

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

i. Sejarah Unit Usaha Taman Ria Demak

Perusahaan Perusda Anwusa Unit “Taman Ria Demak” berdiri tanggal 16 Februari 2006 yang disahkan oleh Bupati Demak Hj. Dra. Endang Setyaningdyah. Yang kemudian sekarang bertransformasi menjadi Perseroda Anwusa Demak Unit “Taman Ria Demak”.

Perseroda Unit “Taman Ria Demak” terletak di tengah kota yang merupakan tempat yang cukup strategis. Mengapa yang dipilih Jalan Teuku Umar :

- a. Perusahaan Taman Ria terletak diantara Stadion Pancasila dan Gedung Koni.
- b. Dekat perumahan warga.
- c. Terletak 100 meter dari jalan raya Semarang-Demak sehingga akan mudah dikenal.
- d. Memberikan hiburan-hiburan yang diminati sehingga masyarakat Demak tidak perlu jauh-jauh keluar kota hanya untuk berwisata/fantasi dan sedikit berhemat dengan tarif terjangkau masyarakat menengah kebawah.

Taman Ria mempunyai beberapa wahana wisata, yaitu kolam renang anak, kolam renang dewasa, bom-bom car, shooter, kereta api mini, kereta api besar, kiddy zone, dan go-car.¹

Karyawan taman ria berjumlah Sembilan orang, meliputi :

- a. Satu orang manager
- b. Satu orang staf dan keuangan
- c. Enam orang operator permainan
- d. Satu orang penjaga

Dengan dibangunnya tempat hiburan dan wisata Taman Ria Demak ini maka diharapkan masyarakat

¹Hasil wawancara dengan Pak Arif Kusumo (Koordinator Taman Ria Demak) pada tanggal 25 Juli 2020.

Demak dapat menikmati suasana yang ada didaIamnya dengan tujuan :

- a. Menciptakan dan mengindahkkan suasana Kota Demak.
- b. Menciptakan dan meningkatkan kreatifitas dalam berfantasi.
- c. Mempromosikan dan meningkatkan produk wisata Kabupaten Demak.
- d. Mempromosikan dan meningkatkan potensi Kabupaten Demak.
- e. Membangun rasa percaya diri dan bangga terhadap daerah pada bidang wisata.
- f. Meningkatkan pendapatan daerah.²

ii. Profil PT ANWUSA Unit Usaha Taman Ria Demak

1) Iandasan Hukum

DaIam melaksanakan tugas dan fungsi Perusahaan Perseroan Daerah Demak Aneka Wira Usaha didasarkan pada:

- a. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2017 tentang Perseroan Terbatas.
- b. Peraturan Daerah Kabupaten Demak Nomor 7 Tahun 2018 tentang Pembentukan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) Kabupaten Demak.³
- c. Peraturan Bupati No. 43 Tahun 2018 tentang Pedoman Pengelolaan Perusahaan Daerah Demak Aneka Wira Usaha.

2) Tempat dan Kedudukan PT. ANWUSA Demak

PT. Demak Aneka Wira Usaha (Perseroda) berkedudukan di Kabupaten Demak dan berkantor Pusat di Jalan Bhayangkara Baru Nomor 5 Demak Rt 01 / RW VII Kelurahan Mangunjiwan Demak

²Hasil wawancara dengan Pak Arif Kusumo (Koordinator Taman Ria Demak) pada tanggal 25 Juli 2020.

³Bambang Andoko, *Rencana Kerja Dan Anggaran Perusahaan Tahun 2020*, PT. Demak Aneka Wira Usaha, 2020, hal. 3

TeIp./Fax (0291) 685930, Email :
anwsa.demak@gmail.com.

3) **Unit Usaha PT. Demak Aneka Wira Usaha (Perseroda)**

- a. Unit Usaha Pabrik Es di Desa Jatirogo Bonang.
- b. Unit Usaha SPBUN 01 di PPI Morodemak Bonang.
- c. Unit Usaha SPBUN 02 di Desa Buko Wedung (Solar NeIayan).
- d. Unit Usaha Taman Ria di Jalan Teuku Umar Nomor 1 Katonsari Demak (Tempat Rekreasi Keluarga).
- e. Unit Usaha Wisata Bahari Morosari di Desa Bedono Sayung.
- f. Anak Perusahaan PT ANWUSA Gas Demak di Jalan Bhayangkara Baru Nomor 4 Demak.

4) **Visi dan Misi Perusahaan**

- a. Visi PT. Demak Aneka Wira Usaha (Perseroda)

Visi adalah Rumusan umum mengenai keadaan yang diinginkan pada periode Perencanaan tertentu (Tahun 2019-2024):

“Menjadi Perseroan Daerah Yang Profesional, Produktif dan berdaya saing”.⁴

- b. Misi PT. Demak Aneka Wira Usaha (Perseroda)

Misi merupakan rumusan umum upaya pencapaian visi. Misi yang menjabarkan visi PT. Demak Aneka Wira Usaha (Perseroda) adalah sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan profesionalisme pengelolaan, sehingga produk dan pelayanan jasa/usaha menarik dan diminati konsumen/masyarakat.

