpulan

berdasarkan uji hipotesis diatas diketahui bahwa nilai Z_{hitung} sebesar 9.78 lebih besar dari Z_{alpha} sebesar 2.45, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, hipotesis yang menyatakan **“Diduga terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Rekreasi Cimalati Sukabumi ternyata terbukti”**

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian

Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil table uji signifikan diatas, dapat disimpulkan bahwa:

Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2) . berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai R^2 sebesar 0,992. Artinya, Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh sebesar 98,4% terhadap Kepuasan Pengunjung, sedangkan sisanya 1,6% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Berdasarkan uji hipotesis di atas diketahui bahwa nilai Z_{hitung} sebesar 9.78 lebih besar dari nilai Z_{alpha} sebesar 2.45, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, hipotesis yang menyatakan

“Diduga terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Rekreasi Cimalati Sukabumi ternyata terbukti”

Hal ini sesuai dengan teori Tjiptono, (2002:59), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Hal ini sesuai dengan penelitian Koestanto Tri Hary (2014), yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bank Jatim Cabang Klampis Surabaya

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

- Dari hasil perhitungan Rank Korelasi antara Variabel Kualitas Pelayanan (X) dan Variabel Kepuasan Konsumen (Y) 0.992 maka hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pengunjung adalah kuat.
- Dari hasil perhitungan Koefisien Determinasi bahwa besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung sebesar 98,4%. Sedangkan sisanya sebesar 1,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.
- Berdasarkan uji hipotesis di atas diketahui bahwa nilai Z_{hitung} sebesar 9.78 lebih besar dari nilai Z_{alpha} sebesar 2.45, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, hipotesis yang menyatakan **“Diduga terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Rekreasi Cimalati Sukabumi ternyata terbukti”**

5.2 Implikasi manajerial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat bagi pihak-pihak yang terkait, antara lain :

- Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung.
- Mengidentifikasi mengenai perhitungan yang dijadikan acuan dalam menilai kepuasan pengunjung

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini, menemui beberapa keterbatasan sebagai berikut:

- Penelitian ini dilakukan pada satu perusahaan saja sehingga tidak bisa dikatakan bahwa hasil penelitian ini berlaku secara umum di setiap perusahaan.
- Pengguna instrumen kuesioner dalam pengumpulan data penulis tidak dapat mengontrol pilihan jawaban yang diisi oleh responden. Sehingga penulis tidak bisa mengetahui apakah responden mengisi dengan jujur atau tidak. Banyak pengaruh eksternal yang membuat jawaban kuesioner oleh responden yang pada akhirnya akan menjadi data bagi penulis menjadi bias.

- Berhubung waktu yang sangat singkat bagi penulis, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner sehingga sangat mungkin datanya bersifat subyektif, akan lebih baik bila ditambahkan metode wawancara, sehingga hasil penelitian yang diperoleh lebih lengkap.

5.4 Saran

- Untuk mempertahankan kepuasan pengunjung, Taman Rekreasi Cimalati harus tetap mempertahankan kualitas pelayanan, yang ada di Taman Rekreasi Cimalati. Terlebih lagi pengunjung merupakan salah satu komponen penting dalam mencapai keuntungan Taman Rekreasi Cimalati.
- Untuk mempertahankan kepuasan pengunjung hendaknya pihak Pemerintah Daerah dapat memberikan promosi dan menunjukkan kualitas pelayanan dan professional sehingga mampu menjaga kepercayaan pelanggan hingga terciptanya kepuasan pengunjung.
- Untuk mempertahankan kepuasan pengunjung hendaknya Pemerintah Daerah terus bermotivasi dalam wahana atau pelayanan baru sehingga mengikuti perkembangan.
- Bagi peneliti selanjutnya
Agar peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti kepuasan pengunjung

