

Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Wisata Kolam Renang Jedongcangkring

Oleh:

Moch Bagus Arifin (202010200123)

Sumartik, S.E., M.M

Progam Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Januari 2024



Pendahuluan

Salah satu kabupaten yang berpotensi untuk pengembangan objek wisata di Jawa Timur adalah Sidoarjo. Kolam Renang Jedongcangkring menjadi salah satu objek wisata unggulan di Kota Sidoarjo, dan masyarakat kota terlihat sangat antusias untuk mengunjunginya. Kolam renang Jedongcangkring adalah solusi untuk masalah pariwisata Kota Sidoarjo.

Kolam renang Jedongcangkring berkomitmen untuk memuaskan pengunjung dengan memberikan fasilitas, lokasi strategis dan layanan terbaik kepada pengunjungnya sebagai salah satu perusahaan hiburan atau rekreasi. Dengan demikian, manajemen akan berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan mempekerjakan karyawan yang berdedikasi dan memiliki kompetensi yang tinggi karena sumber daya manusia adalah komponen yang sangat penting dalam perusahaan jasa pelayanan.

Pengunjung Wisata Kolam Renang Jedongcangkring

Tabel 1. Data Pengunjung Wisata Kolam Renang Jedongcangkring dari Tahun 2020-2023

Tahun	Jumlah	Kenaikan %
2020	26.983	0%
2021	43.996	39%
2022	67.974	35%
2023	83.147	18%

*Sumber: laporan frekuensi tahunan kunjungan periodik periode 2020 s/d 2023
(data diolah)*

Variabel Pada Artikel

- X1 : Fasilitas

Fasilitas pariwisata adalah semua jenis fasilitas dan infrastruktur yang membantu operasional objek wisata untuk memenuhi segala kebutuhan wisatawan dengan memberikan kemudahan, kenyamanan, dan keselamatan bagi wisatawan saat mereka berada di lokasi pariwisata

- X2 : Lokasi

Lokasi merupakan tempat melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya [2]. Lokasi merupakan salah satu aspek yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian karena berkaitan dengan proses penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen

- X3 : Kualitas Pelayanan

Pelayanan berkualitas didasarkan pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pengunjung serta penyampaian yang cepat untuk memenuhi harapan [22]. Setelah pengunjung puas dengan barang dan layanan di tempat tujuan, pengunjung akan membandingkan layanan yang ditawarkan.

- Y : Kepuasan Pengunjung

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul Ketika kinerja yang bersangkutan dengan kinerja yang diharapkan, kepuasan ialah tingkat emosional tertinggi yang dirasakan pengunjung setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan yang diharapkan dari suatu produk atau layanan sehingga konsep kepuasan pengunjung sangat penting dalam pemasaran karena banyak penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung adalah perilaku yang ditentukan setelah mengalami pengalaman yang tidak menyenangkan

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Rumusan Masalah :

1. Apakah fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung?
2. Apakah lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung?
4. Apakah fasilitas, lokasi, dan kualitas pelayanan secara Bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung?

Tujuan Penelitian :