⁴Bambang Andoko, *Rencana Kerja Dan Anggaran Perusahaan Tahun 2020*, PT. Demak Aneka Wira Usaha, 2020, hal. 5-6

- 2) Meningkatkan kualitas dan kinerja Sumber Daya Manusia melalui Bimbingan/*Capacity Building/Seminar/Forum Group Discussion* maupun melalui pembinaan secara rutin.
- 3) Meningkatkan kualitas dan kuantitas produk/layanan jasa/usaha.
- 4) Menambah, memberdayakan dan/ atau merekondisi/ merenovasi aset-aset perusahaan.
- 5) Mengembangkan/menambah kegiatan Unit Usaha sesuai dengan kemampuan Perusahaan.
- 6) Meningkatkan/memberikan kontribusi Pendapatan Asli Daerah.⁵

5) Struktur Organisasi Perusahaan

Nama Perusahaan	:Perusda ANWUSA Demak
Bidang Usaha	:Perdagangan Besar
Direktur Utama	:Bambang Andoko S.E
Direktur Operasional	:Dra. Sumira Unit Usaha Taman Ria Demak
Koordinator Unit	: Arif Kusumo
Administrasi dan Keuangan	:Anggri Ratnaningrum
Penjaga wahana wisata	: Adi Susanto : Iusi Susianto : Dwi Martanto : Eko Widiyanto : Mashudi ⁶

2. Deskripsi Responden

Deskripsi narasumber disajikan untuk menggambarkan situasi atau situasi yang diwawancarai, dan informasi lain dapat diberikan untuk memahami hasil

⁵Bambang Andoko, *Rencana Kerja Dan Anggaran Perusahaan Tahun 2020*, PT. Demak Aneka Wira Usaha, 2020, hal. 6

⁶Hasil wawancara dengan Pak Arif Kusumo (Koordinator Taman Ria Demak) pada tanggal 25 Juli 2020

penelitian. Penyajian data deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran data penelitian dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), yaitu suatu metode untuk mengambil informasi atau data yang dibutuhkan peneliti untuk menjawab kuesioner kepada responden. Untuk menyebarkan kuisisioner, peneliti langsung mendatangi bagian bisnis Taman Ria Demak dan menyerahkan kuisisioner yang ada kepada responden untuk diisi. Dengan mengambil 100 responden sebagai sampel yang dapat memenuhi keseluruhan kebutuhan untuk memenuhi persyaratan, langkah ini bertujuan untuk lebih efektif meningkatkan tingkat tanggapan responden dalam penelitian ini. Dalam hal ini peneliti membagi karakteristik orang yang diwawancarai menjadi 4 yaitu:

a. Jenis Kelamin Responden

Data tentang jenis kelamin orang yang menjadi responden yaitu konsumen di unit usaha Taman Ria Demak yaitu orang yang diwawancara ditunjukkan pada Tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Kelamin	Total	Presentase
Perempuan	65	65%
Iaki-Iaki	35	35%
Total	100	100%

Sumber : data primer yang dioLah tahun 2020.

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas dapat dilihat jenis kelamin konsumen di bagian bisnis Taman Ria Demak responden. Sebagian besar yang diwawancarai adalah perempuan, sebanyak 65 orang, terhitung 65%, sedangkan yang diwawancarai adalah laki-laki, sebanyak 35 orang, terhitung 35%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen di unit usaha Taman Ria Demak adalah perempuan.

b. Usia Responden

Adapun data mengenai usia responden konsumen Unit Usaha Taman Ria Demak dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi empat kategori, yaitu dari umur 15 - 24 th, 25 - 34 th, 35 - 45 th, dan lebih dari 45 th. Data yang diperoleh dapat dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2
Umur Responden

Usia	Total	Presentase
15-24	35	35%
25-34	20	20%
35-45	25	25%
>45	20	20%
Total	100	100%

Sumber : data primer yang diolah tahun 2020.

Berdasarkan tabel 4.2 di atas diketahui bahwa usia dari responden konsumen Unit Usaha Taman Ria Demak yang dijadikan sampel dalam penelitian adalah dari usia 15 - 24 tahun sebanyak 35 orang atau 35%, usia 25 - 34 tahun sebanyak 20 orang atau 20%, usia 35 - 45 tahun sebanyak 25 orang atau 25%, dan yang usianya lebih dari 45 tahun adalah 20 orang atau 20%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar usia responden konsumen Unit Usaha Taman Ria Demak adalah antara 15 - 24 tahun.

c. Status Perkawinan

Adapun data mengenai status perkawinan responden konsumen Unit Usaha Taman Ria Demak, sebagai berikut:

Tabel 4.3
Status Perkawinan Responden

Perkawinan	Total	Presentase
Menikah	43	43 %
Belum Menikah	57	57%
Total	100	100%

Sumber : data primer yang dioIah tahun 2020.

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat diketahui tentang status perkawinan Konsumen Unit Usaha Taman Ria Demak yang diambil sebagai responden. Mayoritas responden adalah sudah menikah, yaitu sebanyak 47 orang atau 43 %, sedangkan sisanya adalah belum menikah sebanyak 57 orang atau 57%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari konsumen Unit Usaha Taman Ria Demak adalah sudah menikah.

d. Pendidikan Terakhir

Adapun data mengenai pendidikan terakhir responden konsumen Unit Usaha Taman Ria Demak, peneliti membaginya dalam empat kategori, yaitu SD, SITP, SITA dan S1. Adapun data mengenai tingkat pendidikan terakhir konsumen yang diambil sebagai responden sebagai berikut:

Tabel 4.4
Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan	Total	Presentase
SD	43	43%
SITP	27	27%
SITA	15	15%
S1	15	15%
Total	100	100%

Sumber : data primer yang dioIah tahun 2020.

Berdasarkan tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa pendidikan konsumen Unit Usaha Taman Ria Demak yang menjadi responden adalah pendidikan SD sebanyak 43 orang atau 43%, pendidikan SITP sebanyak 27 orang atau 27%, pendidikan SITA sebanyak 15 orang atau 15%, dan S1 sebanyak 15 orang atau 15%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pendidikan Konsumen Unit Usaha Taman Ria Demak adalah SD.

3. Deskripsi Hasil Data Penelitian

Hasil dari masing-masing responden pada unit usaha Taman Ria Demak mengenai dampak kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

a. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan daftar responden pada unit usaha Taman Ria Demak mengenai kualitas pelayanan dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.5

Data Hasil Penelitian Kualitas Pelayanan

Item	tota I	%	tota I	%	tota I	%	tota I	%	tota I	%
	SS		S		N		TS		STS	
P1	37	37 %	39	39 %	24	24 %	0	0%	0	0 %
P2	42	42 %	41	41 %	13	13 %	4	4%	0	0 %
P3	18	18 %	48	48 %	24	24 %	10	10 %	0	0 %
P4	23	23 %	32	32 %	42	42 %	3	3%	0	0 %
P5	26	26 %	42	42 %	15	15 %	17	17 %	0	0 %
P6	33	33 %	30	30 %	35	35 %	2	2%	0	0 %
P7	28	28 %	34	34 %	38	38 %	0	0%	0	0 %

		%		%		%				%
P8	43	43%	43	43%	13	13%	1	1%	0	0%
P9	43	43%	46	46%	8	8%	3	3%	0	0%
P10	43	43%	47	47%	10	10%	0	0%	0	0%
P11	35	35%	61	61%	3	3%	1	1%	0	0%
P12	45	45%	42	42%	7	7%	6	6%	0	0%
P13	46	46%	26	26%	22	22%	6	6%	0	0%
P14	49	49%	32	32%	19	19%	0	0%	0	0%
P15	46	46%	36	36%	18	18%	0	0%	0	0%
P16	35	35%	44	44%	21	21%	0	0%	0	0%
P17	45	45%	44	44%	11	11%	0	0%	0	0%
P18	20	20%	64	64%	16	16%	0	0%	0	0%

Sumber : Data Penelitian diolah tahun 2020

Berdasarkan data diatas dapat dipahami bahwa:

- 1) Item (P1) responden yang menjawab sangat setuju 37 orang (37%), setuju 39 orang (39%), netral 24 orang (24%), tidak setuju 0 orang (0%), dan sangat tidak setuju 0 orang (0%).
- 2) Item (P2) responden yang menjawab sangat setuju 42 orang (42%), setuju 41 orang (41%), netral 13 orang (13%), tidak setuju 4 orang (4%), dan sangat tidak setuju 0 orang (0%).
- 3) Item (P3) responden yang menjawab sangat setuju 18 orang (18%), setuju 48 orang (48%), netral 24 orang (24%), tidak setuju 10 orang (10%), dan sangat tidak setuju 0 orang (0%).
- 4) Item (P4) responden yang menjawab sangat setuju 23 orang (23%), setuju 32 orang (32%),

- netral 42 orang (42%), tidak setuju 3 orang (3%), dan sangat tidak setuju 0 orang (0%).
- 5) Item (P5) responden yang menjawab sangat setuju 26 orang (26%), setuju 42 orang (42%), netral 15 orang (15%), tidak setuju 17 orang (17%), dan sangat tidak setuju 0 orang (0%).
 - 6) Item (P6) responden yang menjawab sangat setuju 33 orang (33%), setuju 30 orang (30%), netral 35 orang (35%), tidak setuju 2 orang (2%), dan sangat tidak setuju 0 orang (0%).
 - 7) Item (P7) responden yang menjawab sangat setuju 28 orang (28%), setuju 34 orang (34%), netral 38 orang (38%), tidak setuju 0 orang (0%), dan sangat tidak setuju 0 orang (0%).
 - 8) Item (P8) responden yang menjawab sangat setuju 43 orang (43%), setuju 43 orang (43%), netral 13 orang (13%), tidak setuju 1 orang (1%), dan sangat tidak setuju 0 orang (0%).
 - 9) Item (P9) responden yang menjawab sangat setuju 43 orang (43%), setuju 46 orang (46%), netral 8 orang (8%), tidak setuju 3 orang (3%), dan sangat tidak setuju 0 orang (0%).
 - 10) Item (P10) responden yang menjawab sangat setuju 43 orang (43%), setuju 47 orang (47%), netral 10 orang (10%), tidak setuju 0 orang (0%), dan sangat tidak setuju 0 orang (0%).
 - 11) Item (P11) responden yang menjawab sangat setuju 35 orang (35%), setuju 61 orang (61%), netral 3 orang (3%), tidak setuju 1 orang (1%), dan sangat tidak setuju 0 orang (0%).
 - 12) Item (P12) responden yang menjawab sangat setuju 45 orang (45%), setuju 42 orang (42%), netral 7 orang (7%), tidak setuju 6 orang (6%), dan sangat tidak setuju 0 orang (0%).
 - 13) Item (P13) responden yang menjawab sangat setuju 46 orang (46%), setuju 26 orang (26%), netral 22 orang (22%), tidak setuju 6 orang (6%), dan sangat tidak setuju 0 orang (0%).
 - 14) Item (P14) responden yang menjawab sangat setuju 49 orang (49%), setuju 32 orang (32%),