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2014, Mei 05). Retrieved from <https://zainalokalcalc.blogspot.co.id/2014/05/makalah-field-study.html>
- Alfisyahrin. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mega Beton (Pusat Penjualan Besi & Baja Ringan) Di Cirendeu Tangerang. *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Brawijaya Malang* .
- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ari, Kunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Atmawati, & Wahyuddin. (2007). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departemen Store Di Solo.
- Edi, P. S., & dkk. (2006). *Prospek Kepariwisataaan Dan Daya Tarik Daerah Tujuan Wisata*. Jurnal Benefit, Vol. 10, No.1.
- Fandy, D. (2005). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Hary, K. T. (2014). Retrieved from <http://repository.stiesia.ac.id/416/>
- Indrawan, A. W. (n.d.). Retrieved from <https://www.scribd.com/doc/293066612/Teori-Regresi-dan-Korelasi>
- Investopedia, L. (2018). Retrieved from <https://www.investopedia.com/terms/h/hypothesisistesting.asp>
- Iqbal Hasan. (2009). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- J, Stanton., J, Etzel., & J, Walker. (1994). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran, Cetakan 1*. Bandung: Mandar Maju.
- Kotler. (1994). *Manajemen Pemasaran; Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.

- Kotler. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, Jilid 2*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran DiIndonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lestari, A. W. (2016, September 30). Retrieved from <http://anggiwidyalestari.blogspot.co.id/2016/09/unit-analisis.html>
- Lovelock. (1988). *Managing Service : Marketing, Operation and Human Resources*. London: Prentice - Hall International Inc.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Margono. (2004). *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Nilasari, I. E. (2015, Juli). Retrieved from <https://www.neliti.com/id/publications/115736/pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-kepuasan-konsumen-pada-dealer-pt-ramayana-m>
- Parasuman, V. A. (2001). *Delivering Quality Service*. New York: The free pres.
- Parasuraman. (1988). SERQUAL : A Multiple - Item Scale For Measuring Consumer Derceptions Of Service Quality. *Journal Of Retailing* , Vol 64 (1) PP 12-37.
- Philip Kotler, & K.L Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Raharso, S. (2005). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Dan Kesetiaan Wisatawan*. Jurnal Bisnis Strategi. vol. 14 No. 2.
- Rangkuti, F. (2006). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Dan Kesetiaan Wisatawan*. Jurnal Bisnis Strategi. Vol. 14 No.2.

- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2002). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andy.
- Tjiptono, F. (2006). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, F. (1997). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Umar, H. (2003). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, H. (2002). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Yulianto, M. (n.d.). *Analisis Time Series*. Retrieved from Retrive From: <https://digensia.wordpress.com/2012/08/24/analisa-time-series/>
- Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1996). *The Behavioral Consequences Of Service Quality*, *Journal Of Marketing* 60, 31-46.

Kepada :

Yth.Sdr/Sdri. Pengunjung

Obyek Wisata Taman Rekreasi Cimalati Pasawahan Cicurug Sukabumi

Dengan hormat,

Dalam rangka pemenuhan tugas akhir kuliah yang berupa penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Obyek Wisata Taman Rekreasi Cimalati Pasawahan Cicurug Sukabumi”**, maka saya mohon bantuan Saudara/Saudari untuk mengisi angket guna memperoleh data tentang judul tersebut.

Jawaban yang diberikan Saudara/Saudari akan sangat membantu keberhasilan penelitian yang saya lakukan. Oleh karena itu saya sangat mengharapkan kesanggupan dan kejujuran Saudara/Saudari dalam menjawab pertanyaan yang sudah saya buat. Saya sangat menghargai setiap jawaban yang Saudara/Saudari berikan dan akan dijaga kerahasiannya, serta tidak akan berpengaruh terhadap kedudukan dan status, karena hasil dari angket ini semata- mata hanya untuk kepentingan penelitian.

Besar harapan saya, Saudara/Saudari dapat memberikan jawaban yang sebenarnya, sehingga jawaban tersebut dapat kami gunakan untuk menganalisis data yang tepat dan objektif.

Demikian surat permohonan ini saya buat, atas kesediaan dan bantuan serta partisipasinya saya ucapkan terimakasih.

