

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
WISATA EDUKASI KEJU LASI**

SKRIPSI



OLEH

AGUNG FEBRIWANDI

1910011211094

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS BUNGHATTA

2022/2023

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA WISATA EDUKASI KEJU LASI

Oleh:

Nama : Agung Febriwandi

NPM : 1910011211094

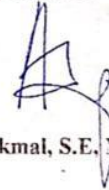
Tim Penguji

Ketua



(Dahlia Kamener, B.S., MBA., Ph.D)

Sekretaris



(Dr. Akmal, S.E., M.Si)

Anggota



(Wiry Utami, SE., M.Sc)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada tanggal 15 Agustus 2024

Fakultas Ekonomi Bisnis
Bung Hatta



(Dr. Erni Febrina Hararap, S.E., M.Si)

JUDUL SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA WISATA EDUKASI KEJU LASI

Oleh:

Nama : Agung Febriwandi

NPM : 1910011211094

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada Tanggal 15 Agustus 2024

Menyetujui

Pembimbing



(Dahliana Kamener, BS., MBA., Ph.D)

Ketua Program Studi



(Linda Wati, S.E., M.Si)

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WISATA EDUKASI
KEJU LASI**

Agung Febriwandi¹, Dahliana Kamener²

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta

Email :¹⁾agungfebriwandi5@gmail.com ²⁾dahlianakamener@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di wisata edukasi keju lasi. Sampel yang digunakan 97 responden. Pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan. Data diolah menggunakan SPSS. Jenis data pada penelitian ini yaitu data kuantitatif. Sumber data yaitu data primer. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di wisata edukasi keju lasi, kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di wisata edukasi keju lasi

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND PRODUCT QUALITY
ON CONSUMER SATISFACTION IN KEJU LASI
EDUCATION TOURISM***

Agung Febriwandi¹, Dahliana Kamener²

*Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung
Hatta University*

Email:¹⁾agungfebriwandi5@gmail.com ²⁾dahlianakamener@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

This research aims to determine and analyze the influence of service quality and product quality on consumer satisfaction in lasi cheese educational tourism. The sample used was 97 respondents. Data collection uses research instruments, quantitative or statistical data analysis with the aim of testing the hypothesis that has been applied. Data is processed using SPSS. The type of data in this research is quantitative data. The data source is primary data. The results of this research show that service quality has a positive effect on consumer satisfaction in the lasi cheese educational tour, product quality has no effect on consumer satisfaction in the lasi cheese educational tour

Keywords: *Service Quality, Product Quality, Consumer Satisfaction*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Peayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wisata Edukasi Keju Lasi**”.

Dalam penulisan Skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan motivasi serta bimbingan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Diana Kartika selaku Rektor Universitas Bung Hatta.
2. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta dan Ibu Herwati, S.E, M.Si.,AK.CA selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
3. Ibu Lindawati, S.E, M.Si dan Bapak Purbo Jadmiko, S.E, M.Sc selaku Ketua dan Sekretaris Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
4. Teristimewa kepada kedua orang tua saya Bapak (Ridwan) dan Ibu (Yulmi Hartati, S.Pd. SD) yang telah memberikan kasih sayang, perhatian dan dukungan serta semangat dan yang terutama doa yang sangat baik dan mulia sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik untuk mendapatkan gelar sarjana.
5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan semasa perkuliahan dan para karyawan Fakultas Ekonomi

dan Bisnis Universitas Bung Hatta yang memberikan bantuan kelancaran dalam kepengurusan skripsi ini.

6. Keluarga yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam pembuatan skripsi ini.
7. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penyusunan Hasil Skripsi Ini.

