

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP  
KEPUASAN PENGUNJUNG ABG WATERPARK LUBUK MINTURUN  
DI KOTA PADANG**

**Proposal Penelitian**



**Oleh :**

**FEBRIYANTI**

**1410011211031**

*Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen*

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BUNG HATTA  
PADANG**

**2018**

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dengan ini pembimbing skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bunga Hatta menyatakan:

Nama : Febriyanti  
NPM : 1410011211031  
Program Studi : Strata Satu (S1)  
Jurusan : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung ABG Watepark Lubuk Minturun Di Kota Padang

Telah disetujui skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku, telah diuji dan telah dinyatakan **Lulus** dalam ujian komprehensif pada Selasa, 7 Agustus 2018.

## PEMBIMBING SKRIPSI

Pembimbing I



Ice Kamela S.E.,M.M

Pembimbing II



Zeshasina Rasha S.E.,M.Si

Disetujui Oleh



Dr. Listiana Sri Mulatsih, S.E.,M.M

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan didalam daftar pustaka.

Padang, Agustus 2018

Febriyanti

# دُرِّ الْاِسْمَاءِ مِنْ قَوْلِكَ مُبْرَكٌ

*Segenap asma keagungan hanya untukMu ya Allah SWT, Rabbi sekalian alam  
Dan shalawat beserta salam kepada nabi Muhamad Rasulullah SAW*

*Sesungguhnya di samping kesulitan itu ada kemudahan  
Maka apabila engkau telah selesai ( mengerjakan sesuatu pekerjaan)  
Kerjakanlah pekerjaan lain  
Dan hanya kepada Tuhanmu ( sajalah ) kamu berharap  
( QS. Alam Nasyrat 6-8)*

*Ya Allah.....  
Tiada yang terucap dari mulutku  
Kecuali menunuju kebesaranMu  
Karena kehendak dan izinMu  
Aku mampu menunaikan suatu perjuanganKu  
Secercah harapan telah Kugenggam  
Sepenggal asa telah Kuraih  
Terima kasih ya Allah engkau tlah memberikan kesempatan  
Untuk membahagiakan orang-orang yang Kucintai dan Kusayangi*

*Namun.....  
Kusadari perjuanganKu belum usai  
Tujuan akhir belum Kucapai  
Esok dan lusa aku masih berhenti sampai disini  
Aku percaya disetiap langkahKu  
Kau akan slalu menyertaiKu*

*Ya Allah.....  
Aku menyadari sepenuhnya apa yang telah Kuperbuat sampai kini  
Belum mampu membalas tetesan keringat Orang tuaKu  
kepadaMu ya Allah aku memohon  
jadikanlah keringat mereka  
sebagai untaian mutiara disaat mereka lara  
sebagai penyejuk dikala mereka dahaga*

*IBU.....*

*Masih Kuingat ada sebongkah cita-cita  
Dalam tatapan matamu  
Dan harapan yang begitu besar kepadaKu  
Agar aku bisa menjadi yang terbaik  
Dalam setiap perkataanMu selalu berisi doa untukKu  
Yang membuatku semakin mengerti apa artinya hidup ini  
Kini cita-cita dan harapan itu telah kugapai*

*AYAH.....*

*Kuingat selalu ada sebuah asa dalam raut wajahmu  
Di antara butir-butir keringatMu yang bercucuran  
Peluh mu bagai air, menghilangkan haus dalam dahaga  
Hingga daraku tak membeku  
Susah payah lelah  
Namun kau tak pernah peduli  
Demi anakMu agar dapat meraih asa dan cita*

*Kini.....*

*Asa itu telah kuraih demi kalian  
Ku persembahkan setetes keberhasilan ini  
Sebagai tanda bukti atas pengorbanan, perhatian, cinta  
Dan kasih sayang yang telah kalian berikan  
Yang tak pernah mampu Kuganti*

*Terima kasih atas semuanya*

*Dengan segenap kasih sayang dan di iringi doa yang tulus kupersembahkan  
karya tulis ini kepada Almh. IbuK dan Papa serta adik-adikku dan keluarga  
besarKu yang selalu memberikan dukungan dan doanya buat ku untuk  
menyelesaikan tugas akhir ini.*

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG ABG WATERPARK LUBUK MINTURUN DI KOTA PADANG**

<sup>1</sup>Febriyanti' <sup>2</sup>Ice Kamela' <sup>3</sup>Zeshasina Rosha

<sup>1</sup> Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Bung Hatta

<sup>2</sup> Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Bung Hatta

E-mail: [antiantifebri@gmail.com](mailto:antiantifebri@gmail.com), [icekamela@yahoo.com](mailto:icekamela@yahoo.com), [zeshasina@yahoo.com](mailto:zeshasina@yahoo.com)

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pengunjung ABG Waterpark Lubuk Minturun Di Kota Padang. Sampel yang digunakan sebanyak 138 responden. Data diolah dengan menggunakan spss 16. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer melalui penyebaran kuesioner. Pengujian hipotesis bertujuan untuk membuktikan pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pengunjung ABG Waterpark Lubuk Minturun Di Kota Padang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung dan lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung ABG Waterpark Lubuk Minturun Di Kota Padang. Peneliti menyarankan ABG Waterpark untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan memperhatikan fasilitas-fasilitas fisik ABG Waterpark dan pihak ABG Waterpark untuk memperhatikan papan nama petunjuk lokasi agar di buat secara jelas dan dengan jumlah yang memadai agar dapat mempermudah calon pengunjung untuk mengetahui lokasi ABG Waterpark.

**Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepuasan Pengunjung**

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND LOCATION ON VISITOR  
SATISFACTINO OF ABG WATERPARK LUBUK MINTURUN IN  
PADANG CITY**

<sup>1</sup>Febriyanti<sup>2</sup>Ice Kamela<sup>3</sup>Zeshasina Rosha

1 Department of Management, Faculty of Economics, University of Bung Hatta

2 Lecturers of Management Department, Faculty of Economics, Bung Hatta  
University

E-mail: [antiantifebri@gmail.com](mailto:antiantifebri@gmail.com), [icekamela@yahoo.com](mailto:icekamela@yahoo.com), [zeshasina@yahoo.com](mailto:zeshasina@yahoo.com)

**ABSTRACT**

*This study aims to examine the effect of service quality and location on visitor satisfaction of ABG Waterpark Lubuk Minturun in Padang city. The sampel is as many as 138 respondents. Data is processed by using spss 16. The data used primary data through questionnaires. Hypothesis testing to prove the influence of service quality and location on visitor satisfaction of ABG Waterpark Lubuk Minturun in Padang city. The results obtained that the service quality have a positive and significantly impact on visitor satisfaction and location has no effect on visitor satisfaction ABG Waterpark Lubuk Minturun in Padang City. Researchers suggest ABG Waterpark to improve the quality of service by paying attention to the physical facilities of ABG Waterpark and ABG Waterpark to pay attention to the signboard of location instructions so that they are made clear and with sufficient numbers to facilitate prospective visitors to find out the location of ABG Waterpark.*

**Keywords: Service Quality, Location, Satisfaction Visitor**

## KATA PENGANTAR



Dengan mengucapkan Puji dan sukur kehadiran Allah SWT, karena hanya atas rahmat-Nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini dibuat dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung ABG Waterpark Lubuk Minturun Di Kota Padang**”. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta.

Dalam penulisan skripsi ini banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan baik secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis. Oleh karena itu penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Listiana Sri Mulatsih,S.E, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta.
2. Bapak Drs. Meihendri, S.E., M.Si., Ak., CA selaku wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta Padang.
3. Ibu Lindawati, S.E, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta Padang.
4. Bapak Purbo Jadmiko, S.E.,M.Sc selaku sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta Padang.
5. Ibu Ice Kamela S.E.,M.M Pembimbing I dan Ibu Zeshasina Rosha S.E.,M.Si selaku Pembimbing II terimakasih atas waktu, saran, bimbingan, dan nasehat yang telah ibu berikan yang banyak membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta atas segala masukan, pengajaran selama perkuliahan berlangsung.
7. Serta seluruh Staf Tata Usaha dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta yang telah memberikan kelancaran dalam urusan akademis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.



8. Kepada ayahanda Syafei, M.SH tercinta serta adik saya Mardiansyah Prakoso dan Sriwahyuni yang senantiasa mendo'akan dan memberi dukungan baik secara moril dan material tiada henti-hentinya, agar penulis dapat menyelesaikan pendidikan sebaik-baiknya.
9. Terima kasih kepada sahabat seperjuangan Avinda Augusta Puteri, Elfani Dewi Indra, Novia Iska Jelita, Fitri Mardian, Putra Ahmad Safardinal, Arif Budiman, Fahmi Fahrozi, M.Farid Refado, M.Rovaldi ArRahman, Zulmai Hero, Yobel Gea, Devina Mulya Utami, dan Ilham Syarief yang telah saling mendukung di hari-hari penyusunan skripsi serta sama-sama berjuang untuk mendapatkan gelar.
10. Terima kasih juga buat alumni yang selalu menyemangati penulis untuk sering-sering bimbingan yaitu Kevin Rahmat Subriadi S.E, Gusnila Sari S.E, Yandri Ahmad Rifandy S.E dan William Sitio S.E.
11. Kepada sahabatku Miradewi Lyanora Lubis untuk semangat terus ya kuliahnya demi mencapai gelar agar nantinya dapat berguna serta bermanfaat.
12. Dan tak lupa terima kasih untuk senior-senior, sahabat, dan teman-teman yang senantiasa mendo'akan dan memberi semangat kepada saya untuk mengerjakan tugas kuliah dan selalu mengingatkan saya dalam hal apapun dan yang selalu ada disaat bahagia dan terpuruk yang tak bisa saya tuliskan satu-satu, ingatlah sahabat "bertemu dan mengenal kalian dengan dekat adalah hal yang terindah yang akan selalu dikenang dan ceritakan sampai nanti" terutama untuk kalian.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak luput dari kekurangan karna keterbatasan ilmu pengetahuan dan kekilafan yang tidak disengaja. Namun penulis tetap berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Padang, Agustus 2018

Febriyanti

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b>	
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b>	
<b>ABSTRAK</b>	
<b>KATA PENGANTAR</b>	
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ....</b>	<b>10</b>
2.1 Kajian Literatur .....	10
2.1.1 Kepuasan Pengunjung.....	10
2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Pengunjung .....	10
2.1.1.2 Faktor –faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pengunjung ..	11
2.1.1.3 Pengukuran Kepuasan Pengunjung .....	12
2.1.2 Kualitas Pelayanan .....	15
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan .....	15
2.1.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	16
2.1.2.3 Manfaat Kualitas Pelayanan .....	18
2.1.3 Lokasi.....	19
2.1.3.1 Pengertian Lokasi .....	19
2.1.3.2 Pentingnya Lokasi .....	20
2.1.3.3 Faktor-Faktor dalam pemilihan Lokasi .....	20
2.2 Pengembangan Hipotesis .....	21
2.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung...	21

2.2.2 Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung.....	22
2.3 Kerangka Penelitian .....	24
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
3.1 Objek Penelitian.....	25
3.2 Populasi dan Sampel .....	25
3.4 Jenis Data dan Sumber Data .....	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.6 Definisi Operasional .....	28
3.6.1 Kepuasan Pengunjung .....	28
3.6.2 Kualitas Pelayanan .....	29
3.6.3 Lokasi .....	29
3.7 Skala Pengukuran Instrumen .....	30
3.8 Teknik Analisa Data .....	31
3.8.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	31
3.8.2 Analisa Deskriptif.....	32
3.8.3 Uji Asumsi Klasik .....	33
3.8.3.1 Uji Normalitas.....	33
3.8.3.2 Uji Multikoleniaritas .....	33
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	33
3.9 Analisis Regresi Linear Berganda .....	34
3.10 Koefisien Determinasi.....	35
3.10.1 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	35
3.11 Uji Hipotesis .....	35
3.11.1 Uji T-tes Statistik.....	35
3.11.2 Uji F-tes Statistik.....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
4.1 Profil Responden.....	37
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	38
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Berdomisili di Kota.....	40
4.1.5 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung.....	40
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	41
4.2.1 Uji Validitas.....	41

4.2.1.1	Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)	41
4.2.1.2	Pengujian Validitas Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	42
4.2.1.3	Pengujian Validitas Variabel Lokasi ( $X_2$ )	43
4.2.2	Uji Reliabilitas	44
4.3	Analisis Deskriptif	45
4.3.1	Kepuasan Pengunjung (Y)	45
4.3.2	Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	46
4.3.3	Lokasi ( $X_2$ )	47
4.4	Uji Asumsi Klasik	48
4.4.1	Uji Normalitas	48
4.4.2	Uji Multikolinieritas	49
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	50
4.5	Pembahasan Hasil Analisa Regresi Linear Berganda	51
4.6	Pengujian Hipotesis	53
4.6.1	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )	53
4.6.2	Uji F-tes Statistik	53
4.6.3	Uji T-tes Statistik	54
4.7	Pembahasan	55
4.7.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung	55
4.7.2	Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pengunjung	56
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>57</b>
5.1	Kesimpulan	57
5.2	Keterbatasan Penelitian	57
5.3	Saran	58
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		<b>59</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>		<b>91</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Dan Pendapatan ABG Waterpark dan Tiger Camp	5
Tabel 1.2 Data Survei Awal Pada Pengunjung ABG Waterpark di Kota Padang	7
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Tempat Domisili	40
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung	40
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pengunjung	41
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi ( $X_2$ )	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Responden Variabel Kepuasan (Y)	46
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Responden Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	47
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Responden Variabel Lokasi ( $X_2$ )	48
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Normalitas Data	49
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Keseluruhan Setelah di Normalkan	49
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Multikolinearitas	50
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	51
Tabel 4.17 Hasil Analisa Regresi Variabel Penelitian	52
Tabel 4.18 Hasil Pengujian untuk Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )	53
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Kelayakan Model (Uji F)	54
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Hipotesis	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	24
--------------------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	61
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	67
Lampiran 3 Profil Responden .....	72
Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	75
Lampiran 5 Analisis Deskriptif.....	79
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik .....	86
Lampiran 7 Analisa Regresi Linear Berganda .....	89

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan pariwisata yang semakin pesat berpengaruh terhadap kemajuan sektor jasa di Indonesia saat ini. Kondisi ini mengakibatkan persaingan didalam merebut pasar. Hiburan (rekreasi) telah menjadi unsur penting dalam masyarakat modern diperkotaan. Berkembangnya zaman, padatnya aktifitas dan tingginya tuntutan hidup serta tingkat stress sehingga membuat kebutuhan masyarakat akan hiburan (rekreasi) semakin meningkat. Perubahan perilaku dan cara pandang masyarakat mendorong kegiatan berekreasi tidak lagi dianggap sebagai kebutuhan semata, tetapi sudah menjadi bagian dari *life style* atau gaya hidup. Perkembangan usaha khususnya dalam bidang objek wisata sangat pesat sehingga terjadi persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan pelanggan serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan (<http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id>).