- netral 19 orang (19%), tidak setuju 0 orang (0%), dan sangat tidak setuju 0 orang (0%).
- 15) Item (P15) responden yang menjawab sangat setuju 46 orang (46%), setuju 36 orang (36%), netral 18 orang (18%), tidak setuju 0 orang (0%), dan sangat tidak setuju 0 orang (0%).
 - 16) Item (P16) responden yang menjawab sangat setuju 35 orang (35%), setuju 44 orang (44%), netral 21 orang (21%), tidak setuju 0 orang (0%), dan sangat tidak setuju 0 orang (0%).
 - 17) Item (P17) responden yang menjawab sangat setuju 45 orang (45%), setuju 44 orang (44%), netral 11 orang (11%), tidak setuju 0 orang (0%), dan sangat tidak setuju 0 orang (0%).
 - 18) Item (P18) responden yang menjawab sangat setuju 20 orang (20%), setuju 64 orang (64%), netral 16 orang (16%), tidak setuju 0 orang (0%), dan sangat tidak setuju 0 orang (0%).

b. Variabel Harga (X2)

Berdasarkan daftar responden mengenai harga pada unit usaha Taman Ria Demak dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.6
Data Hasil Penelitian Harga

Sumber : Data Penelitian diolah tahun 2020

Item	tota I	%	tota I	%	tota I	%	tota I	%	tota I	%
	SS		S		N		TS		STS	
P1	30	30%	43	43%	19	19%	7	7%	1	0%
P2	21	21%	55	55%	22	22%	2	2%	0	0%
P3	20	20%	56	56%	21	21%	2	2%	1	0%
P4	31	31%	43	43%	19	19%	7	7%	0	0%

Berdasarkan data diatas dapat dipahami bahwa:

- 1) Item (P1) responden yang menjawab sangat setuju 29 orang (29%), setuju 58 orang (58%), netral 10 orang (10%), tidak setuju 3 orang (3%), dan sangat tidak setuju 0 orang (0%).
- 2) Item (P2) responden yang menjawab sangat setuju 32 orang (32%), setuju 56 orang (56%), netral 12 orang (12%), tidak setuju 0 orang (0%), dan sangat tidak setuju 0 orang (0%).
- 3) Item (P3) responden yang menjawab sangat setuju 24 orang (24%), setuju 47 orang (47%), netral 29 orang (29%), tidak setuju 0 orang (0%), dan sangat tidak setuju 0 orang (0%).
- 4) Item (P4) responden yang menjawab sangat setuju 31 orang (31%), setuju 45 orang (45%), netral 12 orang (12%), tidak setuju 12 orang (12%), dan sangat tidak setuju 0 orang (0%).

c. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan daftar jawaban responden terhadap kepuasan pelanggan di unit usaha Taman Ria Demak dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.7

Data Hasil Penelitian Kepuasan Pelanggan

Item	tota I	%	tota I	%	tota I	%	tota I	%	tota I	%
	SS		S		N		TS		STS	
P1	30	30%	43	43%	19	19%	7	7%	1	1%
P2	21	21%	55	55%	22	22%	2	2%	0	0%
P3	20	20%	56	56%	21	21%	2	2%	1	1%
P4	31	31%	43	43%	19	19%	7	7%	0	0%
P5	23	23%	51	51%	25	25%	1	1%	0	0%
P6	27	27%	52	52%	15	15%	6	6%	0	0%

Sumber : Data Penelitian diolah tahun 2020

Berdasarkan data diatas dapat dipahami bahwa:

- 1) Item (P1) responden yang menjawab sangat setuju 30 orang (30%), setuju 43 orang (43%), netral 19 orang (19%), tidak setuju 7 orang (7%), dan sangat tidak setuju 1 orang (1%).
- 2) Item (P2) responden yang menjawab sangat setuju 21 orang (21%), setuju 55 orang (55%), netral 22 orang (22%), tidak setuju 2 orang (2%), dan sangat tidak setuju 0 orang (0%).
- 3) Item (P3) responden yang menjawab sangat setuju 20 orang (20%), setuju 56 orang (56%), netral 21 orang (21%), tidak setuju 2 orang (2%), dan sangat tidak setuju 1 orang (1%).
- 4) Item (P4) responden yang menjawab sangat setuju 31 orang (31%), setuju 43 orang (43%), netral 19 orang (19%), tidak setuju 7 orang (7%), dan sangat tidak setuju 0 orang (0%).
- 5) Item (P5) responden yang menjawab sangat setuju 23 orang (23%), setuju 51 orang (51%), netral 25 orang (25%), tidak setuju 1 orang (1%), dan sangat tidak setuju 0 orang (0%).
- 6) Item (P6) responden yang menjawab sangat setuju 27 orang (27%), setuju 52 orang (52%), netral 15 orang (15%), tidak setuju 6 orang (6%), dan sangat tidak setuju 0 orang (0%).

B. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menentukan layak tidaknya suatu pernyataan Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor atau pertanyaan dengan skor struktur atau variabel. Hal ini dapat dilakukan melalui uji signifikansi, yang menggunakan tabel r untuk menetapkan r_{hitung} dengan derajat atau derajat kebebasan (df) = nk . Dalam hal ini, n adalah jumlah sampel dan k adalah konstruksinya. Jika r item Jumlah r dapat digunakan untuk lebih banyak query dalam kolom korelasi total dari item koreksi, yang dapat dikatakan efektif.

Untuk tingkat validitas, dilakukan tingkat uji signifikansi dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom*, besarnya df dapat dihitung $30-2 = 28$ dengan *Alpha* 0,05 didapat r_{tabel} 0,361 jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i> (r_{hitung})	R tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	P1	0,722	0,361	valid
	P2	0,648	0,361	valid
	P3	0,699	0,361	valid
	P4	0,661	0,361	valid
	P5	0,722	0,361	valid
	P6	0,629	0,361	valid
	P7	0,645	0,361	valid
	P8	0,679	0,361	valid
	P9	0,55	0,361	valid
	P10	0,436	0,361	valid
	P11	0,554	0,361	valid
	P12	0,388	0,361	valid
	P13	0,796	0,361	valid
	P14	0,648	0,361	valid
	P15	0,693	0,361	valid
	P16	0,756	0,361	valid
	P17	0,54	0,361	valid
	P18	0,661	0,361	valid
Harga (X2)	P1	0,753	0,361	valid
	P2	0,731	0,361	valid
	P3	0,672	0,361	valid

	P4	0,782	0,361	valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	P1	0,816	0,361	valid
	P2	0,827	0,361	valid
	P3	0,812	0,361	valid
	P4	0,681	0,361	valid
	P5	0,487	0,361	valid
	P6	0,827	0,361	valid

Sumber data: Output SPSS yang diolah tahun 2020.

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa r hitung tiap item yang menyusun setiap kuesioner lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > 0,361$) yang berarti setiap item variabel valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan salah satu alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator variabel atau struktur. Jika nilai *Cronbach Alpha* (α) alat konstruksi atau variabel > 0.6 , alat tersebut reliabel. Untuk menguji reliabilitas instrumen, pengguna menggunakan analisis statistik SPSS 16.0. Berdasarkan hasil perhitungan pada program SPSS, uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Realibility Coefficients	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Kualitas Pelayanan (X1)</i>	18 Item	0,912	<i>Reliabel</i>
<i>Harga (X2)</i>	4 Item	0,693	<i>Reliabel</i>
<i>Kepuasan Pelanggan (Y)</i>	6 Item	0,837	<i>Reliabel</i>

Sumber data: Output SPSS yang diolah tahun 2020.

Dapat dilihat dari tabel di atas bahwa *Cronbach alpha* masing-masing variabel $> 0,60$ ($\alpha > 0,60$) yang berarti semua variabel X1, X2 dan Y dapat dikatakan reliabel.

C. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dirancang untuk menguji apakah model regresi menemukan adanya korelasi antara variabel independen. Model regresi yang baik adalah tidak terdapat korelasi antar variabel independen. Jika nilai toleransi lebih besar dari 0.1 atau nilai VIF kurang dari 10, maka tidak akan terjadi multikolinieritas.⁷ Berikut hasil perhitungan menggunakan program SPSS 16.0:

Tabel 4.10⁸
Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.156	1.909		.082	.935		
totalx1	.167	.041	.410	4.052	.000	.379	2.637
totalx2	.693	.165	.425	4.200	.000	.379	2.637

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber data: Output SPSS yang dioIah tahun 2020.

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas dapat diketahui nilai toleransi variabel kualitas pelayanan dan harga masing-masing sebesar 0,379 dan VIF 2,637. Hal

⁷Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang 2009, hal. 95-96

⁸Hasil olah SPSS dengan uji multikolinieritas

ini menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki toleransi kurang dari 0,1, dan tidak ada variabel independen yang memiliki VIF lebih besar dari 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah pengujian hipotesis regresi dimana variabel dependen tidak berhubungan dengan dirinya sendiri. Uji autokorelasi dirancang untuk menguji apakah terdapat korelasi antara confounding error periode t dan periode $t-1$ (sebelumnya) pada model linier untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi pada model regresi dengan melihat Durbin Watson (DW) statistik. Dikatakan bahwa tidak ada autokorelasi, yaitu ($du < dw < 4-du$).⁹ Pengujian keputusan dilakukan dengan membandingkan nilai DW dengan du dan $4-du$ pada tabel, dan hasil uji autokorelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11¹⁰
Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.789 ^a	.623	.616	2.156	2.235

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber data: Output SPSS yang diolah tahun 2020.

Berdasarkan hasil pengujian residual persamaan regresi dengan menggunakan uji Durbin-Watson

⁹Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang 2009, hal. 101-102

¹⁰Hasil olah SPSS dengan Uji Autokorelasi

diperoleh d hitung sebesar 2,235. Untuk menguji gejala autokorelasi, bandingkan hitung 2,235 d dengan nilai d teoritis pada tabel statistik Durbin Watson d . Signifikansi $\alpha = 5\%$, dan jumlah data (n) = 100 dan $k = 2$, nilai d adalah 1.633 d_U dan 2.285 dari $4-d_U$. Karena hasil pengujian $d_U < d < 4-d_U$ ($1,633 < 2,235 < 2,285$), maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian tidak memiliki autokorelasi.

Tabel 4.12
Perhitungan Nilai Durbin Watson

Keterangan	Nilai
DW (Durbin Watson)	2,235
N	100
d_L	1,633
d_U	1,715
$4-d_U$	$4 - 1,715 = 2,285$

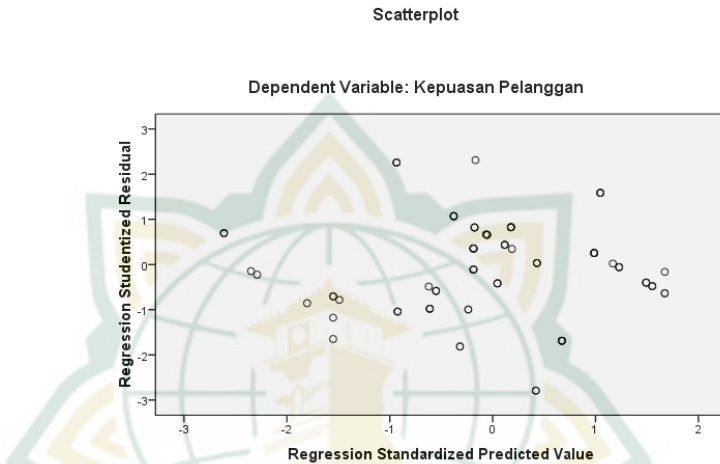
Sumber data: Output SPSS yang diolah tahun 2020.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians pada residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam model regresi. Jika varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya masih ada disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.¹¹ Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas, silahkan mengacu pada scatter plot berikut ini:

¹¹Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang 2009, hal. 125

Gambar 4.1
Uji Heteroskedastisitas

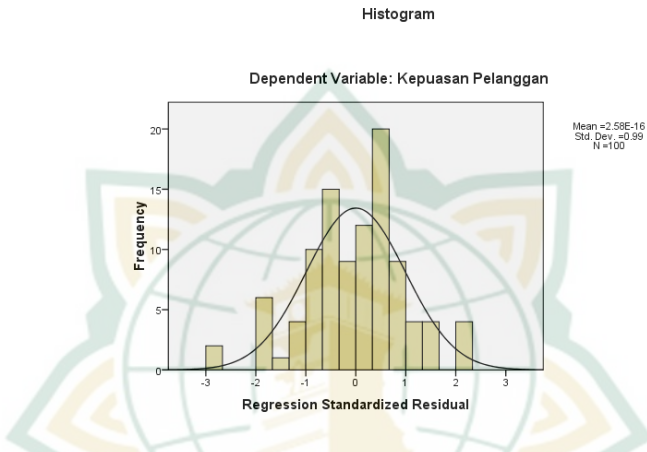


Dapat dilihat dari scatter plot di atas bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas, dan titik-titik tersebut tersebar ke atas dan ke bawah angka 0 pada sumbu Y. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas dalam regresi.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel bebas dan variabel terikat dalam model regresi berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati berdistribusi normal. Anda dapat melakukan ini dengan menggunakan bagan histogram dan bagan P-P normal dan dengan melihat distribusi datanya.

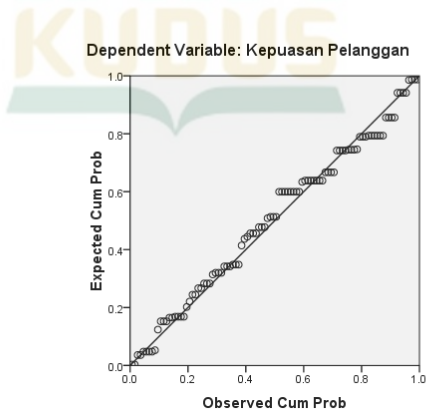
Gambar 4.2
Uji Normalitas dengan Histogram



Sumber data: Output SPSS yang diolah tahun 2020.

Gambar 4.3
Uji Normalitas dengan P-Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber data: Output SPSS yang diolah tahun 2020.

Dengan memeriksa tampilan histogram dan grafik normal, dapat disimpulkan bahwa histogram telah menjadi kurva lonceng yang sempurna. Dalam hal ini, histogram menunjukkan bahwa grafik distribusi normal tidak miring ke kanan atau ke kiri. Pada grafik P-P normal, dapat dikatakan bahwa ekspansi titik bertepatan di sekitar diagonal, dan ekspansi terjadi di sepanjang arah diagonal. Dengan demikian data yang digunakan telah memenuhi asumsi klasik, dan dapat dikatakan data tersebut normal.

D. Analisis data

1. Analisis Regresi Ganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, terlepas dari apakah masing-masing variabel independen memiliki hubungan positif atau negatif.¹² Analisis dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui apakah hubungan variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian hasilnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.13
Hasil Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.156	1.909		.082	.935		
totalx1	.167	.041	.410	4.052	.000	.379	2.637

¹²Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik dengan data SPSS*, Mediakom, Yogyakarta, 2010, hal. 61

totalx2	.693	.165	.425	4.20 0	.00 0	.379	2.63 7
---------	------	------	------	-----------	----------	------	-----------

a. Dependent Variable:
Kepuasan Pelanggan

Sumber data: Output SPSS yang diolah tahun 2020.

Berdasarkan tabel di atas diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$\hat{Y} = 0,156 + 0,167X_1 + 0,693X_2 + e$$

Dimana:

X_1 = Kualitas pelayanan

X_2 = Harga

Y = Kepuasan pelanggan

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

b_2 = Koefisien regresi antara harga terhadap kepuasan pelanggan

e = error

Dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Konstanta $a = 0,156$. Artinya, jika kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) nilainya adalah 0, maka kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,156.
- Nilai koefisien regresi sebesar 0,167. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan 1% kualitas pelayanan (X_1) maka akan mengalami peningkatan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,167.
- Nilai koefisien regresi 0,693. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan 1% harga (X_2) maka akan mengalami peningkatan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,693.

2. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk melihat besarnya pengaruh variabel bebas (X_1 , X_2) terhadap variabel terikat (Y) atau bagian dari uji koefisien. Selain itu, uji t bertujuan

untuk mengetahui apakah koefisien regresi signifikan dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$.

