

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PASAR SENI DAN WISATA GABUSAN

**Penulis:**  
Yulianto harinugroho<sup>1\*</sup>  
Wilis Fahlefi<sup>2</sup>

**Afiliasi:**  
Akademi Manajemen Administrasi  
Yogyakarta, Indonesia<sup>1-2</sup>

**email:**  
yulianto@amayogyakarta.ac.id<sup>1</sup>  
wilisfahlefi@amayogyakarta.ac.id<sup>2</sup>

\*) Penulis Korespondensi

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan pengunjung Pasar Seni dan Wisata Gabusan, Timbulharjo, Sewon, Bantul, DIY. Penelitian ini menggunakan variabel Kualitas Pelayanan yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangible* sebagai variabel bebas untuk menganalisis pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung sebagai variabel terikat. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Pasar Seni dan Wisata Gabusan, Timbulharjo, Sewon, Bantul, DIY. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *Populative Random Sampling* dengan sampel yaitu sebanyak 103 sampel. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis Regresi Linear Berganda yang diolah dengan program SPSS 17.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh *reliability* (kehandalan) terhadap kepuasan pengunjung yang ditunjukkan thitung sebesar -0,220. Tidak ada pengaruh *responsiveness* (daya tanggap) terhadap kepuasan pengunjung yang ditunjukkan dengan nilai thitung sebesar 0,986. Tidak ada pengaruh *assurance* (jaminan) terhadap kepuasan pengunjung yang ditunjukkan dengan nilai nilai thitung sebesar 1,906. Ada pengaruh *emphaty* (empati) terhadap kepuasan pengunjung yang ditunjukkan dengan nilai thitung sebesar 2,388. Tidak ada pengaruh variabel *tangibles* (berwujud) terhadap kepuasan pengunjung yang ditunjukkan dengan nilai nilai thitung sebesar 0,654. Hasil Uji F (ANOVA) membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang *tangibles* (berwujud), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (respon/ ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengunjung yang ditunjukkan nilai Fhitung = 7,704 dan tingkat signifikansi 0,000 tersebut lebih kecil dari 0,05.

**Kata kunci:** kualitas pelayanan, kepuasan, pengunjung.

---

### Pendahuluan

Pada saat ini, minat terhadap barang antik dan barang yang memiliki nilai seni hampir memudar. Barang - barang yang berteknologi lebih maju selalu dikembangkan guna memenuhi kebutuhan masyarakat untuk memudahkan kegiatan sehari - hari. Barang-barang antik memang tidak memiliki banyak kegunaan dimana barang dengan teknologi yang lebih maju dapat mempermudah segala kegiatan masyarakat, namun barang antik memiliki nilai estetis yang tinggi di mata masyarakat. Jarang ditemui pasar yang menjual barang antik sehingga barang antik menjadi lebih tinggi karena kelangkaannya.

Sangat berbeda antara pasar besar modern saat ini dengan pasar besar yang hanya menjual barang antik dan bernilai seni tinggi, mulai dari kondisi produk, harga jual produk, fasilitas dan kebersihan pasar, sistem jual beli hingga kualitas pelayanan pasar. Dari perbedaan tersebut kualitas pelayanan pasar adalah aspek yang

menentukan citra pasar dimata masyarakat, semakin baik citra pasar maka semakin bagus pula pandangan masyarakat terhadap pasar tersebut. Hal ini sangat mempengaruhi perkembangan pasar terutama pasar seni yang hampir dipandang sebelah mata oleh masyarakat. Dalam aspek pelayanan konsumen pada setiap pasar mempengaruhi intensitas datangnya pengunjung, pelayanan pasar yang baik akan membuat para pengunjung menjadi nyaman dan untuk berlama - lama berada di lingkungan pasar tersebut, begitu juga sebaliknya, sehingga dapat memungkinkan pengunjung untuk berbelanja barang yang lain yang mungkin menarik perhatian para pengunjung.