Akhir-akhir ini, semakin banyak berdiri tempat-tempat hiburan (rekreasi) khususnya taman wisata air (*waterpark*) yang menawarkan berbagai macam pelayanan dan fasilitas lengkap. Tempat wisata tersebut dilengkapi dengan teknologi *modern* untuk memanjakan konsumen disertai dengan penawaran paket yang bervariasi dan kompetitif. Sebagai salah satu perusahaan pelayanan konsumen dalam bidang hiburan (rekreasi), *waterpark* dituntut untuk dapat



memberikan pelayanan yang terbaik bagi para konsumen pengguna jasa. Dengan demikian akan timbul persaingan yang semakin ketat, baik dalam hal mutu pelayanan rekreasi maupun fasilitas yang diberikan.

Objek perusahaan jasa yang akan diteliti adalah ABG Waterpark yang berlokasi di Jalan Balai Gadang, Kota Tengah, Kota Padang. Hal utama yang diprioritaskan oleh pihak manajemen adalah kepuasan pelanggan atau konsumen agar dapat bertahan, dapat bersaing dan menguasai pangsa pasar. Pada dasarnya tujuan suatu bisnis adalah menciptakan para pelanggan yang puas (Schnaars, 1991:298 dalam Tjiptono & Chandra, 2011). Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Kepuasan akan terbentuk ketika tingkat kepentingan sama dengan kinerja yang dirasakan, sedangkan kepuasan maksimal akan dirasakan ketika kinerja yang dirasakan jauh melebihi tingkat kepentingan yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas dan senang (Kotler, 2005).

Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian terdahulu Sangkaeng *dkk* (2015) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di objek wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian Afifudin & Sitohang (2016) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Wisata Bahari Lamongan. Kepuasan pengunjung objek wisata merupakan sebuah perantara bagi keberhasilan sebuah usaha dalam

mengukur baiknya respon pengunjung terhadap masa depan bisnis suatu usaha. Semakin banyak pengunjung setia yang dimiliki oleh suatu usaha, maka usaha tersebut akan sukses dan bertahan lama.

Menurut (Swastha, 2010:29) ada lima penggerak utama kepuasan pelanggan, yaitu : kualitas pelayanan, harga, faktor emosional, lokasi dan kemudahan mendapatkan jasa. Faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan (Kotler & Armstrong, 2008). Dengan adanya pelayanan yang baik tentunya akan meningkatkan kepuasan pengunjung yang datang. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono & Chandra, 2011). Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung maka, semakin besar rasa puas yang akan diterima pengunjung.

Pernyataan tersebut dipertegas dalam penelitian Sumertana (2016) yang dalam penelitiannya menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Water Park Seririt Singaraja. Hal senada juga diungkapkan Sirait (2016) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Waterpark Perum Bumi Sempaja Di Kota Samarinda. Kualitas pelayanan merupakan kemampuan dari suatu tempat wisata untuk memenuhi harapan-harapan pengunjung dengan pelayanan yang diterima atau dirasakan sudah sesuai

dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan dapat memuaskan pelanggan. Kualitas pelayanan mampu menciptakan *image* baik atau *image* buruk suatu objek wisata, karena pada dasarnya yang ditawarkan suatu objek wisata adalah layanan atau jasa yang akan diberikan.

Selain faktor kualitas pelayanan, kepuasan juga ditentukan oleh faktor lokasi. Lokasi menjadi faktor utama dari keberhasilan suatu penjualan suatu produk atau jasa. Jika perusahaan berhasil mempertahankan lokasi yang strategis, maka itu dapat menjadi rintangan yang efektif bagi para pesaing untuk mendapatkan akses kepasar (Tjiptono & Chandra, 2011). Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan (Swastha, 2010). Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relatif untuk setiap jenis usaha yang berbeda. Dengan adanya pemilihan lokasi yang benar akan memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis.

Pernyataan tersebut di dukung oleh penelitian Octavia (2016) yang juga menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Waterboom Sawahlunto. Pemilihan lokasi dinilai sangat penting untuk kelangsungan hidup sebuah objek wisata (usaha) yang ada pada saat ini, karena lokasi yang strategis memudahkan seorang pengunjung untuk menjangkau tempat objek wisata tersebut. Hal ini juga didukung dalam penelitian Susanti (2015) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung wisata pemandian Wonders Waters World CBD

Polonia Medan. Pemilihan lokasi objek wisata (usaha) yang tepat akan menentukan keberhasilan dimasa yang akan datang. Lokasi yang strategis membuat pengunjung lebih mudah dalam menjangkau objek wisata dan juga keamanan yang diberikan dapat terjamin. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa lokasi mempengaruhi kepuasan pengunjung. Dengan demikian semakin strategis lokasi objek wisata maka semakin tinggi kepuasan pengunjung. Untuk menciptakan pengunjung yang puas akan pelayanan yang di berikan oleh pihak pengelola ABG Waterpark perlu adanya fasilitas serta lokasi yang menunjang. Maka dengan itu semakin baik dan bagus pelayanan yang di berikan ABG Waterpark ini maka tingkat kepuasan yang di rasakan oleh pengunjung akan baik juga. ABG Waterpark menargetkan jumlah pengunjungnya selalu mengalami kenaikan setiap bulannya. Tetapi pada kenyataanya perusahaan belum mampu untuk memenuhi target tersebut. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut ini:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Pengunjung dan Pendapatan ABG Waterpark dan Tiger Camp**  
**Lubuk Minturun Di Kota Padang**  
**Januari – Agustus 2017**

Bulan	ABG Waterpark			Tiger Camp		
	Jumlah Pengunjung (Orang)	Pendapatan (Rp. 000)	Persentase Pengunjung (%)	Jumlah Pengunjung (Orang)	Pendapatan (Rp. 000)	Persentase Pengunjung (%)
Januari	3.976	99.400	-	1.120	28.000	-
Februari	3.811	95.275	-4,14	1.567	39.175	39,9
Maret	3.788	94.700	-0,6	1.757	43.925	12,1
April	2.983	74.575	-21,2	2.678	66.950	52,4
Mei	1.986	49.650	-33,4	2.893	72.325	8,0
Juni	1.673	41.825	-15,7	3.002	75.050	3,7
Juli	1.007	25.175	-39,8	1.225	30.625	-59,1
Agustus	1.232	30.800	22	3.546	88.650	18,9
Jumlah	20.456	511.400		17.788	444.700	

*Sumber : ABG Waterpark dan Tiger Camp (2017)*

Dari tabel 1.1 dapat di lihat perkembangan jumlah pengunjung ABG Waterpark terjadi penurunan jumlah pengunjung dari bulan Februari sebesar 3.811 orang dengan persentase (-0,6%) hingga bulan Agustus sebesar 1.232 orang dengan persentase (22%). Sedangkan, perkembangan jumlah pengunjung Tiger Camp dari bulan ke bulan mengalami kenaikan. Kenaikan yang tertinggi terjadi pada bulan Agustus sebesar 3.546 orang dengan persentase (18,9%) dan terendah terjadi pada bulan Januari sebesar 1.120 orang. Walaupun ABG Waterpark mengalami penurunan jumlah pengunjung, tetapi jumlah pengunjung total ABG Waterpark lebih tinggi sebanyak (20.456 orang), dibandingkan dengan Tiger Camp yang mengalami kenaikan jumlah pengunjung setiap bulannya, tetapi jumlah pengunjung totalnya hanya (17.788 orang) lebih rendah dari ABG Waterpark.

Hal ini mengindikasikan bahwa sistem manajemen dari ABG Waterpark masih buruk yang mencerminkan kurang puasnya pelanggan berkunjung ke ABG Waterpark. Rasa puas yang diterima pengunjung semakin menurun meskipun perusahaan sudah menyediakan fasilitas yang nyaman bagi pengunjungnya. Harapan pengunjung akan terus berkembang sesuai perubahan lingkungan yang memberikan informasi dan bertambahnya pengalaman pengunjung yang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan pengunjung.

Untuk memperkuat fenomena dalam latar belakang maka di lakukan survei awal terhadap 25 orang responden yang berkunjung ke ABG Waterpark Lubuk Minturun di Kota Padang. Hasil dari data survei awal dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut ini :

**Tabel 1.2**  
**Data Survei Awal Pada Pengunjung**  
**ABG Waterpark di Kota Padang**

No	Pernyataan	Jawaban		Persentase (%)	
		Puas	Tidak Puas	Puas	Tidak Puas
1	Kemudahan parkir di ABG Waterpark	17	8	68,0	32,0
2	Lokasi ABG Waterpark mudah dijangkau	10	15	40,0	60,0
3	Keramahan karyawan ABG Waterpark dalam menangani keluhan pengunjung	5	20	20,0	80,0
4	Kepuasan terhadap fasilitas layanan ABG Waterpark	21	4	84,0	16,0
5	Pelayanan yang ditawarkan sudah sesuai dengan yang diharapkan pengunjung	19	6	76,0	24,0

*Sumber : Survei Awal (2018)*

Dari tabel 1.2 dapat dijelaskan bahwa pada butir pernyataan yang diajukan kepada responden yang telah berkunjung ke ABG Waterpark Lubuk Minturun, tiga diantara lima pernyataan mendapat hasil jawaban puas setelah berkunjung. Dimana pernyataan yang mendapatkan respon puas dari pengunjung yaitu kemudahan parkir di ABG Waterpark, kepuasan terhadap fasilitas layanan ABG Waterpark, dan pelayanan yang ditawarkan sudah sesuai dengan yang diharapkan pengunjung.

Dapat disimpulkan bahwa hasil survei awal yang dilakukan terhadap pengunjung ABG Waterpark mendapatkan jawaban puas setelah berkunjung, tetapi ternyata hal ini berbanding terbalik atau bertolak belakang dengan data jumlah pengunjung dan pendapatan ABG Waterpark yang menyatakan di delapan bulan terakhir ABG Waterpark mengalami penurunan jumlah pengunjung. Hal inilah yang membuat peneliti semakin tertarik untuk mengetahui permasalahan yang terjadi di ABG Waterpark Lubuk Minturun.

Berdasarkan fenomena diatas serta pengertian dari beberapa teori yang dapat memberikan pandangan serta hasil yang berbeda-beda maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung ABG Waterpark Lubuk Minturun di Kota Padang”**.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung ABG Waterpark?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung ABG Waterpark?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sejalan dengan perumusan masalah, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk membuktikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung ABG Waterpark.
2. Untuk membuktikan pengaruh lokasi terhadap kepuasan pengunjung ABG Waterpark.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi akademik, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan referensi perpustakaan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kepuasan pengunjung.
2. Bagi ABG Waterpark, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak manajemen untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung dengan cara memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung. Penelitian ini pun diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan sehingga dapat dipergunakan dalam menentukan kebijakan kedepannya.



## **BAB II**

### **KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Kajian Literatur**

##### **2.1.1 Kepuasan Pengunjung**

###### **2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Pengunjung**

Kepuasan (*satisfaction*) merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler & Keller, 2009:138-139). Kepuasan konsumen terhadap perusahaan jasa diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) tergantung pada kinerja anggapan produk/jasa relatif terhadap ekspektasi pembeli/pengguna jasa. Jika kinerja tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan kecewa. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan sangat puas (Kotler & Armstrong, 2008:16).

Kepuasan pelanggan sebagai evaluasi pasca konsumtif merupakan suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan konsumen (Tjiptono & Chandra, 2011). Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap suatu produk dan jasa akan mempengaruhi perilaku selanjutnya. Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan (Kotler, 2005).

