

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN WANA WISATA
GONOHARJO PERUM PERHUTANI UNIT I JAWA TENGAH**

Sapta Utama, Agus Hermani DS, Wahyu Hidayat

ABSTRACT

Companies that are able to compete in the markets are the company that provides quality products or services. So the company is expected to continue to make improvements, especially on quality of products and services. Companies also need to seek advice service to give the best to their customers. This requires the identification of the main determinants of service quality from the perspective of the consumers. This study aims to determine the quality of product and service quality Wana Wisata Gonoharjo and to investigate the effect of product quality and service quality on customer satisfaction Wana Wisata Gonoharjo.

This type of research is explanatory, to explain the causal relationship between the variables of quality products or services on customer satisfaction. Its population is Wana Wisata Gonoharjo's visitors, the number of samples in this study amounted to 100 people. The sampling on this study is used 'Accidental sampling' method. Data collection methods used is literature studies, observation and questionnaires. Data analysis in this study is qualitative and quantitative analysis using validity, reliability testing, cross tables, simple linear regression, multiple linear regression, T test and F test and the coefficient of determination.

Based on the data analysis and simultaneously partial quality products or services has a positive impact on customer satisfaction variables Wana Wisata Gonoharjo Kendal. Partially, the influence of product quality to customer satisfaction is at 47.3%. The effect of service quality on customer satisfaction is 40.2%. Simultaneously, the influence of product quality and service quality on customer satisfaction is 55.2%.

To improve customer or visitors satisfaction of Wana Wisata Gonoharjo, superintendent should be able to improve product and service quality provided to the customer, with the addition of variants attractions like water boom or improved services.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction

ABSTRAKSI

Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa berkualitas, sehingga perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas produk dan kualitas pelayanannya. Perusahaan jasa wisata juga perlu berupaya memberikan yang terbaik kepada konsumennya. Itu dibutuhkan identifikasi determinan utama kualitas jasa dari sudut pandang konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas produk dan kualitas pelayanan Wana Wisata Gonoharjo serta untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Wana Wisata Gonoharjo.

Tipe penelitian ini adalah explanatory, yaitu untuk menjelaskan hubungan kausalitas antara variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Populasinya adalah pengunjung Wana Wisata Gonoharjo, jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *accidental sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu penelitian kepustakaan, observasi dan kuesioner. Analisis data dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, tabel silang, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t dan uji F serta koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil analisa data secara parsial maupun secara simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan Wana Wisata Gonoharjo Perum Perhutani Unit I Jawa Tengah. Secara parsial besarnya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 47,3%. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan juga sebesar 40,2%. Secara simultan besarnya pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 55,2%.

Meningkatkan kepuasan pelanggan atau pengunjung Wana Wisata Gonoharjo, pengelola harus dapat meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, yaitu dengan penambahan varian objek wisata seperti water boom atau peningkatan pelayanannya.

Kata kunci : kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Perum Perhutani sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) diberi tugas dan wewenang untuk menyelenggarakan kegiatan pengelolaan hutan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat berupaya melakukan diferensiasi produk berupa pemanfaatan bentang alam menjadi suatu obyek wisata yang menarik berbasis kelestarian alam. Hingga saat ini ada 15 obyek yang sudah di kelola secara professional oleh KBM JLPL Perum Perhutani Unit I Jawa Tengah, salah satu wisata unggulannya adalah Wana Wisata Gonoharjo.

Jumlah pelanggan sangat besar pengaruhnya terhadap kelangsungan hidup perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan jasa, karena pelanggan merupakan sumber pemasukan. Kepuasan pelanggan dan kemampuan perusahaan mencetak laba berkaitan erat dengan kualitas produk dan jasa kualitas yang lebih tinggi menyebabkan kepuasan semakin besar sehingga perusahaan harus memprioritaskan kualitas produk dan jasanya. Kebanyakan pelanggan tidak dapat lagi menerima kualitas yang kurang baik atau pas-pasan. Dengan demikian perusahaan dewasa ini tidak mempunyai pilihan selain menerima konsep kualitas bila masih ingin bertahan. Demikian pula dengan memperhatikan dimensi kualitas produk di atas, suatu perusahaan juga dapat meningkatkan kepuasan dari pelanggan.

Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan salah satunya dari unsur kualitas produk itu sendiri dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung. Kualitas produk dari wisata bisa dikatakan bagus apabila sudah memenuhi minimal sapta pesona (7 Pesona) diantara : Aman, Tertib, Bersih, Sejuk, Indah, Ramah tamah, Kenangan. Sedangkan faktor kualitas pelayanan dapat dinilai dari kesigapaan/daya Tanggap (*responsiveness*), keadalaan (*reliability*), ketersediaan sarana/fasilitas fisik (*tangibkes*), Jaminan/kepastian (*assurance*) dan kepedulian (*emphaty*)

Fakta yang terjadi di perusahaan KBM JLPL Perum Perhutani Unit I Jawa Tengah jumlah kunjungan dari tahun 2011 mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun 2010. Penurunan jumlah pengunjung ini menjadi pertimbangan dan perhatian yang serius dari Perum Perhutani Unit I Jawa Tengah khususnya pengelola Wana Wisata Gonoharjo untuk mencari penyebab dari penurunan jumlah pengunjung tersebut, sehingga akan menciptakan solusi yang berkenaan dengan adanya penurunan dari target pengunjung yang sudah ditetapkan.

Dengan kondisi tersebut, peneliti ingin mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan atau pengunjung di Wana Wisata Gonoharjo. Oleh sebab itu maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas produk Wana Wisata Gonoharjo Perum Perhutani Unit I Jawa Tengah ?
2. Bagaimana kualitas pelayanan Wana Wisata Gonoharjo Perum Perhutani Unit I Jawa Tengah ?
3. Bagaimana kepuasan pelanggan Wana Wisata Gonoharjo Perum Perhutani Unit I Jawa Tengah ?

4. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Wana Wisata Gonoharjo Perum Perhutani Unit I Jawa Tengah?
5. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap terhadap kepuasan pelanggan Wana Wisata Gonoharjo Perum Perhutani Unit I Jawa Tengah?
6. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap terhadap kepuasan pelanggan Wana Wisata Gonoharjo Perum Perhutani Unit I Jawa Tengah?

KAJIAN TEORI

Kualitas Produk

Menurut Kotler (1997:49), kualitas produk sangat erat kaitannya dengan kemampuan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk

1. Market (Pasar)

Kebutuhan dan keinginan konsumen sangat diperhatikan sebagai dasar untuk mengembangkan produk baru.

2. Money (Uang)

Perusahaan perlu memberikan perhatian pada biaya kualitas sehingga kerugian dapat ditekan dan keuntungan yang diharapkan dapat diperoleh.

3. Management (Manajemen)

Kualitas merupakan tanggungjawab setiap bagian dalam suatu pembuatan produk karena itu hendaknya tiap bagian mengembangkan proses untuk membuat produk sesuai dengan spesifikasinya. Pelayanan setelah produk sampai ke tangan pembeli juga adalah tugas manajemen.

4. Men (Tenaga kerja)

Perkembangan teknologi yang sangat pesat telah menimbulkan spesialisasi. Spesialisasi ini menyebabkan terbaginya tanggungjawab kualitas produk dalam setiap bagian. Hal ini menuntut karyawan dari berbagai bidang untuk bekerjasama sehingga hasil yang diharapkan dapat tercapai.

5. Motivation (Motivasi)

Meningkatnya kompleksitas kualitas produk menuntut motivasi dari karyawan, sehingga produk-produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasaran.

6. Material (Bahan Baku)

Penggunaan bahan baku sebagai input sangatlah berpengaruh terhadap kualitas produk (output) yang dihasilkan oleh perusahaan.