Jakarta, 15 Maret 2018

Leni Lasmiansi
NPM. 142100032

DAFTAR PERTANYAAN PENELITIAN

Data Responden

Nama :(bila tidak keberatan)

Jenis Kelamin : o Laki-laki o Perempuan

Usia : o Di bawah 15 Tahun o 15-25 Tahun
o 25-35 Tahun o Di atas 35 Tahun

Status Pernikahan : o Menikah o Belum Menikah

Petunjuk Pengisian :

Jawablah pertanyaan di bawah ini mengenai dengan memberi tanda silang (x) pada kolom jawaban dengan memperhatikan nilai dan arti sebagai berikut:

5 : Sangat Setuju (SS) 2 : Kurang Setuju (KS)

4 : Setuju (S) 1 : Tidak Setuju (TS)

3 : Ragu (R)

Kualitas Pelayanan

No	Daftar Pertanyaan	SS	S	R	KS	TS
Tangibles						
1.	Kebersihan lingkungan tempat wisata terjaga dengan baik					
2.	Fasilitas dan sarana penunjang yang disediakan sudah memadai					
3.	TR Cimalati Sukabumi memiliki tempat parkir yang memadai					
Reliability						

4.	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan janji yang ditawarkan					
5.	Memberikan perhatian serius terhadap pengunjung yang mendapat masalah					
6.	Memiliki kehandalan dalam memberikan pelayanan dengan segera pada pengunjung					
Responsiveness						
7.	Karyawan cepat tanggap dalam menangani permintaan pengunjung					
8.	Memberikan informasi pada pengunjung secara lengkap jelas					
9.	Karyawan cepat tanggap terhadap kesulitan-kesulitan pengunjung					
10.	Pembelian tiket masuk pengunjung tidak terlalu menunggu lama					
Assurance						
11.	Karyawan bersikap ramah dan sopan kepada pengunjung					
12.	Pengunjung merasa aman dengan kunjungan yang mereka lakukan					
13.	Terdapat asuransi kecelakaan bagi pengunjung					
Emphaty						
14.	Setiap pertanyaan dengan pengunjung, karyawan selalu menjawab dengan senyuman					
15.	Karyawan memberi perhatian terhadap segala keluhan pengunjung					
16.	TR Cimalati Sukabumi memahami kebutuhan dan harapan pengunjung					

Kepuasan Pengunjung

No	Daftar Pertanyaan	SS	S	R	KS	TS
Konfirmasi Harapan						
1.	TR Cimalati Sukabumi mampu menyediakan kebutuhan wisata yang baik					
2.	Kualitas Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan					
3.	Pengunjung merasa puas dengan pelayanan yang diberikan					
4.	Mengharapkan ada wahana baru di TR Cimalati Sukabumi					
Minat Kunjungan Kembali						
5.	Saya berminat untuk berwisata kembali ke TR Cimalati Sukabumi					
6.	Jika ingin berenang, saya akan berkunjung ke TR Cimalati Sukabumi					
7.	Anda lebih suka datang ke TR Cimalati Sukabumi dibandingkan TR lain.					
8.	Anda tidak ragu untuk merekomendasikan TR Cimalati Sukabumi ke teman dan keluarga					
9.	Saya tertarik pada wahana baru yang ada di TR Cimalati Sukabumi					
Ketersediaan Merekomendasikan						
10.	Saya akan menginformasikan kepada orang lain mengenai TR Cimalati Sukabumi					
11.	Saya akan mengajak orang lain untuk berkunjung pada TR Cimalati Sukabumi					
Ketidakpuasan						

12.	Saya tidak pernah melayangkan keluhan pada TR Cimalati Sukabumi					
13.	Apa yang dirasakan pengunjung sesuai dengan yang diharapkan					
14.	Saya akan melakukan komplain apabila tidak puas dengan layanan TR Cimalati Sukabumi					