Keadaan ini merupakan peluang bagi mereka yang mampu memanfaatkan situasi tersebut. Industri ritel telah menjadi salah satu pemenuhan kebutuhan konsumen. Maraknya perkembangan pasar modern seperti *minimarket*, *supermarket*, dan *hypermarket* akhir-akhir ini telah menggeser peran pasar yang menyediakan barang - barang antik. Pasar modern saat ini banyak menawarkan berbagai macam barang yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat, dengan banyaknya permintaan barang banyak sekali pasar pasar modern yang mengesampingkan kualitas pelayanan kepada pengunjung dan lebih mengutamakan keuntungan penjualan. Oleh karena itu munculah berbagai keluhan dari konsumen mengenai lamanya pelayanan pada saat pembayaran, kurang lengkapnya produk yang disediakan, kurangnya keramahan, kurang nyamannya konsumen atas *layout* tempat, kesediaan dan kenyamanan para pelaku pasar dalam membantu memberikan pelayanan dengan tanggap dan cepat kepada konsumen sehingga tercapainya kepuasan dari konsumen.

Suatu kualitas pelayanan akan selalu berubah sehingga pihak manajemen pasar juga harus dapat meningkatkan dan menyesuaikan kualitas pelayanannya sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pengunjung. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang diharapkan oleh pengunjung maka akan menimbulkan minat pembelian dari diri para pengunjung itu sendiri. Kepuasan pengunjung dapat diartikan sebagai kinerja yang dapat dirasakan oleh pengunjung setelah memperoleh pelayanan yang diberikan oleh manajemen pasar. Jika pelayanan yang diberikan itu lebih rendah dari yang diharapkan pengunjung, maka dapat dikatakan pengunjung tidak puas dengan pelayanan yang diberikan. Tetapi sebaliknya, apabila kinerja suatu pasar dalam memberi pelayanan lebih tinggi dari yang diharapkan oleh pengunjung, maka dapat dikatakan konsumen akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.

## **Studi Literatur**

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas Pelayanan menurut Kotler (2012) menentukan bahwa ada 5 dimensi kualitas pelayanan. Kelimanya disajikan secara berturut berdasarkan tingkat kepentingan diantaranya:

1. *Tangibles* (bukti langsung) adalah fasilitas fisik yang ditawarkan kepada konsumen yang meliputi fisik, pegawai dan sarana komunikasi.
2. *Emphaty* (empati) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.
3. *Reliability* (kehandalan) adalah konsisten dari penampilan dan kehandalan pelayanan yang kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
4. *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu kesigapan dan kecepatan penyedia jasa dalam menyelesaikan masalah dan meberikan pelayanan dengan tanggap.
5. *Assurance* (jaminan) yaitu kemampuan dan keterampilan petugas, keramahan petugas, kepercayaan dan keamanan. (YuliantoHarinugroho, 2021)

Tjiptono dalam Sunyoto (2012) mengatakan bahwa kualitas atau mutu dalam industri jasa pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan pen-yampiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen”. *Service* kegiatan utama yang tidak secara langsung terlibat dalam proses pembuatan produk, tetapi lebih menekankan pada

pelayanan transaksi antara pembeli dan penjual. *Quality* sesuatu yang secara khusus dapat diraba atau tidak dapat diraba dari sifat yang dimiliki produk atau jasa, *Levels* suatu pernyataan atas system yang digunakan memonitor dan mengevaluasi, *Consistent* tidak memiliki variasi dan semua pelayanan berjalan sesuai standar yang telah ditetapkan.

### **Kepuasan**

Menurut Fornel dalam (Liu, 2016), membagi dimensi kepuasan konsumen menjadi tiga yaitu:

1. Kualitas yang dirasakan

Penentu utama kepuasan konsumen yaitu kualitas atau kinerja. Kualitas adalah sangat mendasar bagi seluruh kegiatan ekonomi karena dapat menggambarkan dua buah komponen secara keseluruhan sebuah pengalaman konsumsi, yaitu sejauh mana penawaran yang ditawarkan dan diberikan oleh perusahaan memenuhi kebutuhan konsumen dan sejauh mana kompetensi karyawan berusaha dalam memberikan pelayanan dan berkualitas bagi konsumennya.