Jika konsumen puas ia akan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli kembali suatu produk atau jasa. Para pelanggan yang tidak puas akan berlaku sebaliknya, akan meninggalkan dan mencari serta membeli produk atau jasa yang lain.

Kepuasan konsumen/pelanggan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Sunyoto, 2013:35). Berdasarkan definisi diatas disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dapat tercapai apabila yang diharapkan oleh pelanggan tersebut sesuai dengan kenyataan (hasil kinerja perusahaan).

#### **2.1.1.2 Faktor –faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pengunjung**

Menurut (Swastha, 2010:29) ada lima penggerak utama kepuasan pelanggan, yaitu : kualitas pelayanan, harga, faktor emosional, lokasi dan kemudahan mendapatkan jasa.

Ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan (Lupiyoadi, 2010:158), yaitu :

- a. Kualitas produk atau jasa, pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan adalah berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- c. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain kagum kepadanya apabila dia memakai produk dengan merek tertentu.

- d. Harga, produk dengan kualitas sama tapi menetapkan harga dengan relatif murah akan memberikan nilai yang tinggi kepada konsumennya.
- e. Biaya dan kemudahan, pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk, cenderung puas terhadap produk.

### **2.1.1.3 Pengukuran Kepuasan Pengunjung**

Pengukuran terhadap kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting bagi setiap usaha. Hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat memberi umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan konsumen. Pada prinsipnya kepuasan konsumen dapat diukur dengan berbagai metode. Menurut (Kotler dalam Tjiptono & Chandra, 2011:314-319), perusahaan dapat menggunakan metode-metode sebagai berikut:

#### **1. Sistem keluhan dan saran**

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka.

#### **2. Belanja siluman (*mystery shopping*)**

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing.

3. Analisis kehilangan pelanggan (*lost customer analysis*)

Perusahaan harus menghubungi para pelanggan yang salah tidak membeli lagi atau yang telah ganti pemasok untuk mengetahui penyebabnya.

4. Survei kepuasan konsumen

Perusahaan yang responsif mengukur kepuasan konsumen dengan mengadakan survei berkala.

Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara :

a. *Directly reported satisfaction*

Pengukuran dilakukan secara langsung melalui ungkapan pertanyaan dengan kata-kata seperti: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas.

b. *Derived dissatisfaction*

Pertanyaan yang diajukan menyangkut 2 hal utama yakni, besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.

c. *Problem analysis*

Pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan 2 hal pokok. Pertama, masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan.

d. *Importance performance analysis*

Dalam teknik pengukuran, responden diminta untuk meranking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut.

Pengukuran kepuasan pelanggan dilakukan dengan berbagai macam tujuan, diantaranya :

- a. Mengidentifikasi keperluan pelanggan yakni aspek-aspek yang dinilai penting oleh pelanggan dan mempengaruhi apakah ia puas atau tidak.
- b. Menentukan tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja organisasi pada aspek-aspek penting.
- c. Membandingkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap perusahaan dengan tingkat kepuasan pelanggan terhadap organisasi lain, baik pesaing langsung maupun tidak langsung.
- d. Mengidentifikasi PFI (*priorities for improvement*) melalui analisis gap antar skor tingkat kepentingan dan kepuasan.
- e. Mengukur indeks kepuasan pelanggan yang bisa menjadi indikator andal dalam memantau kemajuan perkembangan dari waktu ke waktu.

Indikator untuk mengukur kepuasan pengunjung menurut (Tjiptono, 2011 : 453) yaitu :

- a. Kepuasan pelanggan keseluruhan (*overall customer satisfaction*)

Pelanggan langsung ditanya seberapa puas dengan produk atau jasa. Kepuasan diukur berdasar produk atau jasa perusahaan bersangkutan dan membandingkan dengan tingkat kepuasan keseluruhan terhadap produk atau jasa pesaing.

- b. Minat pembelian ulang

Kepuasan pelanggan diukur bedasar perilaku dengan jalan menanyakan pelanggan apakah akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

c. Ketersediaan untuk merekomendasi

Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama atau bukan hanya terjadi satu kali pembelian (seperti pembelian mobil, asuransi jiwa, tur keliling) ketersediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarga.

## **2.1.2 Kualitas Pelayanan**

### **2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2012). Kualitas dijadikan sebagai tolak ukur bagaimana suatu perusahaan tetap menjadi unggul dalam menyediakan fasilitas pelayanan yang baik bagi para pelanggannya secara konsisten.

Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan (Kotler & Armstrong, 2008). Kualitas pelayanan dijadikan sebagai faktor yang menentukan tingkat keberhasilan suatu perusahaan dimana kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen dan sebagai strategi perusahaan untuk mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan (Lupiyoadi, 2008:181).

Ada tiga langkah yang dapat diambil perusahaan jasa untuk meningkatkan kendali kualitas jasa (Kotler & Keller, 2009:41) sebagai berikut :

1. Berinvestasi dalam prosedur ketenaga kerjaan dan pelatihan yang baik, merekrut karyawan yang tepat dan memberikan pelatihan yang bagus adalah

hal yang sangat penting. Karyawan yang terlatih dengan baik memiliki enam karakteristik yaitu: a.) kompetensi: memiliki keahlian dan pengetahuan yang diperlukan; b.) kesopanan: ramah, sopan, dan menghargai orang lain; c.) kredibilitas: dapat dipercaya; d.) keandalan: melaksanakan pelayanan secara konsisten dan akurat; e.) responsifitas: merespon permintaan dan masalah pelanggan dengan cepat; f.) komunikasi: berusaha memahami pelanggan dan berkomunikasi dengan jelas.

2. Menstandarisasikan proses kinerja jasa diseluruh organisasi.
3. Mengamati kepuasan pelanggan: menerapkan system saran dan keluhan, survei pelanggan, dan berbelanja perbandingan.

#### **2.1.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan**

Terdapat lima dimensi utama didalam kualitas pelayanan Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), yang dikutip oleh (Tjiptono & Chandra, 2011) :

##### **1. Reliabilitas (*Reliability*)**

Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

##### **2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)**

Berkaitan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

### 3. Jaminan (*Assurance*)

Yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya.

### 4. Empati (*Empathy*)

Berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

### 5. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

Faktor-faktor meningkatkan kualitas pelayanan ada delapan strategi untuk memuaskan pelanggannya menurut (Subagyo, 2010), yaitu :

1. Manajemen ekspektasi pelanggan, yaitu berusaha mengedukasi pelanggan agar mereka bisa benar-benar memahami peran hak, dan kewajibannya berkenaan dengan produk dan jasa.
2. *Relation marketing and management*, berfokus pada upaya menjalin relasi positif jangka panjang yang saling menguntungkan dengan *stakeholder* utama perusahaan.
3. *Aftermarketing*, menekankan pentingnya orientasi pada pelanggan saat ini sebagai cara yang lebih mengefektifkan harga untuk membangun bisnis yang menguntungkan.



4. Strategi retensi pelanggan, hampir sama dengan *after marketing*, strategi ini berusaha untuk meningkatkan retensi pelanggan melalui pemahaman atas faktor yang menyebabkan pelanggan beralih pemasok.
5. *Superior customer service*, diwujudkan dengan pemberian pelayanan yang lebih baik dibandingkan para pesaing.
6. *Technology infusion strategy*, berusaha memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk meningkatkan dan memuaskan pelanggan *service accouter* pelanggan.
7. Strategi penanganan komplain secara efektif, yang mengandalkan empat aspek, empati terhadap pelanggan yang marah, kecepatan dalam setiap keluhan, kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau komplain, dan kemudahan konsumen untuk mengontak perusahaan.
8. Strategi pemulihan pelayanan, berusaha menangani setiap masalah dan belajarlah dari kegagalan produk/layanan, serta melakukan perbaikan demi penyempurnaan layanan organisasi.

### **2.1.2.3 Manfaat Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan berpotensi menciptakan kepuasan pelanggan yang pada gilirannya akan memberikan sejumlah manfaat seperti (Tjiptono & Chandra, 2011) : terjalin relasi saling menguntungkan jangka panjang antara perusahaan dan para pelanggan, terbukanya peluang pertumbuhan bisnis melalui pembelian ulang, *cross-selling*, dan *up selling*, loyalitas pelanggan bisa terbentuk, terjadinya komunikasi *WOM* yang berpotensi menarik pelanggan baru, persepsi pelanggan dan publik terhadap reputasi perusahaan semakin positif, laba yang diperoleh bisa meningkat.

### **2.1.3 Lokasi**

#### **2.1.3.1 Pengertian Lokasi**

*Place* (tempat) atau lokasi, yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran (Kotler & Armstrong, 2008). Pilihan lokasi merupakan faktor penentu dalam usaha menarik pelanggan. Perusahaan menggunakan aneka ragam metode untuk menentukan lokasi. "Salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas". Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik, dan sebagainya (Kotler, 2005). Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya (Tjiptono, 2012). Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan (Swastha, 2010).

Memilih tempat atau lokasi yang baik merupakan keputusan yang penting (Lamb *et al*, 2011) karena :

- 1) Tempat merupakan komitmen sumber daya jangka panjang yang dapat mengurangi fleksibilitas masa depan usaha.
- 2) Lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan di masa depan. Area yang dipilih haruslah mampu untuk tumbuh dari segi ekonomi sehingga ia dapat mempertahankan kelangsungan hidup usaha.
- 3) Lingkungan setempat dapat saja berubah setiap waktu, jika nilai lokasi memburuk, maka lokasi usaha harus dipindahkan atau ditutup.

### **2.1.3.2 Pentingnya Lokasi**

Pemilihan lokasi sangat penting dalam industri ini (Kotler & Armstrong, 2008) dikarenakan : a.) lokasi merupakan faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pemilihan toko atau penyedia jasa yang mereka inginkan, b.) pemilihan lokasi merupakan hal yang penting karena faktor ini bisa digunakan untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang mapan, c.) pemilihan lokasi sangat beresiko.

### **2.1.3.3 Faktor-Faktor dalam pemilihan Lokasi**

Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dengan cermat dalam pemilihan lokasi (Tjiptono & Chandra, 2011) sebagai berikut :

1. Akses yaitu kemudahan untuk dijangkau sarana transportasi umum.
2. Visibilitas yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Lalu-lintas (*traffic*), menyangkut dua pertimbangan :
  - a. Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya *impulse buying*, yaitu keputusan pembelian yang seringkali terjadi spontan, tanpa perencanaan, dan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus.
  - b. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa pula menjadi hambatan.
4. Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
5. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.

6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa ditawarkan. Sebagai contoh, warung makan berdekatan dengan daerah pondokan, asrama mahasiswa, kampus, sekolah, atau perkantoran.
7. Kompetisi, yaitu lokasi pesaing. Sebagai contoh, dalam menentukan lokasi wartel (warung telekomunikasi), perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah yang sama terdapat banyak wartel lainnya.
8. Peraturan pemerintah, misalnya ketentuan yang melarang bengkel kendaraan bermotor berlokasi terlalu berdekatan dengan pemukiman penduduk atau tempat ibadah.

## **2.2 Pengembangan Hipotesis**

### **2.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung**

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2012).

Dalam hasil penelitian Sangkaeng *dkk* (2015) yaitu Pengaruh Citra, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara. Hasil membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Hal senada juga diungkapkan dalam hasil penelitian Sumertana (2016) yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening pada Water Park Seririt Singaraja Tahun

2014-2015. Hasil membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Begitu juga dengan hasil penelitian Sirait (2016) yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Waterpark Perum Bumi Sempaja Di Kota Samarinda. Hasil membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dengan demikian berdasarkan kajian beberapa penelitian terdahulu, maka diusulkan hipotesis yaitu :

**H<sub>1</sub> : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung**

### **2.2.2 Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung**

*Place* (tempat) atau lokasi, yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran (Kotler & Armstrong, 2008).

Dalam hasil penelitian Afifudin & Sitohang (2016) yaitu Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Wisata Bahari Lamongan. Hasil membuktikan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Selanjutnya, hasil penelitian Octavia (2016) yaitu Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung Di Wisata Waterboom Sawahlunto. Hasil membuktikan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Dalam penelitian Susanti (2015) yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung Tempat Wisata

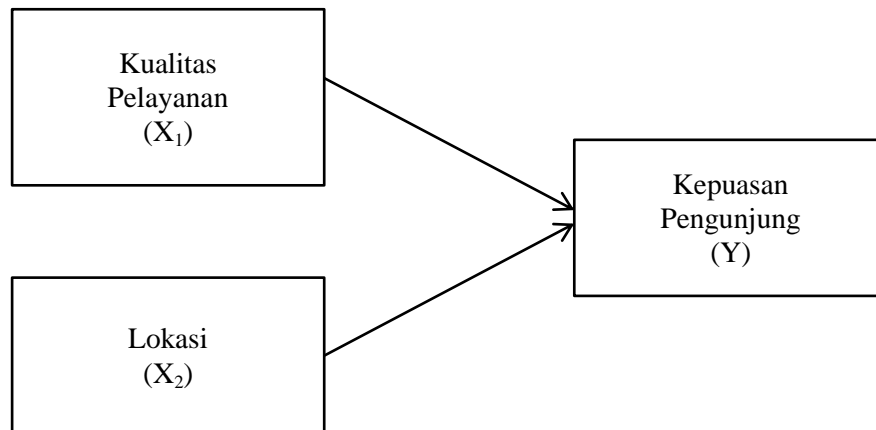
Pemandian Wonders Waters World CBD Polonia Medan. Hasil membuktikan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Dengan demikian berdasarkan kajian beberapa penelitian terdahulu, maka diusulkan hipotesis yaitu :

**H<sub>2</sub> : Lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung**

### 2.3 Kerangka Penelitian

Model teoritis pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pengunjung dapat dilihat pada gambar 2.1 berikut ini:



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual**

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Dalam penelitian ini yang menjadi objek yang diteliti adalah pengunjung ABG Waterpark Lubuk Minturun.