7. Machine and Mechanization (Mesin dan Mekanisasi)

Perusahaan dituntut untuk menggunakan berbagai peralatan produksi yang canggih untuk meningkatkan mutu produk

8. Modern Information Methods (Metode-metode Informasi Modern)

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komputer memungkinkan pencarian, pengumpulan dan penyimpanan menjadi mudah.

9. Mounting product Requirement (Tuntutan produksi yang semakin tinggi)

Pentingnya *safety product* dan *reliability* untuk memenuhi tuntutan performance (kinerja) produk yang semakin tinggi, menuntut pengendalian yang lebih ketat terhadap proses produksi agar produk dikerjakan lebih teliti untuk itu diperlukan pengawasan yang seksama selama proses produksi untuk memenuhi terjaminnya kualitas produk yang diharapkan. (Feigenbaum, 1994:581)

Dimensi Kualitas Produk Wisata

Dimensi kualitas produk dalam hal ini adalah Sapta Pesona. Sapta Pesona merupakan jabaran konsep SADAR WISATA khususnya terkait dukungan dan peran masyarakat sebagai tuan rumah (host) dalam upaya menciptakan lingkungan dan suasana kondusif yang mampu mendorong tumbuh dan berkembangnya industri pariwisata. Jabaran slogan adalah dengan mewujudkan unsur-unsur mantesih siraman: (Sumber: Panduan Sadar Wisata, 2008)

1. Aman
2. Tertib
3. Bersih
4. Sejuk
5. Indah
6. Ramah Tamah
7. Kenangan

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat kualitas untuk memenuhi keinginan pelanggan yang diukur oleh persepsi pemakai, juga merupakan derajat sekelompok pelayanan yang memuaskan pemakai jenis tersebut.

Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk.

Elemen-Elemen Kualitas Pelayanan

1. Tampilan fisik (*tangibles*)

Penampilan dan kemampuan sarana. dan prasarana fisik harus dapat diandalkan, keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, seperti fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, alat alat atau perlengkapan yang digunakan untuk

menyediakan layanan, representasi fisik dari layanan, serta fasilitas-fasilitas layanan lainnya untuk keperluan pelayanan.

2. Kepercayaan (*Reliability*)

Suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan segera akurat dan memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan dan tanpa kesalahan.

3. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan, membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan

4. Kepastian (*Assurance*)

Mencakup pengetahuan, keramahan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf yang dapat menjamin kinerja yang baik sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan

5. Perhatian (*empathy*),

Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian individu, dan memahami kebutuhan setiap pelanggan. (Tjiptono, 1996)

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan dari pelanggan terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapan dari pelanggan atau konsumen (Kotler, 1997:36)

Mengukur Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (1997:38), alat-alat untuk mengukur dan melacak kepuasan pelanggan terdiri dari :

1. Sistem keluhan dan saran

Perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Arus info ini menyediakan banyak gagasan yang baik bagi perusahaan dan memungkinkan mereka bertindak lebih cepat untuk menyelesaikan masalah.

2. Belanja Siluman (*Ghost Shopping*)

Perusahaan-perusahaan dapat membayar orang-orang untuk bertindak sebagai pembeli potensial untuk melaporkan temuan-temuan tentang kekuatan dan kelemahan yang mereka alami dalam membeli produk perusahaan dan produk pesaing.

3. Analisa kehilangan pelanggan (*Last Customer Analysis*) Perusahaan-perusahaan harus menghubungi para pelanggan yang berhenti membeli atau berganti pemasok untuk mempelajari sebabnya.

4. Survey kepuasan pelanggan

Melalui survei ini perusahaan dapat mengumpulkan info tentang kepuasan pelanggan, mengukur keinginan pelanggan untuk membeli kembali, mengukur kemungkinan atas ketersediaan pelanggan untuk merekomendasikan perusahaan dan merk kepada orang lain. Bila nilai positif

tinggi dari informasi pelanggan menunjukkan bahwa perusahaan menghasilkan kepuasan pelanggan yang tinggi.