Padang, Agustus 2024



Agung Febriwandi

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA & PENGEMBANGAN HIPOTESIS	8
2.1 Pengertian	8
2.2 Pengertian Kepuasan Konsumen	8
2.2.1Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	10
2.3 Pengertian Kualitas Pelayanan	10
2.3.1Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	12
2.4 Kualitas Produk	13
2.4.1Faktor-faktor yang Mempengaruh Kualitas Produk.....	14
2.5 Kerangka Konseptual	15
BAB III METODE PENELITIAN	16
3.1 Jenis Penelitian	16
3.2.1Objek Penelitian.....	16
3.2.2Populasi.....	16
3.2.3Sampel.....	16
3.3 Jenis Penelitian dan Sumber Data	17
3.4 Definisi Operasional	18
3.5 Metode Analisis Data	19
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	25
4.1 Hasil Penelitian	25

4.1.1 Desain Kuesioner	25
4.1.2 Profil Responden	26
4.2 Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas	27
4.2.1 Hasil Uji Validitas	27
4.2.2 Hasil Uji Reabilitas.....	30
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	31
4.3.1 Uji Normalitas	31
4.3.2 Uji Multikolonieritas	32
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	32
4.4 Analisi Regresi Linear Berganda.....	33
4.4.1 Hasil Regresi Linear Berganda	33
4.4.2 Hasil Pengujian Uji t.....	35
4.4.3 Hasil Pengujian Uji F	36
4.4.4 Hasil Pengujian Determinasi R ²	36
4.5 Pembahasan.....	37
4.5.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Wisata Edukasi Keju Lasi.....	37
4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Wisata Edukasi Keju Lasi	38
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	40
5.1 Kesimpulan	40
5.2 Implikasi Penelitian.....	40
5.3 Keterbatasan Penelitian	41
5.4 Saran.....	42
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN.....	46

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel 1.1 Jumlah Data Pengunjung Objek Wisata Keju Lasi	
Tahun 2023	4
Tabel 1 2 Fenomena Kepuasan Konsumen di Wisata Edukasi Keju Lasi	5
Tabel 3.1 Tabel Skala Liket	17
Tabel 4. 1 Jumlah Kuesioner.....	25
Tabel 4. 2 Profil Responden.....	26
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen	28
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	29
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	30
Tabel 4. 6 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Penelitian	31
Tabel 4. 7 Hasil Pengujian Normalitas Nilai Residual Variabel Penelitian.....	31
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Multikolonieritas	32
Tabel 4. 9 Hasil Regresi Linear Berganda	34
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Uji Persial (Uji t)	35
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian F Statistik.....	36
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Konseptual	15
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas.....	33

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan kegiatan ekonomi memberikan pengaruh terhadap pemasaran. Manajemen perusahaan dituntut mempunyai konsep pemasaran yang tepat agar mampu mengatasi persaingan dalam dunia bisnis. Pada umumnya, setiap perusahaan menganut sistem pemasaran yang berorientasi kepada konsumen yaitu sistem pemasaran yang senantiasa berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam perkembangannya, sektor pariwisata turut berperan penting dalam mendukung pertumbuhan perekonomian nasional karena dengan keberadaannya dapat memberikan sumbangan pemasukan, memperluas lapangan kerja, serta memperkenalkan kejudayaan nasional sehingga patut untuk dikembangkan. (Sulistiana et al., 2020)

Indonesia memiliki sumber daya alam yang kaya. Kekayaan sumber daya alam tersebut dapat dikembangkan dan dimanfaatkan oleh masyarakat dengan salah satunya melalui pengembangan objek dan daya tarik wisata. (Hunt & Harbor, 2019). Obyek wisata merupakan produk jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan jasa dengan harapan agar konsumen datang untuk berkunjung dan menikmati obyek wisata yang ditawarkan. Untuk dapat menarik kepuasan konsumen, sebaiknya pengelola mampu memberikan kualitas pelayanan yang terbaik untuk menciptakan suatu kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan positif konsumen yang berhubungan dengan produk atau jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa atau produk tersebut. (Setiawan et al., 2019). Menurut Tjiptono (2011) kepuasan pengunjung adalah respon pelanggan pada evaluasi pada perbedaan harapan awal sebelum pembelian dan kinerja aktual

produk atau jasa. Pertemuan antara kedua kepentingan ini akan menentukan seberapa besar tingkat kepuasan pengunjung pada produk atau jasa yang diterima. (Tjiptono, 2011)

Kepuasan konsumen merupakan faktor utama yang menjadi perhatian dalam persaingan bisnis di era globalisasi. Salah satu cara memenangkan persaingan ini adalah dengan menjual produk yang berkualitas, disamping itu peningkatan kualitas secara terus-menerus sangat diperlukan dalam upaya mengikuti keinginan konsumen. Kepuasan pelanggan sangat berpengaruh pada kelangsungan bisnis termasuk dalam bisnis wisata. Obyek wisata merupakan salah satu usaha jasa yang yang diberikan oleh perusahaan jasa perjalanan wisata kepada wisatawan atau konsumen, dengan harapan konsumen dapat berkunjung dan menikmati obyek wisata yang disediakan oleh perusahaan tersebut. Untuk mendapatkan kepuasan pelanggan, pengelola objek wisata harus memberikan pelayanan yang berkualitas dan memberikan atraksi yang baik untuk memuaskan pelanggan.