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010). Dalam penelitian ini populasinya yaitu seluruh pengunjung ABG Waterpark Lubuk Minturun.

##### **2. Sampel**

Sampel adalah bagian yang diambil dari populasi dan yang membedakan sampel dengan populasi yaitu bagian yang diambil dari populasi tersebut dianggap telah mewakili seluruh sistem yang ada (Sugiyono, 2010). Dalam menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Cochran, 1991 dalam (Sarwono, 2012) sebagai berikut :

$$n_0 = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Dimana:

$n_0$  = Ukuran sampel



$Z^2$  = Abscissa kurva normal yang memotong area sisi (*tails*), atau 1-tingkat kepercayaan, misalnya 95%

$p$  = Proporsi yang diestimasi suatu atribut yang ada dalam suatu populasi

$q$  =  $1-p$

$e^2$  = Tingkat ketepatan yang diinginkan

Berdasarkan pada rumus tersebut, maka perhitungan untuk jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$n_0 = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$
$$n_0 = \frac{(1,96)^2(0,1)(0,9)}{(0,05)^2}$$
$$= 138$$

Atas dasar perhitungan di atas, maka jumlah sampel pada penelitian ini ditetapkan sebanyak 138 responden.

### 3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan menggunakan kriteria atau pertimbangan dimana pengambilan sampel dilakukan berdasarkan pertimbangan perorang ataupun berdasarkan kepada pertimbangan peneliti (Sugiyono, 2010). Kriteria yang ditetapkan peneliti dalam pengambilan sampel adalah sebagai berikut :

1. Berusia 17 tahun keatas karena responden dipandang memiliki kemampuan serta pemahaman terhadap kuesioner dengan baik dan benar.
2. Sudah lebih dari satu kali berkunjung ke ABG Waterpark Lubuk Minturun.

### **3.4 Jenis Data dan Sumber Data**

#### **Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dicari dan diolah secara langsung oleh peneliti. Data primer ini mencakup data mengenai kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pengunjung. Pada penelitian ini data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada target sampel yang telah ditentukan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara langsung dari perusahaan, data tersebut telah diolah atau digunakan oleh sejumlah pihak untuk kepentingan tertentu. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah data jumlah pengunjung ABG Waterpark dari bulan Januari-Agustus 2017.

#### **Sumber Data**

Data dan informasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah data jumlah pengunjung ABG Waterpark dan juga data penyebaran kuesioner survei awal yang disebarkan ke pengunjung ABG Waterpark.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan digunakan daftar pernyataan yang dibuat dalam bentuk kuisisioner (angket), Kuisisioner adalah daftar pernyataan yang di berikan kepada responden untuk menggali data sesuai dengan permasalahan penelitian

hasil kuisioner inilah yang akan di angkakan (kuantifikasi), di susun tabel-tabel dan dianalisis secara statistik untuk menarik kesimpulan penelitian.

### **3.6 Definisi Operasional**

#### **3.6.1 Kepuasan Pengunjung**

Kepuasan (*satisfaction*) merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler & Keller, 2009:138-139).

Indikator untuk mengukur kepuasan pengunjung menurut Tjiptono (2011 : 453) yaitu :

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan (*overal customer satisfaction*)

Pelanggan langsung ditanya seberapa puas dengan produk atau jasa. Kepuasan diukur berdasar produk atau jasa perusahaan bersangkutan dan membandingkan dengan tingkat kepuasan keseluruhan terhadap produk atau jasa pesaing.

2. Minat pembelian ulang

Kepuasan pelanggan diukur bedasar perilaku dengan jalan menanyakan pelanggan apakah akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

3. Kesiediaan untuk merekomendasi

Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama atau bukan hanya terjadi satu kali pembelian (seperti pembelian mobil, asuransi jiwa, tur keliling) kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarga.

### **3.6.2 Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2012).

Indikator untuk mengukur kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), yang dikutip oleh (Tjiptono & Chandra, 2011) yaitu :

1. Reliabilitas (*Reliability*) yaitu kemampuan tempat objek wisata untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*) yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dan penyampaian informasi yang jelas.
3. Jaminan (*Assurance*) yaitu pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para karyawan objek wisata untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan.
4. Empati (*Emphaty*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.
5. Bukti Fisik (*Tangibles*) yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik objek wisata.

### **3.6.3 Lokasi**

Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan (Swastha, 2010). Pilihan lokasi merupakan faktor penentu dalam usaha menarik pelanggan. Perusahaan menggunakan aneka ragam metode untuk menentukan lokasi.

Indikator untuk mengukur lokasi menurut (Tjiptono & Chandra, 2011) :

1. Akses adalah kemudahan untuk menjangkau lokasi objek wisata yaitu meliputi : a) Lokasi yang mudah dijangkau, b) Kondisi jalan menuju lokasi, dan c) Waktu yang ditempuh menuju lokasi
2. *Visibilitas* adalah petunjuk lokasi keberadaan objek wisata meliputi : petunjuk yang jelas menuju lokasi
3. Lalu lintas (*traffic*) banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya *impulse buying*. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga menjadi hambatan
4. Tempat parkir yang luas dan aman adalah sarana tempat parkir yang aman luas dan terjamin keamanannya
5. Lingkungan adalah keadaan lingkungan objek wisata meliputi kebersihan dan kenyamanan lingkungan

### **3.7 Skala Pengukuran Instrumen**

Pengukuran data dalam penelitian ini adalah angket daftar pertanyaan yang disusun berdasarkan kisi-kisi dalam bentuk skala likert (skala lima tingkat). Daftar pertanyaan yang disusun mengikuti model skala dengan skala likert 1 sampai 5 terdiri dari (Sugiyono, 2010).

- |                              |                |
|------------------------------|----------------|
| 1. Jawaban Sangat Tidak Puas | diberi bobot 1 |
| 2. Jawaban Tidak Puas        | diberi bobot 2 |
| 3. Jawaban Netral            | diberi bobot 3 |
| 4. Jawaban Puas              | diberi bobot 4 |
| 5. Jawaban Sangat puas       | diberi bobot 5 |

### **3.8 Teknik Analisa Data**

Dalam melakukan pengujian statistik, maka penulis melakukan pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan tahapan pengujian hipotesis yang meliputi :

#### **3.8.1 Uji Validitas dan Reliabilitas**

##### **Uji Validitas**

Untuk mengetahui apakah sebuah pertanyaan *valid* atau tidak *valid*, maka menggunakan *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*, karena menggunakan proses *Structural Equation Modelling (SEM)*. *CFA* berfungsi untuk menguji apakah suatu konstruk mempunyai unidimensionalitas atau apakah indikator-indikator pertanyaan yang digunakan dapat mengkonfirmasi sebuah konstruk atau variabel. Untuk pengujian *CFA*, *Kaiser Mayer Olkin (KMO)* dan *Barlett's test of sphericity* untuk korelasi antar variabel yang diinginkan adalah diatas 0,5 dan tingkat signifikansi penelitian adalah dibawah 0,05, setelah syarat tersebut terpenuhi maka validnya item pertanyaan *factor loading* ditentukan uji *CFA* dengan standar nilai  $\geq 0,40$  (Ghozali, 2011).

##### **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kehandalan variabel. Uji reliabilitas merupakan uji yang menunjukkan sejauh mana pengukuran itu dapat memberikan hasil yang relatif tidak beda dilakukan pengulangan pengukuran terhadap subyek yang sama. Uji ini hanya dapat dilakukan pada pernyataan-pernyataan yang valid saja. Untuk mengetahui keandalan variabel digunakan nilai

*Cronbach's alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's alpha* lebih besar dari 0,70 (Sekaran, 2006 : 182).

### 3.8.2 Analisa Deskriptif

Penulis menggunakan data berupa tabel untuk mengetahui bukti yang sebenarnya tentang apa yang mempengaruhi pengunjung untuk berkunjung ke ABG Waterpark. Untuk mendapatkan rata-rata skor masing-masing indikator dalam pernyataan yang terdapat dalam kuisisioner dipakai rumus sebagai berikut (Nasution, 2002) :

$$\text{Rata - rata skor} = \frac{(5.SS) + (4.S) + (3.N) + (2.TS) + (1.STS)}{SS + S + N + TS + STS}$$

Dimana :

SS = Sangat Setuju

TS = Tidak Setuju

S = Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

N = Netral

Sedangkan mencari tingkat pencapaian jawaban responden digunakan rumus berikut :

$$TCR = \frac{Mean}{5} \times 100$$

Dimana :

TCR = Tingkat Pencapaian Jawaban Responden

Pengkategorian nilai pencapaian responden digunakan klasifikasi sebagai berikut (Sudjana, 2005) :

- a) Jika TCR antara berkisar 90% – 100% = Sangat Puas
- b) Jika TCR antara berkisar 80% – 89,99% = Puas
- c) Jika TCR antara berkisar 65% – 79,99% = Cukup Puas
- d) Jika TCR antara berkisar 55% – 64,99% = Kurang Puas
- e) Jika TCR antara berkisar 0% – 54,99% = Tidak Puas

### **3.8.3 Uji Asumsi Klasik**

#### **3.8.3.1 Uji Normalitas**

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Untuk mengetahui pola distribusi dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini maka digunakan bantuan uji non parametrik *One Sample Kolmogorov Smirnov Test*. Normalnya sebuah item ditentukan dari nilai *asympt sig (2 tailed)* yang dihasilkan dalam pengujian yang harus  $>$  alpha 0,05 (Ghozali, 2011 : 165).

#### **3.8.3.2 Uji Multikoleniaritas**

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah di dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel independen. Metode yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance atau *variance inflation factor (VIF)*. Model regresi akan bebas dari multikolinieritas jika nilai tolerance  $>$  0.10 atau jika VIF  $<$  10 (Ghozali, 2011).

#### **3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu persamaan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual dari suatu pengamatan lain tetap, maka



disebut homokedastisitas dan jika varians berbeda maka disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadinya heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan Uji Glejser. Uji Glejser ini dilakukan dengan cara *meregres* variabel bebas terhadap nilai residualnya yang telah *unstandardized*. Bila nilai signifikannya lebih besar dari 0,05 maka berarti tidak terdapat gejala heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

### 3.9 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk menguji hipotesis adanya pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pengunjung ABG Waterpark Lubuk Minturun di Kota Padang maka digunakan alat uji statistik yaitu regresi linear berganda yang dapat di rumuskan sebagai berikut :

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

$\gamma$  = Kepuasan Pengunjung

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1, \beta_2$  = Koefisien Regresi

$X_1$  = Kualitas Pelayanan

$X_2$  = Lokasi

$e$  = Term Error

### **3.10 Koefisien Determinasi**

#### **3.10.1 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Nilai  $R^2$  yang semakin mendekati 1, berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen. Koefisien determinasi yang digunakan adalah nilai Adjusted R Square karena lebih dapat dipercaya dalam mengevaluasi model regresi. Nilai Adjusted R Square dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model. Berbeda dengan nilai  $R^2$  yang pasti akan meningkat setiap tambahan satu variabel independen, tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Untuk *standard error of estimate (SEE)* yang dihasilkan dari pengujian ini, semakin kecil SEE, maka akan membuat persamaan regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen.

### **3.11 Uji Hipotesis**

#### **3.11.1 Uji T-tes Statistik**

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh suatu variabel independen secara parsial atau individu terhadap variabel dependen dengan asumsi jika signifikan terhitung yang dapat dilihat dari hasil analisa regresi menunjukkan  $\alpha = 5\%$ . Dengan rumus (Ghozali, 2011) :

$$t = \frac{\beta n}{S\beta n}$$

Dimana :

$\beta^n$  = Koefisien regresi masing – masing variabel

$S\beta^n$  = Koefisien error masing – masing variabel

Kriteria pengujian :

- a. Jika signifikan  $> \alpha$  0,05 maka keputusan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen secara parsial.
- b. Jika signifikan  $< \alpha$  0,05 maka keputusan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial.

### 3.11.2 Uji F-tes Statistik

Untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh antara beberapa variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2010).

$$F = \frac{R^2 / K}{(1 - R^2) / (n - k)}$$

Dengan  $\alpha = 5\%$  bila signifikan  $< \alpha$  maka  $H_a$  diterima yang berarti bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau sebaliknya.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Profil Responden**

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pengunjung ABG Waterpark Lubuk Minturun di Kota Padang. Untuk membuktikan pernyataan tersebut terlebih dahulu dilakukan proses pengumpulan informasi dan data. Proses tersebut dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 138 responden yang telah berkunjung ke ABG Waterpark Lubuk Minturun. Proses penyebaran kuesioner melibatkan peneliti secara langsung, oleh sebab itu 138 lembar kuesioner yang disebarkan berhasil dikumpulkan kembali.

