



Sandy Prasetya¹
 Hanifa Zahra²
 Selly Syafitri³
 Diva Putri Anasa⁴
 Muhammad Yunan
 Harahap⁵

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA JASA WISATA (*OPEN TRIP*) C.V TIDUNG ISLAND

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dan faktor apa yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam kualitas pelayanan pada jasa wisata *Open Trip* Tidung Island. Dengan metode kuantitatif, Pengambilan sampel dilakukan pada pelanggan muatan RedPack menggunakan teknik sampel jenuh, mengambil keseluruhan populasi menjadi sampel yaitu 70 responden. Data yang diperoleh melalui kuesioner di analisis menggunakan regresi linier sederhana dan korelasi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antar variabel, sedangkan untuk mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam kualitas pelayanan menggunakan hasil dari jawaban responden pada kualitas pelayanan yang disebarakan melalui kuesioner. Hasil hipotesis menyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan pada jasa wisata *Open Trip* C.V Tidung Island, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 53,7%. faktor yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam kualitas pelayanan pada jasa wisata *Open Trip* C.V Tidung Island adalah *reliability* dengan pernyataan Perlengkapan dan alat-alat yang digunakan selama kegiatan open trip dalam kondisi baik dan memadai.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Jasa Wisata, Pulau Tidung

Abstract

This research aims to find out how much influence and what factors most influence customer satisfaction in the quality of service at the Tidung Island Open Trip tourism service. With a quantitative method, sampling was carried out on RedPack cargo customers using a saturated sampling technique, taking the entire population as a sample, namely 70 respondents. The data obtained through the questionnaire was analyzed using simple linear regression and correlation to find out how much influence the variables have, while to find out the factors that most influence customer satisfaction in service quality using the results of respondents' answers to service quality distributed through the questionnaire. The hypothesis results state that H_0 is rejected and H_a is accepted, meaning that there is an influence of Service Quality on Customer Satisfaction on the Open Trip C.V Tidung Island tourist service, the influence of service quality on customer satisfaction is 53.7%. The factor that most influences customer satisfaction in the quality of service at the C.V Tidung Island Open Trip tourism service is *reliability* with the statement that the equipment and tools used during open trip activities are in good and adequate condition.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Tourism Services, Tidung Island

PENDAHULUAN

Melakukan kegiatan liburan dengan perjalanan wisata di zaman sekarang ini, menjadi suatu hal yang penting dan dibutuhkan di tengah kesibukan aktivitas sehari-hari. Kegiatan wisata telah dijadikan kebutuhan seakan-akan telah menjadi fenomena unik dalam dinamika sosial masyarakat. Objek wisata yakni sebuah tempat yang dilengkapi beragam hal unik serta mempunyai nilai keindahan sendiri seperti keanekaragaman sumber daya alam, bermacam adat kebudayaan, serta kreasi masyarakat setempat yang menjadi daya tarik (Pandaleke dkk, 2019).

^{1,2,3,4,5} Sarjana Terapan Manajemen Perhotelan, Universitas Pertiwi
 email: 20420004@pertiwi.ac.id

Industri pariwisata memiliki peran penting dalam perekonomian banyak negara, termasuk Indonesia. Salah satu bentuk layanan wisata yang semakin populer adalah paket open trip, di mana para wisatawan dapat bergabung dengan kelompok lain untuk mengunjungi destinasi wisata tertentu dengan biaya yang lebih terjangkau. Dalam konteks ini, kualitas layanan menjadi aspek yang amat krusial dalam menentukan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan ialah sebuah aspek utama yang memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam industri jasa, termasuk dalam sektor pariwisata. Baiknya kualitas pelayanan mampu membangun kesempatan yang baik kepada pelanggan, dengan begitu juga mampu menaikkan nilai kepuasan dan loyalitas para pelanggan. Dalam konteks jasa wisata, khususnya *open trip* yang diselenggarakan oleh C.V Tidung Island, kualitas pelayanan menjadi sangat penting karena melibatkan interaksi langsung dengan pelanggan selama perjalanan.

