

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Pijar Park terletak di Lokasi dan alamat Pijar Park Kudus berada di Jalan Raya Kudus – Colo, Desa Wisata Kajar, Kecamatan Dawe, Kabupaten Kudus, Provinsi Jawa Tengah. menawarkan konsep wisata keluarga. Dahulu, tempat ini dikenal dengan nama Bumi Perkemahan Kajar yang berada di area hutan pinus milik Perhutani dikelola atas nama CV. Karya Pijar Utama. Lingkungan alami Ekowisata Pijar Park Kudus dikelilingi oleh semua fasilitas yang diperlukan untuk memanjakan tamu dari segala usia. Saat ini wisata alam mulai diminati oleh masyarakat setempat, karena padatnya aktivitas sehari-hari sehingga membutuhkan tempat untuk menyegarkan jiwa agar bisa kembali beraktifitas.

Keindahan tempat wisata tersebut yang dikelilingi pepohonan dan taman yang ada di berbagai sudut tempat wisata membuat pengunjung memiliki kesan tersendiri saat berkunjung. Udara yang sejuk serta tempat yang masih asri tentu cocok untuk anak-anak anda. Berbagai spot foto kekinian juga menghiasi wisata Pijar park tersebut. Fasilitas yang lain yang bisa anda jumpai yakni sebuah *food court* yang siap memanjakan perut anda ketika merasakan lapar dan dahaga ada juga resto & cafe yang siap menemani waktu santai dan nongkrong sambil ngobrol bersama teman dan keluarga. Tempat wisata Pijar Park ini selalu ramai dikunjungi dan menjadi jujugan apalagi saat musim liburan sekolah tiba, karenanya menjadi favorit khususnya di kawasan Kudus dan sekitarnya. Pijar Park menawarkan beragam atraksi dan fasilitas yang menarik, seperti *camping ground*, spot foto, pasar krempyeng, sentra kuliner, *wedding outdoor*, *outbond*, wisata berkuda, edukasi kopi hingga resort pijar park di Kudus.

Resort Pijar Park Kudus mulai dibangun sekitar tahun 2022, sudah berjalan satu tahun dari pembangunan. Didirikan resort di daerah Pijar Park karena pihak pengelola melihat bahwa adanya potensi wisata di Kudus yang besar dan semakin meningkat, karena resort pijar park menghadirkan suasana alam yang berbeda dari suasana biasanya oleh para

pengunjung. Awal mula pembangunan resort dimulai dengan didirikan penginapan tipe rumah pohon sebanyak 2 kamar dan hingga sekarang sudah memiliki sebanyak 14 kamar dengan tipe yang berbeda-beda. Keunggulan yang diberikan adalah suasana pegunungan yang sejuk dan pemandangan pohon pinus yang tidak bisa ditemukan di resort lainnya. Fasilitas yang ditawarkan adalah *double bed, shower water heater, free wifi, TV, kitchen bar, special breakfast, photo spot, coffee dan tea making facilities.*

Tipe kamar dan harga yang tersedia sejumlah 5 tipe, diantaranya adalah:

1. Rumah Pohon kisaran harga Rp.500.000
2. Footage Superior kisaran harga Rp.750.000
3. Footage Family kisaran harga Rp.850.000
4. Joglo Kudus kisaran harga Rp.700.000 – Rp.800.000
5. Villa Pijar Sunset kisaran harga Rp.1.500.000

Kendala yang dihadapi hanya ketika cuaca sedang buruk, angin kencang dan hujan badai, mengakibatkan resort maupun wisata pijar park terpaksa harus ditutup terlebih dahulu hingga memungkinkan kembali untuk dibuka.

Mayoritas pengunjung yang menginap di resort adalah dari karesidenan Pati, Semarang dan Yogyakarta, rata-rata pengunjung dari berbagai daerah di Jawa Tengah sudah pernah menginap di resort tersebut. Hari-hari libur seperti lebaran bahkan menjangkau hingga pengunjung dari luar pulau Jawa. Total pengunjung selama satu tahun sekitar 500.000 orang pengunjung yang menginap di resort pijar park, bahkan hari libur lebaran selama 9 hari terdapat 80.000 orang pengunjung.

2. Identitas Responden

Gambaran umum responden menyajikan gambaran tentang karakteristik responden, baik sifat dan ciri-ciri responden yang diteliti. Sebagaimana yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yaitu kepada pengunjung wisata resort pijar park kudus.