Kualitas adalah seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kejutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat (Kotler, 2011). Menurut Tjiptono, kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2020)

Kualitas layanan dimulai dari kejutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan (Kotler dan Armstrong, 2012). Kualitas layanan terbaik merupakan suatu profit strategy untuk memikat lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari konsumen untuk tidak datang Kembali dan menciptakan keunggulan khusus yang tidak hanya bersaing dari segi harga. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Menurut Wicaksono, pelanggan melakukan

keputusan berdasarkan persepsi yang dimiliki dibandingkan dengan kenyataan (Wicaksono,2017). Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik tidak berdasarkan persepsi perusahaan, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan (Tjiptono, 2020).

Menurut Sunyoto kualitas pelayanan adalah suatu ukuran untuk menilai barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna yang diinginkan (Sunyoto, 2012).

Banyak cara yang digunakan oleh pengusaha atau pemilik modal dalam menghadapi persaingan yang semakin kuat, salah satunya dengan cara memahami perilaku konsumen yang akan ataupun yang telah membeli produknya mereka. Pengusaha atau pemilik modal juga harus memahami karakteristik konsumen secara umum untuk memberikan hasil produk yang baik dan layak dikonsumsi oleh konsumen, sehingga konsumen merasa puas dan tidak kecewa dalam membeli produk tersebut.

Kualitas produk merupakan salah satu hal utama yang perlu diperhatikan oleh pengusaha atau pemilik modal, karena kualitas merupakan salah satu kebijakan yang penting dalam meningkatkan daya saing produk yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen

Penelitian yang dilakukan oleh Hulu dkk (2022) mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Indomarco Adi Prima Cabang Medan Stok Pont Nias Kota Gunungsitoli didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (Hulu et al., 2022). Sejalan dengan penelitian Pangaribuan et al , (2021) mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan nusantara ke curug leuwi hejo Bogor pada era ner normal didapatkan hasil bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan nusantara yang berkunjung ke urug leuwi hwjo kabupaten Bogor pada era new normal.

Sumatera Barat terkenal akan beragam potensi wisata menarik untuk dikunjungi, salah satu diantaranya adalah objek wisata edukasi keluarga Keju Lasi yang bertempat di Nagari Lasi, Kecamatan Canduang, Kabupaten Agam. Wisata edukasi yaitu suatu bentuk pariwisata yang unsurnya rekreasi sambil belajar. Kawasan objek wisata edukasi Keju Lasi ini memiliki lahan lebih kurang 1,5 ha, yang dikelola secara pribadi oleh pemiliknya Suhatri. Wisata ini tidak hanya menyediakan objek wisata edukasi keluarga tetapi juga menyediakan produk susu sapi perah yang diolah kembali menjadi keju jenis mozzarella.

Wisata keju lasi menawarkan atraksi mulai dari taman bermain, hewan edukasi, spot foto dan keju stroberi yang memperbolehkan para pengunjung untuk memetik buahnya. Selain itu juga, wisata keju lasi juga menyediakan cafe yang bisa dipergunakan pengunjung untuk menikmati berbagai makanan dan minuman, seperti berbagai varian rasa susu murni yang diperah langsung oleh karyawan dan berbagai olahan makanan dari keju, seperti Chicken Mozzarella, Chicken Cardon Blue, Nasi Goreng keju Petaya dan Mozzarella Stick. Selain itu pemandangan alam yang masih alami berada di bawah kaki Gunung Merapi membuat pengunjung merasa betah berlama-lama di sana. Saat memasuki Kawasan lebih kurang 1,5 hektar ini, pengunjung akan merasakan ketenangan, kesejukan dan keindahan yang ditawarkan objek wisata ini sehingga menjadi daya tarik bagi pengunjung.