Meskipun C.V Tidung Island telah berupaya untuk memberikan pelayanan terbaik, masih terdapat beberapa keluhan dari pelanggan terkait aspek-aspek tertentu dari pelayanan mereka. Sejumlah permasalahan yang kerap timbul di antaranya yaitu keterlambatan dalam jadwal perjalanan, kurangnya informasi yang jelas mengenai rencana perjalanan, dan pelayanan yang kurang ramah dari pemandu wisata. Permasalahan ini dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan dan berdampak negatif terhadap citra perusahaan. C.V Tidung Island merupakan salah satu penyedia jasa wisata yang menawarkan paket *open trip* ke Pulau Tidung, sebuah destinasi wisata populer di Kepulauan Seribu, Jakarta. Dengan meningkatnya persaingan dalam industri pariwisata, khususnya di destinasi populer seperti Pulau Tidung, penyedia jasa wisata seperti C.V Tidung Island harus terus meningkatkan kualitas pelayanannya untuk memenuhi dan melampaui harapan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik tidak sekedar dapat menaikkan nilai kepuasan pelanggan namun juga mampu mendorong rekomendasi dan loyalitas sehingga dapat disebarluskan melalui personal secara positif, serta dengan begitu mampu pula menaikkan pangsa pasar serta keuntungan bagi pihak pengusaha.

Mutiawati et al., (2019:7), menyebutkan artian dari kualitas pelayanan yakni sebuah kapasitas pihak penyedia layanan dalam memberikan pelayanan bagi konsumen jasa ataupun barang. Usmara dalam (Pattaray et al., 2021:11) menambahkan bahwa kualitas pelayanan memiliki artian yakni sebagai tindakan yang berasal dari perbandingan harapan seorang konsumen kepada kualitas pelayanan dan efektifitas perusahaan sebagaimana seperti apa yang dibayangkan konsumen. Kotler dalam (Pertwi, 2021:68) menjabarkan terkait kualitas pelayanan ialah performa kerja yang berasal dari seseorang yang ditujukan kepada orang lain dengan bentuk seperti tindakan yang tak berwujud dengan tanpa arah pada kepemilikan barang tertentu atau kepada siapapun.

Berkaitan dengan pengertian dari sejumlah ahli yang telah diuraikan di atas, sehingga mampu ditarik simpulan yakni kualitas pelayanan merujuk pada segala tindakan atau aktivitas yang ditujukan kepada para konsumen dengan dasar yang tak berwujud. Jika keperluan seorang pelanggan dapat dipenuhi seperti apa yang diharapkannya, dengan demikian mampu memperoleh kepuasan untuk para pelanggan. Parasuraman dalam (Tjiptono dkk, 2016:137) membagi ke dalam 5 (lima) indikator yang mampu menentukan kualitas pelayanan, adapun diantaranya yaitu: kehandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), empati (*Emphaty*), bukti fisik (*Tangible*).

Kepuasan ialah sebuah kondisi yang dialami oleh para pelanggan saat sesudah menjalani sebuah tindakan atau hasil yang berasal tindakan yang tepat dengan apa yang diharapkannya. Tercapainya derajat kepuasan pelanggan yang tinggi, akan memperoleh banyak keuntungan bagi pihak pengusaha. Aspek pokok yang menentukan kepuasan pelanggan ialah persepsi mereka terhadap kualitas layanan. Kepuasan pelanggan dianggap sebagai perasaan gembira ataupun kekecewaan yang terbentuk saat sesudah seorang pelanggan melakukan perbandingan performa suatu produk yang diharapkan dengan performa atau hasil yang diperoleh. Derajat rasa puas pelanggan bergantung pada penilaian mereka terhadap performa dari produk (jasa ataupun barang). Semakin baik produk dalam memenuhi harapan pelanggan, semakin tinggi pula derajat kepuasan mereka. Menurut Fornell (1992), faktor-faktor kepuasan pelanggan terdiri dari beberapa elemen utama yang berkontribusi pada persepsi dan penilaian pelanggan terhadap suatu produk atau layanan.

Berlandaskan pada penguraian serta masalah yang dikulik, dengan demikian penulis memiliki ketertarikan untuk meneliti hal yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa wisata *Open Trip* Tidung Island dengan tujuan memahami apa

yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa *Open Trip Tidung Island* ini, dan mengetahui sejauh apa kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan pelanggannya. Hal tersebut diharapkan mampu menaikkan loyalitas dan kepuasan pelanggan juga memberikan keunggulan kompetitif dalam industri pariwisata yang semakin kompetitif.

METODE

(Daga, 2017) memberikan pendapatnya terhadap metode penelitian yakni sebuah pendekatan ilmiah yang didasari pada prinsip-prinsip sistematis, rasional, dan empiris dalam memperoleh data yang manfaat juga tujuan tertentu. Metode kuantitatif diterapkan oleh penulis, karena sebagai metode penelitian empiris dengan data yang terdiri dari sejumlah angka dengan landasan filsafat positivisme yang berguna dalam mengamati sampel dalam populasi tertentu.

Teknik Non Probability merupakan teknik pengumpulan data yang dimanfaatkan penulis, dimana sampel yang dipakai ialah sampling jenuh. Sugiyono (2017:85) menguraikan definisinya bahwa sampling jenuh ialah satu contoh teknik yang menentukan sampel jika seluruh anggota populasi dianggap sebagai sampe, kondisi ini dipakai saat jumlah populasi terlalu sempit. Berdasarkan uraian tersebut, populasi penelitian ini adalah pelanggan pengguna jasa *Open Trip Tidung Island* pada bulan juli 2024 sebanyak 70 responden.. Dalam penelitian ini sampel dibagi 2 yaitu 35 Responden untuk menjawab Kualitas Pelayanan dan 35 Responden lainnya untuk menjawab kepuasan pelanggan. Menurut Donald T. Campbell dan Julian C. Stanley dalam buku “Experimental and Quasi-Experimental Designs for Research” (1963) penelitian yang mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan sampel yang berbeda untuk mengurangi bias dan memastikan validitas hasil.

Data dikumpulak dari bermacam sumber dengan sejumlah cara. Observasi, Kuesioner serta studi literatur dilakukan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini. Menurut (Sugiyono, 2017, *chapter* 26) kuesioner merupakan kumpulan mengenai pokok masalah yang diberikan dan dijawab dengan responden sesuai kondisi yang sebenarnya. Penulis memberikan angket kepada responden berupa pernyataan dan pertanyaan seputar pokok permasalahan melalu *GoogleForm*. Pengukuran kuesioner dengan menggunakan Skala Likert 1-5 sebagai pengukur karakter dan pandangan responden.

Pengujian intrumen dilakukan sebagai penganalisa data dengan tujuan menguji apakah ada pertanyaan-pertanyaan yang memiliki jawaban yang tidak jelas, kurang objektif ataupun membuat bingung, adapun pengujiannya dengan uji validitas dan uji reliabilitas, kemudian dilakukannya uji prasyarat (uji asumsi klasik) seperti uji normalitas, homogenitas, dan linieritas, setelah data yang dihasilkan dari jawaban responden terkait pertanyaan yang tercantum di kuesioner telah dikumpulkan, selanjutnya data dianalisis menggunakan regresi linier sederhana dan korelasi, serta determinasiyang berguna dalam memperoleh informasi apakah ada pengaruh antar variabel *independent* kualitas pelayanan terhadap variabel *dependent* kepuasan pelanggan, dan memperoleh sejauh apa pengaruh antar variabelnya. Uji T parsial dipakai dalam untuk menguji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian memakai 2 variabel yaitu variabel X untuk mewakili Kualitas Pelayanan dan Variabel Y untuk mewakili Kepuasan Pelanggan, penulis membagikan kuesioner melalui google form kepada responden dalam melakukan proses menganalisa data penelitian.

Deskripsi Umum Responden

Hasil kuesioner responden berdasarkan karakteristiknya berupa jenis kelamin dan usia.

1. Jenis Kelamin

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
Laki-laki	51	72,9%
Perempuan	19	27,1%
Jumlah	70	100%

Pada tabel 1. penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa didapat jumlah 51 responden atau sebesar 72,9% dengan jenis kelamin laki-laki dan didapat 19 responden atau sebesar

27,1% dengan jenis kelamin perempuan. Maka responden terbanyak yaitu responden berjenis kelamin laki-laki.

2. Usia

Tabel 2. Usia Responden

Usia	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
< 17 Tahun	0	0%
17-22 Tahun	26	37,1%
>23 Tahun	44	62,9%
Jumlah	70	100%

Pada tabel 2. di dapatkan data dengan hasil kuesioner, didapat 26 responden atau sebesar 37,14% yang memiliki usia di rentang usia 17-22 Tahun, sedangkan 44 responden atau sebanyak 62,86% memiliki usia >23 Tahun. maka disimpulkan bahwa responden terbanyak yaitu pada usia >23 Tahun.

Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan (X)

Tabel 3. Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel X (Primer,2024)

NO	Pernyataan	Skor					Bobot	Nilai rata-rata	responden
		S S (5)	S (4)	R (3)	T S (2)	STS (1)			
1	Fasilitas wisata yang disediakan oleh <i>Open Trip Tidung Island</i> terlihat modern dan bersih.	15	11	6	3	0	143	4,08	35
2	Perlengkapan dan alat yang digunakan selama kegiatan dalam kondisi baik.	17	12	5	1	0	150	4,28	35
3	Penyelenggara <i>Open Trip</i> memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan.	12	15	6	1	1	141	4,02	35
4	Penyelenggara <i>Open Trip</i> memberikan perhatian kepada pelanggan selama kegiatan.	12	15	5	2	1	140	4	35
5	Penyelenggara selalu melaksanakan jadwal kegiatan sesuai dengan yang dijanjikan.	15	14	6	0	0	149	4,25	35
6	Layanan yang diberikan selalu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.	12	15	6	1	1	141	4,02	35
7	Penyelenggara cepat tanggap dalam menanggapi pertanyaan dan permintaan.	11	16	6	2	0	141	4,02	35
8	Penyelenggara siap membantu setiap kali membutuhkan bantuan selama kegiatan.	11	14	7	2	1	137	3,91	35
9	Pelanggan merasa aman dan percaya diri selama mengikuti kegiatan <i>Open Trip</i> dengan <i>Tidung Island</i>	14	13	5	2	1	142	4,05	35
10	Pemandu wisata dan staf memiliki pengetahuan yang baik dan dapat diandalkan.	14	13	5	3	0	143	4,08	35
	Jumlah	133	138	57	17	5	1.427		350

Rata-rata	13,3%	13,8%	5,7%	1,7%	0,5%			
-----------	-------	-------	------	------	------	--	--	--

Pada tabel 3. menyatakan tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan dalam pernyataan Penyelenggara *Open Trip Tidung Island* cepat tanggap dalam menanggapi pertanyaan dan membantu setiap kali peserta membutuhkan bantuan dalam kegiatan, hal tersebut memiliki nilai respon yang rendah yakni masing - masing 31,4% responden menjawab sangat setuju. Sedangkan dalam pernyataan Perlengkapan dan alat-alat yang digunakan selama kegiatan open trip dalam kondisi baik dan memadai, memiliki nilai respon tertinggi yakni 48,6% responden menjawab sangat setuju.

Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 4. Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Y (Primer,2024)

NO	Pernyataan	Skor					Bobot	Nilai rata-rata	responden
		S (5)	S (4)	R (3)	T (2)	STS (1)			
1	Layanan yang diberikan oleh penyelenggara <i>Open Trip</i> memenuhi harapan pelanggan.	12	16	3	4	0	141	4,02	35
2	Pelanggan merasa bahwa pengalaman saya selama <i>Open Trip</i> sesuai dengan ekspektasi awal.	12	15	4	3	1	139	3,97	35
3	Pelanggan merasa bahwa fasilitas yang disediakan oleh penyelenggara <i>Open Trip</i> berkualitas tinggi.	16	12	3	3	1	144	4,11	35
4	Layanan yang diberikan selama <i>Open Trip</i> sangat memuaskan.	13	14	4	3	1	140	4	35
5	Pelanggan merasa bahwa biaya yang dikeluarkan untuk mengikuti <i>Open Trip</i> sebanding dengan pengalaman yang saya dapatkan	9	20	4	2	0	141	4,02	35
6	Jasa <i>Open Trip</i> ini sangat bermanfaat bagi Masyarakat.	9	21	4	1	0	143	4,08	35
7	Pelanggan puas dengan pelayanan prima yang diberikan oleh jasa <i>Open Trip Tidung Island</i>	12	16	4	3	0	142	4,05	35
8	Pelanggan puas dengan jadwal keberangkatan pulang dan pergi yang tepat waktu	13	14	6	2	0	143	3,94	35
9	Pelanggan akan terus menggunakan layanan <i>Open Trip Tidung Island</i> dimasa mendatang.	13	15	7	0	0	146	4,17	35
10	Pelanggan akan	15	13	7	0	0	148	4,22	35

	merekomendasikan <i>Open Trip</i> ini kepada teman dan keluarga saya.								
	Jumlah	124	156	46	21	3	1.327		350
	Rata-rata	12,4%	15,6%	4,6%	2,1%	0,3%			

Pada tabel 4. Menyatakan bahwa tanggapan responden terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan Harga yang dibayar sebanding dengan pengalaman yang didapat, serta Jasa *Open Trip* sangat berguna untuk masyarakat memiliki nilai respon yang rendah yakni masing - masing 25,7% responden menjawab sangat setuju. Sedangkan pernyataan Pelanggan merasa bahwa fasilitas yang disediakan oleh penyelenggara *Open Trip* berkualitas tinggi memiliki nilai respon tertinggi yakni 45,7% responden menjawab sangat setuju.

Pengujian Instrument

Sebelum pengujian hipotesis dilakukan perlu dilakukan uji instrument seperti uji validitas dan reliabilitas, uji ini dilakukan dengan menerapkan koefisien produk moment dan penghitungan software SPSS versi 29.0.

1. Uji Validitas

Dapat dinyatakan valid apabila $R_{hitung} > R_{tabel}$, dalam Taraf signifikan 0,05 dalam pengujian satu arah, maka dapat ditentukan bahwa R_{tabel} dari 30 responden pada uji validitas Kualitas Pelayanan ini adalah 0,306.

Variabel	Butir Pertanyaan	Corrected Item Total (R-Hitung)	R-Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	1	0,799	0,306	Valid
	2	0,824	0,306	Valid
	3	0,900	0,306	Valid
	4	0,889	0,306	Valid
	5	0,869	0,306	Valid
	6	0,740	0,306	Valid
	7	0,553	0,306	Valid
	8	0,772	0,306	Valid
	9	0,828	0,306	Valid
	10	0,854	0,306	Valid

Gambar 1. Hasil Uji Validitas Variabel X (Primer, 2024)

Variabel	Butir Pertanyaan	Corrected Item Total (R-Hitung)	R-Tabel	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	1	0,854	0,306	Valid
	2	0,907	0,306	Valid
	3	0,862	0,306	Valid
	4	0,809	0,306	Valid
	5	0,811	0,306	Valid
	6	0,677	0,306	Valid
	7	0,851	0,306	Valid
	8	0,751	0,306	Valid
	9	0,727	0,306	Valid
	10	0,788	0,306	Valid

Gambar 2. Hasil Uji Validitas Variabel Y (Primer, 2024)

Sesuai dengan uji validitas pada 10 pernyataan kuesioner variabel X (Kualitas Pelayanan) dan variabel Y (Kepuasan Pelanggan) diatas, diperoleh besaran rhitung dengan nilai di atas

daripada rtabel pada taraf signifikan 5% dengan jumlah 30 responden. Berkaitan dengan perolehan tersebut, mampu dinyatakan bahwa seluruh butir butir pernyataan yang dipakai oleh penulis dalam kuesioner dianggap Valid.

2. Uji Reliabilitas

Ketentuan dalam pengujian reliabilitas yaitu jika *Cronbach's Alpha* > 0,060(Nilai koefisien) maka dapat dikatakan reliabel

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ketetapan	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,937	0,60	Reliable
Kepuasan Pelanggan	0,937	0,60	Reliable

Gambar 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y (Primer, 2024)

Sesuai hasil perhitungan reliabilitas dengan menggunakan SPSS diatas menunjukkan bahwa tingkat reliabilitas pada variable Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan cukup tinggi, dengan nilai Cronbach's Alpha 0,978. Dimana nilai tersebut lebih besar dari r (0,60). Maka kesimpulannya yaitu Variable tersebut Reliable.

Uji Prasyarat (Asumsi Klasik)

1. Uji Normalitas

Sugiyono (2014:114) menjelaskan terkait pengujian normalitas Shapiro – Wilk ialah sebuah pengujian yang berguna untuk mendapatkan informasi terjait persebaran data secara acak pada sebuah sampel kecil, digunakan simulasi data yang terdiri dari tidak lebih dari 50 sampel. Selanjutnya Singgih Santoso (2016:393) menambahkan yang menjadi dasar dalam menentukan apa yang dapat dilaksanakan yaitu dengan probabilitas (Asymtotic Significant), bila nilai sig > 0,05 (Tarf signifikan) sehingga terdistribusi dalam populasi bersifat normal.

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
KUALITAS	.148	35	.052	.950	35	.112
KEPUASAN	.157	35	.029	.940	35	.058

a. Lilliefors Significance Correction

Gambar 4. Hasil Uji Normalitas Shapiro Wilk (Primer, 2024)

Pada gambar 4. menunjukkan nilai signifikansi variabel Kualitas Pelayanan (X) 0,112, dan nilai signifikansi variabel Kepuasan Pelanggan (Y) 0,058. Pada kedua variable tersebut dinyatakan nilai signifikansi > 0,05, sehingga dapat dikatakan nilai residual terdistribusi normal.

2. Uji Homogenitas

Uji homogenitas adalah uji yang dipakai untuk menguji tentang kesamaanvariasi antara dua distribusi atau lebih, dengan ketentuan apabila nilai signifikan > 0,05 dengan demikian dikatakan bahwa varian berasal dari dua atau lebih golongan populasi data ialah tidak berbeda atau sama.

Test Results

Box's M		3.291
F	Approx.	3.244
	df1	1
	df2	13872.000
	Sig.	.072

Gambar 5. Hasil Uji Homogenitas Bartlett (Primer, 2024)

Pada gambar 5. Memperlihatkan bahwa variabel X atau yang mewakili Kualitas Pelayanan terhadap variabel Y atau yang mewakili Kepuasan Pelanggan (Y) memperoleh besaran

signifikansi $0,072 > 0,05$, hal itu berarti sejumlah populasi dari varian yang tidak berbeda atau varian datanya homogen.

3. Uji Linieritas

Uji linearitas berguna dalam memperoleh informasi terkait dua atau lebih variabel yang telah melewati pengujian, apakah mengandung korelasi linear yang signifikan atau tidak. Umumnya, pengujian berguna untuk syarat melakukan analisa regresi atau korelasi linear, dengan Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linier, landasan dalam menentukan keputusan saat pengujian ini ialah bila besaran sig. Deviation From Linearity $> 0,05$ dengan demikian variabel (X) dengan (Y) linear dan mempunyai korelasi.

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN * KUALITAS	Between Groups	(Combined)	1006.543	14	71.896	4.028	.002
		Linearity	732.807	1	732.807	41.054	<.001
		Deviation from Linearity	273.736	13	21.057	1.180	.359
	Within Groups		357.000	20	17.850		
Total			1363.543	34			

Gambar 6. Hasil Uji Linearitas (Primer, 2024)

Pada gambar 6. Memperlihatkan perolehan dari kedua pengujian linieritas yakni bernilai signifikansi (Value Sig.) terhadap tiap-tiap baris Deviation from Linearity yang menunjukkan signifikasi dengan nilai 0,359 yang memiliki arti variabel X berhubungan secara linear terhadap variabel Y.

Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear sederhana

Analisis regresi linear ialah metoda statistika yang berguna dalam memperoleh angka sejauh apa variabel X menyalurkan pengaruhnya kepada variabel Y, kondisi tersebut memiliki syarat bila Sig $< 0,05$ dengan demikian mampu dianggap adanya pengaruh antar variabel.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	732.807	1	732.807	38.340	<.001 ^b
	Residual	630.736	33	19.113		
	Total	1363.543	34			

Gambar 7. Hasil Uji Linear Sederhana (Primer, 2024)

Pada gambar 7. dinyatakan bahwa jumlah F Hitung = 38.340 yang bersignifikansi sebanyak $0,001 < 0,05$, dengan demikian model regresi yang mampu digunakan dalam memperkirakan variabel partisipasi atau dapat dikatakan juga variabel X ditemukan adanya pengaruh terhadap variabel Y.

2. Analisis Korelasi

Koefisien korelasi yaitu nilai yang membuktikan kuat atau tidaknya hubungan linear antar dua variabel. Untuk melihat arah hubungan tersebut maka dengan dijabarkan sebagai berikut :

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Gambar 8. Interpretasi Koefisien Korelasi (Sugiyono, 2017)

Correlations

		KUALITAS	KEPUASAN
KUALITAS	Pearson Correlation	1	.733**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	35	35
KEPUASAN	Pearson Correlation	.733**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	35	35

Gambar 9. Hasil Uji Korelasi (Primer, 2024)

Pada gambar 9. Dinyatakan bahwa Kepuasan Pelanggan (Y) berpengaruh, karena nilai r 0,733 berarti diantara 0,61 – 0,799 (Kuat) maka terdapat korelasi positif antara variabel Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y).

3. Analisis Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) berguna dalam pengukuran sejauh apa kapabilitas model saat menjelaskan seluruh variabel dependen (Ghozali, 2016:95) besaran yang hampir mendapatkan nilai satu, memiliki arti bahwa seluruh variabel independen menyalurkan hampir seluruh data yang diperlukan untuk memperkirakan variasi variabel dependen.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.733 ^a	.537	.523	4.372

a. Predictors: (Constant), KUALITAS

Gambar 10. Hasil Uji Determinasi (Primer, 2024)

Dengan pengolahan data pada tabel diatas, hasil nilai koefisien determinasi merupakan hasil yang dapat menunjukkan kontribusi yang besar kepada variabel X yang mewakili kualitas pelayanan kepada variabel Y yang mewakili kepuasan pelanggan. Hasil perhitungan SPSS Ver. 29.0. menunjukkan Nilai koefisien determinasi R Square yang bernilai 0,537 memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan menyalurkan pengaruh kepada kepuasan pelanggan dengan persentase 53,7% dan 46,3% untuk sisanya terpengaruh oleh faktor-faktor yang tidak termasuk pada yang diamati oleh penulis.

4. Uji T Parsial

Uji t dipergunakan dalam pengujian hipotesis dengan cara parsial dalam memperoleh informasi terkait sejauh apa tiap-tiap variabel bebas terhadap memengaruhi variabel terikat, yaitu antara Kualitas Pelayanan (X) ditemukan adanya atau tidak ada pengaruh kepada Kepuasan Pelanggan (Y). Dengan ketentuan apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga H_0 mengalami penolakan dan H_a mengalami penerimaan, dengan artian bahwa X memengaruhi Y yang signifikan atau jika nilai Sig. < 0,05.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.215	6.647		-.032	.974
	KUALITAS	1.003	.162	.733	6.192	<.001

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Gambar 11 Hasil Uji T Parsial (Data Primer, 2024)

Berdasarkan pengujian secara parsial dari tabel tersebut dapat diperoleh pengaruh variabel Kualitas Pelayanan kepada Kepuasan Pelanggan, diketahui bahwa tingkat signifikan bernilai $0,001 < 0,05$ serta t_{hitung} bernilai 6,192 > t_{tabel} 1,668 maka dapat ditarik simpulan bahwa variabel X yang mewakili Kualitas Pelayanan memengaruhi variabel Y yang mewakili Kepuasan Pelanggan, sehingga memperoleh hasil H_0 mengalami penolakan dan H_a mengalami penerimaan.

Maka dikatakan bahwa dijumpai adanya pengaruh yang signifikan juga positif dari pengujian kualitas pelayanan kepada Kepuasan Pelanggan di jasa wisata *Open Trip* Tidung Island. Dimaksud positif memiliki arti bahwa kualitas pelayanan semakin tinggi maka kepuasan

pelanggan juga, begitupun bila kualitas pelayanan yang semakin rendah kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan akan semakin rendah pula nya.

Pembahasan

1. Sejauh apa kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan pelanggan pada *Open Trip Tidung Island*.

Hasil hipotesis menyatakan H_0 mengalami penolakan dan H_a mengalami penerimaan, sehingga dianggap bersignifikansi. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa ditemukan Kualitas Pelayanan menyalurkan pengaruh kepada Kepuasan Pelanggan pada jasa wisata *Open Trip C.V Tidung Island*. Berlandaskan perolehan analisis data, bahwa variabel variabel X yang mewakili Kualitas Pelayanan memengaruhi variabel Y yang mewakili Kepuasan Pelanggan, dibuktikan dari analisis korelasi pearson *Product Moment* yang bernilai 0,733 sehingga masuk ke dalam tingkatan “korelasi kuat”. Nilai koefisien determinasi (R^2) yang diuji menggunakan Spss Ver.29.0 dan manual bernilai 0,537 yang menunjukkan arti bahwa variabel X (dependen) yang mewakili Kualitas Pelayanan memengaruhi variabel Y (independen) yang mewakili Kepuasan Pelanggan pengaruh memiliki persentase yaitu 53,7%.

2. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, ditemukan bahwa faktor yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam kualitas pelayanan pada jasa wisata *Open Trip C.V Tidung Island* adalah *reliability* atau keandalan pelayanan, dengan pernyataan Perlengkapan dan alat-alat yang digunakan selama kegiatan open trip dalam kondisi baik dan memadai, kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian tinggi terhadap variabel *Reliability* sebesar 48,6%. *Reliability* atau keandalan mencakup kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan akurat dan dapat diandalkan. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan sangat menghargai keandalan dalam hal perlengkapan dan peralatan yang memadai.

SIMPULAN

Hasil hipotesis menyatakan H_0 mengalami penolakan dan H_a mengalami penerimaan, yang ditemukan Kualitas Pelayanan menyalurkan pengaruh kepada Kepuasan Pelanggan pada jasa wisata *Open Trip C.V Tidung Island*, pengaruh kualitas pelayanan kepada kepuasan pelanggan sebesar 53,7%. faktor yang paling memberikan pengaruh kepuasan pelanggan dalam kualitas pelayanan pada jasa wisata *Open Trip C.V Tidung Island* adalah *reliability* dengan pernyataan Perlengkapan dan alat-alat yang digunakan selama kegiatan open trip dalam kondisi baik dan memadai.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, M. dan Iswati, S. 2017. Metodologi Penelitian Kuantitatif Edisi 1. Surabaya: Airlangga University Press.
- Daga, R. (2017). Buku 1, Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan (Issue May 2017).
- Fortuna, I., Widodo, J., & Wahyuni, S. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS CABANG LUMAJANG (Studi Kasus pada J&T Express Jalan Veteran Ruko Royal Regency No. R-7 Lumajang). 14. <https://doi.org/10.19184/jpe.v14i2.15791>
- Lestari. P. A. F., (2018), Faktor-Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. V.10 179-187.
- Mulyapradana, A., Anjarini, A. D., & Harnoto, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(1), 26–38. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.115>
- Mutiawati et al (2019:7) Kinerja Pelayanan Angkutan Umum Jalan Raya. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Nugroho, A., & Magnadi, R. H. (2018). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA PENGIRIMAN LAZADA EXPRESS SAAT HARBOLNAS DI E-COMMERCE. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 7(4), 1–11. <http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Parasuraman, A. A. Zeithaml, V., dan L. Berry, L. 1996. “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research”. *Journal of Marketing* Vol. 49.

- Pasuraman, N. N., Bisnis, M., Manajemen, S., Bisnis, F., Ekonomi, D., Kristen, U., & Ji, P. (2019). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN NOACH CAFE AND BISTRO (Vol. 7, Issue 2).
- Daga, R. (2017). Buku 1, Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan (Issue May 2017).
- Sa'adah Lailatus dan Fajarul Munir, A. Kualitas Layanan, Harga, Citra Merk serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen.
https://books.google.co.id/books?id=rZkwEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.
- Susi Mentari Sinurat, E., Lumanauw, B., Roring, F., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2230). PENGARUH INOVASI PRODUK, HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MOBIL SUZUKI ERTIGA EFFECT OF PRODUCT INNOVATION, PRICE, BRAND IMAGE AND QUALITY OF SERVICE TO CUSTOMER LOYALTY OF SUZUKI ERTIGA. *Jurnal EMBA*, 5(2), 2230–2239.
- Tjiptono F dan Diana, A. (2019). Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran dan Strategi. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wismantoro, Y. (2013), Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. 37-48.