Adapun karakteristik responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

a. Usia

Responden yang terpilih untuk dijadikan responden berdasarkan usia dalam penelitian ini, yaitu:

Tabel 4. 1
Identitas Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentase (%)
<17	5	5%
17 - 22	31	31%
22 – 27	25	25%
27 – 32	16	16%
32 – 37	20	20%
37 – 42	0	0%
42 – 47	3	3%
47 – 52	0	0%
>52	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa dari jumlah 100 responden di Kabupaten Kudus sebanyak 5 atau 5% berusia <17, 31 atau 31% berusia 17-22, sebanyak 25 atau 25% berusia 22-27, 16 atau 16% berusia 27-32, 20 atau 20% berusia 32-37, sebanyak 3 atau 3% berusia 42-47 dan sisanya sebanyak 0 atau 0% berusia 37-42, 47-52, dan >52.

b. Tempat Tinggal

Berdasarkan tempat tinggal repsonden dapat dilihat dalam distribusi tabel dibawah ini:

Tabel 4. 2
Identitas Responden Berdasarkan Tempat Tinggal

Tempat Tinggal	Frekuensi	Presentase
Pati	11	11%
Kudus	14	14%
Jepara	27	27%
Rembang	19	19%
Demak	9	9%
Wonosobo	1	1%
Yogyakarta	2	2%
Klaten	1	1%
Semarang	6	6%
Grobogan	1	1%
Salatiga	1	1%
Pekalongan	2	2%
Bogor	1	1%
Pemalang	1	1%

Magelang	1	1%
Kebumen	1	1%
Tegal	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Data karakteristik responden berdasarkan tempat tinggal responden, maka dapat diketahui responden paling banyak datang dari yang bertempat tinggal di Kota Jepara sebanyak 27 atau 27%, Rembang sebanyak 19 atau 19%, Kota Kudus sebanyak 14 atau 14%, Pati ada 11 atau 11%, Kota Demak 9 atau 9%, Semarang 6 atau 6%, Kota Yogyakarta dan Pekalongan sebanyak 2 atau 2%, sedangkan Kota Wonosobo, Klaten, Grobogan, Salatiga, Bogor, Pemalang, Magelang, Kebumen dan Tegal masing-masing sebanyak 1 atau 1%. Dengandemikian dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak berasal dari Kota Jepara.

c. Jenis Kelamin

Berikut adalah data yang menjelaskan lama usaha yang dilakukan oleh pemilik usaha:

Tabel 4. 3

Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Perempuan	62	62%
Laki-Laki	38	38%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan data diatas, makadapat dilihat bahwa jenis kelamin pengunjung berjenis kelamin perempuan sebesar 62 atau presentase 62%, sedangkan berjenis kelamin laki-laki berjumlah 38 atau dengan presentase 38%.

d. Pekerjaan

Berikut adalah data yang menjelaskan mengenai pekerjaan dari responden:

Tabel 4. 4

Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
Pelajar	28	28%
PNS	11	11%
Tidak Bekerja	8	8%
Lainnya	53	53%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan data diatas, maka dapat dilihat bahwa pekerjaan responden sebagai pelajar ada sebanyak 28 orang atau dengan presentase 28%, sedangkan responden yang bekerja PNS ada sebanyak 11 orang atau dengan persentase 11%, begitupun juga dengan responden yang tidak bekerja ada 8 orang dengan persentase 8% sedangkan lainnya ada sebanyak 53 orang dengan presentase 53%.

1. Analisis Data

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

1) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 26 menggunakan metode *Pearson Correlation*, yaitu dengan menghitung hubungan antara nilai yang diperoleh dari pertanyaan kuesioner. Hasil Uji Validitas diatas kemudian dibandingkan dengan nilai r tabel pada taraf signifikansi (α) 0,05 dengan derajat bebas (db) = n-2 atau $100 - 2 = 98$.