Hipotesis

1. Diduga ada pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan
2. Diduga ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
3. Diduga ada pengaruh yang signifikan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Definisi konseptual dan operasional

Kualitas Produk Wana Wisata Gonoharjo

Kualitas produk dari wana wisata atau wisata alam bisa diukur dengan Indikator sapta pesona, antara lain sebagai berikut :

- Kesejukan udara wana wisata
- Keindahan Air Terjun Curug Benowo
- Kualitas Sumber Air Panas
- Arena Outbound di wana wisata
- Keberagaman Flora dan Fauna di wana wisata

Kualitas Pelayanan Wana Wisata Gonoharjo

Kualitas pelayanan adalah ukuran standar pelayanan Wana Wisata Gonoharjo dalam rangka memenuhi harapan serta keinginan pelanggan. Dimensi yang digunakan sebagai ukuran kualitas pelayanan antara lain:

1. Kesigapan/Daya Tanggap (*Responsiveness*)
 - Kecepatan pelayanan petugas wana wisata
 - Kesigapan petugas wana wisata dalam menangani keluhan pengunjung
2. Keandalan (*Reliability*)
 - Kemampuan petugas wana wisata dalam memandu pengunjung
 - Ketersediaan informasi tentang Obyek Wisata
3. Ketersediaan Sarana/Fasilitas Fisik (Tangibles)
 - Ketersediaan pusat informasi
 - Ketersediaan fasilitas umum (toilet/mushola)
4. Jaminan/Kepastian (*Assurance*)
 - Jaminan keindahan obyek wisata
 - Jaminan menikmati obyek wisata
5. Kepedulian (*Emphaty*)
 - Keramahan dan kesopanan petugas wana wisata
 - Kedisiplinan petugas wana wisata

Kepuasan Pelanggan Wana Wisata Gonoharjo

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perbandingan antara harapan pelanggan dengan hasil nyata yang diperolehnya. Tingkat kepuasan pelanggan diukur berdasarkan indikator indikator berikut, yaitu :

- Puas setelah mengunjungi air terjun Curug Benowo di wana wisata
- Puas setelah mengunjungi sumber air panas di wana wisata
- Puas setelah mengunjungi bumi perkemahan di wana wisata
- Puas setelah melakukan kegiatan outbound di wana wisata
- Puas terhadap pelayanan petugas setelah mengunjungi wana wisata
- Puas terhadap fasilitas sarana/fasilitas fisik setelah mengunjungi wana wisata

METODE

Tipe penelitian yang dipakai adalah eksplanatori, yaitu tipe penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Wana Wisata Gonoharjo. Sampel penelitian ini sebanyak 100 responden, diambil dengan menggunakan teknik sampel non random. Kuesioner dibagikan kepada responden untuk diisi. Setelah semua data terkumpul kemudian dianalisa sehingga data mempunyai makna untuk menjawab masalah yang diteliti dan bermanfaat untuk menguji hipotesis. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Analisis Regresi Linier Sederhana Korelasi Kendall Tau (τ)*. Metode ini digunakan untuk mengetahui kekuatan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual atau parsial. Sedangkan untuk mengetahui derajat asosiasi antara variabel X1 dan X2 secara bersama sama terhadap Y, digunakan teknik analisa *Analisis Regresi Linier Berganda* (Sudjana, 1997)

HASIL

Kualitas Produk

Tabel 3.17
Kategorisasi Variabel Kualitas Produk

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Baik	-	-
2	Baik	16	16,0
3	Cukup Baik	62	62,0
4	Kurang Baik	22	22,0
5	Tidak Baik	-	-
Jumlah		100	100.0

Sumber: Data primer yang diolah 2012

Dari tabel 3.17 dapat dilihat bahwa kualitas produk Wana Wisata Gonoharjo adalah cukup baik, dengan perolehan sebesar 62%. Hanya 22% responden yang menyatakan kualitas produk Wana Wisata Gonoharjo kurang baik.