Setelah seluruh data dan informasi yang dibutuhkan berhasil dikumpulkan maka proses klasifikasi data (tabulasi) hasil penyebaran segera dilakukan. Proses tersebut dilakukan secara manual. Setelah proses tersebut selesai, tahapan pengolahan data dapat segera dikerjakan. Proses pengolahan data dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yang diuji melalui bantuan program SPSS 16.0. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, dapat disimpulkan profil umum tentang responden berikut ini :

##### **4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Sesuai dengan proses pengelompokan hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan dapat dikelompokkan responden yang digunakan didalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin terlihat pada tabel 4.1 berikut ini :

**Tabel 4.1**  
**Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Pria	78	56.5
Wanita	60	43.5
Total	138	100

*Sumber : Data Primer diolah 2018, Lampiran 3*

Berdasarkan tabel 4.1, terlihat jumlah responden pria lebih mendominasi dibandingkan responden wanita. Jumlah responden pria yaitu 78 orang atau 56.5%, sedangkan jumlah responden wanita berjumlah 60 orang atau 43.5%. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pengunjung yang lebih banyak berkunjung ke ABG Waterpark adalah pria.

#### 4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia

Setelah dilakukan pengolahan data dengan seksama dan teliti maka dapat dikelompokkan berdasar usia masing-masing dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini:

**Tabel 4.2**  
**Profil Responden Berdasarkan Usia**

Umur	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
17 s/d 25 tahun	46	33.3
26 s/d 34 tahun	26	18.8
35 s/d 43 tahun	66	47.8
44 s/d 52 tahun	-	-
> 52 tahun	-	-
Total	138	100

*Sumber : Data Primer diolah 2018, Lampiran 3*

Berdasarkan dari tabel 4.2, dapat dilihat bahwa pengunjung yang berkunjung ke ABG Waterpark berusia antara 17 s/d 25 tahun berjumlah 46 orang atau 33.3%, berusia antara 26 s/d 34 tahun berjumlah 26 orang atau 18.8%, dan berusia 35 s/d 43 tahun berjumlah 66 orang atau 47.8%. Jadi, dapat disimpulkan

bahwa pengunjung terbanyak datang ke ABG Waterpark berusia antara 35 s/d 43 tahun.

#### 4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Melalui proses tabulasi data, responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini dapat dikelompokkan berdasarkan jenis pekerjaan masing-masing responden, seperti terlihat pada tabel 4.3 berikut ini:

**Tabel 4.3**  
**Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
Pelajar/Mahasiswa	46	33.3
Pegawai Negeri	34	24.6
Pegawai Swasta	24	17.4
Wiraswasta	26	18.8
Lain-lain	8	5.8
Total	138	100

*Sumber : Data Primer diolah 2018, Lampiran 3*

Pada tabel 4.3, jenis pekerjaan responden dikelompokkan atas lima bagian. Responden yang lebih banyak adalah sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 46 orang atau 33.3 %, bekerja sebagai pegawai negeri sebanyak 34 orang atau 24.6%, pegawai swasta sebanyak 24 orang atau 17.4%, wiraswasta sebanyak 26 orang atau 18.8%, dan bekerja pada kelompok pekerjaan lain-lain sebanyak 8 orang atau 5.8%. Jadi, yang paling mendominasi berkunjung ke ABG Waterpark adalah pelajar/mahasiswa.

#### 4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Berdomisili di Kota

Berdasarkan tabulasi data maka dapat dikelompokkan responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini sesuai dengan tempat domisili terlihat pada tabel 4.4 :

**Tabel 4.4**  
**Profil Responden Berdasarkan Tempat Berdomisili**

<b>Berdomisili di Kota</b>	<b>Jumlah (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
Padang	106	76.8
Luar Kota Padang	32	23.2
Total	138	100

*Sumber : Data Primer diolah 2018, Lampiran 3*

Berdasarkan table 4.4, tempat domisili, responden yang lebih banyak mendominasi berkunjung ke ABG Waterpark berasal dari kota Padang sebanyak 106 orang atau 76.8% , sedangkan yang berasal dari luar kota Padang sebanyak 32 orang atau 23.2%.

#### 4.1.5 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan

Melalui proses tabulasi data, responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini dapat dikelompokkan berdasarkan frekuensi kunjungan seperti terlihat pada tabel 4.5 berikut ini:

**Tabel 4.5**  
**Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan**

<b>Frekuensi Kunjungan</b>	<b>Jumlah (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
2 kali	82	59.4
3 kali	24	17.4
4 kali	22	15.9
> 4 kali	10	7.2
Total	138	100

*Sumber : Data Primer diolah 2018, Lampiran 3*

Pada tabel 4.5, terlihat frekuensi responden yang berkunjung ke ABG Waterpark 2 kali sebanyak 82 orang atau 59.4%, frekuensi berkunjung 3 kali sebanyak 24 orang atau 17.4%, frekuensi berkunjung 4 kali sebanyak 22 orang atau 15.9%, dan frekuensi berkunjung > 4 kali sebanyak 10 orang atau 7.2%. Jadi, dapat disimpulkan bahwa frekuensi tertinggi responden yang berkunjung ke ABG Waterpark adalah sebanyak 2 kali.

## **4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas**

### **4.2.1 Uji Validitas**

Untuk mengetahui apakah sebuah pertanyaan *valid* atau tidak *valid*, maka menggunakan *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*, karena menggunakan proses *Structural Equation Modelling (SEM)*. *CFA* berfungsi untuk menguji apakah suatu konstruk mempunyai unidimensionalitas atau apakah indikator-indikator pertanyaan yang digunakan dapat mengkonfirmasi sebuah konstruk atau variabel. Untuk pengujian *CFA*, *Kasier Mayer Olkin (KMO)* dan *Barlett's test of sphericity* untuk korelasi antar variabel yang diinginkan adalah diatas 0,5 dan tingkat signifikansi penelitian adalah dibawah 0,05, setelah syarat tersebut terpenuhi maka validnya item pertanyaan ditentukan uji *CFA* dengan standar nilai  $\geq 0,40$  (Ghozali, 2011).

#### **4.2.1.1 Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)**

Berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan pada 3 item pernyataan, diperoleh deskripsi data mengenai uji validitas variabel kepuasan pengunjung seperti yang terlihat pada tabel 4.6 berikut ini :



**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)**

No	Kode Item	KMO – MSA	Faktor Loading	Keterangan
1	Kepuasan 1	0.714	0.902	Valid
2	Kepuasan 2		0.951	Valid
3	Kepuasan 3		0.905	Valid

Sumber : Data Primer diolah 2018, Lampiran 4

Berdasarkan tabel 4.6, diperoleh nilai *Kaiser Meyer Measure Of Sampling Adequacy* (KMO-MSA) dari variabel kepuasan pengunjung sebesar 0.714 lebih besar dari 0,50 ini memberikan arti bahwa keseluruhan dari item-item pernyataan kepuasan pengunjung valid untuk diuji. Dari 3 item pernyataan variabel kepuasan pengunjung dinyatakan valid karena memiliki *factor loading* lebih besar dari 0,40. Sehingga seluruh item pertanyaan yang valid dapat terus digunakan kedalam tahapan pengolahan data selanjutnya.

#### 4.2.1.2 Pengujian Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan pada 10 item pernyataan , diperoleh deskripsi data mengenai uji validitas variabel kualitas pelayanan seperti terlihat di tabel 4.7, diperoleh nilai *Kaiser Meyer Measure Of Sampling Adequacy* (KMO-MSA) dari variabel kualitas pelayanan sebesar 0,799 lebih besar dari 0,50 ini memberikan arti bahwa keseluruhan dari item-item pernyataan kualitas pelayanan valid untuk diuji. Dari 10 item pernyataan variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid karena memiliki *factor loading* lebih besar dari 0,40. Sehingga seluruh item pertanyaan yang valid dapat terus digunakan kedalam tahapan pengolahan data selanjutnya.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)**

No	Kode Item	KMO – MSA	Faktor Loading	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan 1	0.799	0.879	Valid
2	Kualitas Pelayanan 2		0.888	Valid
3	Kualitas Pelayanan 3		0.817	Valid
4	Kualitas Pelayanan 4		0.755	Valid
5	Kualitas Pelayanan 5		0.644	Valid
6	Kualitas Pelayanan 6		0.629	Valid
7	Kualitas Pelayanan 7		0.742	Valid
8	Kualitas Pelayanan 8		0.849	Valid
9	Kualitas Pelayanan 9		0.692	Valid
10	Kualitas Pelayanan 10		0.749	Valid

Sumber : Data Primer diolah 2018, Lampiran 4

#### 4.2.1.3 Pengujian Validitas Variabel Lokasi (X<sub>2</sub>)

Berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan pada 7 item pernyataan, diperoleh deskripsi data mengenai uji validitas variabel lokasi seperti terlihat di tabel 4.8 diperoleh nilai *Kaiser Meyer Measure Of Sampling Adequacy* (KMO-MSA) dari variabel lokasi sebesar 0,695 lebih besar dari 0,50 ini memberikan arti bahwa keseluruhan dari item-item pernyataan lokasi valid untuk diuji. Dari 7 item pernyataan variabel harga dinyatakan valid karena memiliki *factor loading* lebih besar dari 0,40. Sehingga seluruh item pertanyaan yang valid dapat terus digunakan kedalam tahapan pengolahan data selanjutnya.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X<sub>2</sub>)**

No	Kode Item	KMO – MSA	Faktor Loading	Keterangan
1	Lokasi 1	0.695	0.681	Valid
2	Lokasi 2		0.804	Valid
3	Lokasi 3		0.851	Valid
4	Lokasi 4		0.798	Valid
5	Lokasi 5		0.638	Valid
6	Lokasi 6		0.758	Valid
7	Lokasi 7		0.813	Valid

Sumber : Data Primer diolah 2018, Lampiran 4

#### 4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kehandalan variabel. Uji reliabilitas merupakan uji yang menunjukkan sejauh mana pengukuran itu dapat memberikan hasil yang relatif tidak beda dilakukan pengulangan pengukuran terhadap subyek yang sama. Uji ini hanya dapat dilakukan pada pernyataan-pernyataan yang valid saja. Untuk mengetahui keandalan variabel digunakan nilai *Cronbach's alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's alpha* lebih besar dari 0,70 (Sekaran, 2006 : 182). Untuk mengetahui uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut ini :

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Cut Off	Keterangan
Kepuasan Pengunjung (Y)	0.909	0,70	<i>Reliable</i>
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	0.745	0,70	<i>Reliable</i>
Lokasi (X <sub>2</sub> )	0.719	0,70	<i>Reliable</i>

Sumber : Data Primer diolah 2018, Lampiran 4

Berdasarkan tabel 4.9, hasil uji reliabilitas dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk semua variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian yaitu kepuasan pengunjung, kualitas pelayanan dan lokasi adalah *reliabel* atau handal. Dengan kata lain semua instrument pernyataan yang digunakan memiliki kestabilan dan konsistensi dalam mengukur masing-masing variabel penelitian, sehingga semua variabel yang digunakan dalam penelitian dapat terus digunakan kedalam tahapan pengolahan data selanjutnya.

### **4.3 Analisis Deskriptif**

Untuk mengetahui secara lengkap respon jawaban yang diberikan responden dalam menilai masing-masing variabel penelitian yang digunakan didalam penelitian ini maka dilakukan narasi dari distribusi frekuensi jawaban yang di peroleh berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang telah ditabulasikan. Secara umum narasi distribusi frekuensi kualitas pelayana, lokasi dan kepuasan pengunjung dapat dilihat pada sub bab berikut ini :

#### **4.3.1 Kepuasan Pengunjung (Y)**

Hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan ada 3 item yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pengunjung. Hasilnya dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut ini :

**Tabel 4.10**  
**Distribusi Frekuensi Responden Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)**

Indikator	Jawaban Responden										Mean	TCR (%)	Ket
	STS		TS		N		S		SS				
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%			
Kepuasan pelanggan keseluruhan	0	0.0	0	0.0	21	15.2	78	56.5	39	28.3	4.13	82.6	Puas
Minat pembelian ulang	0	0.0	2	1.4	21	15.2	80	58.0	35	25.4	4.07	81.4	Puas
Kesediaan untuk merekomendasi	0	0.0	2	1.4	27	19.6	85	61.6	24	17.4	3.95	79	Cukup Puas
<b>Rata-rata</b>											<b>4.05</b>	<b>81</b>	<b>Puas</b>

Sumber : Data Primer diolah 2018, Lampiran 5

Berdasarkan data pada tabel 4.10, dapat dilihat tingkat rata-rata skor untuk variabel kepuasan pengunjung adalah sebesar 4.05 dengan tingkat pencapaian responden sebesar 81%. Variabel kepuasan pengunjung termasuk dalam kategori puas. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengunjung merasa puas setelah berkunjung ke ABG Waterpark Lubuk Minturun.