Tabel 4. 5
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Kesimpulan
Harapan (X ₁)	X1.1	0,685	0,1966	Valid
	X1.2	0,669	0,1966	Valid
	X1.3	0,625	0,1966	Valid
	X1.4	0,603	0,1966	Valid
	X1.5	0,620	0,1966	Valid
	X1.6	0,604	0,1966	Valid
	X1.7	0,631	0,1966	Valid
	X1.8	0,533	0,1966	Valid
Persepsi Kualitas Layanan (X ₂)	X2.1	0,721	0,1966	Valid
	X2.2	0,715	0,1966	Valid
	X2.3	0,794	0,1966	Valid
	X2.4	0,712	0,1966	Valid
	X2.5	0,794	0,1966	Valid
	X2.6	0,628	0,1966	Valid
	X2.7	0,621	0,1966	Valid
	X2.8	0,483	0,1966	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0,613	0,1966	Valid
	Y.2	0,658	0,1966	Valid
	Y.3	0,674	0,1966	Valid
	Y.4	0,632	0,1966	Valid
	Y.5	0,685	0,1966	Valid

Variabel	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
	Y.6	0,639	0,1966	Valid
	Y.7	0,662	0,1966	Valid
	Y.8	0,702	0,1966	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Hasil uji validitas terhadap setiap pertanyaan menunjukkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka semua item pertanyaan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

2) Uji Reliabilitas

Hasil dari uji reliabilitas didapatkan dengan melihat nilai *Cronbach Alpha*, yang merupakan variabel instrument yang reliabel yaitu jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,07$. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Tingkat Signifikansi	Kesimpulan
Harapan (X_1)	0,762	0,70	Reliabel
Persepsi Kualitas Layanan (X_2)	0,827	0,70	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,808	0,70	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Pada tabel diatas terlihat bahwa semua variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,7, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel harapan (X_1), persepsi kualitas layanan (X_2), dan kepuasan pelanggan (Y) pada penelitian ini dinilai reliabel.

2. Analisis Deskriptif Statistik

Tabel 4. 7
Analisis Deskriptif Statistik

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation
Harapan (X_1)	10	13	40	33,31	3,768
Persepsi Kualitas Layanan (X_2)	10	16	40	30,91	4,288

Kepuasan Pelanggan (Y)	100	13	40	31,30	4,026
------------------------	-----	----	----	-------	-------

Sumber: Data primer diolah, 2023

Dari hasil penjelasan diatas, diketahui bahwa jumlah minimal variabel harapan adalah 13, nilai tertinggiya 40, serta nilai rata-rata sebesar 33,31 dengan nilai standar deviasi 3,768. Variabel persepsi kualitas layanan mempunyai nilai minimal 16, nilai maksimalnya 40, serta nilai rata-rata 30,91 dan nilai standar deviasinya dalah 4,288. Variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai minimum 13, nilai maksimum 40, dan nilai rata-rata sebesar 31,30 dengan nilai standar deviasi sebesar 4,026.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4. 8
Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	100
Normal Parameters ^{a,b}	.000000
Mean	3.24195202
Std. Deviation	.098
Most Extreme Differences	.077
Absolute	-.098
Positive	.098
Negative	.019
Test Statistik	.274
Asymp. Sig (2-tailed)	
Exact Sig (2-tailed)	

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Data diatas dikatakan berdistribusi normal apabila nilai tingkat signifikannya > 0.05 . Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan nilai signifikansi menunjukkan angka 0.019, hal itu menunjukkan bahwa hasil tidak berdistribusi secara normal. Statistika data yang tidak

berdistribusi normal, maka dapat melakukan transformasi data untuk mendapatkan kelompok data baru, sehingga mendapatkan output yang diinginkan. Pada penelitian ini data ditransform menggunakan SPSS versi 26, dan dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal yang ditunjukkan dengan nilai Exact Sig (2-tailed) sebesar 0.275 yang berarti tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 maka hasilnya berdistribusi normal.¹

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan terjadinya hubungan yang hamper sempurna diantara variabel independen. Hasil yang baik seharusnya tidak memiliki hubungan antara variabel independen. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari nilai VIF, yang mana nilai VIF dibawah 10 maka dapat dikatakan lolos dari uji multikolinieritas, sedangkan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 maka tidak terjadi multikolinieritas.² Ini adalah hasil dari uji multikolinieritas:

Tabel 4. 9
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Harapan (X1)	0.999	1.001
Persepsi Kualitas Layanan (X2)	0.999	1.001

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Pengujian multikolinearitas berdasarkan data di atas mendapatkan hasil berupa nilai *tolerance* baik X₁ dan X₂ sejumlah 0,999, yang mana hasil tersebut > 0,1. Sedangkan, nilai VIF dari X₁ dan X₂ sejumlah 1,001 < 10. Oleh karena itu, data yang terdapat dalam penelitian ini memenuhi syarat untuk dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas.

