

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN DIUKUR DARI PENILAIAN
KUALITAS PELAYANAN
(Studi Kasus Pada Kusuma Agro Wisata Batu Malang)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana



OLEH

Bagus Ramadhan Assyafat
NIM: 2016120030

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI
MALANG
2020**

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN DIUKUR DARI PENILAIAN
KUALITAS PELAYANAN
(Studi Kasus Pada Kusuma Agro Wisata Batu Malang)**

Kualitas pelayanan terhadap pelanggan merupakan salah satu komponen utama dalam memberikan kepuasan kepada konsumen untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Pelaku bisnis pariwisata harus memahami betul bagaimana konsumen memandang mutu dan tingkat mutu yang mereka harapkan dan harus bekerja lebih baik untuk memenuhi harapan mutu dari konsumen untuk menjadi yang terbaik dari para pesaing. Pola pelayanan yang tepat, efektif dan efisien menjadi salah satu komponen utama dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Hal inilah yang seharusnya menjadi prinsip suatu perusahaan yaitu yang memiliki tema pokok yang menyatakan bahwa seluruh elemen bisnis harus berorientasi pada kepuasan konsumen. Peningkatan kualitas layanan jasa agro wisata ini tentunya berorientasi pada kepuasan konsumen sebagai pengguna layanan jasa tersebut. Oleh karena itu, visi dan misi organisasi ditetapkan dengan cermat dan didasarkan pada tuntutan pelanggan, maka organisasi yang bersangkutan dapat mencapai pertumbuhan dan profitabilitas yang besar (Tjiptono, 2007). Dengan mempunyai visi yang jelas serta memahami perilaku konsumen maka Kusuma Agro Wisata Batu Malang mampu merebut jajaran pangsa pasar yang menjadi targetnya. Berdasarkan uraian tersebut menjadi alasan dan latar belakang dalam pemilihan judul skripsi “ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN DIUKUR DARI PENILAIAN KUALITAS PELAYANAN PADA KUSUMA AGROWISATA BATU

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan penyebaran angket atau kuisisioner, dengan subyek penelitian konsumen jasa pada Kusuma Agro Wisata di kota Batu. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran angket atau kuisisioner, wawancara dan observasi. Metode analisis yang digunakan adalah Customer Satisfaction, Analisis Performance – Importance, dan diagram kartesius.

Analisis Customer Satisfaction

Kepuasan pengunjung Kusuma Agro Wisata terhadap lima dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*) menggunakan analisis Customer Satisfaction. Skala pengukuran menggunakan rentang nilai 1 (satu) untuk sangat tidak puas sampai 5 (lima) untuk sangat puas. Selanjutnya akan disajikan tentang kinerja pelayanan dan harapan yang dirasakan pengunjung beserta gap di setiap dimensi.

Tabel 1. Tingkat kepuasan pengunjung dan Gap yang terjadi

No	Dimensi	Rata-rata Skor			tersebut berarti menurut didapatkan pengunjung puas pelayanan Kusuma diperoleh dari hasil rata-rata dari rata-rata harapan skor 3,98537 < 3,83600
		Kinerja	Harapan	Gap	
1	(<i>tangible</i>)	4,17667	4,153333	0,02333	
2	(<i>reliability</i>)	3,91340	3,913401	0,00000	
3	(<i>responsiveness</i>)	4,94010	4,046599	0,89350	
4	(<i>assurance</i>)	2,55000	3,003333	-0,45333	
5	(<i>emphaty</i>)	4,34667	4,063333	0,28333	
	Rata-rata	3,98537	3,836000	0,14937	

Hasil penelitian kriteria yang menunjukkan bahwa kinerja Agro Wisata. Hasil itu rata kinerja lebih besar yang ditunjukkan oleh

secara jelas ditentukan oleh nilai skor gap yang menunjukkan nilai 0,14937.

Kepuasan pengunjung terdapat pada skor perbedaan tertinggi pada variabel keempat dimensi kualitas pelayanan. Skor tertinggi diperoleh dimensi keandalan (*reliability*) dengan rata-rata gap sebesar 0,89350. hal itu menunjukkan bahwa perhatian karyawan terhadap pengunjung, pelayanan yang dijanjikan dan jadwal pelayanan yang tepat waktu sangat baik. Sedangkan hanya dimensi jaminan dengan rata-rata gap sebesar -0,45333 menunjukkan adanya ketidakpuasan pengunjung. Kurang ahlinya pegawai dalam bertugas, keamanan yang kurang diakibatkan oleh kondisi area yang luas dan sulit melakukan kontrol terhadap pengunjung, akan tetapi secara umum, pengunjung merasa puas akan kualitas pelayanan Kusuma Agro Wisata.

Analisis Performance – Importance

Tabel diatas menjelaskan bahwa pada saat berlangsungnya penelitian ini secara berurutan bobot tingkat kepentingan pengunjung yang diberikan pengunjung Kusuma Agro Wisata dengan skor terbesar berada pada dimensi bukti fisik (*tangible*) senilai 3,87667 atau sebesar 22,4%. Selanjutnya diikuti oleh dimensi Keandalan (*reliability*) senilai 3,81316 atau sebesar 22,0%, berikutnya pada dimensi daya

No	Dimensi	Rata-rata Skor		
		Kinerja	Harapan	Gap
1	(<i>tangible</i>)	4,17667	4,153333	0,02333
2	(<i>reliability</i>)	3,91340	3,913401	0,00000
3	(<i>responsiveness</i>)	4,94010	4,046599	0,89350
4	(<i>assurance</i>)	2,55000	3,003333	-0,45333
5	(<i>empathy</i>)	4,34667	4,063333	0,28333
	Rata-rata	3,98537	3,836000	0,14937

tanggap (*responsiveness*) senilai 3,70643 atau 21,4%, diteruskan pada dimensi empati (*empathy*) senilai 3,52000 atau 20,3%. Sedangkan porsi terkecil diduduki oleh dimensi jaminan (*assurance*) senilai 2,42000 atau sebesar 14,0%. Hal tersebut didasari oleh faktor jaminan yang meliputi indikator keahlian pegawai dalam mengelola wisata, perasaan aman dan kesabaran pegawai kurang memuaskan pengunjung. Kemungkinan disebabkan karena kondisi wisata di daerah pegunungan yang luas menyebabkan kondisi area wisata yang terpisah.

Berdasarkan analisis performance- importance didapatkan hasil penelitian bobot tingkat kepentingan pengunjung yang diberikan pengunjung Kusuma Agro Wisata dengan skor terbesar berada pada dimensi bukti fisik (*tangible*) senilai 3,87667 atau sebesar 22,4%. Hal ini sesuai dengan keadaan yang telah diamati oleh penelitian yaitu fasilitas fisik sudah memadai; sarana penunjang yang tersedia; dan keindahan panorama.

Berdasarkan analisis data dan pembahasan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa terdapat gap antara kinerja pelayanan (*performance*) dengan harapan konsumen (*expectation*) dengan nilai skor gap yang menunjukkan nilai 0,14937, kemudian gap antara kinerja pelayanan (*performance*) dengan tingkat kepentingan konsumen (*importance*) yang menunjukkan hasil positif (*performance < importance*) dan analisis pada diagram kartesius menunjukkan letak titik koordinat setiap dimensi pelayanan berada pada kuadran B yang berarti realisasi kinerja pelayanan (*performance*) sangat baik, walaupun dimensi jaminan belum sepenuhnya dapat memuaskan pengunjung.

Kata kunci : kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, analisis kepuasan

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan sektor jasa dewasa ini mengalami peningkatan yang cukup tinggi. Sektor pariwisata di Indonesia menjadi andalan penghasil devisa negara terbesar setelah minyak dan gas bumi. Indonesia kaya akan potensi alam tetapi potensi tersebut belum dikelola secara maksimal baik itu segi pelayanan maupun segi infrastrukturnya. Indonesia memiliki potensi menjadi daerah wisata, karena kondisi geografis Indonesia memiliki banyak pulau yang membentang dari Sabang sampai Merauke serta daerah pegunungan dan daerah pantai yang semua itu merupakan potensi daerah wisata di Indonesia. Selain itu, Indonesia terdiri dari berbagai macam suku bangsa yang masing-masing suku bangsa memiliki budaya yang khas.

Persaingan dalam dunia bisnis menuntut Kusuma Agro Wisata di kota Batu untuk mampu membaca peluang yang ada serta mampu membaca kondisi pasar dan dapat mempelajari karakter konsumen agar Kusuma Agro Wisata dapat tetap eksis berdiri. Kusuma Agro Wisata harus mampu memberikan kepuasan kepada konsumen dengan memberikan jasa pelayanan yang terbaik.

Kualitas jasa pelayanan merupakan pendekatan utama untuk memberikan kepuasan kepada konsumen dan diharapkan mampu untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Pelaku bisnis pariwisata harus memahami betul bagaimana konsumen memandang mutu dan tingkat mutu yang mereka harapkan dan harus bekerja lebih baik untuk memenuhi harapan mutu dari konsumen untuk menjadi yang terbaik dari para pesaing.

Kusuma Agro Wisata yang berlokasi di jalan Abdul Gani Atas Kota Batu, Malang berada pada ketinggian antara (680-1700) m dpl, dengan kemiringan 15°-25° dan berhawa sejuk dengan suhu rata-rata 16°-30° Celcius. Kusuma Agro Wisata merupakan tempat wisata yang mengandalkan sektor wisata agro (pertanian) sebagai daya tarik. Kusuma Agro Wisata di dalamnya terdapat kebun jeruk, kebun apel, kebun stroberi serta kebun sayuran organik. Wisata petik buah memiliki keunikan tersendiri yang tidak banyak dimiliki oleh wisata lain di Indonesia dimana tiap pengunjung boleh memetik sendiri buah jeruk, apel dan stroberi dengan membeli karcis masuk dan pengunjung akan ditemani oleh seorang pemandu. Kusuma Agro Wisata memadukan antara hotel dan wisata agro serta berbagai fasilitas tambahan lainnya seperti kolam renang, *green house* (rumah kaca) untuk budidaya tanaman hidroponik, restoran, dan dua lapangan tenis. Tujuan utama Kusuma Agro Wisata adalah memuaskan pengunjung yang menikmati wisata agro di Batu Malang. Sistem manajemen pada Kusuma Agro Wisata harus tepat dan sesuai serta konsisten dengan janji yang diberikan sehingga dapat menarik konsumen sebanyak mungkin dan konsumen dapat merasa puas dalam kunjungannya di unit-unit jasa pelayanan pada Kusuma Agro Wisata di Batu Malang.

Penyedia jasa tentunya selain berorientasi pada keuntungan maksimal, juga berorientasi pada kepuasan konsumen dalam menikmati layanan jasa yang diberikan untuk menentukan kualitas jasa yang telah dinikmati. Hal ini dikarenakan kualitas jasa semata-mata ditentukan oleh

kepuasan konsumen. Konsumen yang puas dapat mendorong adanya pembelian ulang dan publisitas (Gunderson dan Olssen, 1996), yang pada akhirnya dapat membuat konsumen menjadi setia (loyal). Untuk membangun kepuasan konsumen pengukuran dan identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sangat penting dilakukan, sehingga banyak studi dan penelitian untuk mengetahui lebih jauh apa saja kemauan konsumen yang pada akhirnya pihak penyedia jasa bisa memahami dan mengerti kemauan konsumen.

Penerapan pola pelayanan yang tepat, efektif dan efisien tentunya sangat diperlukan dalam mempelajari apa yang menjadi keinginan konsumen. Untuk menerapkan pola pelayanan yang tepat diperlukan pengetahuan mengenai beberapa perbedaan persepsi dan tanggapan konsumen atas pelayanan yang diberikan. Konsumen akan merasa puas jika pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan/organisasi sesuai dengan harapan/melebihi harapan pelanggan. Kesesuaian dengan harapan/melebihi harapan atau perkiraan pelanggan ini yang disebut kualitas konsep pemasaran. Hal inilah yang seharusnya dianut oleh perusahaan yaitu yang memiliki tema pokok yang menyatakan bahwa seluruh elemen bisnis harus berorientasi pada kepuasan konsumen.

Peningkatan kualitas layanan jasa agro wisata ini tentunya berorientasi pada kepuasan konsumen sebagai pengguna layanan jasa tersebut. Setiap perusahaan harus mempunyai tujuan yang jelas agar bisa berhasil dalam menetapkan kualitas. Visi dan tujuan organisasi ditetapkan dengan cermat dan didasarkan pada tuntutan pelanggan, maka organisasi yang bersangkutan dapat mencapai pertumbuhan dan profitabilitas yang besar (Tjiptono, 1997). Dengan mempunyai visi yang jelas serta memahami perilaku konsumen maka Kusuma Agro Wisata Batu Malang mampu merebut jajaran pangsa pasar yang menjadi targetnya. Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi diperoleh data sebagai berikut:

Data Kunjungan Kusuma Agro Wisata Batu Malang Tahun 2015-2019

Tahun	Jumlah kunjungan	%
2015	18.080	50%
2016	19.588	56,68%
2017	16.628	47,81%
2018	13.375	39,73%
2019	15.954	58,59%

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui terjadinya fluktuasi kunjungan, maka diperlukan suatu penelitian pada para pengunjung wisata terhadap hal-hal yang bersangkutan dengan obyek wisata yang ada yaitu melalui hal-hal yang berhubungan dengan kualitas jasa yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Berdasarkan uraian tersebut menjadi alasan dan latar belakang dalam pemilihan judul skripsi “ANALISIS TINGKAT

KEPUASAN KONSUMEN DIUKUR DARI PENILAIAN KUALITAS PELAYANAN (Studi Kasus Pada Kusuma Agro Wisata Batu Malang)”.

1.2 Rumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penelitian ini mempunyai rumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen berdasarkan kualitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi kualitas jasa yang terdiri dari dimensi bukti fisik (*tangible*), daya tanggap (*reability*), keandalan (*responsiveness*), empati (*empathy*) dan jaminan (*assurance*)?
2. Bagaimana kesesuaian antara *Performance*, *Importance* dan *Expectation* yang terdiri dari dimensi bukti fisik (*tangible*), daya tanggap (*reability*), keandalan (*responsiveness*), empati (*empathy*) dan jaminan (*assurance*)?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen berdasarkan kualitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi kualitas jasa yang terdiri dari dimensi bukti fisik (*tangible*), daya tanggap (*reability*), keandalan (*responsiveness*), empati (*empathy*) dan jaminan (*assurance*).
2. Untuk mengetahui kesesuaian antara *Performance*, *Importance* dan *Expectation* yang terdiri dari dimensi bukti fisik (*tangible*), daya tanggap (*reability*), keandalan (*responsiveness*), empati (*empathy*) dan jaminan (*assurance*).

1.4 Manfaat Penelitian.

Hasil penelitian diharapkan bermanfaat bagi tinjauan teoritis maupun kegunaan praktis bagi pihak-pihak sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti.
Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan serta bahan kajian selanjutnya, juga sebagai aplikasi teori yang diperoleh di bangku kuliah.
2. Bagi Akademisi.
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan serta dapat dijadikan bahan wacana untuk melaksanakan penelitian selanjutnya.
3. Bagi Instansi.
Untuk memberi masukan serta tambahan informasi bagi pihak pengelola usaha sehingga lebih memahami kualitas pelayanan dan mengetahui posisi pelayanan yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen jasa Kusuma Agro Wisata di kota Batu.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsini. 1993. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka: Jakarta
- Basteson, John EG. 1991. *Managing Service Marketing*. Second Edition. Dryden Press : Orlando.
- Boediono dan Wayan Coster. 2001. *Teori dan Aplikasi Statistik dan Probabilitas Sederhana Lugas dan Mudah di Mengerti*. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Cronin, J.J. & Taylor, S.A. 1992. "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension". *Journal of Marketing*. Vol.56. July, h.55-86.
- Djarwanto, 1993, *Statistik Induktif*, BPFE, Yogyakarta
- Engel, James F, Roger D., Blackwell., Paul W., Miniard, 1993, "Customer Behavior", Seven Edition, The Dryden Press, Orlando.
- Ikhwan, Sufi. 2003. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Siswa Pada Lembaga Bimbingan Belajar Primagama di Jember*. Skripsi. Fakultas Ekonomi: Universitas Jember.
- Indriantoro, Nur & Supomo, Bambang. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis*. NPFE: Yogyakarta.
- Irawan, Handi. 2002. *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. PT. Gramedia: Jakarta.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jilid II. Prenhalindo : Jakarta.
- Lupioadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktik*. Edisi Pertama. Salemba Empat : Jakarta.
- Nani Suryani, 2005, *Pengaruh Persepsi Konsumen Atas Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas PT. Bank Syariah Jember*, Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Jember
- Payne, Adrian. 1993. *The Essence Of Service Marketing*. New Jersey: Prentice Hall. Englewood Cliffs
- Santoso, Singgih. 2001. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. PT Gramedia. Jakarta
- Singarimbuan, Masri dan Effendi, Sofyan, 1997, *Metode Penelitian Survei*, Edisi Revisi, Jakarta : LP3S.
- Soeratno dan L. Arsyad. 1999. *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. UPPAMP

YKPN: Yogyakarta.

Sularso, Andi. 1999. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Fakultas Ekonomi. Universitas Jember

Supranto, J. MA. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Edisi II. PT. Rineka Cipta
Utama: Jakarta.

Susanti, Aria Ika 2004. *Faktor-faktor Kualitas Pelayanan yang Dapat Mempengaruhi
Konsumen Dalam Memanfaatkan Jasa Transportasi Kereta Api Pada PT. Kereta Api
(Persero) DAOP IX Jember*. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Jember

Swasta, Basu. 1999. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta Tjiptono, Fandy.
2000. *Manajemen Jasa*. Edisi Ke II Cetakan III. Andi offset:Yogyakarta.