#### 4.3.2 Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )

Hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan ada 10 item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan. Berikut akan diuraikan pada tabel 4.11 rata-rata dan TCR terhadap 10 item pernyataan berikut ini :

**Tabel 4.11**  
**Distribusi Frekuensi Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)**

Indikator	Jawaban Responden										Mean	TCR (%)	Ket
	STS		TS		N		S		SS				
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%			
Reliabilitas (Reliability)	0	0.0	0	0.0	21	15.2	78	56.5	39	28.3	4.13	82.6	Puas
	0	0.0	2	1.4	21	15.2	80	58.0	35	25.4	4.07	81.4	Puas
Daya Tanggap (Responsiveness)	0	0.0	2	1.4	27	19.6	85	61.6	24	17.4	3.95	79	Cukup Puas
	0	0.0	0	0.0	30	21.7	67	48.6	41	29.7	4.08	81.6	Puas
Jaminan (Assurance)	1	0.7	0	0.0	30	21.7	64	46.4	43	31.2	4.07	81.4	Puas
	0	0.0	0	0.0	21	15.2	81	58.7	36	26.1	4.11	82.2	Puas
Empati (Empathy)	0	0.0	0	0.0	14	10.1	83	60.1	41	29.7	4.20	84	Puas
	0	0.0	0	0.0	76	55.1	43	31.2	19	13.8	3.59	71.8	Cukup Puas
Bukti Fisik (Tangibles)	9	6.5	0	0.0	50	36.2	58	42.0	21	15.2	3.66	73.2	Cukup Puas
	4	2.9	3	2.2	58	42.0	54	39.1	19	13.8	3.59	71.8	Cukup Puas
<b>Rata-Rata</b>											<b>3.945</b>	<b>78.9</b>	<b>Cukup Puas</b>

Sumber : Data Primer diolah 2018, Lampiran 5

Berdasarkan data pada tabel 4.11, dapat dilihat tingkat rata-rata skor untuk variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 3,945 dengan tingkat pencapaian responden sebesar 78,9%. Variabel kualitas pelayanan masuk dalam kategori cukup puas. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengunjung merasa cukup puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh ABG Waterpark Lubuk Minturun.

### 4.3.3 Lokasi (X<sub>2</sub>)

Hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan ada 7 item yang digunakan untuk mengukur variabel lokasi. Berikut akan diuraikan rata-rata dan TCR pada tabel 4.12 berikut ini :

**Tabel 4.12**  
**Distribusi Frekuensi Responden Variabel Lokasi (X<sub>2</sub>)**

Indikator	Jawaban Responden										Mean	TCR (%)	Ket
	STS		TS		N		S		SS				
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%			
Akses	1	0.7	0	0.0	3	2.2	64	46.4	70	50.7	4.46	89.2	Puas
	1	0.7	4	2.9	5	3.6	84	60.9	44	31.9	4.20	84	Puas
Visibilitas	1	0.7	3	2.2	7	5.1	85	61.6	42	30.4	4.19	83.8	Puas
	0	0.0	0	0.0	30	21.7	67	48.6	41	29.7	4.08	81.6	Puas
Lalu lintas (Traffic)	1	0.7	0	0.0	30	21.7	64	46.4	43	31.2	4.07	81.4	Puas
Tempat Parkir	0	0.0	0	0.0	21	15.2	81	58.7	36	26.1	4.11	82.2	Puas
Lingkungan	0	0.0	0	0.0	14	10.1	83	60.1	41	29.7	4.20	84	Puas
<b>Rata-Rata</b>											<b>4.18</b>	<b>83.7</b>	<b>Puas</b>

Sumber : Data Primer diolah 2018, Lampiran 5

Berdasarkan data pada tabel 4.12, terlihat bahwa skor rata-rata untuk variabel lokasi adalah sebesar 4.18 dengan TCR sebesar 83.7%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel lokasi masuk ke dalam kategori puas. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengunjung merasa puas terhadap lokasi ABG Waterpark Lubuk Minturun.

#### 4.4 Uji Asumsi Klasik

##### 4.4.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal. Untuk mengetahui pola distribusi dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini maka digunakan bantuan uji non parametrik *One Sample Kolmogorov Smirnov Test*. Normalnya sebuah item ditentukan dari nilai *asympt sig (2 tailed)* yang dihasilkan dalam pengujian yang harus  $>$  alpha 0,05 (Ghozali, 2011 : 165). Berdasarkan hasil

pengujian yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil seperti terlihat pada tabel 4.13 berikut ini:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Pengujian Normalitas Data**

No	Variabel	<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	<i>Cut Off</i>	Keterangan
1	Kepuasan Pengunjung	.000	0.05	Tidak Normal
2	Kualitas Pelayanan	.192	0.05	Normal
3	Lokasi	.000	0.05	Tidak Normal

Sumber : Data Primer diolah 2018, Lampiran 6

Dari tabel 4.13, terlihat bahwa variabel penelitian kepuasan pengunjung, dan lokasi belum menghasilkan nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* yang besar dari 0.05. Dengan demikian nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* tersebut harus di normalkan. Penormalan nilai *Asymp* tersebut terlihat pada tabel 4.14, sebagai berikut:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Pengujian Keseluruhan Setelah di Normalkan**

No	Variabel	<i>Asymp. Sig (2-tailed)</i>	<i>Cut Off</i>	Keterangan
1	Kepuasan Pengunjung	.474	0.05	Normal
2	Kualitas Pelayanan	.192	0.05	Normal
3	Lokasi	.474	0.05	Normal

Sumber : Data Primer diolah 2018, Lampiran 6

Setelah dilakukan penormalan data *Asymp. Sig (2-tailed)* menghasilkan nilai yang besar dari 0.05 yaitu sebesar 0.474 dan dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel penelitian yang digunakan berdistribusi, oleh sebab itu tahapan pengolahan data segera di lanjutkan.

#### 4.4.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah di dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel independen. Metode yang dapat digunakan



untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance atau *variance inflation factor* (VIF). Model regresi akan bebas dari multikolinieritas jika nilai tolerance  $> 0.10$  atau jika VIF  $< 10$  (Ghozali, 2011). Hasil pengujian dilihat seperti pada tabel 4.15 berikut ini:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Pengujian Multikolonieritas**

No	Variabel Bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	.576	1.737	Tidak terjadi multikolinieritas
2	Lokasi	.576	1.737	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Data Primer diolah 2018, Lampiran 6

Dari hasil analisis, didapat dua variabel bebas (*independent*) nilai VIF (*variance influence factor*) adalah dibawah 10 dan *tolerance* mendekati 1. Ini berarti bahwa tidak terjadi multikolinieritas antara variabel bebas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel bebas (*independent*) berupa kualitas pelayanan dan lokasi memenuhi persyaratan asumsi klasik tentang multikolinieritas.

#### 4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu persamaan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual dari suatu pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika varians berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadinya heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan Uji Glejser. Uji Glejser ini dilakukan dengan cara *meregrees* variabel bebas terhadap nilai residualnya yang

telah *unstandardized*. Bila nilai signifikannya lebih besar dari 0,05 maka berarti tidak terdapat gejala heteroskedastisitas (Ghozali, 2011). Adapun hasil uji Glejser data hasil penelitian dapat dilihat pada tabel 4.16 berikut ini:

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

No	Variabel Bebas	Sig.	Cut Off	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	.751	0.05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
2	Lokasi	.838	0.05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Data Primer diolah 2018, Lampiran 6

Berdasarkan analisis data untuk uji heteroskedastisitas sebagaimana yang terlihat pada tabel 4.16, nilai signifikansi dan variabel kualitas pelayanan sebesar 0.751, dan variabel lokasi sebesar 0.838. Dengan kata lain bahwa variabel memiliki nilai signifikan lebih besar 0.05 dengan model regresi baik atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### **4.5 Pembahasan Hasil Analisa Regresi Linear Berganda**

Untuk menguji hipotesis adanya pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pengunjung ABG Waterpark Lubuk Minturun di Kota Padang maka digunakan alat uji statistik yaitu regresi linear berganda. Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan, dapat dilihat rangkuman hasil empiris penelitian pada tabel 4.17 sebagai berikut:

**Tabel 4.17**  
**Hasil Analisa Regresi Variabel Penelitian**

No	Variabel Bebas	Koefisien Reg	Signifikan	Keterangan
1	Constanta	1.195	.000	-
2	Kualitas Pelayanan	.129	.000	H1 diterima
3	Lokasi	.086	.342	H2 ditolak

Sumber : Data Primer diolah 2018, Lampiran 7

Dari tabel 4.17 dapat dibuat persamaan Regresi Linear Berganda sebagai berikut :  $Y = 1.195 + 0.129 X_1 + 0.086 X_2$

Dari persamaan regresi linear berganda, dapat diartikan sebagai berikut:

1. Dalam model persamaan regresi linear berganda, dapat diketahui bahwa nilai konstanta sebesar 1.195, jika tidak ada variabel kualitas pelayanan dan lokasi maka kepuasan pengunjung memilih ABG Waterpark Lubuk Minturun di Kota Padang sebesar nilai konstanta yang dihasilkan yaitu 1.195.
2. Nilai Koefisien Regresi kualitas pelayanan sebesar 0.129 menyatakan bahwa setiap penambahan kualitas pelayanan (karena tanda positif) akan meningkatkan kepuasan pengunjung memilih ABG Waterpark di Kota Padang sebesar 0.129 dengan anggapan lokasi tidak mengalami perubahan atau tetap.
3. Nilai Koefisien Regresi lokasi sebesar 0.086 menyatakan bahwa setiap penambahan lokasi (karena tanda positif) akan meningkatkan kepuasan pengunjung memilih ABG Waterpark di Kota Padang sebesar 0.086 dengan anggapan kualitas pelayanan tidak mengalami perubahan atau tetap.

## 4.6 Pengujian Hipotesis

### 4.6.1 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah uji yang digunakan untuk mengetahui kemampuan dari variabel independen dalam menjelaskan variasi pengaruhnya terhadap variabel dependen yang dinyatakan dalam bentuk persentase. Hasil persentase dapat dilihat pada tabel 4.18 sebagai berikut :

**Tabel 4.18**  
**Hasil Pengujian untuk Uji Koefisien determinasi ( $R^2$ )**

No	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	.442 <sup>a</sup>	.329	.305	.33043

*Sumber : Data Primer diolah 2018, Lampiran 7*

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Hasil tabel 4.18, memperlihatkan bahwa variabel-variabel kualitas pelayanan dan lokasi mempengaruhi variabel terikat yaitu kepuasan pengunjung sebesar 0.329 yang artinya variabel tersebut mempengaruhi variabel terikat sebesar 32.9% sedangkan sisanya sebesar 67.1% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

### 4.6.2 Uji F-tes Statistik

Uji F adalah bagian uji statistik yang digunakan untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara serentak. Hasil pengujian kelayakan model dapat dilihat pada tabel 4.19 sebagai berikut:

**Tabel 4.19**  
**Hasil Pengujian Kelayakan Model (Uji F)**

Variabel	Koefisien Regresi	Signifikan
F	16.442	.000

*Sumber : Data Primer diolah 2018, Lampiran 7*

Terlihat uji kelayakan model (*F test*) adalah bagian dari uji statistik yang digunakan untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara serentak. Dari proses pengolahan yang dilakukan diperoleh hasil seperti yang terlihat pada tabel 4.19, maka dapat dijelaskan bahwa uji kelayakan model (uji F statistik) menghasilkan tingkat signifikan 0.000 karena probabilitas signifikannya jauh lebih kecil dari nilai signifikan 0.05. Maka dengan itu variabel kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama memiliki kelayakan model dalam mempengaruhi kepuasan pengunjung ABG Waterpark Lubuk Minturun di Kota Padang.

#### 4.6.3 Uji T-tes Statistik

Uji t-statistik bertujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pengunjung dengan tingkat signifikan 0.05. Hasil uji t-statistik dapat dilihat pada 4.20 berikut ini:

**Tabel 4.20**  
**Hasil Pengujian Hipotesis**

No	Variabel	Sig	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	.000	Signifikan
2	Lokasi (X2)	.342	Tidak signifikan

*Sumber : Data Primer diolah 2018, Lampiran 7*

Dari hasil olahan data dapat dilihat pada tabel 4.20, maka diketahui pengaruh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut :

Hipotesis pertama diterima, karena nilai signifikan  $0.000 < 0.05$ , berarti  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung ABG Waterpark Lubuk Minturun di Kota Padang.

Hipotesis kedua ditolak, karena nilai signifikan  $0.342 > 0.05$ , berarti  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima dengan demikian dapat disimpulkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung ABG Waterpark Lubuk Minturun di Kota Padang.

#### **4.7 Pembahasan**

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data dengan SPSS 16.0 maka dapat diuraikan ringkasan pembahasan hasil pengujian hipotesis sebagai berikut :

##### **4.7.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung**

Hasil uji hipotesis pertama kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari alpha 0.05, sementara nilai koefisien regresi sebesar 0.129. Berdasarkan analisis tersebut dinyatakan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung ABG Waterpark Lubuk Minturun di Kota Padang. Hal ini mengidentifikasi bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung maka, semakin besar rasa puas yang akan diterima pengunjung.

Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan (Kotler & Armstrong, 2008). Dengan adanya pelayanan yang baik tentunya akan

meningkatkan kepuasan pengunjung yang datang. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono & Chandra, 2011).