Tabel r untuk df = 1 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah					df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005		0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah						Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001		0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.988	0.997	1.000	1.000	1.000	51	0.228	0.271	0.319	0.351	0.439
2	0.900	0.950	0.980	0.990	0.999	52	0.226	0.268	0.316	0.348	0.435
3	0.805	0.878	0.934	0.959	0.991	53	0.224	0.266	0.313	0.345	0.432
4	0.729	0.811	0.882	0.917	0.974	54	0.222	0.263	0.310	0.342	0.428
5	0.669	0.755	0.833	0.875	0.951	55	0.220	0.261	0.307	0.339	0.424
6	0.622	0.707	0.789	0.834	0.925	56	0.218	0.259	0.305	0.336	0.421
7	0.582	0.666	0.750	0.798	0.898	57	0.216	0.256	0.302	0.333	0.418
8	0.549	0.632	0.716	0.765	0.872	58	0.214	0.254	0.300	0.330	0.414
9	0.521	0.602	0.685	0.735	0.847	59	0.213	0.252	0.297	0.327	0.411
10	0.497	0.576	0.658	0.708	0.823	60	0.211	0.250	0.295	0.325	0.408
11	0.476	0.553	0.634	0.684	0.801	61	0.209	0.248	0.293	0.322	0.405
12	0.458	0.532	0.612	0.661	0.780	62	0.208	0.246	0.290	0.320	0.402
13	0.441	0.514	0.592	0.641	0.760	63	0.206	0.244	0.288	0.317	0.399
14	0.426	0.497	0.574	0.623	0.742	64	0.204	0.242	0.286	0.315	0.396
15	0.412	0.482	0.558	0.606	0.725	65	0.203	0.240	0.284	0.313	0.393
16	0.400	0.468	0.543	0.590	0.708	66	0.201	0.239	0.282	0.310	0.390
17	0.389	0.456	0.529	0.575	0.693	67	0.200	0.237	0.280	0.308	0.388
18	0.378	0.444	0.516	0.561	0.679	68	0.198	0.235	0.278	0.306	0.385
19	0.369	0.433	0.503	0.549	0.665	69	0.197	0.234	0.276	0.304	0.382
20	0.360	0.423	0.492	0.537	0.652	70	0.195	0.232	0.274	0.302	0.380
21	0.352	0.413	0.482	0.526	0.640	71	0.194	0.230	0.272	0.300	0.377
22	0.344	0.404	0.472	0.515	0.629	72	0.193	0.229	0.270	0.298	0.375
23	0.337	0.396	0.462	0.505	0.618	73	0.191	0.227	0.268	0.296	0.372
24	0.330	0.388	0.453	0.496	0.607	74	0.190	0.226	0.266	0.294	0.370
25	0.323	0.381	0.445	0.487	0.597	75	0.189	0.224	0.265	0.292	0.368
26	0.317	0.374	0.437	0.479	0.588	76	0.188	0.223	0.263	0.290	0.366
27	0.312	0.367	0.430	0.471	0.579	77	0.186	0.221	0.261	0.288	0.363
28	0.306	0.361	0.423	0.463	0.570	78	0.185	0.220	0.260	0.286	0.361
29	0.301	0.355	0.416	0.456	0.562	79	0.184	0.219	0.258	0.285	0.359
30	0.296	0.349	0.409	0.449	0.554	80	0.183	0.217	0.257	0.283	0.357
31	0.291	0.344	0.403	0.442	0.547	81	0.182	0.216	0.255	0.281	0.355
32	0.287	0.339	0.397	0.436	0.539	82	0.181	0.215	0.254	0.280	0.353
33	0.283	0.334	0.392	0.430	0.532	83	0.180	0.213	0.252	0.278	0.351
34	0.279	0.329	0.386	0.424	0.525	84	0.179	0.212	0.251	0.276	0.349
35	0.275	0.325	0.381	0.418	0.519	85	0.178	0.211	0.249	0.275	0.347
36	0.271	0.320	0.376	0.413	0.513	86	0.177	0.210	0.248	0.273	0.345
37	0.267	0.316	0.371	0.408	0.507	87	0.176	0.208	0.246	0.272	0.343
38	0.264	0.312	0.367	0.403	0.501	88	0.175	0.207	0.245	0.270	0.341
39	0.261	0.308	0.362	0.398	0.495	89	0.174	0.206	0.244	0.269	0.339
40	0.257	0.304	0.358	0.393	0.490	90	0.173	0.205	0.242	0.267	0.338
41	0.254	0.301	0.354	0.389	0.484	91	0.172	0.204	0.241	0.266	0.336