¹ Rifqi Aditya Wibisana and Irvan Noormansyah, “Pengaruh Internet Financial Reporting Dan Good Coporate Governance Terhadap Frekuensi Perdagangan Saham Perusahaan (Studi Empiris Terhadap Perusahaan Manufaktur Sub-Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode 2017-2019),” *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 2020, 1–18.

² Duwi Priyatno, *Belajar Alat Analisis Data Dan Cara Pengelolaannya Dengan SPSS*, Cetakan Ke (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2016), [http://webadmin ipusnas.perpusnas.go.id/ipusnas/publications/books/186557](http://webadmin.ipusnas.perpusnas.go.id/ipusnas/publications/books/186557).

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

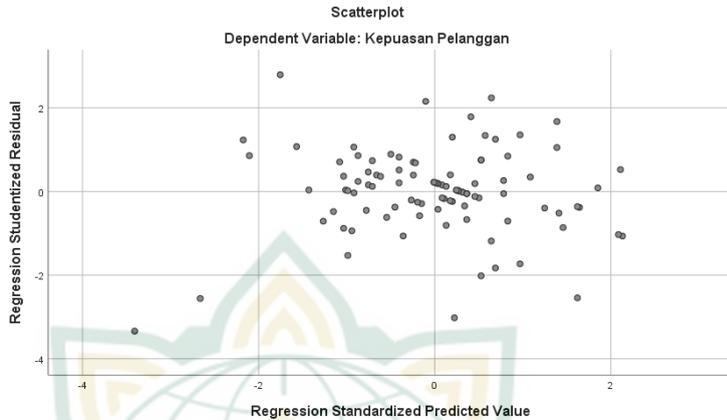
Tabel 4. 10
Uji Heteroskedastisitas Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.240	2.677		1.210	.229
	Potongan Harga	.037	.061	.061	.606	.546
	Promosi	-.071	.054	-.133	-1.324	.189
a. Dependent Variable: Abs_Res						

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Data diatas merupakan hasil uji glejser diketahui bahwa nilai signifikansi semua variabel independen lebih dari 0,10, maka dapat simpulkan bahwa uji glejser tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4. 1
Uji Heteroskedastisitas scatteplots



Sumber: Data Primer diolah, 2023

Hasil dari grafik *scatteplots*, diketahui bahwa titik-titik menyebar dibawah maupun diatas angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa uji *scatteplots* tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan keadaan yang terjadi korelasi residual antara antara pengamatan satu dengan lainnya yang ditentukan oleh jarak waktu. Regresi yang baik yaitu regresi yang tidak terjadi adanya autokorelasi. Autokorelasi dapat diketahui yaitu dengan cara mengujinya menggunakan *Durbin Watson*. Berikut tabel dari uii *Durbin Watson*:

Tabel 4. 11
Hasil Uji Autokorelasi *Durbin Watson*

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.593 ^a	.352	.338	3.275	1.879
a. Predictors: (Constant), Persepsi Kualitas Layanan, Harapan					
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan					

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Pengujian autokorelasi berdasarkan data di atas memperoleh hasil d_U sebesar 1,7152, DW sebesar 1,879, dan $4 - d_U$ sebesar 2,2848. Oleh karena itu, data dalam penelitian ini memenuhi syarat untuk dinyatakan tidak terjadi autokorelasi, yang mana syaratnya berupa nilai $d_U (1,7152) < DW (1,879) < 4 - d_U (2,2848)$

5. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi menguji signifikansi korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat dalam suatu persamaan regresi. Semakin tinggi jumlah determinasi, semakin baik variabel independen (X) menjelaskan variabel dependen (Y). Ini adalah tabel untuk jumlah penentuan:

Tabel 4. 12

Hasil Uji Autokorelasi Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.593 ^a	.352	.338	3.275
a. Predictors: (Constant), Promosi, Potongan Harga				

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Dari hasil uji koefisien determinasi terlihat bahwa nilai *R Square* sebesar 0.352 atau 35%, yang berarti 35% kepuasan pelanggan yang dapat dijelaskan oleh variabel dependen yaitu harapan (X1) dan persepsi kualitas layanan (X2). Memiliki sisa (100% - 35% = 65%), yang mana sisa tersebut dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari penelitian ini.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu harapan (X1), persepsi kualitas layanan (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y). Berikut adalah hasil pengujian sekaligus:

Tabel 4. 13

Hasil Uji Simultan

ANOVAa

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	564.4852		282.24226.312	.000b
	Residual	1040.515	97	10.727	

Total 1605.000 99

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Persepsi Kualitas Layanan, Harapan

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Ftabel diperoleh berdasarkan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Ftabel} &= F (k-1 ; n-k) \\
 &= F (2-1 ; 100-2) \\
 &= F (1 ; 98) \\
 &= 3,938
 \end{aligned}$$

Pengujian F berdasarkan data di atas memperoleh hasil berupa Diketahui nilai sig 0,000 < 0,05 dan nilai F hitung 26,312 > 3,938, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima, yang berarti secara simultan dan signifikan berpengaruh antara variabel harapan (X1) dan persepsi kualitas layanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada pelanggan wisata resort pijar park Kudus.

c. Uji Parsial (Uji T)

Tabel 4. 13
Hasil Uji Regresi berganda dan Uji Parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.256	3.815		3.213	.002
	Harapan	.056	.087	.052	.639	.524
	Persepsi Kualitas Layanan	.556	.077	.592	7.239	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Primer diolah,2023

Berdasarkan hasil pengujian diatas, diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3 + \dots e$$

$$Y = 12.256 + 0.056.X_1 + 0.556X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

α = Koefisien Konstanta

X1 = Harapan (*Independent Variabel*)

X2 = Persepsi Kualitas Layanan (*Independent Variabel*)

e = error

Hal ini dapat dijelaskan dengan persamaan diatas sebagai berikut:

- a) Nilai 12.256 konstan artinya jika perubahan variabel pada harapan dan persepsi kualitas layanan bernilai nol, maka perubahan kepuasan pelanggan bernilai konstanta 12.256.
- b) Koefisien pada regresi variabel harapan 0.056, artinya setiap kenaikan satu satuan variabel harapan memiliki nilai sebesar 100%, maka kepuasan pelanggan akan meningkat 5.6%, jika diadakan variabel lain konstan.
- c) Koefisien pada regresi variabel persepsi kualitas layanan sebesar 0.556, artinya jika tingkat pendidikan meningkat sebesar 100%, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 55.6%, jika variabel lain diperlakukan sebagai konstan.

Selain itu dapat dilihat apakah pengukuran variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen menggunakan t_{tabel} diperoleh berdasarkan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 t_{tabel} &= t (\alpha/2 ; n-k-1), (\alpha= 0,05, n= \text{jumlah} \\
 &\quad \text{responden, } k= \text{jumlah} \quad \text{variabel} \\
 &\quad \text{independen/x)} \\
 &= t (0,025 ; 100-2-1) \\
 &= t (0,025 ; 97) \\
 &= t (1,985)
 \end{aligned}$$

Pengujian t berdasarkan data di atas memperoleh hasil, sebagai berikut:

- a) Variabel harapan (X1)

Dari hasil uji t parsial diatas, harapan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 0.639 dan nilai signifikansi sebesar 0.524, sedangkan t_{tabel} sebesar 1.985. Karena $T_{hitung} X1 = 0.639 < T_{tabel} 1,985$ dengan sig $0,524 > 0,05$ (H1 ditolak), artinya bahwa variabel harapan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

- b) Variabel persepsi kualitas layanan (X2)

Hasil uji-t diatas, variabel persepsi kualitas layanan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 7.239 dan nilai signifikansi sebesar 0.000. Dimana $T_{hitung} X2 = 7.239 > T_{tabel} 1,985$ dengan sig $0,000 < 0,05$ (H2 diterima), hal ini berarti persepsi kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Harapan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Wisata Resort Pijar Park Kudus

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat diketahui koefisien untuk variabel harapan, bahwa $T_{hitung} X1 = 0.639 < T_{tabel} 1,984$ dengan sig $0,524 > 0,05$ (ditolak), artinya bahwa harapan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada wisata Resort Pijar Park Kudus.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel harapan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut menjelaskan jika pelanggan tidak serta merta memerlukan harapan di dalam dirinya untuk mendapatkan kepuasan yang akan didapatkannya. Semakin tinggi pelanggan mengharapkan apa yang diinginkannya, maka semakin tinggi pula tingkat kekecewaan yang dirasakan apabila harapan pelanggan tidak terpenuhi sehingga terjadi adanya ketidakpuasan dalam diri.

Dari hasil penelitian ini, dikatakan bahwa kepuasan pelanggan yang pernah mengunjungi Wisata Resort Park Kudus tidak sepenuhnya bergantung terhadap harapan dari pengunjung. Pelanggan dengan harapan yang rendah, akan mudah untuk dipuaskan atau dengan mudah mendapatkan kepuasan pelanggan. Data dari hasil penelitian menyatakan bahwa pelanggan mayoritas berasal dari daerah Kudus sekitarnya, meliputi Kota Jepara, Pati, Demak, dll yang kategorinya adalah masih lingkup kota yang kecil. Sedangkan data secara geografi, pelanggan yang tinggal di kota besar, cenderung memiliki harapan pelanggan yang lebih tinggi dibanding pelanggan yang tinggal di kota lebih kecil, dan secara umum yang paling rendah harapannya adalah pelanggan yang tinggal di desa. Faktor-faktor yang mempengaruhi harapan pelanggan selalu berubah-ubah, mendekati sifat unik atau berbeda untuk setiap orang atau kelompok dan bersifat dinamis yang dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satu diantaranya adalah *perceived service alternatives* dimana persepsi pelanggan Wisata Resort Pijar Park terhadap tingkat atau derajat pelayanan resort (penginapan) lain yang sejenis. Artinya, jika pelanggan memiliki beberapa alternatif, maka harapannya terhadap suatu jasa cenderung akan semakin besar, namun jika yang terjadi di Wisata Resort Pijar Park mengingat bagaimana keasrian dan keindahan pemandangan yang

ditawarkan oleh Pijar Park daripada resort lain di Kudus yang tidak didapatkan apa yang ada di Pijar Park, maka pelanggan yang akan berkunjung di Kudus dengan harapan akan menginap dengan suasana alam yang asri dan jauh dari perkotaan harapan pelanggan dengan faktor persepsi terhadap tempat sejenis menjadi sangat rendah, hal itu bisa mengakibatkan pelanggan tidak menggantungkan harapannya terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *theory planned behaviour* bahwa *belief* dapat diungkapkan dengan cara menghubungkan suatu perilaku yang akan kita prediksi dengan berbagai manfaat atau kerugian yang akan terjadi jika kita melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut. Pelanggan wisata resort pijar park tidak menaruh harapannya setinggi mungkin sehingga apabila harapan tinggi yang diraih tidak seperti yang diinginkannya maka akan membuat kekecewaan penuh yang ada di dalam dirinya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdullatif (2016) mengatakan bahwa secara parsial harapan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.³

2. Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Wisata Resort Pijar Park Kudus

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat diketahui koefisien untuk variabel tingkat pendidikan, bahwa $T_{hitung} X2 = 7,239 > T_{tabel} 1,985$ dengan sig $0,000 < 0,05$ (diterima), artinya bahwa persepsi kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan wisata resort pijar park kudus.

Semakin tinggi tingkat persepsi kualitas layanan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan, sebaliknya jika tingkat persepsi kualitas layanan rendah maka semakin rendah pula tingkat kepuasan pelanggan. Pihak pengelola Resort Pijar Park harus bisa memahami kebutuhan pengunjung yang bervariasi. Penyedia juga harus menekankan nilai utama dari kualitas layanan dan terus mengembangkan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Saat ini memang

³ Abdullatif, "Pengaruh Harapan Pelanggan, Nilai Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Kereta Commuterline Jabodetabek" (2016).

tuntutan layanan menjadi lebih terspesialisasi dan beragam dari sebelumnya. Trend seperti ini juga terjadi di bidang resort dimana manajemen kualitas layanan merupakan unsur utama yang ditawarkan kepada pelanggan secara aktif. Kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kualitas layanan Resort Pijar Park telah terlihat Ketika pengunjung memasuki area Resort Pijar Park akan disambut ramah oleh resepsionis, kemudian *customer service* akan memberikan layanan kepada pengunjung untuk informasi penting tentang Resort Pijar Park, tingkat kemauan staff untuk membantu, respon cepat staff, sikap peduli dan sopan staff wisata Resort Pijar Park Kudus terhadap pengunjung. Resort Pijar Park menerapkan kualitas layanan dimulai ketika pengunjung menginjakkan kaki di *resort* hingga pulang. Hal ini dilakukan senantiasa untuk menciptakan kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan.