2. Nilai yang dirasakan

Nilai adalah tingkat yang dirasakan oleh konsumen terhadap harga yang dibayarkan olehnya. Konsumen akan membandingkan nilai yang dirasakan setelah melakukan transaksi dengan penawaran yang diberikan oleh perusahaan baik berupa produk barang atau jasa. Dengan ini konsumen dapat memberikan nilai atas nilai yang telah dirasakan terhadap produk barang atau jasa itu tadi.

3. Harapan konsumen

Harapan merupakan awal sebelum konsumen merasakan kualitas dan nilai yang diberikan oleh perusahaan. Konsumen memiliki harapan terhadap sejauh mana penawaran yang diberikan oleh perusahaan dalam bentuk produk atau jasa tersebut. Proses sebelumnya adalah konsumen mencari dan mendapatkan informasi-informasi dari berbagai sumber, selanjutnya akan memikirkan dan memperkirakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas di masa depan yang akan diterimanya. (YuliantoHarinugroho, 2021)

Pasolong (2010) menyatakan bahwa semakin baik pemerintahan dan kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan semakin tinggi kepercayaan masyarakat (*high trust*). Kepercayaan masyarakat akan semakin tinggi apabila masyarakat mendapatkan pelayanan yang baik dan merasa terpuaskan akan pelayanan tersebut. (Fahlefi, 2021). Dengan demikian, orang akan merasa puas bila tidak ada perbedaan antara yang diinginkan dengan persepsinya atas kenyataan, karena batas minimum yang diinginkan telah terpenuhi (Rofik, 2013).

### **Pengunjung**

Pengunjung atau wisatawan adalah pengunjung yang mengunjungi di suatu tempat atau daerah yang dikunjungi. Pengunjung adalah orang – orang yang datang berkunjung pada suatu tempat atau negara yang terdiri dari banyak orang dengan tujuan yang berbeda – beda (Yoeti, 2005). Menurut Undang-Undang No. 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan, wisatawan merupakan orang yang melakukan kegiatan wisata, sedangkan pengertian wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan perjalanan tersebut yang dilakukan secara sukarela dan bersifat tidak menetap untuk menikmati objek serta daya tarik destinasi wisata.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 pengertian wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata dalam jangka waktu tidak lama atau hanya menetap.

Yoeti (2005) mengungkapkan bahwa daya tarik atau atraksi wisata merupakan segala sesuatu yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung disuatu daerah tujuan wisata, seperti :

1. Alam (Nature), yaitu segala sesuatu yang berasal dari alam yang dimanfaatkan dan diusahakan di tempat objek wisata yang dapat dinikmati dan memberikan kepuasan kepada wisatawan.

2. Budaya (Culture), yaitu segala sesuatu yang berupa daya tarik yang berasal dari seni dan kreasi manusia.
3. Buatan Manusia (Man made), yaitu segala sesuatu yang berasal dari karya manusia, dan dapat dijadikan sebagai objek wisata seperti benda-benda sejarah, kebudayaan, religi serta tata cara manusia.

Manusia (Human being), yaitu segala sesuatu dari aktivitas manusia yang khas dan mempunyai daya tarik tersendiri yang dapat dijadikan sebagai objek wisata.

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian survei. Penelitian kuantitatif lebih berhubungan dengan angka-angka. Namun secara spesifik, penelitian kuantitatif dapat dijabarkan sebagai metode penelitian yang bertujuan untuk memverifikasi suatu teori atau kebenaran, membangun fakta, menunjukkan deskripsi statistik, serta menganalisa hasilnya dengan prosedur yang sistematis dengan data berupa numerikal, angka, atau grafik.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang berbelanja di Pasar Seni dan Wisata Gabusan Timbulharjo, Kecamatan Sewon, Kabupaten Bantul, D.I.Y . Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *populative random sampling*. *Populative random sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 103 orang pengunjung.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner penelitian. Menurut Sugiyono (2017), kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti dengan variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pernyataan atau pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan pada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangibles* (berwujud), *emphaty* (empati), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (respon/ketanggapan) dan *assurance* (jaminan). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kepuasan pengunjung.

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner yang menggunakan skala Likert yang dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi orang atau kelompok tentang kejadian atau fenomena sosial. Jawaban dari kuesioner kualitas pelayanan, diberikan skor dengan range sebagai berikut :

a. Sangat Setuju (SS)	diberi skor	5
b. Setuju (S)	diberi skor	4
c. Netral (N)	diberi skor	3
d. Tidak Setuju (TS)	diberi skor	2
e. Sangat Tidak Setuju (STS)	diberi skor	1

sedangkan untuk kuesioner kepuasan pengunjung diberikan skor dengan range sebagai berikut:

a. Sangat Puas (SP)	diberi skor	5
b. Puas (P)	diberi skor	4
c. Netral (N)	diberi skor	3
d. Tidak Puas (TP)	diberi skor	2
e. Sangat Tidak Puas (STP)	diberi skor	1

### Uji Instrumen

Uji Instrumen dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan uji reliabilitas data. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2009). Hasil  $r$  hitung dibandingkan  $r$  tabel dimana  $df = n - 2$  (= jumlah sampel), dengan ketentuan jika  $r$  tabel  $< r$  hitung maka dikatakan valid dan jika  $r$  tabel  $> r$  hitung maka dikatakan tidak valid.

Uji reliabilitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur ketepatan suatu ukuran atau alat pengukur keandalannya. Suatu ukuran atau alat ukur yang dapat dipercaya harus memiliki reliabilitas yang tinggi. Uji reliabilitas menunjukkan kepada suatu pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan pada tingkat keandalan (dapat dipercaya) dari suatu indikator yang digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2016). Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai  $\alpha$  hitung dengan nilai standar = 0,60. Jika nilai  $\alpha$  hitung  $> 0,60$  maka konstruk pertanyaan adalah *reliable*, sedangkan jika  $\alpha$  hitung  $< 0,60$  maka konstruk pertanyaan tidak *reliable*.

### Uji Hipotesis dan Analisis Data

#### 1. Regresi Linier Berganda

Dalam Penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel sebagai indikator yaitu *Reliability* ( $X1$ ), *Responsiveness* ( $X2$ ), *Assurance* ( $X3$ ), *Empathy* ( $X4$ ) dan *Tangible* ( $X5$ ) yang mempengaruhi variabel Kepuasan Pengunjung ( $Y$ ) maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Untuk mengetahui suatu persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi nilai variabel dependen diperlukan pengetahuan tentang hal-hal berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Dimana :

$Y$  : Variable dependen adalah kepuasan pengunjung

$a$  : Konstanta

$X_1$ : Keandalan (*reliability*)

$X_2$ : Daya Tanggap (*responsiveness*)

$X_3$ : Jaminan (*assurance*)

$X_4$ : Empati (*empahty*)

$X_5$ : Bukti Langsung (*tangible*)

$b$  : Koefesien-koefisien regresi

#### 2. Uji t

Digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi dari pengaruh variabel *independen* secara individu terhadap variabel *dependen*. Kriteria pengujian : menggunakan *level of significant* 0,05 atau 5%. Jika  $t$ -hitung  $> t$ -table, maka dapat dikatakan variabel *independen* yang di uji berpengaruh terhadap variabel *dependen*.

### 3. Uji F

Digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi dari pengaruh variable independen secara keseluruhan terhadap variable *dependen*. Jika nilai signifikan  $F < 0,05$  maka  $H^0$  ditolak dan  $H^1$  diterima. Artinya semua variabel independent/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependen*/terikat. Jika nilai signifikan  $F > 0,05$  maka  $H^0$  diterima dan  $H^1$  Artinya, semua variabel *independent*/bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependen*/terikat.

## Hasil

### 1. Karakteristik Responden

#### a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 1. Karakteristik Responden**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	66	64.1	64,1	64,1
Perempuan	37	35.9	35,9	35,9
Total	103	100.0	100.0	100,0

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan table diatas, dapat diketahui bahwa jumlah responden Laki-laki dalam penelitian ini sebanyak 66 responden dengan proporsi 64,1%. Sedangkan jumlah responden perempuan sebanyak 37 responden dengan proporsi 35,9%. Ini menjelaskan bahwa dari 105 responden/pengunjung Pasar Seni dan Wisata Gabusan sebagian besar adalah pengunjung laki-laki.

#### b. Responden Berdasarkan Domisili

Karakteristik responden berdasarkan domisili tempat tinggal dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 2. Responden Berdasarkan Domisili**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Bantul	21	20.4	20.4	20.4
Kota Yogyakarta	10	10.3	10.3	10.3
Luar Daerah	69	67,0	67,0	67,0
Sleman	3	2,9	2,9	2,9
Total	103	100.0	100.0	100,0

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui jumlah responden yang datang dari daerah Bantul sebanyak 21 responden dengan proporsi 20,4%, dari Daerah Kota Yogyakarta sebanyak 10 responden dengan proporsi 10,3%, lalu dari luar daerah sebanyak 69 responden menjadi yang paling besar nilai proporsinya sebesar 67,0%, sedangkan dari daerah Sleman sebanyak 3 responden menjadi yang terendah

proporsinya yaitu 2,9%. ini membuktikan bahwa pengunjung yang datang ke Pasar Seni dan Wisata Gabusan Bantul lebih banyak yang berdomisili di luar daerah dibandingkan dengan daerah sekitar pasar. Hal ini terjadi di karenakan yang dari luar daerah menjadikan objek berwisata menikmati hasil karya seni warga bantul sebagai pusat jual beli kerajinan seperti oleh oleh dan cinderamata. Hal ini bertujuan mengenalkan kerajinan warga bantul kepada luar daerah dan internasional. Sehingga pasar seni dan wisata gabusan ini telah dirancang khusus sebagai jembatan pengrajin lokal menuju pasar internasional.

## 2. Uji Instrumen

### a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai **r hitung** dengan nilai **r tabel**, dengan *alpha* sebesar 5% yaitu 0,3 (0,2973), jika **r hitung** > **r tabel** maka data dinyatakan valid, sedangkan jika **r hitung** < **r tabel** maka data dinyatakan tidak valid.

Dari hasil uji validitas menggunakan program SPSS didapatkan hasil uji validitas sebagai berikut

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas Responsiveness**

Variabel	r hitung	Alpha	Keterangan
Rs1	0,912		Valid
Rs2	0,962	0,2973	Valid
Rs3	0,944		Valid

Sumber: data primer diolah, 2021

Maka berdasarkan output diatas diketahui angka **r hitung** untuk variabel Rs1 sebesar 0,912, variabel Rs2 sebesar 0,962, variabel Rs3 sebesar 0,944. Dengan hasil tersebut membuktikan bahwa pertanyaan No 1 sampai dengan No 3 adalah Valid karena nilai **r hitung** lebih besar dari *alpha* sebesar 5% yaitu 0,3 (0,2973)

Dari hasil uji validitas menggunakan program SPSS didapatkan hasil uji validitas sebagai berikut:

**Table 4. Hasil Uji Validitas Reliability**

Variabel	r hitung	Alpha	Keterangan
Rb1	0,778		Valid
Rb2	0,919	0,2973	Valid
Rb3	0,736		Valid

Sumber: data primer diolah, 2021

Maka berdasarkan output diatas diketahui angka **r hitung** untuk variabel Rb1 sebesar 0,778, variabel Rb2 sebesar 0,919, variabel Rb3 sebesar 0,736. Dengan hasil tersebut membuktikan bahwa pertanyaan No 1 sampai dengan No 3 adalah Valid karena nilai **r hitung** lebih besar dari *alpha* sebesar 5% yaitu 0,3 (0,2973)

Dari hasil uji validitas menggunakan program SPSS didapatkan hasil uji validitas sebagai berikut:

**Tabel 5. Hasil Uji Validitas Assurance**

Variabel	r hitung	Alpha	Keterangan
A1	0,514		Valid
A2	0,826	0,2973	Valid
A3	0,618		Valid

Sumber: data primer diolah, 2021

Maka berdasarkan output diatas diketahui angka **r hitung** untuk variabel A1 sebesar 0,514, variabel A2 sebesar 0,826, variabel A3 sebesar 0,618. Dengan hasil tersebut membuktikan bahwa pertanyaan No 1 sampai dengan No 3 adalah Valid karena nilai **r hitung** lebih besar dari *alpha* sebesar 5% yaitu 0,3 (0,2973).

Dari hasil uji validitas menggunakan program SPSS didapatkan hasil uji validitas sebagai berikut:

**Tabel 6. Hasil Uji Validitas Tangible**

Variabel	r hitung	Alpha	Keterangan
T1	0,877		Valid
T2	0,819	0,2973	Valid
T3	0,905		Valid

Sumber: data primer diolah, 2021

Maka berdasarkan output diatas diketahui angka **r hitung** untuk variabel T1 sebesar 0,877, variabel T2 sebesar 0,819, variabel T3 sebesar 0,905. Dengan hasil tersebut membuktikan bahwa pertanyaan No 1 sampai dengan No 3 adalah Valid karena nilai **r hitung** lebih besar dari *alpha* sebesar 5% yaitu 0,3 (0,2973).

Dari hasil uji validitas menggunakan program SPSS didapatkan hasil uji validitas sebagai berikut:

**Tabel 7. Validitas Empathy**

Variabel	r hitung	Alpha	Keterangan
E1	0,764		Valid
E2	0,879	0,2973	Valid
E3	0,864		Valid

Sumber: data primer diolah, 2021

Maka berdasarkan output di atas diketahui angka **r hitung** untuk variabel E1 sebesar 0,764, variabel E2 sebesar 0,879, variabel E3 sebesar 0,864. Dengan hasil tersebut membuktikan bahwa pertanyaan No 1 sampai dengan No 3 adalah Valid karena nilai r hitung lebih besar dari alpha sebesar 5% yaitu 0,3 (0,2973).



Dari hasil uji validitas menggunakan program SPSS didapatkan hasil uji validitas sebagai berikut:

**Tabel 8. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pengunjung**

Variabel	r hitung	Alpha	Keterangan
Kp1	0,718		Valid
Kp2	0,407		Valid
Kp3	0,844		Valid
Kp4	0,861	0,2973	Valid
Kp5	0,799		Valid
Kp6	0,809		Valid
Kp7	0,878		Valid

Sumber: data primer diolah, 2021

Maka berdasarkan output diatas diketahui angka **r hitung** untuk variabel Kp1 sebesar 0,718, variabel Kp2 sebesar 0,407, variabel Kp3 sebesar 0,844, variabel Kp4 sebesar 0,861, variabel Kp5 sebesar 0,799, variabel Kp6 sebesar 0,809, variabel Kp7 sebesar 0,878. Dengan hasil tersebut membuktikan bahwa pertanyaan No 1 sampai dengan No 7 adalah Valid karena nilai **r hitung** lebih besar dari *alpha* sebesar 5% yaitu 0,3 (0,2973).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai **alpha hitung** dengan **nilai standar** = 0,60. Jika nilai **alpha hitung** > **0,60** maka konstruk pertanyaan adalah *reliable* sedangkan jika **alpha hitung** < **0,60** maka konstruk pertanyaan tidak *reliable*.

**Tabe 9. Uji Reliabilitas**

No	Variabel	R hitung	Nilai Standar	Keterangan
1	Tanggapan/ Responsiveness (Rs)	0,873		Reliabel
2	Keandalan/Reliability (Rb)	0,829		Reliabel
3	Jaminan/Assurance (A)	0,742		Reliabel
4	Bukti/Tangible (T)	0,849	0,60	Reliabel
5	Simpati/Empathy (E)	0,834		Reliabel
6	Kepuasan Pengunjung (Kp)	0,786		Reliabel

Sumber: data primer diolah, 2021

Dari hasil uji reabilitas di atas, dapat diketahui angka cronbach alpha adalah variabel, *Reliability* (Rb) sebesar 0,829 variabel *Responsevness* (Rs) sebesar 0,873, variabel *Assurance* (A) sebesar 0,742, variabel *Emphaty* (E) sebesar 0,834 dan variabel *Tangible* (T) sebesar 0,849, variabel Kepuasan Pengunjung (Kp)

sebesar 0,786. Sebagian memiliki nilai Cronbach alpha yang sudah melebihi nilai minimal yang ditentukan yaitu 0,6 yang mana variable pelayanan yang digunakan untuk penelitian dapat dikatakan handal atau reliabel.

## Pembahasan

### 1. Uji t

Uji t digunakan untuk uji parsial (sendiri-sendiri) dalam arti menguji pengaruh masing masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Maka hasil pengujian SPSS didapatkan output sebagai berikut:

**Tabel 10. Hasil Uji t**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
			Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.087	4.605		.453	.654
Responsiveness	.418	.424	.165	.986	.334
Reliability	-.075	.343	-.038	-.220	.828
Assurance	.800	.420	.361	1.906	.069
Tangible	.226	.346	.122	.654	.520
Empathy	.840	.352	.384	2.388	.025

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasarkan nilai output diatas, Nilai t di atas adalah -0,220 untuk *Reliability* (X1), 0,986 untuk *Responsiveness* (X2), 1,906 untuk *Assurance* (X3), 2,388 untuk *Empathy* (X4) dan 0,654 untuk *Tangible* (X5). Angka ini disebut dengan t hitung, yang selanjutnya dibandingkan dengan nilai t tabel. Apabila nilai t hitung kedua variabel tersebut lebih kecil dari t tabel maka disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *Reliability* (X1), *Responsiveness* (X2), *Assurance* (X3), dan *Tangible* (X5) secara parsial terhadap kepuasan pengunjung (Y).

Untuk menghitung t tabel menggunakan rumus :  $df = n - k - 1$

Keterangan:

df = Degree Of Freedom; n = Responden; k = Variabel

Maka nilai t tabel :

$$df = n - k - 1$$

$$= 103 - 5 - 1$$

$$= 97$$

Jadi hasil dari perhitungan di atas diperoleh  $df = 97$ , maka t tabelnya adalah 1,985.

Dari hasil tabel di atas t hitung adalah -0,220 untuk *Reliability* (X1), 0,986 untuk *Responsiveness* (X2), 1,906 untuk *Assurance* (X3), 2,388 untuk *Empathy* (X4) dan 0,654 untuk *Tangible* (X5) kemudian untuk t tabelnya adalah 1,985. Sehingga diperoleh bahwa hanya variabel *Empathy* (X4) dengan nilai t hitung  $2,388 > 1,985$  yang berarti diterima, variabel *Responsiveness* (X1), *Reliability* (X2), *Assurance* (X3) dan *Tangible* (X5) ditolak. Dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh antara

variabel untuk *Responsiveness (X1)*, *Reliability (X2)*, *Assurance (X3)* dan *Tangible (X5)* dengan Variabel Y (Kepuasan Pengunjung) di Pasar Seni dan Wisata Gabusan Bantul DIY, dan terdapat pengaruh antara variabel *empathy (X4)* terhadap Variabel Y (Kepuasan Pengunjung) di Pasar Seni dan Wisata Gabusan Bantul DIY.

## 2. Uji F

Digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Adapun hipotesis (dugaan) yang akan diajukan dalam uji F ini adalah ada pengaruh *Reliability (X1)*, *Responsiveness (X2)*, *Assurance (X3)*, *Emphaty (X4)* dan *Tangible (X5)* secara simultan terhadap kepuasan pengunjung (Y). Dalam analisis uji F berdasarkan nilai signifikansi dari output Anova dimana :

1. Jika nilai Sig. < 0,05, maka hipotesis yang diterima. Maka artinya pengaruh *Reliability (X1)*, *Responsiveness (X2)*, *Assurance (X3)*, *Emphaty (X4)* dan *Tangible (X5)* secara simultan terhadap kepuasan pengunjung (Y).
2. Jika nilai Sig. > 0,05, maka hipotesis yang ditolak. Maka artinya pengaruh *Reliability (X1)*, *Responsiveness (X2)*, *Assurance (X3)*, *Emphaty (X4)* dan *Tangible (X5)* secara simultan terhadap kepuasan pengunjung (Y).

Berdasarkan tabel output SPSS, diketahui nilai Sig. F hitung adalah sebesar 0,000. Karena nilai Sig.  $0,000 < 0,05$ , maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain artinya terdapat pengaruh *Reliability (X1)*, *Responsiveness (X2)*, *Assurance (X3)*, *Emphaty (X4)* dan *Tangible (X5)* secara simultan terhadap kepuasan pengunjung (Y).

## 3. Uji Koefisien Determinasi R Square

Bermakna sebagai sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas atau variabel independen (X) terhadap variabel terikat atau variabel dependen (Y), atau dengan kata lain, nilai koefisien determinasi atau R Square ini berguna untuk memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Y.

Berdasarkan output SPSS “ Model Summary“, diketahui nilai koefisien determinasi atau R Square adalah sebesar 0,616. Nilai R Square 0,616 ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau “R”, yaitu  $0,785 \times 0,785 = 0,616225$ . Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) adalah 0,616 atau sama dengan 61,6%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel *Reliability (X1)*, *Responsiveness (X2)*, *Assurance (X3)*, *Emphaty (X4)* dan *Tangible (X5)* secara simultan (bersama sama) berpengaruh terhadap Variabel Kepuasan Pengunjung (Y) di Pasar Seni dan Wisata Gabusan Bantul DIY sebesar 61,6%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 61,6\% = 38,4\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak teliti.

Besarnya pengaruh variabel lain disebut sebagai error (e). Untuk menghitung nilai error tersebut dapat menggunakan rumus  $e = 1 - R^2$ . Besarnya nilai koefisien determinasi atau R Square ini umumnya berkisar 0-1. Namun demikian, jika dalam sebuah penelitian jumpai R Square bernilai minus atau negatif (-), maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Selanjutnya, semakin kecil nilai koefisien determinasi (R Square), maka pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) semakin rendah. Sebaliknya, jika nilai R Square semakin mendekati angka 1, maka pengaruh tersebut akan semakin tinggi.

## Kesimpulan

Dari hasil penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Pasar Seni Dan Wisata Gabusan Timbulharjo, Kecamatan Sewon, Kabupaten Bantul, D.I.Y didapatkan kesimpulan bahwa: Variabel *Reliability* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung sehingga hipotesis tidak terbukti. Variabel *Responsevness* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung sehingga hipotesis tidak terbukti. Variabel *Assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung sehingga hipotesis tidak terbukti. Variabel *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung sehingga hipotesis terbukti. Variabel *Tangible* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung sehingga hipotesis tidak terbukti.

## Ucapan Terima Kasih

Dalam pelaksanaan penelitian ini tidak lupa peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Akademi Manajemen Administrasi Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk melakukan penelitian di Pasar Seni dan Wisata Gabusan Bantul DIY.
2. Pemerintah Kabupaten Bantul yang telah memberikan kemudahan dalam pelaksanaan penelitian di Pasar Seni dan Wisata Gabusan Bantul DIY.

Pengunjung di Pasar Seni dan Wisata Gabusan Bantul DIY yang telah memberikan kontribusi dan partisipasinya khususnya yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.

## Referensi

- Fahlefi, W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Masyarakat di Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *JBMA*.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*,. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler, K. d. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Liu, V. (2016). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen, Studi Kasus pada Konsumen di Goeboex Coffee Yogyakarta*. Yogyakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma: Skripsi.
- Pasolong, H. (2010). *Kepemimpinan Birokrasi*. Bandung: CV Alfabeta.
- Rofik, M. (2013). Pengaruh Faktor-Faktor Kepuasan Kerja Terhadap Loyalitas Perawat di Rumah Sakit Islam Hidayatullah Yogyakarta. *Albama*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto. (2012). *Dasar Manajemen Pemasaran, Konsep, Strategi Dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS.
- Yoeti, O. (2005). *Perencanaan Strategi Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Yuliantoharinugroho. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit Khusus Ibu Dan Anak. *Albama*.