Kualitas Pelayanan

Tabel 3.29
Kategorisasi Variabel Kualitas Pelayanan

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Baik	-	-
2	Baik	21	21,0
3	Cukup Baik	69	69,0
4	Kurang Baik	10	10,0
5	Tidak Baik	-	-
Jumlah		100	100.0

Sumber: Data primer yang diolah 2012

Dari tabel 3.29 di atas dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan di Wana Wisata Gonoharjo adalah cukup baik, yaitu sebesar 69%. Namun masih diketahui sebanyak 10% responden menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan kurang baik.

Kepuasan Pelanggan

Tabel 3.38
Kategorisasi Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Puas	-	-
2	Puas	23	23,0
3	Cukup Puas	71	71,0
3	Kurang Puas	6	6,0
5	Tidak Puas	-	-
Jumlah		100	100.0

Sumber: Data primer yang diolah 2012

Dari tabel 3.38 di atas dapat dilihat penilaian responden terhadap kepuasan pelanggan setelah mengunjungi Wana Wisata Gonoharjo. Dari 100 responden, sebanyak 71% dari total responden atau pengunjung menyatakan cukup puas setelah mengunjungi Wana Wisata Gonoharjo. Namun sebanyak 6% responden menyatakan kurang puas.

PEMBAHASAN

Hubungan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan

Tabel 3.42
Tabel Silang Variabel Kualitas Produk Dengan
Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan	Kualitas Produk					Total
	Tidak Baik	Kurang Baik	Cukup Baik	Baik	Sangat Baik	
Tidak Puas	-	-	-	-	-	- 0,0%
Kurang Puas	-	4 66,7%	2 33,3%	-	-	6 100,0%
Cukup Puas	-	17 23,9%	50 70,4%	4 5,6%	-	71 100,0%
Puas	-	1 4,3%	10 43,5%	12 52,2%	-	23 100,0%
Sangat Puas	-	-	-	-	-	- 0,0%
Total	- 0,0%	22 22,0%	62 62,0%	16 16,0%	- 0,0%	100 100,0%

Sumber : Data primer yang diolah, 2012

Dari tabel 3.42 di atas responden yang berpendapat kualitas produk wana wisata Gonoharjo kurang baik sebesar 22% responden terdiri dari sebanyak 66,7% responden berpendapat kualitas produk kurang baik diikuti kurang puasnya pelanggan setelah mengunjungi Wana Wisata Gonoharjo, sebanyak 23,9% responden berpendapat kualitas produk kurang baik diikuti cukup puasnya pelanggan setelah mengunjungi Wana Wisata Gonoharjo dan sebanyak 4,3% responden berpendapat kualitas produk kurang baik diikuti puasnya pelanggan setelah mengunjungi Wana Wisata Gonoharjo. Responden yang berpendapat kualitas produk wana wisata Gonoharjo cukup baik sebesar 62% responden terdiri dari sebanyak 33,3% responden berpendapat kualitas produk cukup baik diikuti kurang puasnya pelanggan setelah mengunjungi Wana Wisata Gonoharjo, sebanyak 70,4% responden berpendapat kualitas produk cukup baik diikuti cukup puasnya pelanggan setelah mengunjungi Wana Wisata Gonoharjo dan sebanyak 43,5% responden berpendapat kualitas produk cukup baik diikuti puasnya pelanggan setelah mengunjungi Wana Wisata Gonoharjo. Responden yang berpendapat kualitas produk wana wisata Gonoharjo baik sebesar 16% responden terdiri dari sebanyak 5,6% responden berpendapat kualitas produk baik diikuti cukup puasnya pelanggan setelah mengunjungi Wana Wisata Gonoharjo dan sebanyak 52,2% responden berpendapat kualitas produk baik diikuti puasnya pelanggan setelah mengunjungi Wana Wisata Gonoharjo. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik pendapat responden mengenai kualitas produk Wana Wisata Gonoharjo maka responden atau pengunjung akan semakin puas setelah mengunjungi Wana Wisata Gonoharjo.