Tabel 1 1 Jumlah Data Pengunjung Objek Wisata Keju Lasi Tahun 2023

No	Bulan	Jumlah Pengunjung (orang)
1	Januari	2.534
2	Februari	2.876
3	Maret	2.820
4	April	535
5	Mei	4.732
6	Juni	3.304
7	Juli	2.639
8	Agustus	2.420

9	September	1.900
10	Oktober	2.668
11	November	2.219
12	Desember	3.432
Total		32.079

Sumber: Keju Lasi, 2023

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa pengunjung yang datang pada wisata edukasi keju lasi ini setiap bulannya ada yang mengalami peningkatan dan penurunan. Dapat dilihat pada bulan Mei yaitu hari libur Idul Fitri terdapat peningkatan jumlah pengunjung. Pengunjung wisata keju Lasi yang ingin menikmati taman edukasi cukup mengeluarkan biaya membeli tiket masuk sebesar 10 ribu per orang. Studi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti terhadap 30 responden pengunjung wisata edukasi keju lasi didapatkan hasil :

Tabel 1 2 Fenomena Kepuasan Konsumen di Wisata Edukasi Keju Lasi

No	Pernyataan	Jawaban		Jumlah (orang)	Persentase (%)	
		Setuju	Tidak Setuju		Setuju	Tidak Setuju
1	Saya merasa puas dengan informasi yang diberikan oleh karyawan mengenai wisata edukasi keju lasi	20	10	30	66,7	33,3
2	Saya merasa puas dengan pelayanan di wisata edukasi keju lasi	20	10	30	66,7	33,3
3	Saya merasa puas dengan sikap kepedulian karyawan terhadap kebutuhan pelanggan/konsumen di wisata edukasi keju lasi	13	17	30	43,3	56,7
4	Objek wisata edukasi keju lasi memiliki fasilitas yang cukup memadai seperti tempat ibadah, gazebo, kolam renang taman edukasi, kebun strawberry, taman rekreasi, cafe, kolam ikan, wahana bermain anak, toilet dll	12	18	30	40,0	60,0
5	Saya merasa puas dengan lokasi jalan untuk menuju ke wisata edukasi keju lasi	10	10	30	33,3	66,7

6	Saya merasa puas dengan rasa makanan dan minuman yang disajikan oleh Kejulasi	18	12	30	60,0	40,0
7	Saya merasa puas dengan minuman yang segar yang disediakan di wisata edukasi keju lasi	15	15	30	50,0	50,0
8	Saya merasa puas dengan makanan dan minuman yang disediakan sesuai dengan porsinya	20	10	30	66,7	33,3
9	Saya merasa puas dengan porsi makanan dan minuman yang disediakan sesuai dengan harga	14	16	30	46,7	53,3
10	Makanan dan minuman yang disediakan selalu di jaga kebersihannya	18	12	30	60,0	40,0
	Rata-rata				53,3%	46,7%

Sumber: *Studi Pendahuluan Peneliti*

Berdasarkan survey awal yang dilakukan peneliti terhadap 30 orang responden di dapatkan hasil bahwa bahwa responden yang memilih setuju sebanyak 53,3% dan memilih tidak setuju sebanyak 46,7 %. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa terdapatnya responden yang merasa belum puas terhadap kualitas pelayanan dan kualitas produk di wisata keju lasi.

Berdasarkan latar belakang di atas penelitian tertarik melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Wisata Edukasi Keju Lasi”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di objek wisata edukasi keju lasi ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di objek wisata edukasi keju lasi ?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di objek wisata keju lasi?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk membuktikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di objek wisata edukasi keju lasi
2. Untuk membuktikan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan di objek wisata edukasi keju lasi
3. Untuk membuktikan pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di objek wisata edukasi keju lasi.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Sebagai salah satu bahan informasi atau bahan kajian dalam menambah pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran khususnya mengenai kualitas pelayanan dan kualitas produk

2. Manfaat Praktis

Dapat memberikan gambaran bagi pihak keju lasi terkait kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sehingga dapat mengambil kebijakan, keputusan dan inovasi dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen. Selain itu, bagi peneliti bermanfaat untuk salah satu sarana untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan.