

SKRIPSI

**ANALISIS KEPUASAN PENGUNJUNG PADA OBJEK
WISATA TAMAN RUSA ACEH BESAR**



Disusun Oleh:

**SELLY NOVITA
NIM. 150604081**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2021 M/1442 H**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRYBANDA ACEH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Situs : www.uin-arraniry-web.id/fakultas-ekonomi-dan-bisnis

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Selly Novita
NIM : 150604081
Program Studi : Ilmu Ekonomi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggung jawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan pemanipulasian dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.



Banda Aceh, 14 Agustus 2020
Yang menyatakan,

Selly Novita

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Analisis Kepuasan Pengunjung Pada Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar

Disusun Oleh :

Selly Novita
NIM . 150604081

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada Program
Studi Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Muhammad Adnan, SE.,M.Si.
NIP. 197204281999031005

Ana Fitria, SE.,M.Sc
NIP.199009052019032019

Mengetahui
Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi

Dr. Muhammad Adnan, SE.,M.Si.
NIP. 197204281999031005

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Analisis Kepuasan Pengunjung Pada Objek Wisata Taman

Rusa Aceh Besar

Selly Novita
NIM. 150604081

Telah Disidangkan Oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata (S-1) dalam Bidang Ilmu Ekonomi

Pada Hari/Tanggal: Selasa, 1 September 2020
13 Muharam 1442 H

Banda Aceh

Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

Sekretaris,

Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si.
NIP. 197204281999031005

Ana Fitria, SE., M.Sc
NIP.199009052019032019

Penguji I,

Penguji II,

Marwiyati, SE., MM
NIP. 197404172005012002

Rachmi Meutia, M.Sc
NIP. 198803192019032013

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Dr. Zaki Fuad, M.Ag
NIP. 19640141902031003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web : www.library.ar-raniry.ac.id, Email : library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Selly Novita
NIM : 150604081
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ilmu Ekonomi
E-mail : sellynovita0522@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah :

Tugas Akhir KKKU Skripsi ... yang berjudul:
Analisis Kepuasan Pengunjung Pada Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar
Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis,

pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 14 Agustus 2020

Mengetahui:

Penulis

Selly Novita
NIM. 150604081

Pembimbing I,

Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si.
NIP: 197204281999031005

Pembimbing II,

Ana Fitria, SE., M.Sc
NIP: 199009052019032019

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga terselesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Kepuasan Pengunjung Pada objek Wisata Taman Rua Aceh Besar” Tidak lupa pula, selawat beserta salam peneliti limpahkan kepada pangkuan alam Baginda Rasulullah Muhammad SAW, karena berkat perjuangan beliau-lah kita telah dituntunnya dari alam jahiliyah ke alam islamiyah, dari alam kegelapan ke alam yang terang benderang yang penuh dengan ilmu pengetahuan, seperti yang kita rasakan pada saat ini.

Skripsi ini merupakan kewajiban yang harus peneliti selesaikan dalam rangka melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry. Dalam rangka pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dimana pada kesempatan ini penulis menyampaikan ungkapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

2. Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si selaku Ketua Program studi Ilmu Ekonomi dan Marwiyati, SE.,MM. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Ekonomi. Muhammad Arifin, Ph.D selaku ketua Laboratorium dan Rachmi Meutia, SE., M.Sc selaku wakil ketua laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
3. Dr. Muhammad adnan, SE., M. Si selaku dosen pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu dan fikiran untuk membimbing dan memberikan arahan dalam proses pelaksanaan penelitian sehingga terselesainya skripsi ini dengan baik. Dan Ana Fitria, SE.,M.Sc selaku dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat terselesainya dengan baik.
4. Seluruh dosen dan karyawan program Studi Ilmu ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah memberikan ilmu dan bimbingan kepada penulis..
5. Pengawas dan seluruh pihak Objek wisata taman rusa Aceh Besar, yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Terima kasih yang sebesar-besarnya untuk orangtua tercinta dan keluarga besar yang selalu memberikan kasih sayang, semangat, dan doa serta dorongan moril maupun materil yang tak terhingga.

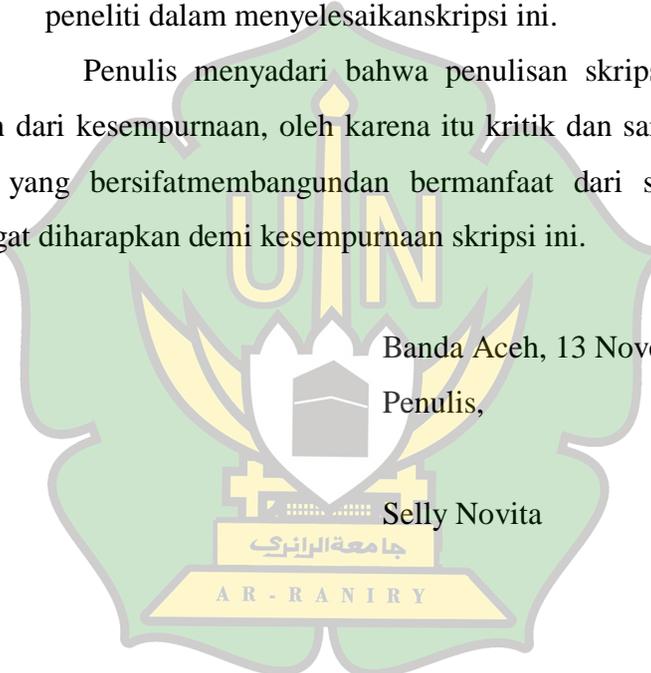
7. *Best Squad* cut, Melda, Nailis, Po, Raihan dan Yuliyang telah membantu dan selalu memotivasi penulis dalam menulis skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Teman-teman seperjuangan Program Studi Ilmu Ekonomi angkatan 2015 yang telah bersama-sama ketika suka maupun dukanya selama kuliah dan telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran atau ide-ide yang bersifat membangun bermanfaat dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Banda Aceh, 13 November 2019

Penulis,

Selly Novita



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P danK

Nomor: 158 Tahun1987 –Nomor:0543b/u/1987

1. Konsonan

| No | Arab | Latin | No | Arab | Latin |
|----|------|-----------------------|----|------|-------|
| 1 | ا | Tidak Dilambangkan | 16 | ط | T |
| 2 | ب | B | 17 | ظ | Z |
| 3 | ت | T | 18 | ع | ' |
| 4 | ث | S | 19 | غ | G |
| 5 | ج | J | 20 | ف | F |
| 6 | ح | H | 21 | ق | Q |
| 7 | خ | Kh | 22 | ك | K |
| 8 | د | D | 23 | ل | L |
| 9 | ذ | Z | 24 | م | M |
| 10 | ر | R | 25 | ن | N |
| 11 | ز | Z | 26 | و | W |
| 12 | س | S | 27 | ه | H |
| 13 | ش | Sy | 28 | ء | ' |
| 14 | ص | S | 29 | ي | Y |
| 15 | ض | D | | | |

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama | Huruf Latin |
|-------|---------------|-------------|
| ◌َ | <i>Fathah</i> | A |
| ◌ِ | <i>Kasrah</i> | I |
| ◌ُ | <i>Dammah</i> | U |

b. VokalRangkap

Vokal rangkap bahasa arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

| Tanda dan Huruf | Nama | Gabungan Huruf |
|-----------------|-----------------------|----------------|
| ◌َ ي | <i>Fathah dan ya</i> | Ai |
| ◌َ و | <i>Fathah dan wau</i> | Au |

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haua*

3. Maddah

Maddah atau panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

| Harkat dan Huruf | Nama | Huruf dan tanda |
|------------------|--|-----------------|
| اَ / اِ | <i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i> | Ā |
| اِ / اِي | <i>Kasrah</i> dan <i>ya</i> | Ī |
| اُ / اِي | <i>Dammah</i> dan <i>wau</i> | Ū |

Contoh:

قَالَ : *qāla*
رَمَى : *ramā*
قِيلَ : *qīla*
يَقُولُ : *yaqūlu*

4. Ta Marbutoh (ة)

Transliterasi untuk ta marbutoh ada dua.

a. Ta *marbutoh* (ة) hidup

Ta *marbutoh* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutoh* (ة) mati

Ta *marbutoh* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutoh* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl/ raudatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/
al-Madīnatul Munawwarah*

طَلْحَةَ : *Talḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

| | |
|------------------------|---|
| Nama Mahasiswa | : Selly Novita |
| NIM | : 150604081 |
| Fakultas/Program Studi | : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ilmu Ekonomi |
| Judul Skripsi | : Analisis Kualitas Pelayanan Kepuasan Pengunjung Padaobjek Wisata Taman Rua Aceh Besar |
| Tanggal Sidang | : Hari Selasa, 1 September 2020 |
| Tebal Skripsi | : 136 |
| Pembimbing I | : Dr. Muhammad Adnan, SE.,M.Si. |
| Pembimbing II | : Ana Fitria, SE.,M.Sc |

Perkembangan dunia di bidang bisnis saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Perusahaan yang bergerak pada bidang jasa atau produk, harus memberikan pelayanan yang terbaik. Secara umum industri jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan manufaktur. Jasa tidak berwujud atau tidak memiliki bentuk fisik, sering berubah-ubah dan berbeda-beda, jasa juga tidak dapat disimpan jadi penggunaan jasa harus saat itu juga. Berdasarkan hal tersebut penting bagi perusahaan memberikan yang terbaik bagi pelanggan sehingga konsumen merasa puas dengan jasa yang diberikan.

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan antara harapan dan kenyataan dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Objek wisata Taman Rusa Aceh Besar .jumlah sampel yang didapatkan menggunakan rumus wibisono sebanyak 97 responden dengan menggunakan metode *sampling incidental*. Metode analisis yang digunakan adalah metode *Servqual* dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada dimensi bukti fisik dan kehandalan mempunyai nilai negatif (-) yang berarti kualitas pelayanan yang diberikan tidak baik , pada dimensi daya tanggap, jaminan dan empati mempunyai nilai positif (+) yang bearti kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung baik.

Kata kunci: kepuasan, *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*, kualitas layanan

DAFTAR ISI

| | |
|---|--------------|
| HALAMAN SAMPUL KEASLIAN | i |
| HALAMAN JUDUL KEASLIAN | ii |
| LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN | iii |
| LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG | iv |
| LEMBAR PENGESAHAN HASIL SIDANG | v |
| LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI..... | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| HALAMAN TRANSLITERAS | x |
| ABSTRAK..... | xiv |
| DAFTAR ISI | xv |
| DAFTAR TABEL | xviii |
| DAFTAR GAMBAR | xx |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xxi |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 8 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 9 |
| 1.5 Sistematika Pembahasan | 9 |
| | |
| BAB II LANDASAN TEORI..... | 11 |
| 2.1 Kualitas Pelayanan | 11 |
| 2.1.1 Dimensi Kualitas Pelayanan | 13 |
| 2.1.2 Karakteristik Kualitas Pelayanan | 14 |
| 2.2 Kepuasan Konsumen | 16 |
| 2.2.1 Elemen Kepuasan Konsumen | 18 |
| 2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen..... | 19 |
| 2.2.4 Ciri-Ciri Konsumen Yang Puas | 20 |
| 2.2.5 Manfaat Kepuasan Konsumen | 21 |
| 2.3 Penelitian Terkait..... | 23 |
| 2.4 Kerangka Pemikiran | 27 |

| | |
|--|-----------|
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 29 |
| 3.1 Desain Penelitian..... | 29 |
| 3.2 Populasi, Sampel dan Tehnik Penarikan Sampel | 29 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data | 31 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data | 31 |
| 3.5 Variabel Penelitian | 32 |
| 3.5.1 Jenis Variabel | 32 |
| 3.5.2 Definisi Operasional..... | 33 |
| 3.6 Teknik Analisis Data | 35 |
| 3.7 Metode Analisis Data | 36 |
| 3.7.1 Perhitungan Nilai <i>Serqual</i> | 37 |
| 3.7.2 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> | 37 |
| 3.7.2.1 Diagram <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> | 38 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 41 |
| 4.1 Deskripsi Data Penelitian | 41 |
| 4.2 Gambaran Umum Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar | 42 |
| 4.3 Analisis Karakteristik Responden | 43 |
| 4.3.1 Gambaran umum responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 43 |
| 4.3.2 Gambaran umum responden berdasarkan usia | 44 |
| 4.4 Pengujian Instrumen..... | 45 |
| 4.4.1 Hasil Uji Validitas..... | 45 |
| 4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas | 47 |
| 4.5 Hasil Analisis Data | 49 |
| 4.5.1 Analisis Frekuensi Jawaban Responden Pengunjung Taman Rusa Aceh Besar | 49 |
| 4.5.2 Perhitungan Nilai Kenyataan Pengunjung Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar | 64 |
| 4.5.3 Perhitungan Nilai Harapan Pengunjung Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar | 66 |
| 4.5.4. Perhitungan Nilai SERVQUAL | 68 |
| 4.5.5. Diagram IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>) Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar | 70 |

| | |
|-----------------------------|-----------|
| BAB V PENUTUP | 80 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 80 |
| 5.2 Saran | 81 |
| DAFTAR PUSTAKA | 82 |



DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|---|----|
| Tabel 3.1 | PengukuranSkala <i>Liker</i> IndikatorVariabelPenelitian | 32 |
| Tabel 3.2 | Indikator Penelitian..... | 34 |
| Tabel 4.1 | KarakteristikResponden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 43 |
| Tabel 4.2 | KarakteristikResponden BerdasarkanUsia | 44 |
| Tabel 4.3 | HasilUjiValiditas Data..... | 45 |
| Tabel 4.4 | HasilUjiReliabilitas..... | 48 |
| Tabel 4.5 | Interpretasi Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden..... | 50 |
| Tabel 4.6 | Kenyataan responden terhadap Bukti Fisik (Tangible) | 51 |
| Tabel 4.7 | Kenyataan Responden terhadap kehandalan (Reliability)..... | 52 |
| Tabel 4.8 | Kenyataan responden terhadap Ketanggapan (Responsiveness)..... | 53 |
| Tabel 4.9 | Kenyataan Responden terhadap Jaminan (Assurance)..... | 54 |
| Tabel 4.10 | Kenyataan Responden terhadap Perhatian (Empathy)..... | 55 |
| Tabel 4.11 | Kenyataan Responden terhadap Kepuasan Konsumen | 56 |
| Tabel 4.12 | Harapan responden terhadap Bukti Fisik (Tangible) | 58 |
| Tabel 4.13 | Harapan Responden terhadap kehandalan (Reliability)..... | 59 |
| Tabel 4.14 | Harapan Responden terhadap Ketanggapan (Responsiveness) | 60 |
| Tabel 4.15 | Harapan Responden terhadap Jaminan (Assurance)..... | 61 |
| Tabel 4.16 | Harapan Responden terhadap Perhatian (Empathy) | 62 |
| Tabel 4.17 | Harapan Responden terhadap Kepuasan Konsumen | 64 |

| | |
|--|----|
| Tabel 4.18 Nilai Kenyataan Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar | 65 |
| Tabel 4.19 Nilai Harapan Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar | 67 |
| Tabel 4.20 Nilai Servqual Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar | 69 |
| Tabel 4.21 Nilai Rata-rata Diagram Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar | 71 |
| Tabel 4.22 Hasil Perhitungan Diagram IPA pada kuadran B... | 74 |
| Tabel 4.23 Hasil Perhitungan Diagram IPA pada kuadran C... | 75 |
| Tabel 4.24 Hasil Perhitungan Diagram IPA pada kuadran D... | 77 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 KerangkaPemikiran | 28 |
| Gambar 3.1 Diagram IPA..... | 38 |
| Gambar 4.1 Diagram IPA Objek Wisata Aceh Besar | 72 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner | 85 |
| Lampiran 2 Skor butir instrumen penelitian..... | 99 |
| Lampiran 3 Dokumentasi | 114 |



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia di bidang bisnis saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Perusahaan yang bergerak pada bidang jasa atau produk, harus memberikan pelayanan yang terbaik. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberi kepuasan kepada pelanggannya, dimana dengan menciptakan produk atau jasa yang berkualitas sesuai dengan keinginan dan kebutuhan para konsumen. Kelebihan dalam pelayanan merupakan hal penting karena akan membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya dengan mendapatkan kepuasan para konsumen yang sudah menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Secara umum industri jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan manufaktur. Jasa tidak berwujud atau tidak memiliki bentuk fisik, sering berubah-ubah dan berbeda-beda, jasa juga tidak dapat disimpan jadi penggunaan jasa harus saat itu juga. Berdasarkan hal tersebut sulit untuk melakukan evaluasi terhadap kualitas jasa sehingga untuk mengukur kualitas jasa perusahaan harus mengacu pada persepsi konsumen mengenai baik buruknya kualitas jasa. Berdasarkan hal tersebut penting bagi perusahaan memberikan yang terbaik bagi pelanggan sehingga konsumen merasa puas dengan jasa yang diberikan.

Kepuasan konsumen memberikan dampak yang besar bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Karena perusahaan jasa berhubungan langsung dengan pelanggan. Pelanggan menentukan kelangsungan hidup perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Karena semakin banyak pelanggan maka semakin banyak pula pendapatan perusahaan dan juga sebaliknya semakin sedikit pelanggan akan semakin sedikit juga pendapatan perusahaan. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Konsumen yang merasa puas pada produk/jasa yang dibeli dan digunakannya akan kembali menggunakan jasa/produk yang ditawarkan (Kotler dan Keller, 2016:153). Artinya kepuasan konsumen ialah sejauh mana kinerja produk/jasa memenuhi harapan pembeli, konsumen akan merasa puas bila produk/jasa yang digunakan sesuai yang diharapkan dan sebaliknya konsumen akan tidak puas bila produk atau jasa yang digunakan tidak sesuai harapan konsumen.

Salah satu cara untuk memuaskan konsumen ialah dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik. Menurut Wijaya (2011:52), kualitas layanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Konsumen yang merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh jasa atau produk sangat besar kemungkinannya

akan menjadi pelanggan untuk waktu yang lama ataupun sebaliknya jika mereka tidak puas dengan jasa atau produk yang diberikan akan mencari penyedia jasa yang lain.

Kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen tidak selalu sama tetapi berdasarkan persepsi seseorang. Persepsi yang diberikan konsumen sesuai dengan pelayanan yang diterima jika pelayanan yang diterima baik atau sesuai yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan sebaliknya, jika pelayanan yang diterima buruk atau tidak sesuai dengan harapan maka kualitas pelayanan akan dipersepsikan tidak baik. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan tidak berdasarkan pada persepsi perusahaan tetapi terletak pada persepsi konsumen.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:295) menyebutkan ada beberapa faktor pendorong dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, antara lain: (1) Kualitas produk, ialah konsumen akan puas bila produk yang mereka gunakan berkualitas baik. (2) Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah sehingga memberi nilai yang tinggi kepada pelanggannya. (3) Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. (4) Emosional, yaitu konsumen akan merasa puas dan yakin bahwa orang lain akan mengaguminya bila menggunakan merek tertentu. (5) Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa, pelanggan tidak perlu

mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu untuk mendapatkan produk. Kelima faktor tersebut memiliki peran penting untuk memberikan kepuasan konsumen sehingga akan berdampak baik bagi perusahaan, dengan konsumen yang merasa puas akan membuat pengguna jasa menjadi pelanggan setia perusahaan dan akan merekomendasikan perusahaan tersebut kepada orang di sekitarnya untuk menggunakan jasa pada tempat yang sama.

Kualitas pelayanan dapat diartikan pula sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mewujudkan harapan konsumen. Ada lima dimensi kualitas pelayanan yang dapat dipakai untuk mengukur kualitas layanan konsumen yaitu: (1) Tampilan fisik (*tangible*), ialah bukti fisik yang diberikan perusahaan kepada konsumen meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, dan sarana komunikasi. Karena kualitas pelayanan tidak dapat dilihat, diraba, dan dicium tetapi dapat dirasakan sehingga *tangible* menjadi aspek dalam menentukan penilaian pelanggan. (2) Keandalan (*reliability*), ialah kemampuan perusahaan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera (kecepatan), keakuratan dan memuaskan. (3) Daya tanggap (*responsiveness*), yang diberikan perusahaan dalam bentuk keinginan para karyawan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Kepuasan pelanggan dalam *responsiveness* salah satunya adalah merespon konsumen

yang ingin mendapat pelayanan seperti memberi informasi yang dibutuhkan kepada konsumen. (4) Jaminan (*assurance*), ialah kemampuan perusahaan untuk menanamkan rasa percaya kepada pelanggan. perusahaan memberikan pengetahuan, kemampuan, Kesopanan, dan sifat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Kepuasan pelanggan dalam *assurance* salah satunya adalah keamanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa aman dan percaya kepada perusahaan sehingga pelanggan akan datang berkunjung kembali. (5) Empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan mampu memahami kebutuhan para konsumen. *Empathy* karyawan melayani dengan sikap ramah dan menghargai konsumen dalam melakukan pelayanan (Tjiptono, 2014:282).

Peningkatan kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting, jasa jika tidak didukung dengan pelayanan yang baik dan tepat akan membuat konsumen tidak puas oleh karena itu peningkatan pelayanan sangat diperlukan agar kepuasan konsumen terpenuhi, dalam mengukur persepsi kepuasan konsumen memang diperlukan menggunakan instrument yang tepat. Peneliti menggunakan instrumen *servqual* yang diciptakan Parasuraman, Zeithml, dan Berry. *Servqual* merupakan metode yang mengukur kualitas layanan berdasarkan persepsi dan harapan konsumen

terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan. Metode ini sering digunakan dalam melakukan pengukuran kualitas layanan.

Penelitian yang dilakukan Muhammad,, Yulisetiari dan Hadi (2018) hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) bukti fisik memiliki delapan indikator yang mana semua indikator menunjukkan kepuasan pengunjung pantai Pulau Merah. (2) Keandalan memiliki dua indikator yang mana keduanya menunjukkan kepuasan pengunjung pantai Pulau Merah. (3) Daya tanggap memiliki dua indikator yang mana keduanya menunjukkan kepuasan pengunjung pantai Pulau Merah. (4) Jaminan memiliki dua indikator yang mana keduanya menunjukkan kepuasan pengunjung pantai Pulau Merah. (5) Empati memiliki lima indikator yang mana kelimanya menunjukkan kepuasan pengunjung pantai Pulau Merah.

Penelitian yang dilakukan Munawir (2018) hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan dengan dimensi *assurance*, *compliance*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness*, dan *tangible* memiliki keandalan yang sesuai, sedangkan masing-masing dimensi positif dan signifikan terkait dengan kualitas layanan pusat perbelanjaan. Secara umum, pelanggan pusat perbelanjaan di Kota Banda Aceh lebih puas dengan dimensi *responsiveness*.

Penelitian Winarto dan Tb.Absor (2018) berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada PT.Media Purna Engineering yang diberikan sudah tergolong baik, namun

terdapat 1 atribut kualitas pelayanan yang masih perlu ditingkatkan atau dikembangkan kembali dari 25 atribut kualitas pelayanannya, yaitu pada atribut ke 15 tentang kecepatan dalam memberi solusi.

Penelitian yang dilakukan Rodiah dan Indrawati (2019) berdasarkan penelitian yang dilakukan didapatkan bahwa ada 12 atribut kualitas pelayanan pendidikan yang mempunyai nilai gap skor negatif dan ada 20 atribut kualitas pelayanan pendidikan yang mempunyai nilai gap skor positif dari 32 atribut pelayanan pendidikan yang ada. Gap skor rata-rata yang diperoleh dari 32 atribut kualitas pelayanan pendidikan SMP Negeri 3 Rancaekek adalah $-0,06$.

Pada Aceh Besar mempunyai banyak tempat wisata seperti air terjun Kuta Malaka, waduk keuliling, cagar alam Jantho, taman rusa dan lain-lain. Pada tempat wisata taman rusa selain memiliki keindahan alam juga memiliki banyak fasilitas diantaranya kebun bintang, kolam renang, permainan anak dan kuliner. Sehingga peneliti tertarik untuk melihat apakah pengunjung merasa puas dengan berbagai fasilitas yang disediakan pada tempat wisata taman rusa. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“AnalisisKepuasan Pengunjung Pada Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Berapa besar gap dimensi bukti fisik (*tangible*) pada objek wisata Taman Rusa Aceh Besar?
2. Berapa besar gap dimensi keterandalan (*reliability*) pada objek wisata Taman Rusa Aceh Besar?
3. Berapa besar gap dimensi daya tanggap (*responsiveness*) pada objek wisata Taman Rusa Aceh Besar?
4. Berapa besar gap dimensi jaminan (*assurance*) pada objek wisata Taman Rusa Aceh Besar?
5. Berapa besar gap dimensi empati (*empathy*) pada objek wisata Taman Rusa Aceh Besar?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui berapa besar gap dimensi bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan konsumen pada objek wisata Taman Rusa Aceh Besar.
2. Mengetahui berapa besar gap dimensi keterandalan (*reliability*) terhadap kepuasan konsumen pada objek wisata Taman Rusa Aceh Besar.
3. Mengetahui berapa besar gap dimensi daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan konsumen pada objek wisata Taman Rusa Aceh Besar.
4. Mengetahui berapa besar gap dimensi jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan konsumen pada objek wisata Taman Rusa Aceh Besar.

5. Mengetahui berapa besar gap dimensi empati (*empathy*) terhadap kepuasan konsumen pada objek wisata Taman Rusa Aceh Besar.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah wawasan tentang kualitas pelayanan dan dapat dipakai sebagai dasar untuk penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh akademisi lainnya.

2. Manfaat praktis

1. Bagi pengelola, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan jasa terutama dalam hal kualitas pelayanan dan fasilitas sehingga dapat memenuhi kepuasan konsumen.
2. Bagi pemerintah Aceh Besar, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai tambahan informasi dan masukan sehingga dapat membantu pemerintah menjadikan pariwisata sebagai alat promosi, sehingga mampu menarik wisatawan lokal bahkan mancanegara dan para investor.

1.5 Sistematika Pembahasan

Pada bab pertama atau pendahuluan yang berisi beberapa sub bab yaitu: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

Pada bab kedua atau tinjauan pustaka dan landasan teori dapat membuat uraian tentang teori kepuasan konsumen, kualitas pelayanan dan jasa yang relevan dengan pokok pembahasan, penemuan penelitian terdahulu yang terkait dengan tema pembahasan kerangka berpikir dan hipotesis.

Pada bab ketiga metode penelitian yang dapat memuat secara rinci mengenai metode yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu: jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan subjek penelitian, teknik pengumpulan data, definisi konsep dan variabel penelitian serta analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

Pada bab keempat atau hasil dan pembahasan yang berisi tentang hasil analisis serta pembahasan pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Taman Rusa Aceh Besar.

Pada bab kelima atau penutup yang berisi tentang kesimpulan atas pengujian dan saran dari hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mewujudkan harapan konsumen (Tjiptono, 2014). Menurut Goetsch dan Davis yang dikutip oleh Tjiptono (2012), kualitas diartikan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Berdasarkan definisi ini, Kualitas adalah perbandingan antara harapan dan kenyataan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa.

Pelayanan menurut Kotler (2008) adalah Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Artinya layanan merupakan kegiatan yang ditawarkan perusahaan tanpa adanya kepemilikan terhadap layanan tersebut.

Garvin dalam Tjiptono (2016) menyatakan lima macam perspektif kualitas yang berkembang. Kelima macam perspektif inilah yang bisa menjelaskan mengapa kualitas bisa diartikan secara beraneka ragam oleh orang yang berbeda dalam situasi yang

berlainan. Adapun kelima macam perspektif kualitas tersebut adalah

1. Pendekatan transdental (*transcendental approach*)

Kualitas ini dipandang sebagai keunggulan bawaan (*innate excellence*), dimana kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi tidak bisa didefinisikan dan dioperasionalkan.

2. Pendekatan berbasis produk (*product-based approach*)

Kualitas merupakan karakteristik atau atribut yang dapat dikuantitatifkan sehingga dapat diukur.

3. Pendekatan berbasis pengguna (*user-based approach*)

Kualitas tergantung pada orang yang memandangnya sehingga produk yang paling memuaskan keinginan seseorang seperti, kualitas yang dirasakan (*perceived quality*) merupakan produk yang berkualitas paling tinggi.

4. Pendekatan berbasis manufaktur (*manufacturing-based approach*)

Perspektif ini bersifat berdasarkan pasokan (*supply-based*) dan secara khusus memperhatikan praktik- praktik perkerajaan dan manufaktur, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian atau kesamaan dengan persyaratan.

5. Pendekatan berbasis nilai (*value-based approach*)

Kualitas dalam Pendekatan ini memandang dari segi nilai dan harga dengan mempertimbangkan *trade-off* antara kinerja dan harga, kualitas didefinisikan sebagai “*affordable excellent*”. Kualitas dalam perspektif ini bersifat relatif sehingga produk

yang paling bernilai adalah barang atau jasa yang paling tepat untuk dibeli (*best-buy*).

2.1.1 Dimensi Kualitas Pelayanan

Dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman, dkk (1998) dalam Lupiyoadi (2013) mengemukakan lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

1. Berwujud (*tangible*)

Kemampuan perusahaan dalam menunjukkan keberadaannya kepada pihak luar. Tersedianya sarana dan prasarana fisik yang dapat diandalkan. Berupa fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

2. Keandalan (*reability*)

Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja perusahaan harus sesuai dengan harapan pelanggan yang artinya ketepatan waktu, memberikan pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa adanya kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

3. Ketanggapan (*responsiveness*)

Suatu tindakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang dibutuhkan konsumen dengan cepat (*responsif*) dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa ada alasan yang jelas dapat menyebabkan persepsi negatif terhadap kualitas pelayanan.

4. Jaminan (*Assurance*)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan rasa percaya kepada pelanggan. Dengan pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya konsumen terhadap perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*) yaitu memberikan informasi kepada para konsumen yang membutuhkan, kredibilitas (*credibility*) yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya, keamanan (*security*) yaitu aman dari bahaya, meliputi aman secara fisik, financial dan kerahasiaan, kompetensi (*competence*) yaitu orang dalam perusahaan memiliki pengetahuan yang dibutuhkan, dan sopan santun (*courtesy*) meliputi sikap sopan santun, keramahan, respek dan perhatian setiap orang.

5. Perhatian (*Empathy*)

Karyawan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada konsumen dengan berupaya memahami kebutuhan konsumen. Dimana perusahaan diharapkan memiliki pengertian tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi konsumen.

2.1.2 Karakteristik Kualitas Pelayanan

Tjiptono dan Chandra (2016:28) mengemukakan bahwa jasa memiliki empat karakteristik yang membedakannya dengan barang, yaitu:

1. Tidak berwujud (*intangibility*)

Jasa berbeda dengan barang. Bila barang merupakan suatu obyek alat, material, atau benda: maka jasa justru merupakan perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (*performance*) atau usaha (Berry:1990).Jasa bersifat intangible, artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum jasa itu dibeli dan dikonsumsi. Dengan kata lain, konsumen tidak dapat menilai hasil dari jasa sebelum mereka menikmatinya sendiri. Oleh karena itu, untuk mengurangi ketidakpastian, konsumen akan mencari tanda atau bukti dari kualitas jasa tersebut.

2. *Heterogeneity/variability/inconsistentency*

Jasa sering kali berubah-ubah tergantung, siapa, kapan dan dimana jasa dilakukan. Sehingga mengakibatkan sulitnya menjaga kualitas suatu jasa.

3. Tidak terpisahkan (*inseparability*)

Barang biasanya diproduksi terlebih dahulu, kemudian dijual, baru dikonsumsi. Sedangkan jasa biasanya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama.

4. Tidak tahan lama (*perishability*)

Jasa tidak dapat disimpan atau dimusnahkan, sehingga tidak dapat dijual pada masa yang akan datang.

Perbedaan antara barang dan jasa menurut Wheatley dalam Tim Dosen (2013), yaitu:

1. Pembelian jasa, dipengaruhi oleh emosi seorang konsumen
2. Jasa bersifat tidak berwujud, tidak dapat dilihat, dicium, dirasa dan sebagainya.
3. Jasa bersifat tidak tahan lama, jasa dibeli dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan.
4. Jasa tidak dapat disimpan.
5. Permintaan dalam marketing barang merupakan masalah, tidak demikian dengan dengan jasa. Untuk menghadapi masalah-masalah tersebut dapat dilatih tenaga khusus.
6. Adanya puncak yang sangat padat merupakan masalah bagi marketing jasa.
7. Usaha jasa mementingkan unsur manusia.
8. Distribusinya bersifat langsung, dari produsen ke konsumen.

2.2 Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan konsumen setelah menggunakan suatu produk atau jasa dengan membandingkan harapan dan kenyataan. Menurut Kotler dan Keller (2016) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan.

Oleh karena itu mengukur tingkat kepuasan pelanggan sangatlah diperlukan. Banyak manfaat yang akan diterima perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan konsumen yang

tinggi, dimana akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran (Lupiyoadi, 2013).

Ada beberapa metode mengukur kepuasan konsumen dalam perusahaan. Kotler (2013) dalam Tjiptono dan Chandra (2016) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran

perusahaan yang berorientasi kepada konsumen akan memudahkan konsumen untuk memberikan saran dan keluhan. Cara ini memudahkan perusahaan untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan di mata konsumen. Dalam hal ini perusahaan yang berorientasi pada konsumen perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para konsumen untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka.

2. *Ghost Shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan sebagai pembeli produk perusahaan pesaing. Kemudian *ghost shopper* akan menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan dari produk perusahaan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian produk-produk tersebut. *Ghost shopper* ini juga dapat berpura-pura membuat masalah tertentu untuk menguji apakah pengawai perusahaan mampu menangani situasi dengan baik.

3. *Lost Costumer Analysis*

Metode ini dilakukan sedikit unik dengan perusahaan berusaha untuk menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok dengan harapan akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat berguna bagi perusahaan dan dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan untuk memperbaiki pelayanan kepada konsumen.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Perusahaan tidak dapat beranggapan bahwa sistem keluhan dan saran dapat menggambarkan secara lengkap kepuasan dan ketidakpuasan konsumen. Oleh karena itu, dilakukan survei pada konsumen agar diperoleh data yang lebih akurat dan rinci. Melalui survei, perusahaan akan mengetahui tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen dan sekaligus memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian pada konsumennya.

2.2.1 Elemen Kepuasan Konsumen

Elemen kepuasan konsumen menurut Wilkie (1994) dalam Yuniarti (2015) membagi kepuasan konsumen kepada 5 bagian, yaitu:

1. *Expectations*

konsumen memiliki harapan terhadap suatu barang atau jasa yang akan mereka beli. Harapan tersebut telah terbentuk sebelum konsumen melakukan pembelian barang atau

jasa. Harapan ini kemudian berlanjut setelah melakukan pembelian produk tersebut, konsumen berharap produk yang mereka beli sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen.

2. *Performance*

Pengalaman konsumen selama menggunakan produk tersebut konsumen menyadari kegunaan produk tanpa dipengaruhi oleh harapan konsumen. Ketika kinerja aktual barang atau jasa sesuai maka konsumen akan merasa puas.

3. *Comparison*

Dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja barang atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja barang atau jasa.

4. *Confirmation/Disconfirmation*

Hasil perbandingan akan menghasilkan *Confirmation of expectation*. *Confirmation* terjadi bila harapan konsumen sesuai dengan kinerja aktual barang atau jasa. Sebaliknya *disconfirmation* terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual barang atau jasa. Konsumen akan merasa puas apabila terjadi *confirmation* atau *disconfirmation*.

2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Tjiptono dan Chandra (2016) menyebutkan lima faktor

pendorong dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, antara lain:

1. Kualitas produk, faktor kualitas produk sangat penting dalam industri jasa. konsumen akan senang bila produk yang mereka gunakan berkualitas baik. Produk dapat berupa barang maupun jasa.
2. Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah sehingga memberi nilai yang tinggi kepada pelanggannya. Harga yang ditetapkan perusahaan akan menentukan tingkat kepuasan konsumen.
3. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
4. Emosional, yaitu konsumen akan merasa puas dan yakin bahwa orang lain akan mengaguminya bila menggunakan merek tertentu.
5. Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa, pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu untuk mendapatkan produk atau jasa cenderung akan lebih puas terhadap produk atau jasa tersebut.

2.2.3 Ciri-Ciri Konsumen Yang Puas

Pada dasarnya konsumen berhak menilai suatu perusahaan dalam mengeluarkan suatu barang maupun jasa dalam memenuhi harapan konsumen maupun sebaliknya tidak memenuhi harapan

konsumen. Kotler (2000) dalam Yuniarti (2015), menyatakan ciri-ciri yang konsumen yang merasa puas adalah:

1. Loyal terhadap produk

Konsumen yang merasa puas akan loyal terhadap produk, dimana mereka akan membeli kembali dari produsen yang sama.

2. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif

Komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif yaitu merekomendasi kepada calon konsumen lain tentang produk dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan.

3. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain

Ketika konsumen ingin membeli produk yang lain, maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan suatu produk kepadanya akan menjadi pertimbangan yang utama.

2.2.4 Manfaat Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2012) kepuasan pelanggan memberikan manfaat spesifik di antaranya:

1. Daya persuasif *word of mouth* (*gethok tular*)

Gethok tular merupakan strategi untuk menarik pelanggan. *Gethok tular* ialah penyampaian informasi dari mulut ke mulut, pelanggan yang pernah menggunakan jasa dari suatu perusahaan dan merasa puas dengan jasa tersebut akan merekomendasikan kepada orang lain.

2. Reduksi sensitivitas harga

Pelanggan yang merasa puas dan loyal terhadap suatu perusahaan cenderung tidak memedulikan harga ketika melakukan pembelian. Dalam banyak kasus pelanggan yang merasa puas akan mengalihkan fokus pada harga, kualitas dan pelayanan.

3. Kepuasan pelanggan sebagai kesuksesan bisnis di masa depan

pada dasarnya kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang, karena dibutuhkan waktu cukup lama bagi perusahaan untuk perusahaan sebelum dapat memperlihatkan reputasi atas kualitas layanan yang baik.

4. Manfaat ekonomi mempertahankan pelanggan serta menarik pelanggan baru.

Kepuasan pelanggan tidak akan terbentuk jika harapan dan keinginan pelanggan tidak terpenuhi. Harapan pelanggan akan mempengaruhi setiap tindakan keputusan pelanggan untuk berkunjung. Harapan pelanggan menjadi alternatif ketika ada berbagai jenis produk jasa yang ditawarkan perusahaan. Harapan itu berasal dari pengalaman masa lalu konsumen, pendapat yang didengar, informasi dari pemasar sendiri atau iklan dan lain-lain. Oleh karena itu perusahaan perlu untuk menempatkan kepuasan pengunjung sebagai fokus utama dengan tindakan untuk menciptakan produk jasa yang sesuai dengan keinginan konsumen.

2.3 Penelitian Terkait

Penelitian yang dilakukan Mohamad, Yulisetiari dan Hadi (2018) dengan judul analisis tingkat kepuasan konsumen berdasarkan kualitas pelayanan pada pengunjung objek wisata pantai Pulau Merah Kabupaten Banyuwangi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) bukti fisik memiliki delapan indikator yang mana semua indikator menunjukkan kepuasan pengunjung pantai Pulau Merah. (2) Keandalan memiliki dua indikator yang mana keduanya menunjukkan kepuasan pengunjung pantai Pulau Merah. (3) Daya tanggap memiliki dua indikator yang mana keduanya menunjukkan kepuasan pengunjung pantai Pulau Merah. (4) Jaminan memiliki dua indikator yang mana keduanya menunjukkan kepuasan pengunjung pantai Pulau Merah. (5) Empati memiliki lima indikator yang mana kelima menunjukkan kepuasan pengunjung pantai Pulau Merah.

Penelitian yang dilakukan Munawir (2018) dengan judul persepsi kualitas layanan dan kepuasan pelanggan pada pusat perbelanjaan kota Banda Aceh dengan metode servqual. Hasil penelitian menjelaskan bahwa enam dimensi *assurance*(ASR), *compliance*(COM), *emphaty*(EMP), *reliability*(REL), *responsiveness*(RES), *tangible* (TAN) dan *customer satisfaction* adalah model yang berbeda. Dimensi-dimensi ini memiliki dampak positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan di pusat perbelanjaan Kota Banda Aceh. Hasil temuan ini menunjukkan kualitas layanan dengan enam dimensi pada

penelitian memiliki keandalan yang sesuai, sedangkan masing-masing dimensi positif dan signifikan terkait dengan kualitas layanan pusat perbelanjaan. Secara umum, pelanggan pusat perbelanjaan di Kota Banda Aceh lebih puas dengan dimensi *responsiveness*. Pelanggan percaya bahwa pusat perbelanjaan di Kota Banda Aceh konsisten dengan prinsip-prinsip manajemen perbelanjaan, kegiatan dan mekanisme berjalan dibawah kinerja dan respon yang baik.

Penelitian Winarto dan Tb.Absor (2018) dengan judul analisis kualitas pelayanan dengan *metode service quality (SERVQUAL)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)* pada PT.Media Purna Engineering. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada PT.Media Purna Engineering tergolong baik, namun masih terdapat kesenjangan (*gap*) yang perlu diperbaiki pelayanannya. Berdasarkan analisis *servqual* dimensi *tangible* pada atribut ke 4 yaitu kelengkapan dan kesiapan kerja mendapat nilai *gap* $-0,296$, dimensi *responsiveness* pada atribut ke 15 yaitu cepat dalam memberikan solusi mendapat nilai *gap* $-0,185$ berdasarkan nilai tersebut menyatakan pelayanan yang belum memuaskan. Berdasarkan *Importance Performance Analysis (IPA)* kepuasan masih kurang terlihat pada kuadran A yang merupakan prioritas utama yang perlu dilakukannya perbaikan pelayanan, yaitu pada dimensi *responsiveness* pada atribut ke 15 tentang kecepatan dalam memberi solusi. Yang artinya

pekerjalambat dalam memberi solusi terhadap suatu masalah pekerjaan.

Penelitian yang dilakukan Rodiah dan Indrawati (2019) dengan judul pengukuran tingkat kualitas pelayanan jasa pendidikan dengan menggunakan metode *Service Quality(SERVQUAL)* Di SMP 3 Rancaekek. Berdasarkan penelitian yang dilakukan didapatkan bahwa ada 12 atribut kualitas pelayanan pendidikan yang mempunyai nilai gap skor negatif dan ada 20 atribut kualitas pelayanan pendidikan yang mempunyai nilai gap skor positif dari 32 atribut pelayanan pendidikan yang ada. Gap skor rata-rata yang diperoleh dari 32 atribut kualitas pelayanan pendidikan SMP Negeri 3 Rancaekek adalah $-0,06$. Hal ini menandakan bahwa tidak semua pelayanan yang diberikan oleh SMP Negeri 3 Rancaekek memuaskan pengguna jasa pendidikan.

Penelitian Kusumo dan Sofyan (2016) dengan judul strategi peningkatan kualitas pelayanan jasa dengan menggunakan metode IPA (*Importance-Performance Analisis*) pada AHASS 01108 Anugrah Jaya Semarang. Menunjukkan bahwa kinerja yang diberikan AHASS 01108 kepada pelanggan sudah sangat tinggi terlihat pada kesesuaian antara tingkat kepentingan dan kinerja sebesar 93,33%. Untuk meningkatkan kualitas kinerja yang lebih baik maka hal-hal yang perlu ditingkatkan dari setiap dimensi pelayanan berdasarkan prioritasnya sebagai berikut: (1). Pada dimensi *tangible* terlihat bahwa atribut fasilitas seperti ruang tunggu, toilet dan lain-lain masih kurang memuaskan dan menjadi

prioritas utama untuk diperbaiki agar memberikan kinerja yang lebih memuaskan. (2). Dimensi *reliability* terlihat bahwa atribut ketelitian dalam inspeksi masih kurang memuaskan dan menjadi prioritas utama untuk diperbaiki agar memberikan kinerja yang lebih memuaskan. (3) dimensi *responsiveness* terdapat atribut kesegeraan dalam menangani keluhan masih kurang memuaskan dan masih kurang memuaskan dan menjadi prioritas utama untuk diperbaiki agar memberikan kinerja yang lebih memuaskan. (4) dimensi *assurance* terdapat atribut sertifikasi, pelatihan dan pengalaman petugas masih kurang memuaskan dan menjadi prioritas utama untuk diperbaiki agar memberikan kinerja yang lebih memuaskan. (5) dimensi *emphaty* terdapat atribut pemberian perhatian khusus kepada pelanggan masih kurang memuaskan dan menjadi prioritas utama untuk diperbaiki agar memberikan kinerja yang lebih memuaskan.

Penelitian Paramitasari (2016) dengan judul analisis kualitas pelayanan jasa *SERVQUAL* di bagian penerimaan mahasiswa baru Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan jasa belum maksimal memuaskan mahasiswa karena semua atribut memiliki kesenjangan bernilai negatif. Berdasarkan perhitungan *servqual* kesenjangan terbesar adalah *reliability* yang bernilai -0,4 dan kesenjangan terkecil adalah *emphaty* yang bernilai -0,2. Dari pengukuran diagram kartesius, atribut dominan berada pada kuadran D, yang berarti kinerja organisasi berada pada tingkat tinggi

tetapi keinginan atau harapan konsumen pada variabel tersebut rendah. Oleh karena itu *IIB* Darmajaya perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanannya agar optimal dan menempatkan atribut yang berada pada kuadran lain untuk berada pada kuadran B.

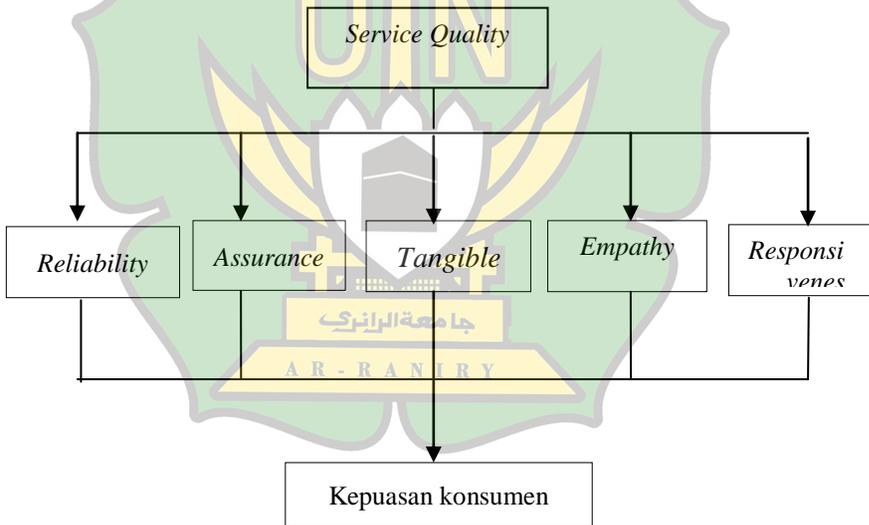
Penelitian yang dilakukan oleh Prananda, Lucitasari dan Khannan.(2019) dengan judul Penerapan metode *Service Quality (SERVQUAL)* untuk peningkatan kualitas pelayanan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* menunjukkan bahwa dimensi *tangible* merupakan dimensi dengan nilai kualitas terkecil yaitu sebesar 0,806 dan nilai kualitas terbesar terdapat pada dimensi *assurance* sebesar 0,964. Berdasarkan analisis diagram kartesius terdapat satu atribut, yaitu keadaan kamar hotel yang terdapat pada kuadran 1, yang artinya perlu adanya peningkatan kualitas terhadap atribut tersebut.

2.4 Kerangka Berpikir - R A N I R Y

Menurut Kotler dan Keller (2016:153) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Dimensi kualitas pelayanan menurut tjiptono (2014:282), terdapat lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu: bukti fisik (*tangible*), keterandalan (*realibility*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Kualitas pelayanan berkaitan dengan

kepuasan konsumen karena adanya perbandingan antara harapan dan pelayanan yang diterima secara langsung. Berdasarkan hal tersebut dengan semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka konsumen akan merasa puas.

Dengan demikian penelitian ini akan dilihat dari lima dimensi kualitas pelayanan yaitu: bukti fisik (*tangible*), keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) yang akan mempengaruhi kepuasan konsumen.



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Berdasarkan ekplanasinya masuk kedalam penelitian komparatif. Eksplanasi ialah metode penelitian yang menjelaskan hubungan antar variabel yang didapat dari data yang terkumpul. Menurut Sugiyono (2007:117) komparatif ialah penelitian yang membandingkan keadaan variabel dari dua sampel atau lebih. Dalam penelitian ini peneliti ingin membandingkan dimensi kualitas jasa antara harapan dan kenyataan (*gap*). Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015:14).

3.2 Populasi, Sampel dan Tehnik Penarikan Sampel

Populasi penelitian merupakan wilayah yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2015:117), Populasi adalah wilayah yang terdiri dari atas obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini

adalah pengunjung objek wisata Taman Rusa Lamtanjong Aceh Besar.

Sampel adalah bagian dari populasi sampel juga dapat dianggap sebagai perwakilan dari populasi. Penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* ialah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama bagi semua anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2015:122). Teknik yang digunakan ialah *sampling incidental*, pengambilan sampel yang siapa saja bertemu dengan peneliti maka dapat dijadikan sebagai sampel (Sugiyono, 2015:124). Dalam penelitian ini yang menjadi sampel yaitu pengunjung yang memenuhi kriteria tertentu, adapun kriteria yang di jadikan sampel yaitu:

1. jenis kelamin laki-laki/perempuan.
2. Berusia diatas 17 tahun

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Wibisono dalam Ruhamak dan Sya'idah (2018):

$$N = \left\{ \frac{((Z_{\alpha/2}) \cdot \sigma)}{e} \right\}^2$$

$$N = \left\{ \frac{((1,96) \cdot (0,25))}{0,05} \right\}^2$$

N = 96,04 dibulatkan menjadi 97

Keterangan:

N = Jumlah sampel

Z_{α/2} = Nilai tabel distribusi normal atas tingkat keyakinan 95%
=1.96

σ = Standar deviasi 25%

e = error (batas kesalahan = 5%)

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah yang berhubungan dengan hubungan interpersonal dan kinerja (Sugiyono, 2015). Data ini diperoleh dan dikumpulkan dengan cara survei lapangan dengan membagikan kuesioner kepada responden objek wisata Taman Rusa. Data primer berbentuk data *cross sectional* jenis data yang dikumpulkan dan dianalisis dalam sekali jalan dan data dapat dikuantifikasi.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *kuesioner* (angket). *Kuesioner* adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2015:199).

Penelitian ini menggunakan pengukuran skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2015:134). Variabel penelitian ini diukur dengan skala ordinal sehingga nilai variabel yang diukur dapat dinyatakan dalam bentuk angka sehingga akan lebih akurat efisien dan komunikatif (Sugiyono, 2015).

Tabel 3.1
Pengukuran Skala Likert

| Penilaian | Skor |
|---------------------|------|
| Sangat setuju | 5 |
| Setuju | 4 |
| Netral | 3 |
| Tidak setuju | 2 |
| Sangat tidak setuju | 1 |

Sumber: Sugiyono, (2015)

3.5 Variabel Penelitian

3.5.1 Jenis Variabel

1. Variabel Independen (variabel bebas)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau munculnya variabel dependent (Sugiyono, 2015:61). Dalam penelitian ini terdapat lima variabel bebas yang mencakup kualitas pelayanan yaitu, bukti fisik (*tangible*), keterandalan (*realibility*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

2. Variabel Dependen (variabel terikat)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2015:61). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

3.5.2 Definisi Operasional

Definisi variabel penelitian yaitu:

1. Bukti fisik (*Tangible*) merupakan penampilan fisik penyedia layanan berupa perlengkapan dan peralatan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan (Tjiptono dan Diana, 2015).
2. Keandalan (*reliability*), ialah kemampuan perusahaan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera (kecepatan), keakuratan dan memuaskan (Tjiptono, 2014).
3. Ketanggapan (*responsiveness*) merupakan suatu tindakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang dibutuhkan konsumen dengan cepat (*responsif*) dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa ada alasan yang jelas dapat menyebabkan persepsi negatif terhadap kualitas pelayanan Parasuraman, dkk (1998) dalam Lupiyoadi (2013).
4. Jaminan (*assurance*), ialah kemampuan perusahaan untuk menanamkan rasa percaya kepada pelanggan. perusahaan memberikan pengetahuan, kemampuan, Kesopanan, dan sifat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan (Tjiptono, 2014).
5. Empati (*empathy*) ialah suatu perusahaan atau organisasi mampu memahami masalah yang dialami pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, memberikan perhatian personal

kepada pelanggan, serta memiliki jam operasi yang nyaman (Tjiptono dan Diana, 2015).

6. Kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller (2016), adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan.

Tabel 3.2
Indikator Penelitian

| No | Variabel | Indikator | Skala |
|----|----------------------------|---|--------------|
| 1 | <i>Quality</i> (X1) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kolam dan area pemandian bagus dan bersih 2. Kebersihan dan kenyamanan fasilitas 3. Kelengkapan fasilitas yang ditawarkan 4. Ketersediaan lahan parkir 5. Kebersihan dan kerapihan karyawan (Ayunda dan Edwar) | Skala likert |
| 2 | <i>Reliability</i> (X2) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Ketepatan pelayanan objek wisata 2. Kesesuaian pelayanan dengan janji yang ditawarkan (Hardiyati) | Skala likert |
| 3 | <i>Responsiveness</i> (X3) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Tanggap terhadap keluhan pengunjung 2. Kesiediaan karyawan dalam membantu pengunjung 3. Kecepatan dalam menyelesaikan masalah (Hardiyati) | Skala likert |
| 4 | <i>Assurance</i> (X4) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Jaminan rasa aman dan nyaman 2. Jaminan keselamatan 3. Tenaga security (Ciptadi) | Skala likert |
| 5 | <i>Empathy</i> (X5) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan melayani pengunjung dengan ketulusan 2. Karyawan melayani pengunjung dengan sikap | Skala likert |

Tabel 3.2 Lanjutan

| | | | |
|---|--------------------------|---|--------------|
| | | sopan santun 3. Karyawan tidak diskriminatif dalam melayani pengunjung (Andari) | |
| 6 | kepuasan konsumen (y) | 1. Konfirmasi harapan 2. Minat kunjungan kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan 4. Ketidakpuasan (Tjiptono,2006:366) | Skala likert |

Sumber: Data diolah 2019

3.6 Tehnik Analisis Data

3.6.1 Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2015:173). Proses validasi merupakan pengumpulan bukti-bukti untuk menunjukkan signifikan hasil tes sesuai dengan yang direncanakan. Validitas ialah penafsiran hasil tes dan bukan alatnya itu sendiri.

Koefisien korelasi (r) yang di dapat \geq daripada koefisien pada tabel nilai- nilai kritis r , yaitu pada taraf signifikan 5% atau 1%, instrumen tes yang diuji coba tersebut dapat dinyatakan valid (Nurgiyantoro, Gunawan dan Marzuki, 2015: 415-416).

2. Uji Reliabilitas

Instrument yang realibel berarti instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2015:173). Reliabilitas

(keandalan) ialah sebuah instrumen dapat mengukur sesuatu secara konsisten dari waktu ke waktu. Syarat untuk kualifikasi suatu instrumen pengukur ialah konsistensi, kejelasan, atau tidak berubah-ubah (Nurgiyanto, Gunawan dan Marzuki, 2015:417). Mengukur reabilitas dalam penelitian dapat menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika hasil koefisien $\alpha > 0,60$ maka variabel tersebut dinyatakan reliabel dan sebaliknya jika hasil koefisien $\alpha < 0,60$ maka variabel tersebut dinyatakan tidak reliabel.

3.7 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model *Service Quality (Servqual)*. Metode *servqual* digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan dari masing-masing dimensi, sehingga akan diperoleh nilai kesenjangan atau gap yang merupakan selisih antara kepentingan dan ekspektasi.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari perbandingan antara skor kinerja dengan skor kepentingan maka akan menghasilkan perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat persepsi dengan harapan yang dirasakan oleh pengunjung. Dari tingkat kesesuaian yang diperoleh akan menentukan urutan prioritas faktor-faktor peningkatan kualitas layanan yang mempengaruhi kepuasan pengunjung. Dalam menentukan tingkat kesesuaian terdapat dua variabel yaitu X dan Y, yaitu variabel X mewakili kualitas layanan dan Y sebagai kepuasan pengunjung. Rumus yang digunakan ialah (Supranto, 2011:241):

$$T_{ki} = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \quad (3.1)$$

Keterangan:

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor persepsi responden

Yi = Skor harapan responden

3.7.1 Perhitungan Nilai Servqual

Penilaian kualitas jasa dengan model *servqual* melihat Perbedaan antara harapan dan persepsi. Perbedaan skor dalam kualitas jasa yang diterima oleh pengunjung disebut kesenjangan atau gap. Nilai kesenjangan layanan yang dirasakan dan layanan yang diharapkan juga disebut skor *servqual* yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Skor servqual} = \text{skor persepsi} - \text{skor harapan}$$

Dari perhitungan tersebut akan diketahui gap dari masing-masing variabel yang diteliti. Jika skor gap yang diperoleh negatif (-), berarti kualitas pelayanan yang diberikan tidak baik dan jika skor diperoleh positif (+), berarti kualitas layanan yang diberikan kepada pengunjung baik.

3.7.2 Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) menghasilkan suatu diagram kartesius. Menurut Supranto (2011), Diagram kartesius merupakan suatu bangun persegi yang dibagi dalam empat bagian dan dibatasi dengan garis tegak lurus pada titik-titik (X dan Y), X merupakan rata-rata skor tingkat penilaiain kinerja

dan \bar{Y} merupakan rata-rata skor tingkat kepentingan. Yang menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\bar{X}_i = \frac{\sum X_i}{n} \text{ dan } \bar{Y}_i = \frac{\sum Y_i}{n} \quad (3.3)$$

Keterangan:

X_i = skor rata-rata tingkat kepuasan

Y_i = skor rata-rata tingkat kepentingan

$\sum x_i$ = skor total untuk tingkat kepuasan

$\sum y_i$ = skor total untuk tingkat kepentingan

n = jumlah responden

Tujuan dari IPA ialah menentukan atribut kepentingan layanan berada pada kuadran A,B,C atau D dalam diagram kartesius yang menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n x}{k} \text{ dan } \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n y}{k} \quad (3.4)$$

Dimana:

K =Banyaknya item yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

3.7.2.1 Diagram *Importance Performance Analysis* (IPA)

Kepentingan

| | | |
|----------------|-----------------------|---------------------------|
| | Prioritas Utama A | Pertahankan Prestasi B |
| \bar{Y} C | Prioritas Renda C | Berlebihan D |
| X | Pelaksanaan (kinerja) | |

Sumber: Lupiyoadi dan Bramulya (2015:242)

Gambar 3.1
Diagram Importance Performance Analysis (IPA)

Selanjutnya Lupiyoadi dan Bramulya (2015:242) memberikan penjelasan mengenai pembagian diagram kartesius analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) sebagai berikut:

1. Prioritas utama

Pada kuadran ini memiliki faktor-faktor yang dianggap penting yang mampu mempengaruhi konsumen namun kinerja pihak perusahaan belum melaksanakannya sesuai keinginan konsumen.

2. Pertahankan Prestasi

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan menjadi faktor penunjang kepuasan konsumen sehingga perusahaan wajib mempertahankan kinerja tersebut.

3. Prioritas Rendah

Pada kuadran ini terdapat faktor yang dianggap kurang penting atau tidak terlalu diharapkan oleh konsumen sehingga perusahaan tidak perlu memberikan perhatian lebih pada faktor tersebut.

4. Berlebihan

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting akan tetapi pelaksanaannya berlebihan.

Dapat disimpulkan diagram *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan cara untuk menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja suatu pelayanan yang dilihat dari empat kuadran yaitu, kuadran A merupakan prioritas utama, kuadran B pertahankan prestasi dimana suatu layanan dipertahankan,

kuadran C prioritas rendah, kuadran D berlebihan dimana suatu layanan dianggap berlebihan oleh pelanggan.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini membahas secara ringkas tentang gambaran umum objek wisata Taman Rusa Aceh Besar, gambaran umum responden, dan analisis indeks jawaban responden. Penelitian dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada pengunjung objek wisata Taman Rusa Aceh Besar pada bulan Desember dengan ketentuan bahwa pengunjung merupakan wisatawan domestik, minimal 17 tahun, telah menikmati wahana atau permainan dan telah menikmati fasilitas yang ditawarkan. Hal tersebut bertujuan untuk mendapatkan respon atau perasaan yang memang benar benar dirasakan pengunjung itu sendiri. Peneliti menyebarkan kuesioner langsung kepada pengunjung dan menunggu sampai pengisian kuesioner selesai terjawab. Peneliti tidak menggunakan perantara orang lain untuk menyebarkan kuesioner, hal tersebut dilakukan untuk memastikan keakuratan pihak yang mengisi kuesioner tersebut ialah pengunjung yang memenuhi ketentuan untuk mengisi kuesioner.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (*tangible, realibiliy, responsiveness, assurance* dan *empathy*) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen dalam hal ini adalah kepuasan pengunjung (kepuasan

konsumen). Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *Microsoft Office Excel 2007* untuk mengolah data mentah yang didapat dari lapangan dan selanjutnya menggunakan pengolahan data *SPSS(Statistical Product and Service Solution)* versi 17, program ini digunakan untuk mencari nilai r hitung dan r tabel, dan juga diagram kartesius.

4.2 Gambaran Umum Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar

Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar ini terletak di desa Lamtanjong, Kecamatan Sukamakmur, Kabupaten Aceh Besar. Waktu tempuh menuju objek wisata Taman Rusa Aceh Besar dari pusat kota kurang lebih sekitar 20 menit perjalanan. Keindahan dari taman rusa ini bukan hanya tentang gerombolan rusa seperti nama yang disematkan, melainkan keasrian hijau alam, beberapa hewan yang lainnya seperti beruang madu, burung kakak tua, buaya, dan jenis-jenis hewan lainnya. Tidak hanya itu, wahana ini juga menyediakan beberapa fasilitas liburan yang terdapat di dalamnya, yang menjadikan objek wisata ini sangat layak untuk dikunjungi oleh semua kalangan. Taman rusa ini dilengkapi berbagai fasilitas permainan anak, seperti tiga kolam pemandian dengan masing masing ukuran dan tingkat ke dalam yang berbeda, sepeda air, dan *waterboom*. Selain itu juga terdapat kolam yang menyerupai sungai yang mengelilingi sebuah pulau kecil yang dijadikan tempat bermain wahana sepeda air (Disbudpar, 2015).

Bagi pengunjung yang memiliki hobi memancing, wahana ini juga menyediakan tempat penyewaan perlengkapan memancing. Jenis-jenis ikan yang disediakan oleh pihak wahana untuk di pancing adalah ikan gurami, ikan mas dan ikan mujair. Selain itu wahana ini juga menyediakan berbagai macam kuliner yang dapat memanjakan lidah pengunjung dengan harga yang terjangkau (Disbudpar, 2015).

4.3 Analisis Karakteristik Responden

4.3.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data dari 97 responden yang mengunjungi objek wisata Taman Rusa Aceh Besar, ditemukan kondisi responden yang terbagi ke dalam jenis kelamin dan usia responden. Penggolongan yang dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas mengenai gambaran responden sebagai objek penelitian.

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Jumlah | persentase (%) |
|---------------|-----------|----------------|
| Perempuan | 61 | 63 |
| Laki Laki | 36 | 37 |
| Jumlah | 97 | 100 |

Sumber : Data Diolah (2020)

Tabel diatas menunjukkan bahwa 97 responden dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak daripada responden dengan jenis kelamin laki laki. Persentase responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 61 orang dengan persentase 63% dan responden dengan jenis kelamin laki laki sebanyak 36 orang dengan persentase 37% responden.

4.3.2 Gambaran umum responden berdasarkan usia

Responden yang mengunjungi Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar berdasarkan umur dapat dilihat dari data pada tabel berikut :

Tabel 4.2
Responden berdasarkan usia

| Umur | Jumlah | persentase (%) |
|--------------|-----------|----------------|
| 17-25 | 48 | 49 |
| 26-45 | 38 | 39 |
| >45 | 11 | 12 |
| Total | 97 | 100 |

Sumber : Data Diolah (2020)

Tabel di atas menunjukkan bahwa 97 responden yang mengunjungi objek wisata tersebut dengan usia 17-25 tahun sebanyak 48 orang dengan persentase 49% yang kemudian diikuti oleh usia 26-45 tahun sebanyak 38 orang dengan persentase sebesar 39%, sedangkan untuk pengunjung dengan usia >45 tahun keatas sebanyak 11 orang dengan persentase 12%.

4.4 Pengujian Instrumen

4.4.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan kemampuan kuesioner dalam mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Metode uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi *product moment*. Nilai r_{tabel} diperoleh dari rumus : $r_{tabel} (\alpha, n-2)$ dari *table product moment*. Pada uji validitas diketahui bahwa $\alpha = 1\%$, dan n adalah 97 yang merupakan jumlah responden. Besarnya r_{tabel} yang digunakan dalam penelitian ini $r_{tabel} (1\%, 97-2) = 0.262$. Setiap item pernyataan dapat dikatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Adapun uji validitas data adalah:

Tabel 4.3
Uji Validitas Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengunjung

| Dimensi | Kenyataan | | | | Harapan | | | |
|---------------------------------|-----------|--------------|-------------|-------|---------|--------------|-------------|-------|
| | Atribut | R_{hitung} | R_{tabel} | Ket | Atribut | R_{hitung} | R_{tabel} | Ket |
| Tangible (Bukti Fisik) | X1.P1 | 0,505 | 0,26 | Valid | X1.P1 | 0,65 | 0,26 | Valid |
| | X1.P2 | 0,667 | 2 | Valid | X1.P2 | 4 | 2 | Valid |
| | X1.P3 | 0,742 | 0,26 | Valid | X1.P3 | 0,49 | 0,26 | Valid |
| | X1.P4 | 0,610 | 2 | Valid | X1.P4 | 3 | 2 | Valid |
| | X1.P6 | 0,622 | 0,26 | Valid | X1.P6 | 0,54 | 0,26 | Valid |
| | X1.P7 | 0,769 | 2 | Valid | X1.P7 | 3 | 2 | Valid |
| | X1.P8 | 0,607 | 0,26 | Valid | X1.P8 | 0,55 | 0,26 | Valid |
| | | | 2 | | | 4 | 2 | |
| | | 0,26 | | | 0,67 | 0,26 | | |
| | | 2 | | | 4 | 2 | | |
| | | 0,26 | | | 0,73 | 0,26 | | |
| | | 2 | | | 4 | 2 | | |
| | | 0,26 | | | 0,74 | 0,26 | | |
| | | 2 | | | 4 | 2 | | |
| Reliability (Kehandalan) | X2.P1 | 0,887 | 0,26 | Valid | X2.P1 | 0,32 | 0,26 | Valid |
| | X2.P2 | 0,723 | 2 | Valid | X2.P2 | 1 | 2 | Valid |
| | | | 0,26 | | | 0,33 | 0,26 | |
| | | | 2 | | | 8 | 2 | |

Tabel 3.2 Lanjutan

| Dimensi | Kenyataan | | | | Harapan | | | |
|--|-----------|---------------------|-----------------------------|------------------------|-----------------------------|-----------------------------|------------------------|-------|
| | Atribut | R _{hitung} | R _{tabel} | Ket | Atribut | R _{hitung} | R _{tabel} | Ket |
| Responsiv eness(Daya Tangg ap) | X3.P1 | 0,787 | 0,26 | Valid | X3.P1 | 0,55 | 0,26 | Valid |
| | X3.P2 | 0,743 | 2 | Valid | X3.P2 | 6 | 2 | Valid |
| | X3.P3 | 0,675 | 0,26 | Valid | X3.P3 | 0,71 | 0,26 | Valid |
| | X3.P4 | 0,521 | 2 | Valid | X3.P4 | 2 | 2 | Valid |
| | | | | 0,26 2 0,26 2 | | 0,61 0 0,62 4 | 0,26 2 0,26 2 | |
| Assurance (Jaminan) | X4.P1 | 0,621 | 0,26 | Valid | X4.P1 | 0,58 | 0,26 | Valid |
| | X4.P2 | 0,331 | 2 | Valid | X4.P2 | 0 | 2 | Valid |
| | X4.P3 | 0,453 | 0,26 | Valid | X4.P3 | 0,71 | 0,26 | Valid |
| | X4.P4 | 0,734 | 2 | Valid | X4.P4 | 8 | 2 | Valid |
| | | | | 0,26 2 0,26 2 | | 0,62 6 0,62 6 | 0,26 2 0,26 2 | |
| Empathy (Perhatian) | X5.P1 | 0,855 | 0,26 | Valid | X5.P1 | 0,62 | 0,26 | Valid |
| | X5.P2 | 0,912 | 2 | Valid | X5.P2 | 6 | 2 | Valid |
| | X5.P3 | 0,675 | 0,26 | Valid | X5.P3 | 0,45 | 0,26 | Valid |
| | | | | 2 0,26 2 | | 0 0,64 6 | 2 0,26 2 | |
| | | | | 0,26 2 0,26 2 | | 0,62 3 0,50 1 | 0,26 2 0,26 2 | |
| Kepuasan Konsumen (Y) | Y.P1 | 0,626 | 0,26 | Valid | Y.P1 | 0,45 | 0,26 | Valid |
| | Y.P2 | 0,450 | 2 | Valid | Y.P2 | 8 | 2 | Valid |
| | Y.P3 | 0,646 | 0,26 | Valid | Y.P3 | 0,54 | 0,26 | Valid |
| | Y.P4 | 0,386 | 2 | Valid | Y.P4 | 3 | 2 | Valid |
| | Y.P5 | 0,457 | 0,26 | Valid | Y.P5 | 0,60 | 0,26 | Valid |
| | | | 2 0,26 2 0,26 2 | | 1 0,62 3 0,50 1 | 2 0,26 2 0,26 2 | | |

Sumber: Data Diolah (2020).

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa setiap item pernyataan rhitung lebih besar dari rtabel, maka dapat dinyatakan setiap item pernyataan dalam variabel kualitas pelayanan dan

kepuasan pengunjung objek wisata adalah valid. Hal ini karena mempunyai koefisien korelasi di atas nilai kritis korelasi *product moment* yaitu sebesar 0,262 sehingga semua pernyataan yang terkandung dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan valid. Oleh karena itu, dapat dijelaskan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian adalah valid adapun untuk item pernyataan X1.P5 dan X1.P9 yang tidak ditemukan di dalam tabel mempunyai koefisien korelasi di bawah nilai kritis korelasi *product moment* yaitu sebesar 0,262, sehingga pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur seberapa jauh responden memberikan jawaban yang konsisten terhadap kuesioner yang diberikan. Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner yang reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden terhadap pernyataan dikatakan reliabel jika masing–masing pernyataan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak oleh karena masing–masing pernyataan hendak mengukur hal yang sama. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja, yang mana pengukurannya hanya

sekali atau kemudian hasilnya dibandingkan dengan pernyataan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pernyataan. Program pengolahan data yang ada dikomputer memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alfa* dengan metode *Split-Half*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ serta mempunyai nilai *Corrected item - total correlation* faktor lebih dari r_{tabel} ($r = 0,361$; $df = 28$) (Daniel dan Gates, 2013: 288).

Selanjutnya, hasil pengujian instrumen penelitian dari segi *reliability item- total statistic's* terhadap 97 responden. *Output* hasil dari uji reliabilitas variabel fasilitas pelayanan maka dapat diketahui nilai *corrected item - total correlation* masing-masing variabel pada tabel berikut:

Tabel 4.4

Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengunjung

| Dimensi | Koef. Validitas | | Nilai Kritis | Keterangan | |
|--------------------------------------|-----------------|-------------|--------------|---------------|-------------|
| | kenyataan (P) | Harapan (E) | | kenyataan (P) | Harapan (E) |
| Tangible (Bukti Fisik) | 0,788 | 0,753 | 0,6 | Reliabel | Reliabel |
| Reliability (Kehandalan) | 0,801 | 0,785 | 0,6 | Reliabel | Reliabel |
| Responsiveness (Daya Tanggap) | 0,890 | 0,884 | 0,6 | Reliabel | Reliabel |
| Assurance (Jaminan) | 0,708 | 0,754 | 0,6 | Reliabel | Reliabel |
| Empathy (Perhatian) | 0,894 | 0,896 | 0,6 | Reliabel | Reliabel |
| Kepuasan Konsumen | 0,810 | 0,744 | 0,6 | Reliabel | Reliabel |

Sumber: Data Diolah (2020).

Hasil perhitungan uji reliabilitas dengan menggunakan software SPSS dapat dilihat pada *Cronbach's Alpha*. Data dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6. Hasil ini dikatakan reliabel karena nilai koefisien validitas harapan dan kenyataan > dari nilai kritis yang ditentukan.

4.5 Hasil Analisis Data

Pada bagian ini akan membahas hasil penelitian, dan membahas langkah-langkah pengolahan data metode *service quality* (*Servqual*). Variabel penelitian diperoleh berdasarkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh objek wisata Taman Rusa Aceh Besar dan kemudian dikelompokkan berdasarkan enam dimensi yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* serta kepuasan konsumen.

4.5.1 Analisis Frekuensi Jawaban Responden Pengunjung Taman Rusa Aceh Besar

Kuesioner disebarakan kepada 97 responden dianalisis untuk melihat jumlah (frekuensi) atas jawaban yang diberikan. Dari 27 pernyataan yang diajukan menghasilkan skor rata-rata (*mean*) untuk masing-masing variabel dan dapat diinterpretasikan berdasarkan panjang kelas (Sudjana, 2005:47). Interpretasi nilai rata-rata tanggapan responden dapat dilihat dalam Tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5
Interpretasi Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden

| Nilai | Keterangan |
|-------------|-------------------|
| 1,00 - 1,79 | Sangat Tidak Baik |
| 1,80 - 2,59 | Tidak Baik |
| 2,60 – 3,39 | Kurang Baik |
| 3,40 – 4,19 | Baik |
| 4,20 – 5,00 | Sangat Baik |

Sumber: Sudjana (2005:47).

Untuk lebih jelasnya hasil kenyataan responden terhadap masing-masing indikator, berikut ini adalah kriteria penilaian frekuensi kenyataan dan harapan:

1. Tanggapan Responden Terhadap Kenyataan Responden Dilihat dari Sisi Bukti Fisik (*Tangible*) Pada objek wisata Taman Rusa Aceh Besar

Kenyataan diberikan alternatif pilihan jawaban berkisar antara sangat tidak setuju (dengan skor 1) sampai dengan sangat setuju (dengan skor 5). Tinggi rendahnya terhadap item pernyataan dapat dilihat dari jawaban masing-masing responden pada Tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6
Kenyataan Responden terhadap Bukti Fisik (*Tangible*)

| No | Pernyataan | SS | S | KS | TS | STS | Rata-Rata |
|----|---|-----|-----|-----|----|-----|-----------|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 1 | Adanya fasilitas wahana air dan fasilitas bermain | 18 | 40 | 29 | 10 | 0 | 3,60 |
| 2 | Lingkungan objek wisata bersih | 0 | 50 | 20 | 21 | 6 | 3,17 |
| 3 | Adanya tempat sampah yang memadai | 15 | 48 | 30 | 4 | 0 | 3,78 |
| 4 | Adanya toilet yang memadai | 14 | 43 | 36 | 4 | 0 | 3,7 |
| 5 | Adanya spot foto | 48 | 40 | 9 | 0 | 0 | 4,40 |
| 6 | Adanya tempat parkir yang memadai | 20 | 50 | 20 | 7 | 0 | 3,85 |
| 7 | Adanya tempat ibadah dan perlengkapan ibadah | 58 | 27 | 12 | 0 | 0 | 4,47 |
| 8 | Adanya tempat berbelanja (cenderamata) | 18 | 30 | 40 | 9 | 0 | 3,58 |
| 9 | Adanya tempat kuliner (warung makan/tempat makan lainnya) | 41 | 43 | 13 | 0 | 0 | 4,28 |
| | Total | 232 | 371 | 209 | 55 | 6 | |
| | Rata-Rata <i>Tangible</i> | | | | | | 3,87 |

sumber : Data Diolah (2020)

Tabel di atas menunjukkan bahwa interpretasi nilai rata-rata tanggapan responden yang datang berkunjung ke Taman Rusa Aceh Besar bernilai baik. Hal ini dapat dilihat pada nilai rata-rata variabel *tangible* yaitu sebesar 3,87, sedangkan nilai tertinggi dengan pernyataan adanya tempat ibadah dan perlengkapan ibadah mencapai 4,47 dan nilai terendahnya dengan pernyataan lingkungan objek wisata bersih adalah 3,17.

2. Tanggapan Responden Terhadap Kenyataan Responden Dilihat dari Sisi kehandalan (*Reliability*) Pada Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar

Kenyataan responden terhadap masing-masing pernyataan diberikan alternatif pilihan jawaban berkisar antara sangat tidak setuju (dengan skor 1) sampai dengan sangat setuju (dengan skor 5). Tinggi rendahnya terhadap item pernyataan dapat dilihat dari jawaban masing-masing responden pada Tabel 4.7 berikut:

Tabel 4.7
Kenyataan Responden terhadap kehandalan(*Reliability*)

| No | Pernyataan | SS | S | KS | TS | STS | Rata-Rata |
|----|--|----|----|----|----|-----|-----------|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 1 | Pelayanan yang diberikan sesuai dengan janji yang ditawarkan | 25 | 55 | 10 | 2 | 0 | 3,90 |
| 2 | Memiliki kehandalan dalam memberikan pelayanan dengan segera kepada pengunjung | 0 | 18 | 55 | 24 | 0 | 3,18 |
| | Total | 25 | 73 | 65 | 26 | 0 | |
| | Rata-Rata <i>Reliability</i> | | | | | | 3,54 |

Sumber: Data Diolah (2020).

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa interpretasi nilai rata-rata tanggapan responden yang datang berkunjung ke Taman rusa Aceh Besar bernilai baik. Hal ini dapat dilihat pada rata-rata variabel *reliability* yaitu sebesar 3,54, Sedangkan nilai tertinggi dengan pernyataan pelayanan yang diberikan sesuai dengan janji yang ditawarkan mencapai 3,90 dan nilai terendahnya dengan pernyataan memiliki kehadalan dalam memberikan pelayanan dengan segera kepada pengunjung adalah 3,18.

3. Tanggapan Responden Terhadap Kenyataan Responden Dilihat dari Sisi Ketanggapan (*Responsiveness*) Pada Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar

Kenyataan responden terhadap masing-masing pernyataan diberikan alternatif pilihan jawaban berkisar antara sangat tidak setuju (dengan skor 1) sampai dengan sangat setuju (dengan skor 5). Tinggi rendahnya terhadap item pernyataan dapat dilihat dari jawaban masing-masing responden pada Tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.8
Kenyataan Responden terhadap Ketanggapan(*Responsiveness*)

| No | Pernyataan | SS | S | KS | TS | STS | Rata-rata |
|----|---|-----|----|----|----|-----|-----------|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 1 | Karyawan cepat tanggap dalam menangani permintaan pengunjung | 5 | 30 | 55 | 7 | 0 | 3,34 % |
| 2 | Memberikan informasi kepada pengunjung secara lengkap dan jelas | 53 | 27 | 17 | 0 | 0 | 4,37 % |
| 3 | Karyawan cepat tanggap erhadap kesulitan-kesulitan pengunjung | 50 | 29 | 18 | 0 | 0 | 4,32 % |
| 4 | Pembelian tiket pengunjung tidak menunggu terlalu lama | 60 | 30 | 7 | 0 | 0 | 4,54 % |
| | Total | 168 | 11 | 97 | 7 | 0 | |
| | Rata-Rata <i>Responsiveness</i> | | | | | | 4,14 % |

Sumber: Data Diolah (2020).

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa interpretasi nilai rata-rata tanggapan responden yang datang berkunjung ke Taman Rusa Aceh Besar bernilai baik. Hal ini dapat dilihat pada rata-rata variabel *responsiveness* yaitu sebesar 4,14. Sedangkan nilai

tertingginya dengan pernyataan Pembelian tiket pengunjung tidak menunggu terlalu lamamencapai 4,54 dan nilai terendahnya dengan pernyataan karyawan cepat tanggap dalam menangani permintaan pengunjung adalah 3,34.

4. Tanggapan Responden Terhadap Kenyataan Responden Dilihat dari Sisi Jaminan (*Assurance*) Pada Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar

Kenyataan responden terhadap masing-masing pernyataan diberikan alternatif pilihan jawaban berkisar antara sangat tidak setuju (dengan skor 1) sampai dengan sangat setuju (dengan skor 5). Tinggi rendahnya terhadap item pernyataan dapat dilihat dari jawaban masing-masing responden pada Tabel 4.9 berikut:

Tabel 4.9
Kenyataan Responden terhadap Jaminan(*Assurance*)

| No. | Pernyataan | SS | S | K | TS | STS | Rata-Rata |
|----------------------------|--|-----|-----|----|----|-----|-----------|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 1 | Merasa nyaman berada di objek wisata | 45 | 33 | 22 | 0 | 0 | 4,36 |
| 2 | Merasa aman berada di objek wisata | 45 | 38 | 17 | 0 | 0 | 4,41 |
| 3 | Keamanan di objek wisata terjamin | 47 | 30 | 23 | 0 | 0 | 4,37 |
| 4 | Lokasi objek wisata tidak membahayakan | 44 | 50 | 3 | 0 | 0 | 4,42 |
| Total | | 181 | 151 | 65 | 0 | 0 | |
| Rata-Rata <i>Assurance</i> | | | | | | | 4,39 |

Sumber : Data Diolah (2020).

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa interpretasi nilai rata-rata tanggapan responden yang datang berkunjung

keTaman Rusa Aceh Besar bernilai baik. Hal ini dapat dilihat pada rata-rata variabel *assurance* yaitu sebesar 4,39, sedangkan nilai tertingginya dengan pernyataan lokasi objek wisata tidak membahayakan mencapai 4,42 dan nilai terendahnya dengan pernyataan merasa nyaman berada di objek wisata adalah 4,36.

5. Tanggapan Responden Terhadap Kenyataan Responden Dilihat dari Sisi Perhatian (*Empathy*) Pada Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar

Kenyataan responden terhadap masing-masing pernyataan diberikan alternatif pilihan jawaban berkisar antara sangat tidak setuju (dengan skor 1) sampai dengan sangat setuju (dengan skor 5). Tinggi rendahnya terhadap item pernyataan dapat dilihat dari jawaban masing-masing responden pada Tabel 4.10 berikut:

Tabel 4.10
Kenyataan responden terhadap Perhatian(*Empathy*)

| N | Pernyataan | SS | S | K | TS | STS | Rata-Rata |
|---|--|-----|-----|----|----|-----|-----------|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 1 | Karyawan melayani pengunjung dengan ketulusan | 48 | 36 | 13 | 0 | 0 | 4,36 |
| 2 | Karyawan melayani pengunjung dengan sikap sopan santun | 54 | 26 | 17 | 0 | 0 | 4,38 |
| 3 | Karyawan tidak deskriminatif dalam melayani pengunjung | 47 | 38 | 12 | 0 | 0 | 4,36 |
| | Total | 149 | 100 | 42 | 0 | 0 | |
| | Rata-Rata <i>Empathy</i> | | | | | | 4,36 |

Sumber: Data Diolah (2020).

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa interpretasi nilai rata-rata tanggapan responden yang datang berkunjung

keTaman Rusa Aceh Besar bernilai baik. Hal ini dapat dilihat pada rata-rata variabel *empathy* yaitu sebesar 4,36, sedangkan nilai tertingginya dengan pernyataan Karyawan melayani pengunjung dengan sikap sopan santun mencapai 4,38 dan nilai terendahnya dengan pernyataan Karyawan tidak deskriminatif dalam melayani pengunjung adalah 4,36.

6. Tanggapan Responden Terhadap Kenyataan Responden Dilihat dari Sisi kepuasan konsumen Pada Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar

Kenyataan responden terhadap masing-masing pernyataan diberikan alternatif pilihan jawaban berkisar antara sangat tidak setuju (dengan skor 1) sampai dengan sangat setuju (dengan skor 5). Tinggi rendahnya terhadap item pernyataan dapat dilihat dari jawaban masing-masing responden pada Tabel 4.11 berikut:

Tabel 4.11
Kenyataan responden terhadap kepuasan konsumen

| No | Pernyataan | SS | S | KS | TS | STS | Rata-Rata |
|----|--|----|----|----|----|-----|-----------|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 1 | Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan | 28 | 46 | 13 | 10 | 0 | 3,94 |
| 2 | Pengunjung merasa puas dengan pelayanan yang diberikan | 24 | 46 | 27 | 0 | 0 | 3,96 |
| 3 | Berminat untuk mengunjungi kembali objek wisata taman rusa | 37 | 48 | 11 | 1 | 0 | 4,24 |

Tabel 4.11 lanjutan

| | | | | | | | |
|---|---|-----|-----|----|----|---|------|
| 4 | Saya akan merekomendasikan objek wisata | 30 | 38 | 26 | 3 | 0 | 3,97 |
| 5 | Apa yang dirasakan pengunjung sesuai dengan yang diharapkan | 28 | 41 | 20 | 8 | 0 | 3,91 |
| | Total | 147 | 219 | 97 | 22 | 0 | |
| | Rata-Rata kepuasan konsumen | | | | | | 4,00 |

Sumber: Data Diolah (2020).

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa interpretasi nilai rata-rata tanggapan responden yang datang berkunjung ke Taman Rusa Aceh Besar bernilai baik. Hal ini dapat dilihat pada rata-rata variabel kepuasan konsumen yaitu sebesar 4,00, sedangkan nilai tertingginya dengan pernyataan berminat untuk mengunjungi kembali objek wisata taman rusa mencapai 4,24 dan nilai terendahnya dengan pernyataan apa yang dirasakan pengunjung sesuai dengan yang diharapkan adalah 3,91.

7. Tanggapan Responden Terhadap Harapan Responden Dilihat dari Sisi Bukti Fisik (*Tangible*) Pada Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar

Harapandiberikan alternatif pilihan jawaban berkisar antara sangat tidak setuju (dengan skor 1) sampai dengan sangat setuju (dengan skor 5). Tinggi rendahnya terhadap item pernyataan dapat dilihat dari jawaban masing-masing responden pada Tabel 4.12 berikut:

Tabel 4.12
Harapan responden terhadap Bukti Fisik (*Tangible*)

| No | Pernyataan | SS | S | KS | TS | STS | Rata-Rata |
|----|---|-----|-----|-----|----|-----|-----------|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 1 | Adanya fasilitas wahana air dan fasilitas bermain | 28 | 40 | 19 | 10 | 0 | 3,88 |
| 2 | Lingkungan objek wisata bersih | 20 | 50 | 20 | 7 | 0 | 3,85 |
| 3 | Adanya tempat sampah yang memadai | 15 | 43 | 30 | 9 | 0 | 3,65 |
| 4 | Adanya toilet yang memadai | 14 | 43 | 36 | 4 | 0 | 3,69 |
| 5 | Adanya spot foto | 38 | 50 | 9 | 0 | 0 | 4,29 |
| 6 | Adanya tempat parkir yang memadai | 30 | 40 | 25 | 2 | 0 | 4,01 |
| 7 | Adanya tempat ibadah dan perlengkapan ibadah | 38 | 47 | 12 | 0 | 0 | 4,26 |
| 8 | Adanya tempat kuliner (warung makan/tempat makan lainnya) | 28 | 30 | 34 | 5 | 0 | 3,83 |
| 9 | Karyawan berpenampilan menarik | 21 | 53 | 23 | 0 | 0 | 3,97 |
| | Total | 232 | 396 | 208 | 37 | 0 | |
| | Rata-Rata <i>Tangible</i> | | | | | | 3,94 |

Sumber: Data Diolah (2020).

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa interpretasi nilai rata-rata tanggapan responden yang datang berkunjung ke Taman rusa Aceh Besar bernilai baik. Hal ini dapat dilihat pada rata-rata variabel *tangible* yaitu sebesar 3,94, sedangkan nilai tertinggi dengan pernyataan adanya tempat ibadah dan perlengkapan ibadah mencapai 4,26 dan nilai terendahnya dengan pernyataan adanya tempat sampah yang memadai adalah 3,65.

8. Tanggapan Responden Terhadap Harapan Responden Dilihat dari Sisi Keandalan (*Reliability*) Pada Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar

Harapan responden terhadap masing-masing pernyataan diberikan alternatif pilihan jawaban berkisar antara sangat tidak setuju (dengan skor 1) sampai dengan sangat setuju (dengan skor 5). Tinggi rendahnya terhadap item pernyataan dapat dilihat dari jawaban masing-masing responden pada Tabel 4.13 berikut:

Tabel 4.13
Harapan Responden terhadap Keandalan (*Reliability*)

| No | Pernyataan | SS | S | KS | TS | STS | Rata-Rata |
|----|---|-----|-----|----|----|-----|-----------|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 1 | Pelayanan yang diberikan sesuai dengan janji yang ditawarkan | 175 | 180 | 36 | 0 | 0 | 4,03 |
| 2 | Memiliki kehadalan dalam memberikan pelayanan dengan segera kepada pengunjung | 140 | 152 | 63 | 20 | 0 | 3,86 |
| | Total | 63 | 83 | 33 | 10 | 0 | |
| | Rata-Rata <i>Reliability</i> | | | | | | 3,94 |

Sumber: Data Diolah (2020).

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa interpretasi nilai rata-rata tanggapan responden yang datang berkunjung ke taman rusa Aceh Besar bernilai baik. Hal ini dapat dilihat pada rata-rata variabel *reability* yaitu sebesar 3,94, sedangkan nilai tertingginya dengan pernyataan pelayanan yang diberikan sesuai dengan janji yang ditawarkan mencapai 4,03 dan nilai

terendahnyadengan pernyataan memiliki kehadalan dalam memberikan pelayanan dengan segera kepada pengunjung adalah 3,86.

9. Tanggapan Responden Terhadap Harapan Responden Dilihat dari Sisi Ketanggapan (*Responsiveness* ketanggapan) Pada Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar

Harapan responden terhadap masing-masing pernyataan diberikan alternatif pilihan jawaban berkisar antara sangat tidak setuju (dengan skor 1) sampai dengan sangat setuju (dengan skor 5). Tinggi rendahnya terhadap item pernyataan dapat dilihat dari jawaban masing-masing responden pada Tabel 4.14 berikut:

Tabel 4.14
Harapan responden terhadap Ketanggapan (*Responsiveness*)

| No | Pernyataan | SS | S | KS | TS | STS | Rata-rata |
|----|---|-----|-----|----|----|-----|-----------|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 1 | Karyawan cepat tanggap dalam menangani permintaan pengunjung | 15 | 50 | 25 | 7 | 0 | 3,75 |
| 2 | Memberikan informasi kepada pengunjung secara lengkap dan jelas | 23 | 54 | 20 | 0 | 0 | 4,03 |
| 3 | Karyawan cepat tanggap erhadap kesulitan-kesulitan pengunjung | 30 | 45 | 20 | 2 | 0 | 4,06 |
| 4 | Pembelian tiket pengunjung tidak menunggu terlalu lama | 38 | 48 | 11 | 0 | 0 | 4,27 |
| | Total | 106 | 197 | 76 | 9 | 0 | |
| | Rata-Rata <i>Responsiveness</i> | | | | | | 4,02 |

Sumber: Data Diolah (2020).

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa interpretasi nilai rata-rata tanggapan responden yang datang berkunjung ke Taman Rusa Aceh Besar bernilai baik. Hal ini dapat dilihat pada rata-rata variabel *responsiveness* yaitu sebesar 4,02, sedangkan nilai tertinggi dengan pernyataan pembelian tiket pengunjung tidak menunggu terlalu lama mencapai 4,27 dan nilai terendah dengan pernyataan Karyawan cepat tanggap dalam menangani permintaan pengunjung adalah 3,75.

10. Tanggapan Responden Terhadap Harapan Responden Dilihat dari Sisi Jaminan (*Assurance*) pada Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar

Harapan responden terhadap masing-masing pernyataan diberikan alternatif pilihan jawaban berkisar antara sangat tidak setuju (dengan skor 1) sampai dengan sangat setuju (dengan skor 5). Tinggi rendahnya terhadap item pernyataan dapat dilihat dari jawaban masing-masing responden pada Tabel 4.15 berikut:

Tabel 4.15
Harapan Responden terhadap Jaminan (*Assurance*)

| No | Pernyataan | SS | S | KS | TS | STS | Rata-Rata |
|----|--------------------------------------|----|----|----|----|-----|-----------|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 1 | Merasa nyaman berada di objek wisata | 40 | 37 | 20 | 0 | 0 | 4,20 |
| 2 | Merasa aman berada di objek wisata | 48 | 37 | 12 | 0 | 0 | 4,37 |
| 3 | Keamanan di objek wisata terjamin | 41 | 38 | 18 | 0 | 0 | 4,23 |

Tabel 4.15 lanjutan

| | | | | | | | |
|---|--|-----|-----|----|---|---|------|
| 4 | Lokasi objek wisata tidak membahayakan | 40 | 47 | 10 | 0 | 0 | 4,30 |
| | Total | 169 | 159 | 60 | 0 | 0 | |
| | Rata-Rata <i>Assurance</i> | | | | | | 4,27 |

Sumber : Data Diolah (2020).

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa interpretasi nilai rata-rata tanggapan responden yang datang berkunjung ke Taman Rusa Aceh Besar bernilai baik. Hal ini dapat dilihat pada rata-rata variabel *assurance* yaitu sebesar 4,27, sedangkan nilai tertingginya dengan pernyataan mencapaimerasa aman berada di objek wisata 4,37 dan nilai terendahnya dengan pernyataan merasa nyaman berada di objek wisata adalah 4,20.

11. Tanggapan Responden Terhadap Harapan Responden Dilihat dari Sisi Perhatian (*Empathy*) Pada Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar

Harapan responden terhadap masing-masing pernyataan diberikan alternatif pilihan jawaban berkisar antara sangat tidak setuju (dengan skor 1) sampai dengan sangat setuju (dengan skor 5). Tinggi rendahnya terhadap item pernyataan dapat dilihat dari jawaban masing-masing responden pada Tabel 4.16 berikut:

Tabel 4.16
Harapan responden terhadap Perhatian(*Empathy*)

| No | Pernyataan | SS | S | KS | TS | STS | Rata-Rata |
|----|---|----|----|----|----|-----|-----------|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 1 | Karyawan melayani pengunjung dengan ketulusan | 45 | 39 | 13 | 0 | 0 | 4,32 |

Tabel 4.16 lanjutan

| | | | | | | | |
|---|--|-----|----|----|---|---|------|
| 2 | Karyawan melayani pengunjung dengan sikap sopan santun | 59 | 36 | 2 | 0 | 0 | 4,58 |
| 3 | Karyawan tidak deskriminatif dalam melayani pengunjung | 41 | 28 | 28 | 0 | 0 | 4,13 |
| | Total | 145 | 10 | 43 | 0 | 0 | |
| | Rata-Rata <i>Empathy</i> | | | | | | 4,34 |

Sumber: Data Diolah (2020).

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa interpretasi nilai rata-rata tanggapan responden yang datang berkunjung ke Taman Rusa Aceh Besar bernilai baik. Hal ini dapat dilihat pada rata-rata variabel *empathy* yaitu sebesar 4,34, sedangkan nilai tertingginyadengan pernyataankaryawan melayani pengunjung dengan sikap sopan santun mencapai 4,58 dan nilai terendahnyadengan pernyataankaryawan tidak deskriminatif dalam melayani pengunjung adalah 4,13.

12. Tanggapan Responden Terhadap Harapan Responden Dilihat dari Sisi kepuasan konsumen pada Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar

Harapan responden terhadap masing-masing pernyataan diberikan alternatif pilihan jawaban berkisar antara sangat tidak setuju (dengan skor 1) sampai dengan sangat setuju (dengan skor 5). Tinggi rendahnya terhadap item pernyataan dapat dilihat dari jawaban masing-masing responden pada Tabel 4.17 berikut:

Tabel 4.17
Harapan responden terhadap kepuasan konsumen

| No | Pernyataan | SS | S | KS | TS | STS | Rata-Rata |
|----|---|-----|----|----|----|-----|-----------|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| 1 | Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan | 38 | 36 | 15 | 8 | 0 | 4,07 |
| 2 | Pengunjung merasa puas dengan pelayanan yang diberikan | 34 | 36 | 27 | 0 | 0 | 4,07 |
| 3 | Berminat untuk mengunjungi kembali objek wisata taman rusa | 39 | 40 | 11 | 7 | 0 | 4,14 |
| 4 | Saya akan merekomendasikan objek wisata | 33 | 48 | 14 | 2 | 0 | 3,15 |
| 5 | Apa yang dirasakan pengunjung sesuai dengan yang diharapkan | 31 | 42 | 20 | 4 | 0 | 3,03 |
| | Total | 175 | 20 | 87 | 21 | 0 | |
| | Rata-Rata kepuasan konsumen | | | | | | 3,69 |

Sumber : Data Diolah (2020).

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa interpretasi nilai rata-rata tanggapan responden yang datang berkunjung keTaman Rusa Aceh Besar bernilai baik. Hal ini dapat dilihat pada rata-rata variabel kepuasan konsumen yaitu sebesar 3,6, sedangkan nilai tertinggi dengan pernyataan mencapai 4,14 dan nilai terendahnyadengan pernyataan adalah 3,03.

4.5.2 Perhitungan Nilai Kenyataan Pengunjung Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar

Nilai aktual (kenyataan) menunjukkan penilaian kualitas layanan yang diterima pengunjung Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar. Berikut contoh perhitungan nilai kenyataan untuk pernyataan atribut 1 dari hasil rekapitulasi data 97 responden.

$$\sum X_i = (18 \times 5) + (40 \times 4) + (39 \times 3) + (10 \times 2) + (0 \times 1) \dots \dots \dots$$

$$\dots \dots \dots (4.1)$$

$$= 90 + 160 + 87 + 20$$

$$= 357$$

$$X_i = \frac{\sum X_i}{n} \dots \dots \dots$$

$$\dots \dots \dots (4.2)$$

$$X_i = \frac{357}{97}$$

$$= 3,60$$

Tabel 4.18
Nilai Kenyataan Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar

| Pernyataan | Nilai Skor ($\sum X_i$) | Nilai Kenyataan Pengunjung (X_i) |
|------------|---------------------------|--------------------------------------|
| Item 1 | 360 | 3,60 |
| Item 2 | 317 | 3,17 |
| Item 3 | 378 | 3,78 |
| Item 4 | 370 | 3,70 |
| Item 5 | 440 | 4,40 |
| Item 6 | 385 | 3,85 |
| Item 7 | 447 | 4,47 |
| Item 8 | 358 | 3,58 |
| Item 9 | 428 | 4,28 |
| Item 10 | 390 | 3,90 |
| Item 11 | 318 | 3,18 |
| Item 12 | 334 | 3,34 |
| Item 13 | 437 | 4,37 |
| Item 14 | 432 | 4,32 |
| Item 15 | 454 | 4,54 |

Tabel 4.18 Lanjutan

| Pernyataan | Nilai Skor ($\sum X_i$) | Nilai Kenyataan Pengunjung (X_i) |
|-------------------|---|--|
| Item 16 | 436 | 4,36 |
| Item 17 | 441 | 4,41 |
| Item 18 | 437 | 4,37 |
| Item 19 | 442 | 4,42 |
| Item 20 | 436 | 4,36 |
| Item 21 | 438 | 4,38 |
| Item 22 | 436 | 4,36 |
| Item 23 | 394 | 3,94 |
| Item 24 | 396 | 3,96 |
| Item 25 | 424 | 4,24 |
| Item 26 | 397 | 3,97 |
| Item 27 | 391 | 3,91 |

Sumber: Data Diolah (2020).

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa kenyataan kualitas pelayanan yang diterima oleh pengunjung objek wisata Taman Rusa Aceh Besar adalah berkisar antara baik dan sangat baik, hal ini dapat dilihat dari nilai skor kenyataan pengunjung yang diperoleh dengan skor baik dari 3,40-4,19 dan skor sangat baik 4,20-5,00, dimana jawaban yang diperoleh dari responden.

4.5.3 Perhitungan Nilai Harapan Pengunjung Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar

Nilai harapan menunjukkan besarnya harapan Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar terhadap kualitas yang akan diterimanya. Berikut contoh perhitungan nilai harapan Objek Wisata Taman

Rusa Aceh Besar untuk pernyataan atribut 1 dari hasil rekapitulasi data 97 responden.

$$\sum Y_i = (28 \times 5) + (40 \times 4) + (19 \times 3) + (10 \times 2) + (0 \times 1) \dots \dots \dots (4.3)$$

$$= 140 + 160 + 57 + 20 + 0$$

$$= 377$$

$$Y_i = \frac{\sum Y_i}{n} \dots \dots \dots (4.4)$$

$$Y_i = \frac{377}{97}$$

$$= 3,88$$

Tabel 4.19
Nilai Harapan Rumah Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar

| Pernyataan | Nilai Skor ($\sum Y_i$) | Nilai Harapan Pengunjung (Y_i) |
|------------|---------------------------|------------------------------------|
| Item 1 | 388 | 3,88 |
| Item 2 | 385 | 3,85 |
| Item 3 | 365 | 3,65 |
| Item 4 | 369 | 3,69 |
| Item 5 | 429 | 4,29 |
| Item 6 | 401 | 4,01 |
| Item 7 | 426 | 4,26 |
| Item 8 | 383 | 3,83 |
| Item 9 | 397 | 3,97 |
| Item 10 | 403 | 4,03 |
| Item 11 | 386 | 3,86 |
| Item 12 | 375 | 3,75 |
| Item 13 | 403 | 4,03 |
| Item 14 | 406 | 4,06 |
| Item 15 | 427 | 4,27 |
| Item 16 | 420 | 4,20 |
| Item 17 | 437 | 4,37 |
| Item 18 | 423 | 4,23 |

Tabel 4.19 Lanjutan

| Pernyataan | Nilai Skor (ΣY_i) | Nilai Harapan Pengunjung (Y_i) |
|-------------------|---|--|
| Item 19 | 430 | 4,30 |
| Item 20 | 432 | 4,32 |
| Item 21 | 458 | 4,58 |
| Item 22 | 413 | 4,13 |
| Item 23 | 407 | 4,07 |
| Item 24 | 407 | 4,07 |
| Item 25 | 414 | 4,14 |
| Item 26 | 315 | 3,15 |
| Item 27 | 303 | 3,03 |

Sumber: Data Diolah (2020).

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa harapan kualitas pelayanan yang diterima oleh pengunjung objek wisata Taman Rusa Aceh Besar adalah berkisar antara baik dan sangat baik, hal ini dapat dilihat dari nilai skor interpretasi rata-rata harapan pengunjung yang diperoleh dengan skor baik dari 3,40-4,19 dan skor sangat baik 4,20-5,00, dimana jawaban yang diperoleh dari responden.

4.5.4. Perhitungan Nilai *SERVQUAL*

Nilai gap per item pernyataan didapatkan berdasarkan selisih dari nilai kenyataan dan nilai harapan. Hal tersebut digunakan untuk mengetahui kualitas pelayanan pada pada objek wisata Taman Rusa Aceh Besar. Menurut parasuraman (1998), metode Servqual digolongkan kedalam lima dimensi yakni *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Untuk melihat hasil perhitungan nilai gap per item pernyataan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.20
Nilai *Servqual* Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar

| Dimensi | Pertanyaan | Skor Kenyataan | Skor Harapan | Gap (<i>Servqual</i> Score) |
|-----------------------|-------------------|---------------------------|-------------------------|--|
| <i>Tangibel</i> | Item 1 | 3,60 | 3,88 | -0,28 |
| | Item 2 | 3,17 | 3,85 | -0,68 |
| | Item 3 | 3,78 | 3,65 | 0,13 |
| | Item 4 | 3,70 | 3,69 | 0,01 |
| | Item 5 | 4,40 | 4,29 | 0,11 |
| | Item 6 | 3,85 | 4,01 | -0,16 |
| | Item 7 | 4,47 | 4,26 | 0,21 |
| | Item 8 | 3,58 | 3,83 | -0,25 |
| | Item 9 | 4,28 | 3,97 | 0,31 |
| <i>Reability</i> | Item 10 | 3,90 | 4,03 | -0,13 |
| | Item 11 | 3,18 | 3,86 | -0,68 |
| <i>Responsiveness</i> | Item 12 | 3,34 | 3,75 | -0,41 |
| | Item 13 | 4,37 | 4,03 | 0,34 |
| | Item 14 | 4,32 | 4,06 | 0,26 |
| | Item 15 | 4,54 | 4,27 | 0,27 |
| <i>Assurance</i> | Item 16 | 4,36 | 4,20 | 0,16 |
| <i>Empathy</i> | Item 17 | 4,41 | 4,37 | 0,04 |
| | Item 18 | 4,37 | 4,23 | 0,14 |
| | Item 19 | 4,42 | 4,30 | 0,12 |
| | Item 20 | 4,36 | 4,32 | 0,04 |
| | Item 21 | 4,38 | 4,58 | -0,2 |
| | Item 22 | 4,36 | 4,13 | 0,23 |
| Kepuasan konsumen | Item 23 | 3,94 | 4,07 | -0,13 |
| | Item 24 | 3,96 | 4,07 | -0,11 |
| | Item 25 | 4,24 | 4,14 | 0,1 |
| | Item 26 | 3,97 | 3,15 | 0,82 |
| | Item 27 | 3,91 | 3,03 | 0,88 |
| Gap Minimum | | | | -0,2 |
| Gap Maximun | | | | 0,68 |

Sumber : Data Diolah (2020)

Dari tabel di atas diketahui bahwa pengunjung objek wisata Taman Rusa Aceh Besar dilihat dari 5 dimensi *Servqual* memiliki nilai rata-rata kenyataan sebesar 4,04 dan nilai rata-rata harapan 4,00 sehingga masih terdapat rata-rata gap 0,04. Berdasarkan nilai rata-rata dari dimensi *servqual* dengan gap 0,4 artinya terpenuhinya harapan pengunjung dengan kualitas yang diberikan pihak objek wisata Taman Rusa Aceh Besar.

Tabel di atas juga menunjukkan terdapat item yang bernilai positif dan negatif. Artinya terdapat sebagian item yang sudah melebihi kepuasan konsumen dan sebagian item belum mampu memenuhi kepuasan konsumen. Pada tabel dapat dilihat bahwa terdapat 17 item yang bernilai positif yang artinya bahwa item-item tersebut sudah memenuhi kepuasan konsumen. Sedangkan untuk item bernilai negatif terdapat 10 item yang artinya item-item tersebut belum mampu melebihi kepuasan konsumen.

4.5.5. Diagram IPA (*Importance Performance Analysis*) Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar

Langkah-langkah sebelum memetakan data ke diagram IPA (*Importance Performance Analysis*), adalah terlebih dahulu dengan menentukan nilai rata-rata setiap atribut yaitu \bar{X} dan \bar{Y} , dimana nilai perhitungannya telah kita peroleh dari perhitungan yang

dilakukan sebelumnya. Adapun hasil perhitungannya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.21
Nilai Rata-rata Diagram Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar

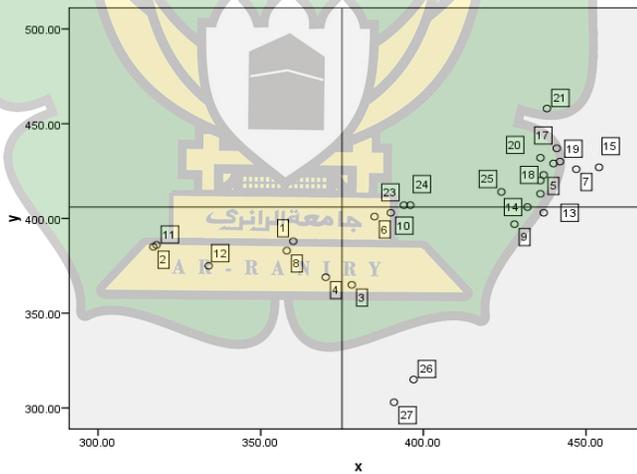
| No | Pernyataan | Skor Kenyataan | Skor Harapan |
|----|--|----------------|--------------|
| 1 | Adanya fasilitas wahana air dan fasilitas bermain | 3,6 | 3,88 |
| 2 | Kebersihan dalam lingkungan objek wisata taman rusa | 3,17 | 3,85 |
| 3 | Adanya tempat sampah yang memadai | 3,78 | 3,65 |
| 4 | Adanya toilet yang memadai | 3,7 | 3,69 |
| 5 | Adanya spot photo | 4,4 | 4,29 |
| 6 | Adanya tempat parkir yang memadai | 3,85 | 4,01 |
| 7 | Adanya tempat ibadah dan perlengkapan ibadah (mukena, sajadah, tempat wudhu') yang memadai | 4,47 | 4,26 |
| 8 | Adanya tempat kuliner (warung makan/tempat makan lainnya) | 3,58 | 3,83 |
| 9 | Karyawan berpenampilan rapi dan menarik | 4,28 | 3,97 |
| 10 | Pelayanan yang diberikan sesuai dengan janji yang ditawarkan | 3,9 | 4,03 |
| 11 | Memiliki keahlian dalam memberikan pelayanan dengan segera kepada pengunjung | 3,18 | 3,86 |
| 12 | Karyawan cepat tanggap dalam menangani permintaan pengunjung | 3,34 | 3,75 |
| 13 | Memberikan informasi kepada pengunjung secara lengkap dan jelas | 4,37 | 4,03 |
| 14 | Karyawan cepat tanggap terhadap kesulitan-kesulitan pengunjung | 4,32 | 4,06 |
| 15 | Pembelian tiket pengunjung tidak menunggu terlalu lama | 4,54 | 4,27 |
| 16 | Merasa nyaman berada di objek wisata | 4,36 | 4,2 |
| 17 | Merasa aman berada di objek wisata | 4,41 | 4,37 |
| 18 | Keamanan di objek wisata terjamin | 4,37 | 4,23 |
| 19 | Lokasi objek wisata tidak membahayakan | 4,42 | 4,3 |
| 20 | Karyawan melayani pengunjung dengan ketulusan | 4,36 | 4,32 |

Tabel 4.21 Lanjutan

| No | Pernyataan | Skor Kenyataan | Skor Harapan |
|----|--|----------------|--------------|
| 21 | Karyawan melayani pengunjung dengan sikap sopan santun | 4,38 | 4,58 |
| 22 | Karyawan tidak diskriminatif dalam melayani pengunjung | 4,36 | 4,13 |
| 23 | Pelayanan yang di berikan sesuai dengan yang diharapkan | 3,94 | 4,07 |
| 24 | Pengunjung merasa puas dengan pelayanan yang diberikan | 3,96 | 4,07 |
| 25 | Berminat untuk mengunjungi kembali objek wisata taman rusa | 4,24 | 4,14 |
| 26 | Saya akan merekomendasikan objek wisata | 3,97 | 3,15 |
| 27 | Apa yang dirasakan pengunjung sesuai dengan yang harapan | 3,91 | 3,03 |

Sumber: Data Diolah (2020)

Adapun hasil pembagian setiap atribut setiap kuadran ditampilkan pada Gambar 4.1 sebagai berikut:



Gambar 4.1
Diagram IPA Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar

Diagram kartesius terdiri dari empat kuadran, di mana kuadran A merupakan prioritas utama, kuadran B merupakan prioritas pertahankan prsetasi, kuadran C merupakan prioritas rendah dan kuadran D merupakan prioritas berlebih. berdasarkan diagram di atas dapat dilihat pada kuadran a tidak terdapat atribut pernyataan yang terdapat pada angket, kuadran B terdapat 14 atribut pernyataan yang ada pada angket, kuadran C terdapat 6 atribut pernyataan yang terdapat pada angket, dan kuadran D terdapat 7 atribut pernyataan yang terdapat pada angket.

1. Prioritas Utama (*Concentrate Here*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan atau diharapkan pengunjung, akan tetapi objek wisata dinilai belum memuaskan sehingga pihak objek wisata perlu berkonsentrasi untuk mengalokasikan sumber dayanya, guna meningkatkan performa yang masuk pada kuadran ini. Setelah dilakukan perhitungan menggunakan digram IPA pada objek wisata Taman Rusa Aceh Besar tidak memiliki atribut yang dianggap penting dan atau diharapkan pengunjung.

2. Pertahankan Prestasi (*Keep Up The Good Work*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan digarapkan sebagai faktor penunjang kepuasan pengunjung, sehingga objek wisata wajib untuk mempertahankan prestasi kinerja tersebut. untuk atribut-atribut yang harus dipertahankan oleh pihak objek wisata Taman Rusa Aceh

Besartelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan diagram IPA adalah atribut-atribut yang berada pada kuadran B, karena pada atribut yang berada pada kuadran B dianggap pengunjung sudah dapat memenuhi apa yang mereka inginkan. Adapun atribut yang harus dipertahankan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.22
Hasil Perhitungan Diagram IPA pada Kuadran B

| Atribut | Pernyataan |
|---------|--|
| 5 | Adanya spot foto |
| 7 | Adanya tempat ibadah dan perlengkapan ibadah (mukena, sajadah, tempat wudhu') yang memadai |
| 14 | Karyawan cepat tanggap terhadap kesulitan-kesulitan pengunjung |
| 15 | Pembelian tiket pengunjung tidak menunggu terlalu lama |
| 16 | Merasa nyaman berada di objek wisata |
| 17 | Merasa aman berada di objek wisata |
| 18 | Keamanan di objek wisata terjamin |
| 19 | Lokasi objek wisata tidak membahayakan |
| 20 | Karyawan melayani pengunjung dengan ketulusan |
| 21 | Karyawan melayani pengunjung dengan sikap sopan santun |
| 22 | Karyawan tidak diskriminatif dalam melayani pengunjung |
| 23 | Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan |
| 24 | Pengujung merasa puas dengan pelayanan yang diberikan |
| 25 | Berminat untuk mengunjungi kembali objek wisata taman rusa |

Sumber :Data diolah (2020).

Dari diagram dapat dilihat pada kuadran B pernyataan yang dianggap memenuhi harapan pengunjung seperti apa yang mereka inginkan. Pada kuadran ini terdapat 14 atribut pernyataan dengan atribut nomor 21 karyawan melayani pengunjung dengan sikap sopan santun yang mendapat poin paling bagus, yang artinya atribut tersebut sangat memenuhi harapan pengunjung dan harus objek wisata harus mempertahankan kinerja tersebut. Sedangkan

yang memiliki poin terendah adalah atribut pernyataan nomor 14, Karyawan cepat tanggap terhadap kesulitan-kesulitan pengunjung yang artinya atribut tersebut harus meningkatkan kinerjanya agar memenuhi harapan pengunjung.

3. Prioritas Rendah (*Low Priority*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap mempunyai tingkat kenyataan atau kinerja aktual yang rendah dan tidak terlalu penting dan atau tidak terlalu diharapkan oleh pengunjung sehingga objek wisata tidak perlu memprioritaskan atau memberikan perhatian lebih pada faktor-faktor tersebut. Atribut yang memiliki penilaian yang rendah karena atribut-atribut ini dianggap kurang penting oleh pengunjung dan objek wisata juga tidak memberikan pelayanan atau perhatian khusus, atribut ini tidak memberikan dampak yang besar bagi Objek Wisata Taman Rusa Ace Besar. Adapun atribut-atribut yang berada pada kuadran C adalah sebagai berikut:

AR - R **Tabel 4.23**

Hasil perhitungan diagram IPA pada kuadran C

| Atribut | Pernyataan |
|---------|---|
| 1 | Adanya fasilitas wahana air dan fasilitas bermain |
| 2 | Kebersihan dalam lingkungan objek wisata taman rusa |
| 4 | Adanya toilet yang memadai |
| 8 | Adanya tempat parkir yang memadai |

Tabel 4.23 Lanjutan

| | |
|----|---|
| 11 | Memiliki kehadalan dalam memberikan pelayanan dengan segera kepada pengunjung |
| 12 | Karyawan cepat tanggap dalam menangani permintaan |

Sumber: Data diolah (2020).

Dari diagram dapat dilihat pada kuadran C pernyataan yang dianggap pengunjung dengan kinerja yang tidak terlalu penting sehingga objek wisata tidak harus memprioritaskan atribut-atribut tersebut. Pada kuadran ini terdapat 6 atribut pernyataan dengan atribut nomor 1 adanya fasilitas wahana air dan fasilitas bermain yang mendapat poin paling banyak, yang artinya atribut tersebut tidak terlalu penting bagi pengunjung. Sedangkan yang memiliki poin terendah adalah atribut pernyataan nomor 4, adanyan toilet yang memadai yang artinya atribut tersebut tidak terlalu penting sehingga objek wisata tidak harus terlalu memprioritaskan atribut tersebut.

4. Berlebihan (*Possibly Overkill*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh pengunjung sehingga objek wisata lebih baik mengalokasikan sumber daya yang terkait pada faktor tersebut kepada faktor lain yang lebih memiliki tingkat prioritas lebih. Untuk atribut yang ada pada kuaran D adalah atribut yang tidak dianggap lebih penting bagi pengunjung namun bagi objek wisata memberikan pelayanan yang berlebih sehingga atribut ini dianggap berlebihan. Namun,

tidak tertutup kemungkinan atribut ini juga akan mendapat perhatian yang lebih dari pengunjung Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar, adapun atribut yang berada pada kuadran D adalah sebagai berikut:

Tabel 4.24
Hasil perhitungan diagram IPA pada kuadran D

| Atribut | Pernyataan |
|---------|---|
| 3 | Adanya tempat sampah yang memadai |
| 6 | Adanya tempat parkir yang memadai |
| 9 | Karyawan berpenampilan rapi dan menarik |
| 10 | Pelayanan yang diberikan sesuai dengan janji yang ditawarkan |
| 13 | Memberikan informasi kepada pengunjung secara lengkap dan jelas |
| 26 | Saya akan merekomendasikan objek wisata |
| 27 | Apa yang dirasakan pengunjung sesuai dengan yang diharapkan |

Sumber: Data diolah (2020).

Dari diagram dapat dilihat pada kuadran D pernyataan yang dianggap pengunjung dengan kinerja yang tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh pengunjung atau dianggap berlebihan. Pada kuadran ini terdapat 7 atribut pernyataan dengan atribut nomor 10 Pelayanan yang diberikan sesuai dengan janji yang ditawarkan yang mendapat poin paling banyak, yang artinya kinerja perusahaan terhadap atribut tersebut tinggi tetapi bagi pengunjung tidak terlalu penting atau berlebihan. Sedangkan yang memiliki poin terendah adalah atribut pernyataan nomor 27, apa yang dirasakan pengunjung sesuai dengan yang diharapkan yang artinya atribut tersebut tidak terlalu penting atau berlebihan.

Penelitian yang dilakukan Muhammad, Yulisetiari dan Hadi (2018) pada objek wisata pantai Pulau Merah dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel pada dimensi kualitas pelayanan dengan semua indikator menunjukkan kepuasan pengunjung pantai pulau merah. Perbedaan dengan peneliti pada hasil dapat dilihat tidak semua indikator menunjukkan kepuasan pengunjung terdapat 17 indikator dengan nilai positif yang artinya indikator tersebut memuaskan pengunjung dan 10 indikator dengan nilai negatif yang artinya tidak memuaskan pengunjung.

Penelitian yang dilakukan oleh Prananda, Lucitasari dan Khannan. (2019) penelitian dilakukan di hotel Vidi 2, dari hasil penelitian dapat dilihat terdapat Gap pada dimensi *assurance*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness*, *tangibledan* menurut kualitas (Q) dengan dimensi bukti fisik (*tangible*) memiliki nilai kualitas terkecil sebesar 0,806 dan nilai kualitas terbesar terdapat pada dimensi jaminan (*assurance*) dengan nilai sebesar 0,964. Dari penelitian ini dan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat dilihat terdapat perbedaan hasil pada Gap. Peneliti hanya memiliki dua dimensi dengan Gap pada dimensi *tangible* dan *reliability* sedangkan penelitian pada hotel Vidi 2 terdapat Gap pada semua dimensi kualitas pelayanan.

Sedangkan penelitian yang dilakukan Munawir (2018) pada pusat perbelanjaan kota Banda Aceh dengan metode *servqual* membahas tentang kepuasan konsumen sama dengan penelitian ini

memiliki perbedaan pada penambahan variabel *compliance*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *assurance*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness*, *tangible* dan *customer satisfaction* dimensi-dimensi ini memiliki dampak positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan di pusat perbelanjaan kota Banda Aceh. Secara umum pelanggan pusat perbelanjaan di kota Banda Aceh lebih puas dengan dimensi *responsiveness*, hal ini memiliki kesamaan dengan peneliti para pengunjung Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar lebih puas dengan dimensi *responsiveness* dan *assurance*.

Penelitian Winarto dan Tb.Absor (2018) pada PT.Media Purna Engineering hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 2 atribut yang bernilai negative pada dimensi *tangible* atribut ke 4 yaitu kelengkapan dan kesiapan kerja memiliki nilai gap -0,296, dan pada dimensi *responsiveness* atribut ke 15 yaitu cepat dalam memberikan solusi mendapat nilai gap -0,185. Pada penelitian ini dapat dilihat pada diagram IPA pada kuadran A hanya memiliki 1 atribut ke 15 yaitu cepat dalam memberikan solusi pada pekerjaan. Perbedaan dengan penelitian ini dengan diagram IPA Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar adalah pada kuadran A tidak memiliki atribut di kuadran ini.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan di atas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Besarnya gap dimensi bukti fisik (*tangible*) harapan > kenyataan yang berarti terjadi kesenjangan *gap* sebesar $-0,07$. Hal ini berarti objek wisata Taman Rusa Aceh Besar belum dapat memberikan pelayanan fisik terutama sarana dan prasarana bagi pengunjung.
2. Besarnya gap dimensi kehandalan (*reliability*) harapan > kenyataan yang berarti terjadi kesenjangan *gap* sebesar $-0,4$. Hal ini berarti objek wisata Taman Rusa Aceh Besar belum mampu memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. Besarnya gap dimensi daya tanggap (*responsiveness*) kenyataan > harapan yang berarti tidak terjadi kesenjangan *gap* pada dimensi ini dengan skor sebesar $0,12$. Hal ini berarti objek wisata Taman Rusa Aceh Besar sudah mampu memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pengunjung.
4. Besarnya gap dimensi jaminan (*assurance*) kenyataan > harapan yang berarti tidak terjadi kesenjangan *gap* pada dimensi ini dengan skor sebesar $0,12$. Hal ini berarti objek wisata Taman Rusa Aceh Besar sudah memiliki kapasitas pegawai untuk

menumbuhkan rasa percaya diri pengunjung terhadap objek wisata.

5. Besarnya gap dimensi empati (*empathy*) kenyataan > harapan yang berarti tidak terjadi kesenjangan *gap* pada dimensi ini dengan skor sebesar 0,02. Hal ini berarti pengunjung objek wisata Taman Rusa Aceh Besar sudah merasa puas terhadap perhatian pihak objek wisata Taman Rusa Aceh Besar.

4.2 Saran

Agar kajian ini dapat terealisasi, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

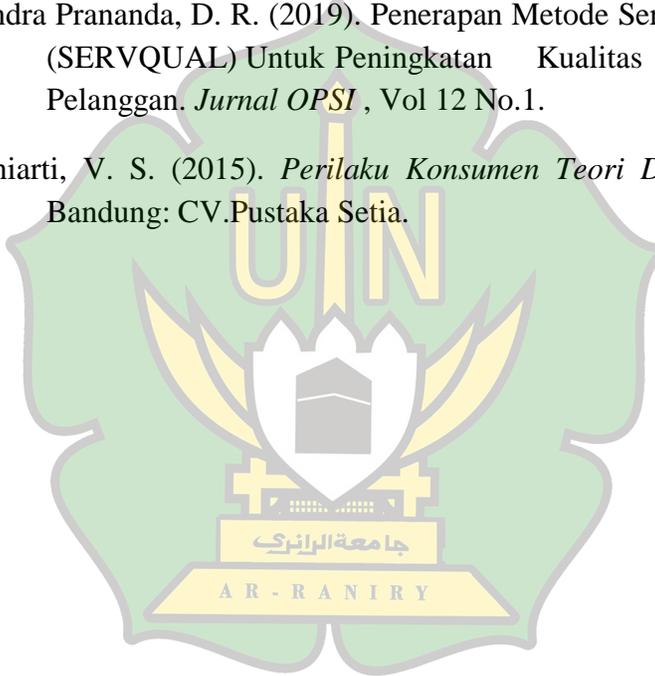
1. Pihak objek wisata Taman Rusa Aceh Besar, agar ke depannya terus meningkatkan dan memperbaiki kualitas terutama pada dimensi kehandalan (*reability*) dengan memperbaiki dari sisi pelayanan dan kinerja yang berikan agar sesuai dengan harapan pengunjung.
2. Pihak objek wisata Taman Rusa Aceh Besar, agar dapat mempertahankan dimensi daya tanggap (*responsiveness*) dan jaminan (*assurance*) karena berdasarkan kesimpulan memiliki nilai yang positif yang artinya tidak ada kesenjangan.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti tentang kepuasan konsumen diharapkan dapat menambah atribut-atribut lain yang belum tertulis dalam penelitian ini dan menggunakan metode lain untuk melihat kualitas pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Absor, H. W. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode Service Quality (SERVQUAL) Dan Importance Performance Analysis (IPA) Pada PT.Media Purna Engineering. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik* , VOL. 1 NO.2.
- Andari, C. L. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Studi Kasus The Sila's Agrotourism*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Hardiansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Hardiyati, R. (2010). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun The Pagilaran*. Diponegoro: Universitas Diponegoro Semarang .
- Indrawati, R. d. (2019). Pengukuran Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa Pendidikan Dengan Menggunakan Metode Service Quality (SERVQUAL) Di SMP 3 Rancaekek. . *ReTIMS* , Vol 1, No. 1.
- Kotler, P. K. (2016). *Marketing Management, Edisi 1*. New Jersey: Pearson: Prentice Hall. Inc.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mohamad Jajang I, D. Y. (2018). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Pelayanan Pada Pengunjung Objek Wisata Pantai Pulau Merah Kabupaten

- Banyuwangi. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* , Volume V (1) : 189-193.
- Munawir. (2018). Persepsi Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan pada Pusat Perbelanjaan Kota Banda Aceh dengan Metode SERVQUAL. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*,2(1), 2018, 1-54 , 1.
- Paramitasari, N. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Jasa SERVQUAL Di Bagian Penerimaan Mahasiswa Baru Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Magister* , Vol 02. No.01.
- Pranedo Adhi Kusumo, S. S. (2016). Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa Dengan Menggunakan Metode IPA (Importance Performance Analisis) pada AHASS 01108 Anugrah Jaya Semarang. *Diponegoro Journal Of Management* , Volume 5, Nomor 1, Halaman 1-14.
- Profesional, T. D. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan.
- Rambat Lupiyoadi, A. H. (2011). . *Manajemen Pemasaran jasa edisi 2*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sangadji, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, F. d. (2015). *Pelanggan Puas Tak Cukup?* Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. d. (2016). *Service, Quality & Satisfaction, Edisi 14*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa, Cetakan ke 1*. Kembangan Jakarta Barat: PT.Indeks.
- Yandra Prananda, D. R. (2019). Penerapan Metode Service Quality (SERVQUAL) Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan. *Jurnal OPSI*, Vol 12 No.1.
- Yuniarti, V. S. (2015). *Perilaku Konsumen Teori Dan Praktek*. Bandung: CV.Pustaka Setia.