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sangkaeng *dkk* (2015) dan Sumertana (2016) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

#### **4.7.2 Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung**

Hasil uji hipotesis kedua lokasi memiliki nilai signifikansi sebesar 0.342 lebih besar dari alpha 0.05, sementara nilai koefisien regresi sebesar 0.086. Berdasarkan hasil uji hipotesis kedua,  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima dengan demikian dapat disimpulkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung ABG Waterpark Lubuk Minturun di Kota Padang. Hal ini mengidentifikasi bahwa pengunjung tidak mempertimbangkan lokasi dan akan tetap pergi ke ABG Waterpark Lubuk Minturun.

Lokasi menjadi faktor utama dari keberhasilan suatu penjualan suatu produk atau jasa. Jika perusahaan berhasil mempertahankan lokasi yang strategis, maka itu dapat menjadi rintangan yang efektif bagi para pesaing untuk mendapatkan akses kepasar (Tjiptono & Chandra, 2011).

Temuan ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Afifudin & Sitohang (2016) dan Octavia (2016) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, diajukan beberapa kesimpulan penting yang merupakan inti dari penelitian ini yaitu:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung ABG Waterpark Lubuk Minturun di Kota Padang.
2. Lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung ABG Waterpark Lubuk Minturun di Kota Padang.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Peneliti menyadari bahwa penelitian yang telah dilaksanakan ini masih memiliki beberapa kelemahan yang disebabkan adanya keterbatasan yang peneliti temukan dalam penyusunan skripsi ini. Adapaun keterbatasan penelitian dan saran yang penulis sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Adanya variabel lain yang tidak digunakan yaitu promosi, harga, citra merek, dan lain-lain dalam penelitian ini yang juga dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung ABG Waterpark Lubuk Minturun di Kota Padang.
2. Masih sedikitnya jumlah responden yang dijadikan sampel sehingga hasil yang akan ditemukan dalam penelitian ini memiliki tingkat keakuratan yang lemah, sehingga diharapkan untuk kedepannya lebih menambah lagi jumlah sampel.



### 5.3 Saran

Berdasarkan kepada beberapa keterbatasan yang peneliti temukan dalam penyelesaian pembuatan karya ilmiah maka peneliti dapat menyarankan beberapa saran yang dapat memberikan manfaat nantinya.

1. Pada variabel kualitas pelayanan, disarankan bagi pihak manajemen untuk memperhatikan fasilitas-fasilitas fisik ABG Waterpark, seperti kebersihan air kolam yang harus diutamakan sehingga pengunjung bisa menikmati dan merasa nyaman terhadap fasilitas yang tersedia serta sebaiknya diadakan lagi pelatihan-pelatihan khusus bagi karyawan untuk dapat menambah pengetahuan dan keterampilan dalam melayani pengunjung seperti bersikap ramah dan berkomunikasi dengan baik ketika melayani pengunjung sehingga pengunjung menjadi sangat puas dengan layanan yang diberikan ABG Waterpark Lubuk Minturun.
2. Pada variabel lokasi, pengunjung sudah merasa puas dengan lokasi yang sekarang. Oleh karena itu disarankan bagi pihak manajemen ABG Waterpark untuk mempertahankan dan meningkatkan lagi dengan memperhatikan papan nama petunjuk lokasi agar di buat secara jelas dan dengan jumlah yang memadai agar dapat mempermudah calon pengunjung untuk mengetahui lokasi ABG Waterpark.
3. Peneliti dimasa mendatang disarankan menambah variabel baru yang belum digunakan dalam penelitian ini yang meliputi keputusan konsumen, loyalitas, dan sebagainya. Saran tersebut penting untuk meningkatkan ketepatan dan akurasi hasil penelitian yang diperoleh.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifudin, & Sitohang, S. (2016). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Wisata Bahari Lamongan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(12), 1–17.
- Cochran, W. (1991). *Teknik Penarikan Sampel*. Depok: Universitas Indonesia.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM dan SPSS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 11). Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lamb, *et al.* (2011). *Pemasaran*. Jakarta: PT Salemba Emman Patria.
- Lupiyoadi. (2010). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nasution, S. (2002). *Metode Penelitian*. In *Metode Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Octavia, D. (2016). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung Di Wisata Waterboom Sawahlunto. *Jurnal Ekonomi STKIP PGRI*, 1(1), 1–10.
- Sangkaeng, S., & Dkk. (2015). Pengaruh Citra, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA*, 3(3), 1089–1100.
- Sarwono, J. (2012). *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS*. Jakarta: Alex Media Komputindo.
- Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sirait, J. N. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Waterpark Perum Bumi Sempaja Di Kota Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis*, 4(2), 342–355.
- Subagyo, A. (2010). *Marketing in Business*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

- Sudjana. (2005). *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis. Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumertana, I. W. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Water Park Seririt Singaraja Tahun 2014-2015. *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (JPPE)*, 7(2), 10.
- Sunyoto. (2013). *Dasar Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Susanti, J. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung Tempat Wisata Pemandian Wonders Waters World CBD Polonia Medan. *Jurnal Unimed*, 1(1), 1–12.
- Swastha, B. (2010). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. & Chandra, G. (2011). *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

**LAMPIRAN 1**  
**KUESIONER PENELITIAN**



**YAYASAN PENDIDIKAN BUNG HATTA  
UNIVERSITAS BUNG HATTA**

Kampus I : Jl. Sumatra Ulak Karang, Padang Telp. (0751)51678-52096 Sumatera Barat  
Fax (0751) 55475 email : [rekscro@bung-hatta.ac.id](mailto:rekscro@bung-hatta.ac.id) Website : <http://bung-hatta.ac.id>  
Kampus II Jl. By Pass, Air Pacuh, Padang, 25143, Telp. (0751) 51341-54257

Padang, Mei 2018

Assalamualaikum Wr.Wb.

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Febriyanti**  
NPM : **1410011211031**  
Pekerjaan : **Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Bung Hatta**

Sehubungan dengan penyusunan tugas akhir (skripsi) pada Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta, maka saya memerlukan beberapa informasi dari Bapak/Ibu/Saudara untuk mendukung dalam penyusunan skripsi yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung ABG Waterpark Lubuk Minturan di Kota Padang**".

Partisipasi Bapak/Ibu/Saudara sangat saya harapkan dalam menyelesaikan penelitian ini nantinya. Atas segala dukungan dan kerja sama Bapak/Ibu/Saudara, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

**Febriyanti**  
Peneliti

Mengetahui,

**Ice Kamela S.E., M.M.**  
Pembimbing I

**Zeshavina Roshu S.E., M.Si**  
Pembimbing II

## IDENTITAS RESPONDEN

Berilah tanda ceklis (√) pada setiap pilihan jawaban yang telah disediakan pada identitas responden dibawah ini :

1. Jenis Kelamin :  Pria  
 Wanita
2. Usia :  17 s/d 25 tahun  
 26 s/d 34 tahun  
 35 s/d 43 tahun  
 44 s/d 52 tahun  
 > 52 tahun
3. Pekerjaan :  Pelajar/ Mahasiswa  
 Pegawai Negeri  
 Pegawai Swasta  
 Wiraswasta  
 Lain-lain
4. Berdomisili di Kota :  Padang  
 Luar Kota Padang
5. Frekuensi berkunjung :  2 kali  
 3 kali  
 4 kali  
 > 4 kali

## PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Berilah tanda ceklis (√) pada kolom dibawah ini yang anda anggap paling tepat untuk mewakili pilihan sesuai dengan pertanyaan tentang ABG Waterpark Lubuk Minturun di Kota Padang :

STS	TS	N	S	SS
1	2	3	4	5

### Keterangan :

**STS : Sangat Tidak Setuju**

**S : Setuju**

**TS : Tidak Setuju**

**SS : Sangat Setuju**

**N : Netral**

## DAFTAR PERTANYAAN

### 1. Kepuasan Pengunjung (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Saya puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan ABG Waterpark.					
2.	Saya bersedia berkunjung kembali ke ABG Waterpark.					
3.	Saya bersedia dengan senang hati merekomendasikan ABG Waterpark kepada orang lain.					

*Sumber : Tjiptono (2011 : 453) telah disesuaikan*

## 2. Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
<b>Reliabilitas (<i>Reliability</i>)</b>						
1.	ABG Waterpark memberikan layanan yang baik sejak pertama kali.					
2.	ABG Waterpark menyediakan layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.					
<b>Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)</b>						
3.	Para karyawan ABG Waterpark memberikan layanan yang cepat bagi pengunjung.					
4.	Para karyawan ABG Waterpark siap untuk merespon permintaan pengunjung.					
<b>Jaminan (<i>Assurance</i>)</b>						
5.	Perilaku karyawan ABG Waterpark menumbuhkan kepercayaan pada pengunjung.					
6.	Para karyawan ABG Waterpark selalu bersikap sopan.					
<b>Empati (<i>Emphaty</i>)</b>						
7.	Para karyawan ABG Waterpark memperlakukan pengunjung secara penuh perhatian.					
8.	Para karyawan ABG Waterpark memperhatikan kebutuhan dan keinginan pengunjungnya dengan baik.					
<b>Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)</b>						
9.	Tampilan fasilitas-fasilitas fisik ABG Waterpark tertata sesuai dengan layanan yang diberikan.					
10.	Para karyawan ABG Waterpark berpenampilan rapi dan profesional.					

Sumber : (Tjiptono & Chandra, 2011) telah disesuaikan



### 3. Lokasi (X<sub>2</sub>)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
<b>Akses</b>						
1.	Lokasi ABG Waterpark mudah dijangkau.					
2.	Kondisi jalan menuju lokasi ABG Waterpark baik.					
<b>Visibilitas</b>						
3..	Lokasi ABG Waterpark dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.					
4.	ABG Waterpark mempunyai petunjuk yang jelas menuju lokasi.					
<b>Lalu lintas (traffic)</b>						
5.	Lalu lintas di sekitar ABG Waterpark ramai dan mudah untuk ditempuh.					
<b>Tempat parkir</b>						
6.	Sarana tempat parkir ABG Waterpark luas, dan terjamin keamanannya.					
<b>Lingkungan</b>						
7.	Keadaan lingkungan ABG Waterpark bersih dan nyaman.					

Sumber : (Tjiptono & Chandra, 2011) telah disesuaikan

**LAMPIRAN 2**  
**TABULASI DATA**

No.	PROFIL RESPONDEN					KEPUASAN (Y)					KUALITAS PELAYANAN (XI)										LOKASI (X2)							
	JK	USIA	PEK	DOM	FREK	K1	K2	K3	KPI	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	KP9	KP10	L1	L2	L3	L4	L5	L6	L7		
1	2	2	2	1	2	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	3	3	5	4	4	4	3	5	4	4	
2	1	2	2	1	2	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	5	3	4	4	
3	2	2	2	1	2	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	5	4	3	5	4	5	5	5	
4	1	2	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	5	4	4	3	3	3	3	3	
5	1	2	2	1	2	4	2	2	4	2	2	3	3	3	4	4	3	3	3	5	4	5	3	3	3	4	4	
6	1	2	2	1	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	5	2	4	4	5	4	4	4	
7	2	2	2	1	1	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	3	5	5	5	3	3	3	3	4	4	
8	2	2	2	1	1	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4	4	3	2	3	5	5	4	5	4	5	4	4	
9	2	2	3	2	1	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	
10	2	2	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	2	3	5	4	4	4	3	5	3	3	
11	1	2	3	2	1	3	3	3	3	3	3	5	3	4	4	4	3	4	2	5	4	3	5	3	4	4	4	
12	1	2	3	2	1	3	3	4	3	3	4	3	5	3	3	3	3	4	4	4	5	4	3	5	3	3	3	
13	2	2	3	2	1	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	2	3	4	5	4	3	3	4	4	4	
14	1	3	3	2	1	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	5	3	4	3	2	4	3	4	4	4	
15	1	3	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	
16	2	3	4	1	4	3	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	3	3	3	5	5	5	3	5	3	4	4	
17	1	3	4	1	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	3	4	4	4	4	
18	1	3	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
19	2	2	4	1	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	
20	1	2	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	
21	1	2	4	1	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
22	1	2	4	1	4	4	3	3	4	3	3	5	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	
23	2	2	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	
24	2	2	4	2	1	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	5	
25	1	1	1	1	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
26	1	1	1	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	
27	2	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	3	3	4	4	5	5	3	5	3	5	4	4

28	2	1	1	1	1	2	1	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	
29	2	1	1	1	1	2	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	2	1	1	1	1	2	1	5	5	4	5	4	3	4	3	3	3	4	4	1	4	4	3	5	4	3	4	3	3	4
31	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	2	1	1	1	1	1	1	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	5	4	4	3	4	4	4	4
33	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	3	3	5	4
34	2	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4
35	2	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	1	1	1	1	1	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4
37	1	3	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3
38	1	3	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4
39	1	3	2	2	2	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	5	5	5	3	3	3	3	4
40	1	3	2	2	2	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3
41	1	3	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	3	5	4	4	4	4	4
42	1	3	3	3	3	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	1	3	3	3	3	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
44	1	3	2	2	2	1	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
45	1	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
46	2	3	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47	1	3	2	2	1	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
48	2	3	2	2	1	1	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
49	2	3	3	3	3	1	3	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	1	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
50	2	3	3	3	3	1	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	4	4	4	4	5	5	5
51	1	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	1	3	5	5	1	1	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53	1	3	5	5	1	1	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
54	1	3	5	5	1	1	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
55	1	3	5	5	2	1	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	2	3	5	5	2	1	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	2	3	5	5	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4
58	1	3	5	5	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
59	1	3	5	5	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
60	2	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4



94	1	3	4	1	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	3	4	3	4	4	
95	1	3	4	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
96	2	3	2	1	2	3	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	3	5	4	
97	1	3	2	1	2	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	
98	1	3	2	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
99	2	3	2	1	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	3	4	3	4	4	
100	1	3	2	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	
101	1	1	1	1	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	
102	1	1	1	1	3	4	3	3	4	3	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	
103	2	1	1	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	
104	2	1	1	1	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	
105	1	1	1	1	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	
106	1	1	1	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	
107	2	1	1	1	1	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	
108	2	1	1	1	1	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	3	
109	2	1	1	1	1	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	1	4	4	4	4	4	4	5	4
110	2	1	1	1	1	5	5	4	5	4	5	4	3	3	3	3	5	4	4	4	4	4	5	4	3	3	
111	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
112	2	1	1	1	1	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	
113	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	3	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	
114	2	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	
115	2	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
116	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
117	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	
118	1	1	1	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
119	1	1	1	2	1	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	
120	1	1	1	2	1	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	
121	1	3	2	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
122	1	3	2	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
123	1	3	3	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
124	1	3	3	2	1	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
125	1	3	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	



**LAMPIRAN 3**  
**PROFIL RESPONDEN**



**Jenis Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	78	56.5	56.5	56.5
	Wanita	60	43.5	43.5	100.0
	Total	138	100.0	100.0	

**Usia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17 s/d 25 Tahun	46	33.3	33.3	33.3
	26 s/d 34 Tahun	26	18.8	18.8	52.2
	35 s/d 43 Tahun	66	47.8	47.8	100.0
	Total	138	100.0	100.0	

**Pekerjaan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	46	33.3	33.3	33.3
	Pegawai Negeri	34	24.6	24.6	58.0
	Pegawai Swasta	24	17.4	17.4	75.4
	Wiraswasta	26	18.8	18.8	94.2
	Lain-lain	8	5.8	5.8	100.0
	Total	138	100.0	100.0	

**Berdomisili**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Padang	106	76.8	76.8	76.8
	Luar Kota Padang	32	23.2	23.2	100.0
	Total	138	100.0	100.0	

**Frekuensi Berkunjung**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 Kali	82	59.4	59.4	59.4
	3 Kali	24	17.4	17.4	76.8
	4 Kali	22	15.9	15.9	92.8
	> 4 Kali	10	7.2	7.2	100.0
	Total	138	100.0	100.0	

**LAMPIRAN 4**  
**UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS**

## UJI VALIDITAS

### KEPUASAN (Y)

#### KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.714
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	289.039
	Df	3
	Sig.	.000

#### Component Matrix<sup>a</sup>

	Component
	1
Kepuasan 1	.902
Kepuasan 2	.951
Kepuasan 3	.905

### KUALITAS PELAYANAN (X<sub>1</sub>)

#### KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.799
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	650.697
	Df	45
	Sig.	.000

#### Rotated Component Matrix<sup>a</sup>

	Component	
	1	2
Kualitas Pelayanan 1	.879	
Kualitas Pelayanan 2	.888	
Kualitas Pelayanan 3	.817	
Kualitas Pelayanan 4	.755	
Kualitas Pelayanan 5	.644	
Kualitas Pelayanan 6	.629	
Kualitas Pelayanan 7	.742	
Kualitas Pelayanan 8		.849
Kualitas Pelayanan 9		.692
Kualitas Pelayanan 10		.749

## LOKASI (X<sub>2</sub>)

### KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.695	
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	247.931
	Df	21
	Sig.	.000

### Rotated Component Matrix<sup>a</sup>

	Component	
	1	2
Lokasi 1		.681
Lokasi 2		.804
Lokasi 3		.851
Lokasi 4	.798	
Lokasi 5	.638	
Lokasi 6	.758	
Lokasi 7	.813	

## UJI RELIABILITAS

### KEPUASAN (Y)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.909	3

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kepuasan 1	8.02	1.613	.785	.896
Kepuasan 2	8.08	1.432	.882	.814
Kepuasan 3	8.20	1.594	.790	.892

## KUALITAS PELAYANAN (X<sub>1</sub>)

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.745	10

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kualitas Pelayanan 1	35.31	11.880	.719	.681
Kualitas Pelayanan 2	35.37	11.651	.734	.676
Kualitas Pelayanan 3	35.49	12.252	.620	.695
Kualitas Pelayanan 4	35.36	12.174	.567	.700
Kualitas Pelayanan 5	35.37	12.892	.368	.731
Kualitas Pelayanan 6	35.33	13.027	.455	.719
Kualitas Pelayanan 7	35.25	12.815	.543	.708
Kualitas Pelayanan 8	35.86	14.315	.125	.764
Kualitas Pelayanan 9	35.78	14.595	.042	.782
Kualitas Pelayanan 10	35.86	13.658	.176	.765

## LOKASI (X<sub>2</sub>)

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.719	7

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Lokasi 1	24.85	6.860	.364	.702
Lokasi 2	25.11	6.550	.379	.700
Lokasi 3	25.12	6.518	.406	.693
Lokasi 4	25.23	6.369	.426	.688
Lokasi 5	25.24	6.315	.391	.699
Lokasi 6	25.20	6.178	.582	.651
Lokasi 7	25.12	6.541	.492	.674

**AMPIRAN 5**  
**ANALISIS DESKRIPTIF**

## KEPUASAN (Y)

### Statistics

		Kepuasan 1	Kepuasan 2	Kepuasan 3
N	Valid	138	138	138
	Missing	0	0	0
Mean		4.13	4.07	3.95

### Frequency Table

#### Kepuasan 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	21	15.2	15.2	15.2
	S	78	56.5	56.5	71.7
	SS	39	28.3	28.3	100.0
	Total	138	100.0	100.0	

#### Kepuasan 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	1.4	1.4	1.4
	N	21	15.2	15.2	16.7
	S	80	58.0	58.0	74.6
	SS	35	25.4	25.4	100.0
	Total	138	100.0	100.0	

#### Kepuasan 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	1.4	1.4	1.4
	N	27	19.6	19.6	21.0
	S	85	61.6	61.6	82.6
	SS	24	17.4	17.4	100.0
	Total	138	100.0	100.0	



## KUALITAS PELAYANAN (X<sub>1</sub>)

### Statistics

	Kualitas Pelayanan 1	Kualitas Pelayanan 2	Kualitas Pelayanan 3	Kualitas Pelayanan 4	Kualitas Pelayanan 5	Kualitas Pelayanan 6	Kualitas Pelayanan 7	Kualitas Pelayanan 8	Kualitas Pelayanan 9	Kualitas Pelayanan 10
N Valid	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	4.13	4.07	3.95	4.08	4.07	4.11	4.20	3.59	3.66	3.59

### Frequency Table

#### Kualitas Pelayanan 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	21	15.2	15.2	15.2
S	78	56.5	56.5	71.7
SS	39	28.3	28.3	100.0
Total	138	100.0	100.0	

#### Kualitas Pelayanan 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	2	1.4	1.4	1.4
N	21	15.2	15.2	16.7
S	80	58.0	58.0	74.6
SS	35	25.4	25.4	100.0
Total	138	100.0	100.0	

#### Kualitas Pelayanan 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	2	1.4	1.4	1.4
N	27	19.6	19.6	21.0
S	85	61.6	61.6	82.6
SS	24	17.4	17.4	100.0
Total	138	100.0	100.0	

**Kualitas Pelayanan 4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	30	21.7	21.7	21.7
	S	67	48.6	48.6	70.3
	SS	41	29.7	29.7	100.0
	Total	138	100.0	100.0	

**Kualitas Pelayanan 5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.7	.7	.7
	N	30	21.7	21.7	22.5
	S	64	46.4	46.4	68.8
	SS	43	31.2	31.2	100.0
	Total	138	100.0	100.0	

**Kualitas Pelayanan 6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	21	15.2	15.2	15.2
	S	81	58.7	58.7	73.9
	SS	36	26.1	26.1	100.0
	Total	138	100.0	100.0	

**Kualitas Pelayanan 7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	14	10.1	10.1	10.1
	S	83	60.1	60.1	70.3
	SS	41	29.7	29.7	100.0
	Total	138	100.0	100.0	

**Kualitas Pelayanan 8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	76	55.1	55.1	55.1
	S	43	31.2	31.2	86.2
	SS	19	13.8	13.8	100.0
	Total	138	100.0	100.0	

**Kualitas Pelayanan 9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	9	6.5	6.5	6.5
	N	50	36.2	36.2	42.8
	S	58	42.0	42.0	84.8
	SS	21	15.2	15.2	100.0
	Total	138	100.0	100.0	

**Kualitas Pelayanan 10**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	2.9	2.9	2.9
	TS	3	2.2	2.2	5.1
	N	58	42.0	42.0	47.1
	S	54	39.1	39.1	86.2
	SS	19	13.8	13.8	100.0
	Total	138	100.0	100.0	

**LOKASI (X<sub>2</sub>)**

**Statistics**

		Lokasi 1	Lokasi 2	Lokasi 3	Lokasi 4	Lokasi 5	Lokasi 6	Lokasi 7
N	Valid	138	138	138	138	138	138	138
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.46	4.20	4.19	4.08	4.07	4.11	4.20

**Frequency Table**

**Lokasi 1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.7	.7	.7
	N	3	2.2	2.2	2.9
	S	64	46.4	46.4	49.3
	SS	70	50.7	50.7	100.0
	Total	138	100.0	100.0	

**Lokasi 2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.7	.7	.7
	TS	4	2.9	2.9	3.6
	N	5	3.6	3.6	7.2
	S	84	60.9	60.9	68.1
	SS	44	31.9	31.9	100.0
	Total	138	100.0	100.0	

**Lokasi 3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.7	.7	.7
	TS	3	2.2	2.2	2.9
	N	7	5.1	5.1	8.0
	S	85	61.6	61.6	69.6
	SS	42	30.4	30.4	100.0
	Total	138	100.0	100.0	

**Lokasi 4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	30	21.7	21.7	21.7
	S	67	48.6	48.6	70.3
	SS	41	29.7	29.7	100.0
	Total	138	100.0	100.0	

**Lokasi 5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.7	.7	.7
	N	30	21.7	21.7	22.5
	S	64	46.4	46.4	68.8
	SS	43	31.2	31.2	100.0
	Total	138	100.0	100.0	

**Lokasi 6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	21	15.2	15.2	15.2
	S	81	58.7	58.7	73.9
	SS	36	26.1	26.1	100.0
	Total	138	100.0	100.0	

**Lokasi 7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	14	10.1	10.1	10.1
	S	83	60.1	60.1	70.3
	SS	41	29.7	29.7	100.0
	Total	138	100.0	100.0	

**LAMPIRAN 6**  
**UJI ASUMSI KLASIK**

## UJI NORMALITAS

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		KEP	KUALPEL	LOK
N		138	138	138
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	4.0507	3.9442	4.1874
	Std. Deviation	.60801	.39394	.41454
Most Extreme Differences	Absolute	.251	.092	.196
	Positive	.251	.092	.196
	Negative	-.199	-.087	-.090
Kolmogorov-Smirnov Z		2.944	1.082	2.304
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000	.192	.000
a. Test distribution is Normal.				

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		138
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.32801277
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.042
	Negative	-.072
Kolmogorov-Smirnov Z		.844
Asymp. Sig. (2-tailed)		.474
a. Test distribution is Normal.		

## UJI MULTIKOLENIARITAS

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.195	.314		3.808	.000		
KUALPEL	.129	.094	.803	13.121	.000	.576	1.737
LOK	.086	.090	.058	.953	.342	.576	1.737

a. Dependent Variable: KEP

## UJI HETEROSKEDASTISITAS

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.124	.202		.616	.539
KUALPEL	.019	.061	.036	.318	.751
LOK	.012	.058	.023	.204	.838

a. Dependent Variable: RES2



**LAMPIRAN 7**  
**ANALISA REGRESI LINEAR BERGANDA**

## UJI T DAN UJI F

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.442 <sup>a</sup>	.329	.305	.33043	.309	16.442	2	135	.000

a. Predictors: (Constant), LOK, KUALPEL

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.195	.314		3.808	.000
	KUALPEL	.129	.094	.803	13.121	.000
	LOK	.086	.090	.058	.953	.342

a. Dependent Variable: KEP

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### IDENTITAS

---



Nama : Febriyanti  
Tempat/Tanggal lahir : Padang/ 29 Februari 1996  
Jenis kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Status : Belum menikah  
Pendidikan terakhir : S1 Manajemen Universitas Bung Hatta  
Alamat : Perumahan Belanti Permai Tahap I Blok  
B No. 2 Kelurahan Kampung Lapai  
Kecamatan Nanggalo

### RIWAYAT PENDIDIKAN

---

Tamat :

- SD Negeri 24 Ujung Gurun Padang Tamat Tahun 2008
- SMP Adabiah Padang Tamat Tahun 2011
- SMA Negeri 12 Padang Tamat Tahun 2014
- S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta Tamat Tahun 2018

Hormat Saya,

**Febriyanti, S.E**