Menurut *theory planned behavioral* dalam *perceived behavioral control* terdapat kondisi memfasilitasi, yakni mengacu pada ketersediaan sumber daya diperlukan untuk terlibat dalam perilaku. Ketika pengunjung Resort Pijar Park semakin merasakan banyak persepsi pelayanan yang didapatkan dan hanya sedikit persepsi pelayanan yang tidak diterima, maka akan lebih besar kontrol yang dapat pengunjung Resort Pijar Park rasakan atas kepuasan dari pelayanan tersebut serta begitu juga sebaliknya, semakin sedikit pengunjung Resort Pijar Park merasakan kualitas pelayanan yang diterima maka pengunjung Resort Pijar Park akan cenderung mempersepsikan diri sulit untuk merasakan kepuasan untuk dapat menikmati kualitas dari pelayanan yang ada di Resort Pijar Park.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Kasinem, 2020) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara persepsi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Apotek Annisa di Kota Lubuk Basung.⁴ Peneliti (Djaelani & Darmawan, 2021) juga mengungkapkan pernyataan yang sama.⁵ Kajian lain (Hilman

⁴ Kasinem, "Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat."

⁵ Djaelani and Darmawan, "Analisis Persepsi Kualitas Layanan Kapal Feri Penyeberangan."

& Marlana, 2020) menyatakan bahwa persepsi kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di RM Khas Sunda Mang Engking Juanda Jawa Timur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya kualitas layanan yang kurang baik terutama ketika kondisi restoran sedang penuh. Kondisi tersebut mengakibatkan penumpukan konsumen, sehingga pelayanan semakin lambat dan konsumen merasa kurang puas. Hal ini dikarenakan kurangnya karyawan yang melayani konsumen, sehingga pelayanan terasa lebih lambat.⁶ Dalam kondisi seperti ini Pijar Park menargetkan berapa banyak pengunjung yang menempati penginapan sesuai dengan jumlah maksimal tiap kamar dan sesuai dengan jumlah kamar yang ada, sehingga kecil kemungkinan terjadi hal pelayanan yang lambat karena diminimalisir adanya penumpukan pelanggan.

3. Pengaruh Harapan dan Persepsi Kualitas Layanan Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Wisata Resort Pijar Park Kudus

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis yang dilakukan, maka dapat diketahui koefisien untuk variabel harapan dan persepsi kualitas layanan nilai sig $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $26,312 > 3,09$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima, yang berarti secara simultan dan signifikan berpengaruh antara variabel harapan (X_1) dan persepsi kualitas layanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada pelanggan wisata Resort Pijar Park Kudus.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa harapan dan persepsi kualitas layanan secara simultan untuk membentuk kepuasan pelanggan. Pihak pengelola Resort Pijar Park Kudus perlu mengembangkan atau meningkatkan terus menerus pelayanan dengan memperhatikan dan memahami permintaan dan harapan pelanggannya. Dengan demikian pengunjung Resort Pijar Park akan merasa nyaman menginap di resort. Hal ini untuk memenuhi harapan dan memberikan kepuasan pengunjung akan kualitas layanan yang diberikan, serta adanya unsur kepedulian yang harus diperbaiki dengan

⁶ Siti Puti Fauziah Hilman and Novi Marlana, "Pengaruh Experiential Marketing Dan Persepsi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rm Khas Sunda Mang Engking Juanda Di Jawa Timur," *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen* 15, no. 2 (2020): 173–89, <https://doi.org/10.33369/insight.15.2.173-189>.

kepekaan para staff jika terjadi permasalahan terhadap pelayanan dengan Teknik komunikatif yang sangat diperlukan untuk menunjukkan pelayanan yang prima.

Peneliti (Djaelani & Darmawan, 2021) mengungkapkan pernyataan bahwa terdapat pengaruh simultan antara persepsi kualitas layanan dan harapan terhadap kepuasan pelanggan.⁷



⁷ Djaelani and Darmawan, “Analisis Persepsi Kualitas Layanan Kapal Feri Penyeberangan.”