Hubungan antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel 3.44
Tabel Silang Variabel Kualitas Pelayanan Dengan
Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan	Kualitas Pelayanan					Total
	Tidak Baik	Kurang Baik	Cukup Baik	Baik	Sangat Baik	
Tidak Puas	-	-	-	-	-	- 0,0%
Kurang Puas	-	3 50,0%	3 50,0	-	-	6 100,0%
Cukup Puas	-	6 8,5%	53 77,5%	10 14,0%	-	71 100,0%
Puas	-	1 4,3%	9 39,1%	13 56,5%	-	23 100,0%
Sangat Puas	-	-	-	-	-	- 0,0%
Total	- 0,0%	10 10,0%	67 67,0%	23 23,0%	- 0,0%	100 100,0%

Sumber : Data primer yang diolah

Dari tabel 3.3 di atas responden yang berpendapat kualitas pelayanan wana wisata Gonoharjo kurang baik sebesar 10% responden terdiri dari sebanyak 50,0% responden berpendapat kualitas pelayanan kurang baik diikuti kurang puasnya pelanggan setelah mengunjungi Wana Wisata Gonoharjo, sebanyak 8,5% responden berpendapat kualitas pelayanan kurang baik diikuti cukup puasnya pelanggan setelah mengunjungi Wana Wisata Gonoharjo dan sebanyak 4,3% responden berpendapat kualitas pelayanan kurang baik diikuti puasnya pelanggan setelah mengunjungi Wana Wisata Gonoharjo. Responden yang berpendapat kualitas pelayanan wana wisata Gonoharjo cukup baik sebesar 67% responden terdiri dari sebanyak 50% responden berpendapat kualitas pelayanan cukup baik diikuti kurang puasnya pelanggan setelah mengunjungi Wana Wisata Gonoharjo, sebanyak 77,5% responden berpendapat kualitas pelayanan cukup baik diikuti cukup puasnya pelanggan setelah mengunjungi Wana Wisata Gonoharjo dan sebanyak 39,1% responden berpendapat kualitas pelayanan cukup baik diikuti puasnya pelanggan setelah mengunjungi Wana Wisata Gonoharjo. Responden yang berpendapat kualitas pelayanan wana wisata Gonoharjo baik sebesar 23% responden terdiri dari sebanyak 14% responden berpendapat kualitas pelayanan baik diikuti cukup puasnya pelanggan setelah mengunjungi Wana Wisata Gonoharjo dan sebanyak 56,5% responden berpendapat kualitas pelayanan baik diikuti puasnya pelanggan setelah mengunjungi Wana Wisata Gonoharjo. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik pendapat responden mengenai kualitas pelayanan Wana Wisata Gonoharjo maka responden atau pengunjung akan semakin puas setelah mengunjungi Wana Wisata Gonoharjo.

Hubungan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan Wana Wisata Gonoharjo

Tabel 3.45
Rekapitulasi Uji Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengaruh	Konstanta	Koefisien Regresi	F-hitung	F-tabel	R	Adjusted R ²	Sig
X ₁ → Y X ₂ → Y	6,593	0,432 0,182	62,098	3,09	0,749	0,552	0,000 0,000