42	0.251	0.297	0.350	0.384	0.479	92	0.171	0.203	0.240	0.265	0.334
43	0.248	0.294	0.346	0.380	0.474	93	0.170	0.202	0.238	0.263	0.332
44	0.246	0.291	0.342	0.376	0.469	94	0.169	0.201	0.237	0.262	0.331
45	0.243	0.288	0.338	0.372	0.465	95	0.168	0.200	0.236	0.260	0.329
46	0.240	0.285	0.335	0.368	0.460	96	0.167	0.199	0.235	0.259	0.327
47	0.238	0.282	0.331	0.365	0.456	97	0.166	0.198	0.234	0.258	0.326
48	0.235	0.279	0.328	0.361	0.451	98	0.165	0.197	0.232	0.257	0.324
49	0.233	0.276	0.325	0.358	0.447	99	0.165	0.196	0.231	0.255	0.323
50	0.231	0.273	0.322	0.354	0.443	100	0.164	0.195	0.230	0.254	0.321

T Table

df	0.25	0.2	0.15	0.1	0.05	0.025	0.02	0.01	0.005	0.0025	0.001	0.0005
1	1.000	1.376	1.963	3.078	6.310	12.700	15.900	31.820	63.650	127.300	318.300	636.619
2	0.817	1.061	1.386	1.886	2.920	4.303	4.849	6.965	9.925	14.080	22.330	31.599
3	0.765	0.979	1.250	1.638	2.353	3.182	3.482	4.541	5.841	7.453	10.220	12.924
4	0.741	0.941	1.190	1.533	2.132	2.776	2.999	3.747	4.604	5.598	7.173	8.610
5	0.727	0.920	1.156	1.476	2.015	2.571	2.757	3.365	4.032	4.773	5.893	6.869
6	0.718	0.906	1.134	1.440	1.943	2.447	2.612	3.143	3.707	4.317	5.208	5.959
7	0.711	0.896	1.119	1.415	1.895	2.365	2.517	2.998	3.499	4.029	4.785	5.408
8	0.706	0.889	1.108	1.397	1.860	2.306	2.449	2.896	3.355	3.833	4.501	5.041
9	0.703	0.883	1.100	1.383	1.833	2.262	2.398	2.821	3.250	3.690	4.297	4.781
10	0.700	0.879	1.093	1.372	1.812	2.228	2.359	2.764	3.169	3.581	4.144	4.587
11	0.697	0.876	1.088	1.363	1.796	2.201	2.328	2.718	3.106	3.497	4.025	4.437
12	0.696	0.873	1.083	1.356	1.782	2.179	2.303	2.681	3.055	3.428	3.930	4.318
13	0.694	0.870	1.079	1.350	1.771	2.160	2.282	2.650	3.012	3.372	3.852	4.221
14	0.692	0.868	1.076	1.345	1.761	2.145	2.264	2.624	2.977	3.326	3.787	4.140
15	0.691	0.866	1.074	1.341	1.753	2.131	2.249	2.602	2.947	3.286	3.733	4.073
16	0.690	0.865	1.071	1.337	1.746	2.120	2.235	2.583	2.921	3.252	3.686	4.015
17	0.689	0.863	1.069	1.333	1.740	2.110	2.224	2.567	2.898	3.222	3.646	3.965
18	0.688	0.862	1.067	1.330	1.734	2.101	2.214	2.552	2.878	3.197	3.610	3.922
19	0.688	0.861	1.066	1.328	1.729	2.093	2.205	2.539	2.861	3.174	3.579	3.883
20	0.687	0.860	1.064	1.325	1.725	2.086	2.197	2.528	2.845	3.153	3.552	3.850
21	0.686	0.859	1.063	1.323	1.721	2.080	2.189	2.518	2.831	3.135	3.527	3.819
22	0.686	0.858	1.061	1.321	1.717	2.074	2.183	2.508	2.819	3.119	3.505	3.792
23	0.685	0.858	1.060	1.319	1.714	2.069	2.177	2.500	2.807	3.104	3.485	3.768
24	0.685	0.857	1.059	1.318	1.711	2.064	2.172	2.492	2.797	3.091	3.467	3.745

25	0.684	0.856	1.058	1.316	1.708	2.060	2.167	2.485	2.787	3.078	3.450	3.725
26	0.684	0.856	1.058	1.315	1.706	2.056	2.162	2.479	2.779	3.067	3.435	3.707
27	0.684	0.855	1.057	1.314	1.703	2.052	2.158	2.473	2.771	3.057	3.421	3.690
28	0.683	0.855	1.056	1.313	1.701	2.048	2.154	2.467	2.763	3.047	3.408	3.674
29	0.683	0.854	1.055	1.311	1.699	2.045	2.150	2.462	2.756	3.038	3.396	3.659
30	0.683	0.854	1.055	1.310	1.697	2.042	2.147	2.457	2.750	3.030	3.385	3.646
40	0.681	0.851	1.050	1.303	1.684	2.021	2.123	2.423	2.704	2.971	3.307	3.551
50	0.679	0.849	1.047	1.299	1.676	2.009	2.109	2.403	2.678	2.937	3.261	3.496
60	0.679	0.848	1.045	1.296	1.671	2.000	2.099	2.390	2.660	2.915	3.232	3.460
80	0.678	0.846	1.043	1.292	1.664	1.990	2.088	2.374	2.639	2.887	3.195	3.416
100	0.677	0.845	1.042	1.290	1.660	1.984	2.081	2.364	2.626	2.871	3.174	3.390
1000	0.675	0.842	1.037	1.282	1.646	1.962	2.056	2.330	2.581	2.813	3.098	3.300
z*	0.674	0.841	1.036	1.282	1.645	1.960	2.054	2.326	2.576	2.807	3.090	3.291

50% 60% 70% 80% 90% 95% 96% 98% 99% 99.50% 99.80% 99.90%

Tabel Z
Normal Standar

x	0.00	0.01	0.02	0.03	0.04	0.05	0.06	0.07	0.08	0.09
0.0	0.5000	0.5040	0.5080	0.5120	0.5160	0.5199	0.5239	0.5279	0.5319	0.5359
0.1	0.5398	0.5438	0.5478	0.5517	0.5557	0.5596	0.5636	0.5675	0.5714	0.5753
0.2	0.5793	0.5832	0.5871	0.5910	0.5948	0.5987	0.6026	0.6064	0.6103	0.6141
0.3	0.6179	0.6217	0.6255	0.6293	0.6331	0.6368	0.6406	0.6443	0.6480	0.6517
0.4	0.6554	0.6591	0.6628	0.6664	0.6700	0.6736	0.6772	0.6808	0.6844	0.6879
0.5	0.6915	0.6950	0.6985	0.7019	0.7054	0.7088	0.7123	0.7157	0.7190	0.7224
0.6	0.7257	0.7291	0.7324	0.7357	0.7389	0.7422	0.7454	0.7486	0.7517	0.7549
0.7	0.7580	0.7611	0.7642	0.7673	0.7704	0.7734	0.7764	0.7794	0.7823	0.7852
0.8	0.7881	0.7910	0.7939	0.7967	0.7995	0.8023	0.8051	0.8079	0.8106	0.8133
0.9	0.8159	0.8186	0.8212	0.8238	0.8264	0.8289	0.8315	0.8340	0.8365	0.8389
1.0	0.8413	0.8438	0.8461	0.8485	0.8508	0.8531	0.8554	0.8577	0.8599	0.8621
1.1	0.8643	0.8665	0.8686	0.8708	0.8729	0.8749	0.8770	0.8790	0.8810	0.8830
1.2	0.8849	0.8869	0.8888	0.8907	0.8925	0.8944	0.8962	0.8980	0.8997	0.9015
1.3	0.9032	0.9049	0.9066	0.9082	0.9099	0.9115	0.9131	0.9147	0.9162	0.9177
1.4	0.9192	0.9207	0.9222	0.9236	0.9251	0.9265	0.9279	0.9292	0.9306	0.9319

Daftar Riwayat Hidup



Nama : Leni Lasmiansi
NPM : 142100032
Tempat, Tgl Lahir : Sukabumi, 30 November 1996
Alamat : Kp. Kuta Tengah RT 05 RW 01 Desa Kutajaya
Kecamatan Cicurug Kabupaten Sukabumi 43359
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Telepon / Hp : 082114944522
E-Mail : lenilasmiansi56@gmail.com

Pendidikan : 1. SD Negeri Kuta Berlaga Sukabumi
2. SMP Negeri 03 Cicurug Sukabumi
3. SMA Negeri 01 Cigombong Bogor