Rumus mencari t_{tabel} adalah table distribusi t yang diperoleh jika $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) derajat kebebasan (df) $n-k-1$. (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen). Dengan cara ini, Anda bisa mendapatkan t_{tabel} diperoleh $df = (100 - 2 - 1)$ atau derajat kebebasan 97 dengan signifikan 2,5% hasil t_{tabel} sebesar 1,985. Secara lebih rinci hasil t_{hitung} dijelaskan pada tabel berikut ini:

Hasil output uji t dengan menggunakan SPSS 16.0 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji t¹³
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.156	1.909		.082	.935		
Kualitas Pelayanan	.167	.041	.410	4.052	.000	.379	2.637
Harga	.693	.165	.425	4.200	.000	.379	2.637

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber data: Output SPSS yang diolah tahun 2020.

Berikut penjelasan hasil uji t dari setiap variabel bebas yaitu sebagai berikut:

- a. Pengaruh faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

¹³Hasil olah SPSS berdasarkan analisis uji t (uji parsial)

Dari hasil uji t yaitu untuk variabel bebas (kualitas pelayanan) menunjukkan t_{hitung} 4,052 dengan t_{tabel} 1,985 dan p value sebesar 0,000 yang berada dibawah 5% tingkat signifikansi. Ini berarti t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,052 > 1,986$). Dengan demikian kualitas pelayanan merupakan variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

- b. Pengaruh faktor harga terhadap kepuasan pelanggan
- Dari hasil uji t yaitu untuk variabel bebas (harga) menunjukkan t_{hitung} 4,200 dengan t_{tabel} 1,985 dan p value sebesar 0,000 yang berada dibawah 5% tingkat signifikansi. Ini berarti t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,200 > 1,985$). Dengan demikian harga merupakan variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji f)

Uji f digunakan untuk menjawab pertanyaan apakah variabel independen (kualitas pelayanan dan harga) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan), jika:

- a. H_0 diterima jika: $f_{hitung} \leq f_{tabel}$ atau $sig. > 0,05$
- b. H_a diterima jika: $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $sig. \leq 0,05$ ¹⁴

Hasil pengujian hipotesis secara simultan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

¹⁴Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik dengan data SPSS*, Mediakom, Yogyakarta, 2010, hal. 67

Tabel 4.15
Hasil Uji f^{15}
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	745.922	2	372.961	80.246	.000 ^a
Residual	450.828	97	4.648		
Total	1196.750	99			

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber data: Output SPSS yang dioIah tahun 2020.

Cara mencari f_{tabel} yaitu dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$, df 1 (jumlah variabel-1) atau $3-1=2$, dan df 2 ($n - k - 1$) atau $100-2-1 = 97$ (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel independen). Hasil yang diperoleh untuk f_{tabel} sebesar 3,09.¹⁶

Berdasarkan hasil diatas bila $80,246 > 3,09$ maka, H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel X_1 dan X_2 secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y . Uji simultan ditunjukkan dengan hasil perhitungan F_{hitung} yang menunjukkan nilai sebesar 80,246 lebih besar dari 3,09 dengan tingkat probabilitas atau signifikansi 0,000. Karena probabilitas lebih kecil dari 0,05 dan F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($80,246 > 3,09$) maka, model regresi dapat digunakan untuk memprediksi tingkat kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Wahana Wisata Taman Ria di Demak.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada dasarnya mengukur kemampuan model untuk menerapkan perubahan pada

¹⁵Hasil olah SPSS berdasarkan analisis uji F

¹⁶ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik dengan data SPSS*, Mediakom, Yogyakarta, 2010, hal. 67

variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perubahan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel independen menyediakan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi perubahan variabel dependen. Koefisien hasil pengukuran ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.16
Hasil Uji Determinasi (R^2)¹⁷

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.789 ^a	.623	.616	2.156	2.235

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber data: Output SPSS yang dioleh tahun 2020.

Dapat dilihat dari tabel di atas, korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen dikenal sebagai $R = 0,789$ yang menunjukkan bahwa variabel independen (kualitas layanan dan harga) berhubungan dengan variabel dependen (kepuasan pelanggan). Hubungan yang terjadi bertanda positif dan konsisten dengan tingkat hubungan yang kuat, bertanda positif karena tidak negatif karena bertanda positif, maka jika variabel X bertambah maka variabel Y juga meningkat searah dengan penjelasannya.

Hal ini dapat dilihat dari hasil data diatas bahwa jumlah *Adjusted R Squares* sebesar 0,616 yang berarti 61,6% perubahan kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh perubahan dua variabel independen (kualitas layanan dan harga). Selebihnya ($100\% - 61,6\% =$

¹⁷Hasil olah SPSS berdasarkan koefisien determinasi (R^2)

38,4%) disebabkan oleh faktor lain seperti faktor emosional, biaya dan kenyamanan. Estimasi kesalahan standar (SEE) adalah 2.235. Semakin kecil SEE, semakin akurat model regresi dapat memprediksi variabel dependen.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dengan mengambil contoh unit usaha Taman Ria Demak. Pembahasan masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Dari hasil uji t yaitu untuk variabel bebas (kualitas pelayanan) menunjukkan t_{hitung} 4,052 dengan t_{tabel} 1,985 dan ρ value sebesar 0,000 yang berada dibawah 5% tingkat signifikansi. Ini berarti t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,052 > 1,986$). Dengan demikian kualitas pelayanan merupakan variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Wahana Wisata Taman Ria Demak. Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa karyawan dan manajemen Wahana Wisata Taman Ria perlu meningkatkan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori bahwa kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diinginkan, dan keunggulan tersebut dikendalikan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.¹⁸ Oleh karena itu salah satu upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah

¹⁸Moch Ghozali, *Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan, pada ekspedisi di Surabaya*, Jurnal Penelitian, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA), Surabaya, Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 03 No. 3, 2014 Hal. 3

dengan meningkatkan kualitas layanan, karena kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan pelanggan. Jurnal penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan terdapat hubungan erat antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.¹⁹

Menurut Islam, Islam digunakan sebagai tolak ukur untuk menilai kualitas pelayanan wisata, yaitu standarisasi hukum syariah. Islam menuntut manusia untuk selalu taat pada hukum *syara'* ketika melakukan setiap aktivitas atau menyelesaikan setiap masalah. Dalam Islam tidak ada kebebasan berkeyakinan atau kebebasan beribadah. Jika seseorang menganggap Islam sebagai keyakinan di aqidahnya, maka dia harus terikat oleh semua hukum Islam dan harus beribadah kepada Allah dengan cara yang telah ditentukan. Oleh karena itu variabel-variabel yang diuji tidak semata-mata menggunakan teori konvensional, tetapi menjadikan hukum syariah sebagai standar penilaian teori tersebut.

Kewajiban memberikan layanan profesional kepada konsumen merupakan kewajiban yang harus dilakukan oleh penyedia layanan. Kewajiban petugas pelayanan yang harus dipenuhi yaitu mampu memberikan pelayanan yang profesional kepada pengunjung, juga merupakan persyaratan yang tidak mudah dicapai. Jika pelayanan tidak segera dimulai maka daya saing usaha dan usaha lain akan berkurang.²⁰

¹⁹Rifaldi, et.al; *Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mahasiswa/i Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta*, Jurnal Penelitian, Epigram, Vol. 13, No. 2, 2016

²⁰Madnasir dan Khoirudin (Buku Ajar), *Etika Bisnis Dalam Islam*, Fakultas Syariah IAIN Raden Intan Lampung, 2012, hal. 55-68

2. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan

Dari hasil uji t yaitu untuk variabel bebas (harga) menunjukkan t_{hitung} 4,200 dengan t_{tabel} 1,985 dan p value sebesar 0,000 yang berada dibawah 5% tingkat signifikansi. Ini berarti t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,200 > 1,985$). Dengan demikian harga merupakan variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis (H2) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Taman Ria Demak. Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa karyawan dan pengelola Wahana Wisata Taman Ria membutuhkan harga untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori bahwa harga merupakan pengorbanan yang dilakukan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk atau jasa.²¹ Oleh karena itu, dalam hal ini perusahaan harus memberikan jasa atau produk dengan mengorbankan konsumen untuk mencapai kepuasan. Dalam majalah riset berjudul "*Pengaruh harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT.DMS Tour and Travel*" jurnal tersebut mengemukakan bahwa terdapat korelasi positif antara harga dan kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, semakin tinggi harga, semakin tinggi kepuasan pelanggan.²²

Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi mekanisme pasar. Dalam Islam, harga harus diterapkan ke pasar, yaitu harga yang wajar. Dalam bahasa Arab, ada beberapa istilah yang menunjukkan harga wajar, antara lain: *si'r al-misli*, *saman al-misli* dan *qimah al-adi* (harga yang

²¹Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Andi, Yogyakarta, 2015, hal. 280.

²² Haryono, et.al., *Analisis pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan PT.DMS and Travel*, Jurnal Penelitian, Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik, Vol. 2, 2016

adi) yang digunakan Nabi Muhammad untuk mengimbangi harga yang dilepas. Budak, budak akan menjadi orang merdeka, dan majikan mereka akan tetap diberi kompensasi dengan harga yang wajar atau qimah al-adi (sahih Muslim). Penggunaan istilah ini juga ditemukan dalam laporan Khalifah Umar bin Khatab dan Ali bin Abi Thalib. Setelah nilai dirham turun dan harga naik, Umar bin Khatab menggunakan istilah harga wajar ketika menetapkan nilai baru untuk diyat (denda). Hakim juga menggunakan istilah "*qimah al-adi*" secara luas, yang melibatkan transaksi komersial yang melibatkan penjualan barang yang rusak, perebutan kekuasaan, dan pelepasan hipotek properti.²³

3. Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan

Dari hasil uji F bila $80,246 > 3,09$ maka, H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel X_1 dan X_2 secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y. Uji simultan ditunjukkan dengan hasil perhitungan F_{hitung} yang menunjukkan nilai sebesar 80,246 lebih besar dari 3,09 dengan tingkat probabilitas atau signifikansi 0,000. Karena probabilitas lebih kecil dari 0,05 dan F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($80,246 > 3,09$) maka, model regresi dapat digunakan untuk memprediksi tingkat kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Wahana Wisata Taman Ria di Demak.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyebutkan bahwa kualitas pelayanan dan harga adalah faktor penting dalam menciptakan

²³Isnaini Harahab, Yenni Samri Juliati Nasution, Martiyah, Rahmi Syahriza, Hadis-Hadis Ekonomi, Kencana, Jakarta, 2015, hal.107-108

kepuasan.²⁴ Maka kualitas pelayanan dan harga harus menjadi pertimbangan utama, jika perusahaan ingin menciptakan kepuasan pelanggan. Ari Prasetio, dalam penelitiannya yang berjudul “*Pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan PT.TIKP*” membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian usaha Wahana Wisata Taman Ria dapat menggunakan strategi ini dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.²⁵



²⁴ Vina Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan*, Jurnal Penelitian, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negri Semarang, Vol. 1, No. 4, 2012

²⁵ Ari Prasetio, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan*, Jurnal Penelitian, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negri Semarang, Vol. 1, No. 4, 2012