Sumber : Data primer yang diolah

Dari hasil pengujian diperoleh bahwa koefisien korelasi (r) atau tingkat keeratan hubungan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan dengan variabel kepuasan pelanggan Wana Wisata Gonoharjo adalah sebesar 0,749.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian kepada 100 responden berkaitan dengan variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Wana Wisata Gonoharjo maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk Wana Wista Gonoharjo berdasarkan penelitian yang dilakukan ,menunjukkan bahwa 62% dari total responden atau pengunjung menyatakan bahwa kualitas produk wisata di Wana Wisata Gonoharjo adalah cukup baik. Hal ini karena menurut pengunjung suhu udara dilingkungan wana wisata cukup sejuk dan cukup nyaman untuk dikunjungi, air terjun Curug Benowo dipersepsikan cukup indah, sumber air panas dapat memberikan relaksasi bagi pengunjung saat mandi di objek tersebut, arena outbond memadai dan aman untuk digunakan serta keberagaman flora dan fauna yang ada di kawasan wana wisata. Di ikuti 22% responden menyatakan kurang baik dan 16% menyatakan baik.
2. Kualitas Pelayanan Wana Wista Gonoharjo berdasarkan penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa 69% dari total responden atau pengunjung menyatakan bahwa kualitas pelayanan di Wana Wisata Gonoharjo adalah cukup baik. Responden yang menyatakan kualitas pelayanan yang diberikan cukup baik karena pelayanan yang dilakukan petugas wana wisata cukup, petugas wana wisata cukup sigap dalam menangani keluhan pengunjung, petugas wana wisata memiliki kemampuan yang cukup baik dalam memandu pengunjung, tersedianya pusat informasi tentang obyek wisata, tersedianya toilet dan mushola yang masih dapat digunakan dengan baik, pengunjung dapat menikmati keindahan obyek wisata yang ditawarkan serta sikap yang ramah dan sopan serta kedisiplinan petugas wana wisata dalam memberikan pelayanan terhadap pengunjung. Di ikuti sebanyak 10% responden menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan kurang baik, dan 21 % responden menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan baik

3. Kepuasan Pelanggan Wana Wisata Gonoharjo berdasarkan penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa 71% dari total responden atau pengunjung menyatakan cukup puas setelah mengunjungi Wana Wisata Gonoharjo, hal ini karena keindahan objek wisata, pelayanan yang dilakukan petugas wana wisata serta sarana dan fasilitas pendukung telah memenuhi harapan pengunjung. Namun sebanyak 6% responden menyatakan kurang puas, dan 23% responden menyatakan puas.
4. Dari hasil penelitian yang dilakukan Kualitas produk berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan sehingga hipotesis diterima. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik dimana diperoleh hasil uji t-hitung sebesar 10,504. Hasil tersebut lebih besar dibandingkan dengan t-tabel yaitu sebesar 1,984 dalam derajat kepercayaan 95% dan taraf kesalahan 5% yang berarti ada pengaruh positif antara variabel kualitas produk dan variabel kepuasan pelanggan. Nilai koefisien determinasinya adalah sebesar 0,473 atau 47,3%, yang berarti bahwa pengaruh yang diberikan variabel kualitas produk terhadap variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar 47,3% sedangkan sisanya sebesar 52,7% merupakan pengaruh dari faktor lain selain kualitas produk. Hasil dari perhitungan regresi sederhana dimana diperoleh persamaan regresinya yaitu $Y = 9,474 + 0,617 X_1$, menunjukkan pengaruh positif antara variabel kualitas produk (X_1) terhadap variabel kepuasan pembelian (Y), yang berarti jika penilaian terhadap variabel kualitas produk naik sebesar satu satuan maka akan menyebabkan meningkatnya penilaian terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,617.
5. Dari hasil penelitian yang dilakukan Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan sehingga hipotesis diterima. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik dimana diperoleh hasil uji t-hitung sebesar 8,217. Hasil tersebut lebih besar dibandingkan dengan t-tabel yaitu sebesar 1,984 dalam derajat kepercayaan 95% dan taraf kesalahan 5% yang berarti ada pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan pelanggan. Nilai koefisien determinasinya adalah sebesar 0,402 atau 40,2%, yang berarti bahwa pengaruh yang diberikan variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar 40,2% sedangkan sisanya sebesar 59,8% merupakan pengaruh dari faktor lain selain kualitas pelayanan. Hasil dari perhitungan regresi sederhana dimana diperoleh persamaan regresinya yaitu $Y = 8,605 + 0,328 X_2$, menunjukkan pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan (X_2) terhadap variabel kepuasan pembelian (Y), yang berarti jika penilaian terhadap variabel kualitas pelayanan naik sebesar satu satuan maka akan menyebabkan meningkatnya penilaian terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,328.
6. Dari hasil penelitian yang dilakukan Kualitas produk dan Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan sehingga hipotesis diterima. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik dimana diperoleh uji F-hitung yaitu sebesar 62,098. Hasil tersebut lebih besar dibandingkan dengan F-tabel yaitu sebesar 3,09 dalam derajat kepercayaan 95% dan taraf kesalahan 5% yang berarti ada pengaruh positif antara variabel variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Nilai koefisien determinasinya adalah sebesar 0,552 atau 55,2%, yang berarti bahwa pengaruh yang diberikan variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar 55,2% sedangkan sisanya yaitu sebesar 44,8% merupakan pengaruh dari faktor lain selain kualitas produk dan kualitas pelayanan. Hasil dari perhitungan regresi berganda dimana diperoleh persamaan regresinya yaitu $Y = 6,953 + 0,432X_1 + 0,182X_2$, menunjukkan pengaruh positif antara variabel kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), yang berarti bahwa jika penilaian terhadap variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan naik sebesar satu satuan maka akan menyebabkan meningkatnya penilaian terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,432 dan 0,182.

Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, berikut ini penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi alternatif dalam membantu memecahkan masalah sehingga kepuasan pelanggan atau pengunjung Wana Wisata Gonoharjo akan menjadi lebih meningkat. Adapun saran-saran yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini kualitas produk menjadi faktor yang paling besar dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan atau pengunjung. Sehingga hal ini menjadi perhatian bagi pengelola Wana Wisata Gonoharjo untuk mempertahankan kualitas produk yang ada saat ini dengan beberapa hal yang harus ditingkatkan, yaitu perbaikan-perbaikan sarana dan fasilitas umum seperti ketersediaan toilet yang memadai dan layak untuk digunakan sehingga pengunjung merasa nyaman dalam menggunakan. Ketersediaan mushola yang memadai sehingga pengunjung dapat melakukan ibadah di saat berekreasi. Selain itu ketersediaan kantin atau warung makan yang bervariasi sehingga pengunjung dapat memenuhi kebutuhan akan makan. Sementara itu perbaikan objek wisata juga harus menjadi perhatian, yaitu dengan penambahan varian objek wisata sehingga akan dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjungi Wana Wisata Gonoharjo, yaitu dengan membuat wahana air seperti water boom.
2. Dalam penelitian ini kualitas pelayanan juga menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan atau pengunjung. Sehingga perlu menjadi perhatian pengelola Wana Wisata Gonoharjo, untuk melakukan perbaikan dan peningkatan pelayanan kepada pengunjung, yaitu dengan meningkatkan kualitas dan kuantitas personil petugas wana wisata. Sehingga dengan peningkatan kualitas dan kuantitas petugas wana wisata akan meningkatkan pelayanan kepada pengunjung yang akan mendukung tercapainya kepuasan pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Prenhallindo.
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jakarta : Prenhallindo.
- Fandy, Tjiptono, 1997, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Assauri, Sofjan, 1994, *Manajemen Produksi dan Operasi FE VI*, Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Lamb, Hair, Mc. Daniel, 2001, *Pemasaran*, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta : Salemba
- Kotler, Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta : Erlangga
- Schroeder, Roger G, 1993, *Manajemen Operasi, Pengambilan Keputusan Dalam Suatu Fungsi Operasi*, Jakarta : Erlangga
- Djasalim Saladin, 2002, *Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*, Bandung : Linda Karya
- Feigenbaum, Armad V, 1991, *Total Quality Control, Third Edition Revised*, New Jersey : Mc. Grow - Hill Inc.
- E. Jarome Mc. Carty dan William D. Perreault, Jr, 1993, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi Kelima, Jakarta : Erlangga.
- Stanton, William J, 1994, *Prinsip Pemasaran*, Jilid 2, Jakarta : Erlangga.
- Tjiptono, Fandi, 1997, *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua Cetakan Kedua, Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Zeithaml, VA; Parasuraman, A; and Berry, LL, *Service Quality Concept*, New York : The Free Press.