LAMPIRAN 1

KUESIONER

Responden yang terhormat

Saya Selly Novita, mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Prodi Ilmu Ekonomi (S1) Universitas Islam Negeri Ar-raniry, sedang melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Objek Wisata Taman Rusa Aceh Besar”**. Saya memohon untuk memberikan informasi secara lengkap dan akurat. Informasi yang diperoleh hanya akan digunakan untuk penelitian dan akan dirahasiakan.

A. Identitas Reponden

Nama :

Usia : a. 17-25 tahun

b. 26-45 tahun

c. > 45 tahun

Jenis Kelamin :

B. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah setiap butir pertanyaan dengan seksama.
2. Berilah tanda check list (√) pada kolom yang disediakan.

Keterangan

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS= Sangat Tidak Setuju

| No | Pernyataan | Kenyataan | | | | | Harapan | | | | |
|-------------|---|-----------|---|---|----|-----|---------|---|---|----|-----|
| | | SS | S | N | TS | STS | SS | S | N | TS | STS |
| Bukti Fisik | | | | | | | | | | | |
| 1 | Adanya fasilitas wahana air dan fasilitas bermain | | | | | | | | | | |
| 2 | Kebersihan dalam lingkungan objek wisata taman rusa | | | | | | | | | | |
| 3 | Adanya tempat sampah yang memadai | | | | | | | | | | |
| 4 | Adanya toilet yang memadai | | | | | | | | | | |
| 5 | Adanya spot foto | | | | | | | | | | |
| 6 | Adanya tempat parkir yang memadai | | | | | | | | | | |
| 7 | Adanya tempat ibadah dan perlengkapan ibadah (mukena, sajadah, tempat wudhu) yang memadai | | | | | | | | | | |
| 8 | Adanya tempat kuliner (warung makan/tempat makan lainnya) | | | | | | | | | | |
| 9 | Karyawan berpenampilan rapi dan menarik | | | | | | | | | | |
| Kehendalan | | | | | | | | | | | |

| Empati | | | | | | | | | | | | | |
|--------|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| 20 | Karyawan melayani pengunjung dengan ketulusan | | | | | | | | | | | | |
| 21 | Karyawan melayani pengunjung dengan sikap sopan santun | | | | | | | | | | | | |
| 22 | Karyawan tidak diskriminatif dalam melayani pengunjung | | | | | | | | | | | | |
| 23 | Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan | | | | | | | | | | | | |
| 24 | Pengunjung merasa puas dengan pelayanan yang diberikan | | | | | | | | | | | | |
| 25 | Berminat untuk mengunjungi kembali objek wisata taman rusa | | | | | | | | | | | | |
| 26 | Saya akan merekomendasikan objek wisata | | | | | | | | | | | | |
| 27 | Apa yang dirasakan pengunjung sesuai dengan yang diharapkan | | | | | | | | | | | | |



LAMPIRAN 2

SKOR BUTIRAN INSTRUMEN PENELITIAN

| No | Angket Pertanyaan Kenyataan | | | | | | | | | | | | | | |
|----|-----------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| | X1 | | | | | | | | | X2 | | X3 | | | |
| | p1 | p2 | p3 | p4 | p5 | p6 | p7 | p8 | p9 | p1 | p2 | p1 | p2 | p3 | p4 |
| 1 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 6 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 7 | 5 | 5 | 5 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 8 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 9 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 10 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 |
| 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |

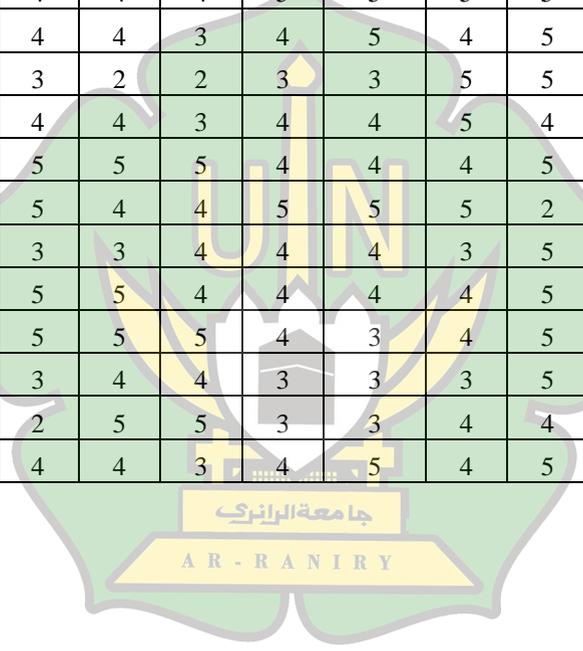
| | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 12 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 14 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 15 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 |
| 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 19 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 21 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 22 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 |
| 24 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 2 | 2 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 25 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 26 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 27 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 28 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 29 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 5 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 30 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 31 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 32 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 33 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 34 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 35 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 2 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 36 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 37 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 |
| 38 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 39 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 40 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 41 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 42 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 43 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 44 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 45 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 |
| 46 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 47 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 48 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 49 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 50 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 |
| 51 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 52 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 53 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 54 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 56 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 57 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 58 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 59 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 |
| 60 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 61 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 62 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 63 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 64 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 |
| 65 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 66 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 67 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 68 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 69 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 70 | 3 | 3 | 5 | 5 | 2 | 2 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 71 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 72 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 3 | 3 |
| 73 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 74 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 75 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 76 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 77 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 |
| 78 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 79 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 80 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 81 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 82 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 83 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 84 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 85 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 2 | 3 | 3 |
| 86 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 87 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 88 | 5 | 5 | 5 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 89 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 90 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 91 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 92 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 93 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 2 | 3 | 3 |
| 94 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 95 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 |
| 96 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 97 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 |



| No | Angket Pertanyaan Kenyataan | | | | | | | | | | | |
|----|-----------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| | X4 | | | | X5 | | | Y | | | | |
| | p1 | p2 | p3 | p4 | p1 | p2 | p3 | p1 | p2 | p3 | p4 | p5 |
| 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 6 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 7 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 8 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| 9 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 10 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 |
| 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 |
| 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 13 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 15 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 16 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 |
| 17 | 5 | 3 | 2 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 18 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 19 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 20 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 21 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 22 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 23 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 24 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 |
| 25 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 26 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 27 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 28 | 5 | 5 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 29 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 30 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 31 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 32 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 33 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 34 | 2 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 35 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 36 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 37 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| 38 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 |
| 39 | 3 | 5 | 5 | 2 | 2 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 40 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 41 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 43 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| 44 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 45 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 |
| 46 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 47 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 48 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| 49 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 50 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 |
| 51 | 3 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| 52 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 |
| 53 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 54 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 55 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 56 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 57 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| 58 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 59 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 |
| 60 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 |

| | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 61 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 62 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 63 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 64 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 65 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 |
| 66 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 67 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 68 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 69 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 70 | 3 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 71 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 72 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 73 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 |
| 74 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 75 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 76 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 |
| 77 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 78 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 79 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| 80 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 81 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 |

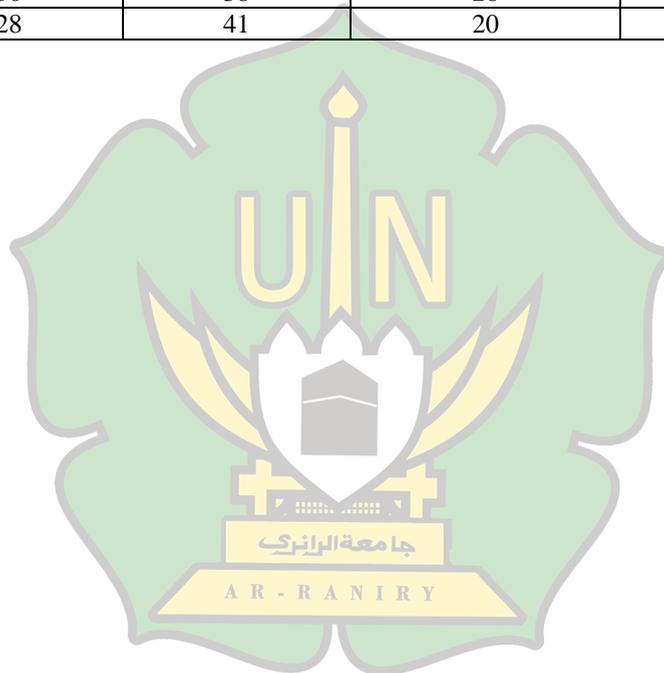
| | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 82 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| 83 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 |
| 84 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 85 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 86 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 87 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 88 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| 89 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 90 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 91 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 92 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 93 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 94 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 |
| 95 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 96 | 3 | 5 | 5 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 97 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 |

جامعة الرانيري

AR-RANIRY

| No | Jumlah | | | | |
|----|--------|----|----|----|-----|
| | SS | S | KS | TS | STS |
| 1 | 18 | 40 | 29 | 10 | 0 |
| 2 | 0 | 50 | 20 | 21 | 6 |
| 3 | 15 | 48 | 30 | 4 | 0 |
| 4 | 14 | 43 | 36 | 4 | 0 |
| 5 | 48 | 40 | 9 | 0 | 0 |
| 6 | 20 | 50 | 20 | 7 | 0 |
| 7 | 58 | 27 | 12 | 0 | 0 |
| 8 | 18 | 30 | 40 | 9 | 0 |
| 9 | 41 | 43 | 13 | 0 | 0 |
| 10 | 25 | 55 | 10 | 2 | 0 |
| 11 | 0 | 18 | 55 | 24 | 0 |
| 12 | 5 | 30 | 55 | 7 | 0 |
| 13 | 53 | 27 | 17 | 0 | 0 |
| 14 | 50 | 29 | 18 | 0 | 0 |
| 15 | 60 | 30 | 7 | 0 | 0 |
| 16 | 45 | 33 | 22 | 0 | 0 |
| 17 | 45 | 38 | 17 | 0 | 0 |
| 17 | 47 | 30 | 23 | 0 | 0 |
| 19 | 44 | 50 | 3 | 0 | 0 |
| 20 | 48 | 36 | 13 | 0 | 0 |
| 21 | 54 | 26 | 17 | 0 | 0 |
| 22 | 47 | 38 | 12 | 0 | 0 |
| 23 | 28 | 46 | 13 | 10 | 0 |

| | | | | | |
|----|----|----|----|---|---|
| 24 | 24 | 46 | 27 | 0 | 0 |
| 25 | 37 | 48 | 11 | 1 | 0 |
| 26 | 30 | 38 | 26 | 3 | 0 |
| 27 | 28 | 41 | 20 | 8 | 0 |



| No | Angket Pertanyaan Harapan | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| | X1 | | | | | | | | | X2 | | X3 | | | |
| | p1 | p2 | p3 | p4 | p5 | p6 | p7 | p8 | p9 | p1 | p2 | p1 | p2 | p3 | p4 |
| 1 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 2 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 6 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 7 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 8 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 |
| 9 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 10 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 |
| 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 12 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 14 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 15 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 |
| 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 19 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 21 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 22 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 |
| 24 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 2 | 2 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 25 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 26 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 27 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 28 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 29 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 30 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 31 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 32 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 |
| 33 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 34 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 |
| 35 | 5 | 2 | 2 | 3 | 3 | 5 | 3 | 2 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 36 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 37 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 |
| 38 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 39 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 40 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 41 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 42 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 44 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 45 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 |
| 46 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 47 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 48 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 49 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 50 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 |
| 51 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 52 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 53 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 54 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 2 | 3 | 3 |
| 55 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 56 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 57 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 58 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 59 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 |
| 60 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 61 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 62 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 63 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 |
| 64 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 65 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 66 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 67 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 68 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 |
| 69 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 70 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 71 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 |
| 72 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 73 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 74 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 2 | 3 | 3 |
| 75 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 76 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 77 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 78 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 79 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 |
| 80 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 81 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 82 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 |
| 83 | 5 | 2 | 2 | 3 | 3 | 5 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 |
| 84 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 |
| 85 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 86 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 |
| 87 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 |
| 88 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 89 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 |
| 90 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 |
| 91 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 |
| 92 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 |
| 93 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 |
| 94 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 95 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 |
| 96 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 |
| 97 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

| No | Angket Pertanyaan Harapan | | | | | | | | | | | |
|----|---------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| | X4 | | | | X5 | | | Y | | | | |
| | p1 | p2 | p3 | p4 | p1 | p2 | p3 | p1 | p2 | p3 | p4 | p5 |
| 1 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 6 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 7 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 8 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| 9 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 10 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 |
| 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 |
| 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 13 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 15 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 16 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 |
| 17 | 5 | 3 | 2 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 18 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 19 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 20 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 21 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 22 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 23 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 24 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 |
| 25 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 26 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 27 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 28 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 29 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 30 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 31 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 33 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 34 | 2 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 35 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 36 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 37 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 38 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 39 | 3 | 5 | 5 | 2 | 2 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 40 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 41 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 43 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| 44 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 45 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 |
| 46 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 47 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 48 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| 49 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 50 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 |
| 51 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 52 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 53 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 54 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 55 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 56 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 57 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 58 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 59 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 60 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |

| | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 61 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 62 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 63 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| 64 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 65 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 |
| 66 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 67 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| 68 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 69 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 |
| 70 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 71 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 72 | 5 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| 73 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 74 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 |
| 75 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 76 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 77 | 5 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 78 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 79 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 80 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 81 | 5 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |

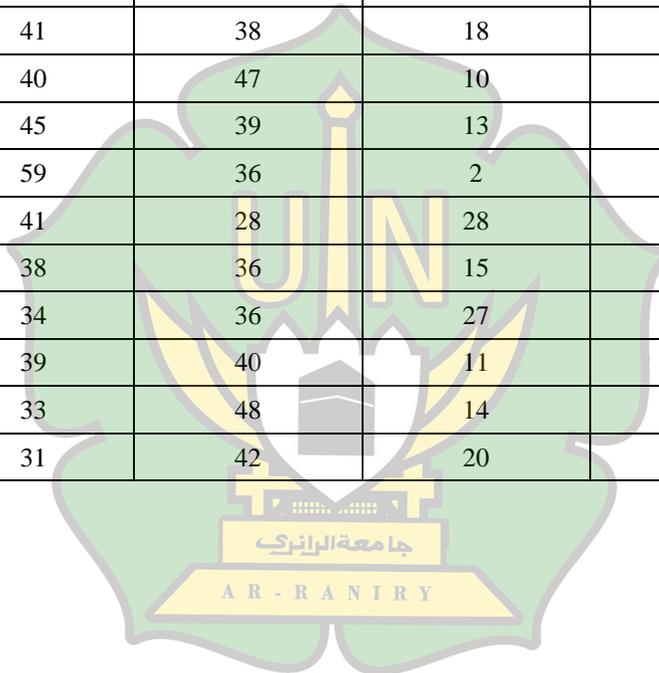
| | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 82 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 83 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 84 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 85 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 86 | 5 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| 87 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 88 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 |
| 89 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 90 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| 91 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 92 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 |
| 93 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 94 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| 95 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 96 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| 97 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

| No | Jumlah | | | | |
|----|--------|-----|----|----|-----|
| | SS | S | KS | TS | STS |
| 1 | 28 | 40 | 19 | 10 | 0 |
| 2 | 20 | 50 | 20 | 7 | 0 |
| 3 | 15 | 43 | 30 | 9 | 0 |
| 4 | 14 | 43 | 36 | 4 | 0 |
| 5 | 38 | 50 | 9 | 0 | 0 |
| 6 | 30 | 40 | 25 | 2 | 0 |
| 7 | 38 | 47 | 12 | 0 | 0 |
| 8 | 28 | 30 | 34 | 5 | 0 |
| 9 | 21 | 53 | 23 | 0 | 0 |
| 10 | 175 | 180 | 36 | 0 | 0 |
| 11 | 140 | 152 | 63 | 20 | 0 |
| 12 | 15 | 50 | 25 | 7 | 0 |
| 13 | 23 | 54 | 20 | 0 | 0 |
| 14 | 30 | 45 | 20 | 2 | 0 |
| 15 | 38 | 48 | 11 | 0 | 0 |

| | | | | | |
|----|----|----|----|---|---|
| 16 | 40 | 37 | 20 | 0 | 0 |
| 17 | 48 | 37 | 12 | 0 | 0 |
| 18 | 41 | 38 | 18 | 0 | 0 |
| 19 | 40 | 47 | 10 | 0 | 0 |
| 20 | 45 | 39 | 13 | 0 | 0 |
| 21 | 59 | 36 | 2 | 0 | 0 |
| 22 | 41 | 28 | 28 | 0 | 0 |
| 23 | 38 | 36 | 15 | 8 | 0 |
| 24 | 34 | 36 | 27 | 0 | 0 |
| 25 | 39 | 40 | 11 | 7 | 0 |
| 26 | 33 | 48 | 14 | 2 | 0 |
| 27 | 31 | 42 | 20 | 4 | 0 |



LAMPIRAN 3
DOKUMENTASI