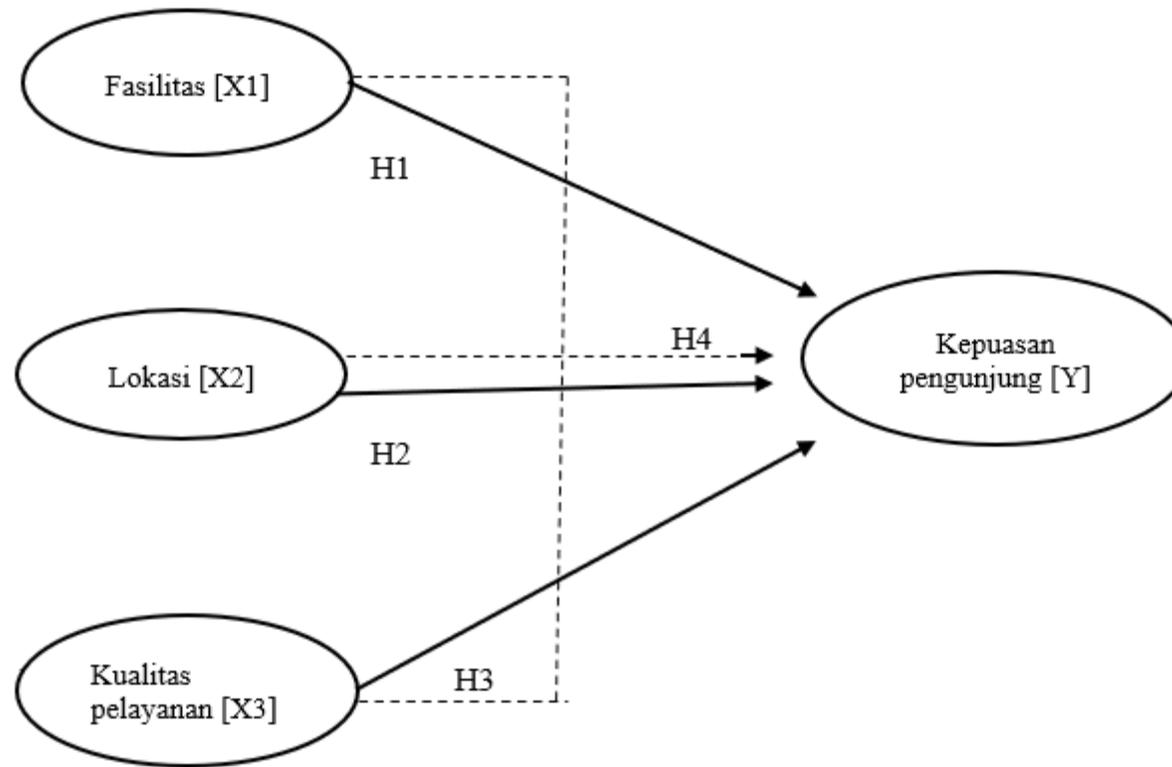
1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengunjung
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pengunjung
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung
4. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas, lokasi, dan kualitas pelayanan secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Studi ini akan mempelajari bagaimana fasilitas wisata, lokasi dan kualitas pelayanan berdampak pada kepuasan pengunjung Kolam Renang Jedongcangring di Sidoarjo

Populasi pada penelitian ini adalah pengunjung Kolam renang Jedongcangring berlokasi di Sidoarjo. Meskipun jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, metode pemilihan sampel yang digunakan adalah metode non probability sampling Random sampling adalah metode pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi diberi kesempatan yang sama untuk termasuk dalam sampel, baik secara individu maupun bersama-sama. Proses pengambilan sampel ini disebut sebagai acak.

Kerangka Penelitian



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Indikator Variabel

VARIABEL	INDIKATOR
FASILITAS (X1)	<ol style="list-style-type: none">1. Objek2. Aksesibilitas3. Catering Service4. Transportasi5. Aktivitas rekreasi
LOKASI (X2)	<ol style="list-style-type: none">1. Aksesibilitas2. Visibilitas3. Tempat Parkir4. Ekspansi
KUALITAS PELAYANAN (X3)	<ol style="list-style-type: none">1. Tangible2. Reliability3. Responsiveness4. Assurnces5. Emplathy
KEPUASAN PENGUNJUNG (Y)	<ol style="list-style-type: none">1. Product and Service Features2. Customer Emotions3. Attributions For Service of Failure4. Perception of Equity or Fairness5. Other Customers, Family Members.

HASIL PENELITIAN

- Analisis Deskriptif

Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

NO	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki laki	45	47%
2	Perempuan	51	53%
	Jumlah	96	100%

- Uji Validitas

Uji Validitas Instrument Variabel Fasilitas (X1)

Korelasi antara	Nilai korelasi (pearson corellation)	Probabilitas korelasi (sig. 2 tailed)	Keterangan
X1.1 dengan total	0,797	0,000	Valid
X1.2 dengan total	0,780	0,000	Valid
X1.3 dengan total	0,861	0,000	Valid
X1.4 dengan total	0,866	0,000	Valid
X1.5 dengan total	0,746	0,000	Valid

HASIL PENELITIAN

- Uji Validitas X2

Korelasi antara	Nilai korelasi (pearson corellation)	Probabilitas korelasi (sig. 2 tailed)	Keterangan
X2.1 dengan total	0,796	0,000	Valid
X2.2 dengan total	0,805	0,000	Valid
X2.3 dengan total	0,841	0,000	Valid
X2.4 dengan total	0,818	0,000	Valid

Uji Validitas X3

Korelasi antara	Nilai korelasi (pearson corellation)	Probabilitas korelasi (sig. 2 tailed)	Keterangan
X3.1 dengan total	0,357	0,000	Valid
X3.2 dengan total	0,326	0,001	Valid
X3.3 dengan total	0,474	0,000	Valid
X4.4 dengan total	0,483	0,000	Valid
X4.5 dengan total	0,501	0,000	Valid

HASIL PENELITIAN

- Uji Validitas Y

Korelasi antara	Nilai korelasi (pearson corellation)	Probabilitas korelasi (sig. 2 tailed)	Keterangan
Y1.1 dengan total	0,648	0,000	Valid
Y1.2 dengan total	0,816	0,000	Valid
Y1.3 dengan total	0,810	0,000	Valid
Y1.4 dengan total	0,812	0,000	Valid
Y1.5 dengan total	0,620	0,000	Valid

Uji Reliabilitas X1, X2, X3, Y

Cronbach's Alpha	N of Items
.832	5

Cronbach's Alpha	N of Items
.867	4

Cronbach's Alpha	N of Items
.820	5

Cronbach's Alpha	N of Items
.793	5

Hasil Penelitian

- Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.95197345
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.056
	Negative	-.053
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

- Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Error Std. Deviation				Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.390	1.192		2.004	.048		
	FASILITAS	.325	.066	.375	4.914	.000	.619	1.617
	LOKASI	.329	.079	.322	4.187	.000	.607	1.648
	KUALITAS PELAYANAN	.265	.066	.292	4.038	.000	.690	1.450
	NAN							

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

- Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	.280		
	FASILITAS	.035	.038	.119	.917	.362
	LOKASI	.030	.046	.085	.652	.516
	KUALITAS PELAYANAN	.010	.038	.032	.262	.794

a. Dependent Variable: abs_res

Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
B	Std. Error	Beta			
2.390	1.192		2.004	.048	
.325	.066	.375	4.914	.000	
.329	.079	.322	4.187	.000	
.265	.066	.292	4.038	.000	

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

Hasil Penelitian

- Uji Hipotesis Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	2.390		
	FASILITAS	.325	.066	.375	4.914	.000
	LOKASI	.329	.079	.322	4.187	.000
	KUALITAS PELAYANA	.265	.066	.292	4.038	.000
	N					

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	730.989	3	243.663	61.931	.000 ^b
	Residual	361.969	92	3.934		
	Total	1092.958	95			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS, LOKASI

Hasil Penelitian

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.818 ^a	.669	.658	1.98354
a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS, LOKASI				
b. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG				

Pembahasan Hasil Penelitian

- Penelitian ini mengkaji pengaruh fasilitas, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung kolam renang Jedongcangkring dengan analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 25. Hasil menunjukkan bahwa semua hipotesis diterima. Secara parsial, fasilitas, lokasi, dan kualitas pelayanan masing-masing berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Secara bersama-sama, ketiga variabel ini mempengaruhi kepuasan pengunjung sebesar 66.9%, dengan nilai R square 0.669. Disarankan manajemen kolam renang untuk terus meningkatkan fasilitas, lokasi, dan kualitas pelayanan guna meningkatkan kepuasan pengunjung.

Kesimpulan

- Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan peneliti dapat diterima yaitu terdapat pengaruh yang positif antara fasilitas dengan kepuasan pengunjung pada tempat wisata kolam renang jedongcangkring yang artinya, semakin baik fasilitas maka semakin meningkat kepuasan pengunjung dan sebaliknya semakin buruk fasilitas maka semakin menurun kepuasan pengunjung. dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara lokasi dengan kepuasan pengunjung pada tempat wisata kolam renang jedongcangkring artinya semakin semakin strategis lokasi maka semakin meningkat kepuasan pengunjung dan sebaliknya semakin buruk lokasi maka semakin menurun kepuasan pengunjung. serta hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pengunjung pada tempat wisata kolam renang jedongcangkring yang artinya semakin baik kualitas pelayanan maka semakin meningkat kepuasan pengunjung dan sebaliknya semakin buruk kualitas pelayanan maka semakin menurun kepuasan pengunjung. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.669 yang artinya bahwa pengaruh variabel fasilitas, variabel lokasi, dan variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pengunjung adalah sebesar 66,9 % sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Referensi

- [1] M. Ridwan and E. H. Sukriadi, “Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Hutan Raya IR. H. Djuanda Bandung,” *Manaj. dan Pariwisata*, vol. 1, no. 2, 2022.
- [2] F. A. A. Chuswondo, “Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas layanan terhadap Kepuasan Pengunjung pada Wisata Sumber Gentong,” Universitas Islam Malang, 2023.
- [3] R. Al Hidayat, M. B. Eka Putra, and R. Cahya Pradipta, “Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Taman Wisata Qween,” *J. Adm. Bisnis Nusant.*, vol. 3, no. 1, pp. 59–70, 2024, doi: 10.56135/jabnus.v3i1.147.
- [4] B. Arista, N. A. Anisa, and N. Farida, “Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Perjalanan Wisata (Open Trip) C.V Gass Adventure, Sidoarjo,” *J. Ekon. Bisnis dan Manaj.*, vol. 2, no. 3, p. 2014, 2023.
- [5] M. Isa, “Pengaruh Kualitas Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Pemandian Air Panas ‘Aek Milas Siabu’ Kabupaten Mandailing Natal,” *Jesya (Jurnal Ekon. Ekon. Syariah)*, vol. 3, no. 2, pp. 111–125, 2020.
- [6] N. L. S. Jayanti and N. N. Yulianthini, “Pengaruh Fasilitas Serta Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Domestik Objek Wisata Taman Air Tirtagangga,” *J. Manaj. Perhotelan dan Pariwisata*, vol. 5, no. 3, pp. 306–312, 2022, doi: 10.23887/jmpp.v5i3.37309.
- [7] A. Dedy and Y. Alfandi, “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS HOTEL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI SARI ATER HOT SPRINGS RESORT CIATER,” 2022. [Online]. Available: <https://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- [8] A. Dedy and Y. Alfandi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan Pelanggan di Sari Ater Hot Springs Resort Ciater,” 2022. [Online]. Available: <https://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- [9] I. K. S. Diarta and I. M. Sarjana, “Pengaruh Atribut dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Daya Tarik Wisata Pertanian Subak di Kota Denpasar Bali,” *Media Konserv.*, vol. 25, no. 2, pp. 113–123, May 2020, doi: 10.29244/medkon.25.2.113-123.
- [10] E. M. Achmad, P. Lokasi, and F. Wisata dan, “Pengaruh Lokasi, Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Wisatawan Mengunjungi Obyek Wisata Panyaweuyan Bukit Mercury Sayang Kaak Argapura Dalam Rangka Mengoptimalkan Potensi Ekowisata Unggulan Di Kabupaten Majalengka Eli Achmad Mahiri,” *J. Ilm. Manaj. dan Ilmu Sos.*, 2021.

Referensi

- [11] V. Senggetang, S. L. Mandey, and S. Moniharapon, "Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado (The Influence Of Location, Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing)," *J. EMBA*, vol. 7, no. 1, pp. 881–890, 2019, [Online]. Available: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22916>
- [12] C. Lebu, S. Mandey, and R. Wenas, "Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Danau Linow," *J. EMBA*, vol. 7, no. 4, pp. 5505–5513, 2019.
- [13] A. Agustine and M. Mahmud, "Pengaruh Fasilitas Tempat, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Grand Maerakaca Semarang," *J. Mirai Manag.*, vol. 8, no. 3, pp. 167–180, 2023, [Online]. Available: <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/6210>
- [14] W. R. Rahadian, "Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Nusantara di Kebun Raya Bogor," *Bogor Hosp. J.*, vol. 5, no. 2, 2021, [Online]. Available: <http://ojs.stpbogor.ac.id>
- [15] F. K. Hasanah, "Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung," *Angew. Chemie Int. Ed. 6(11)*, 951–952., vol. 1, no. 4, pp. 2013–2015, 2019.
- [16] N. N. Huda, S. Suryoko, and H. Djoko Waloejo, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Hortomart Agro Center Bawen)," 2022. [Online]. Available: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- [17] A. Rutjuhan and I. Ismunandar, "Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan : Studi Kasus Mahfoed Life Gym," *Pamator J.*, vol. 13, no. 1, pp. 105–109, 2020, doi: 10.21107/pamator.v13i1.7015.
- [18] William and P. Tiurniari, "Kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Mazda Di Kota Batam," *J. EMBA*, vol. 8, no. 1, pp. 1987–1996, 2020.
- [19] K. Kelvinia, M. U. M. Putra, and N. Efendi, "Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian," *J. Wira Ekon. Mikroskil*, vol. 11, no. 2, pp. 85–98, 2021, doi: 10.55601/jwem.v11i2.795.
- [20] R. Anggraini and M. Yana, "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Tempat, dan Kualitas Makanan Khas Melayu Terhadap Kepuasan Pelanggan Wisata Kuliner di Kota Batam," *Jesya (Jurnal Ekon. Ekon. Syariah)*, vol. 5, no. 1, pp. 1081–1094, Feb. 2022, doi: 10.36778/jesya.v5i1.697.
- [21] J. Pio, N. C. Mamuaya, and S. Angmalisang, "Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Janji Jiwa Jilid 667 Tomohon," *J. Ilm. Manajemen, Ekon. Akunt.*, vol. 6, no. 3, pp. 2019–2030, 2022, doi: 10.31955/mea.v6i3.2686.
- [22] H. Millah and H. Suryana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Alfamart di Desa Karangbong Kecamatan Pajajaran)," *J. Ekon. dan Bisnis Islam*, vol. 6, no. 2, pp. 135–142, 2020, doi: <https://doi.org/10.36835/iqtishodiyah.v5i2.360>.
- [23] H. R. Oktaviani, S. Saifudin, and R. E. Puspita, "Kualitas Layanan sebagai Strategi Peningkatan Kepuasan Pengunjung Perpustakaan," *Pustabiblia J. Libr. Inf. Sci.*, vol. 3, no. 2, pp. 159–174, Dec. 2019, doi: 10.18326/pustabiblia.v3i2.159-174.
- [24] G. W. Saputra, K. Kurniawati, and T. Eka Putri, "Pengaruh kualitas pelayanan pemandu museum terhadap kepuasan pengunjung di Museum Geologi Bandung," *Fair Value J. Ilm. Akunt. dan Keuang.*, vol. 4, no. 11, pp. 5323–5331, 2022, doi: 10.32670/fairvalue.v4i11.1820.
- [25] R. Hariono and M. A. E. M. Marlina, "Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediator pada Star Motor Carwash," *J. Manaj. dan Start Up Bisnis*, vol. 6, no. 2, pp. 1–10, 2021.
- [26] R. Hidayat, M. Y. Arief, and R. A. Pramesthi, "Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Cafe Sky Garden Wonoboyo Di Bondowoso," *J. Mhs. Entrep.*, vol. 1, no. 10, p. 2141, 2022, doi: 10.36841/jme.v1i10.2262.

