



Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Wisata (*Open Trip*) C.V Tidung Island

Muhammad Heykal^{1*}, Sandy Prasetya², Pradnya Sari Harsanti³

^{1,2,3}Universitas Pertiwi, Indonesia

E-mail: muhammad.heykal@pertiwi.ac.id¹, 20420004@pertiwi.ac.id², pradnya.sari@pertiwi.ac.id³

*Korespondensi penulis: muhammad.heykal@pertiwi.ac.id

Abstract. The aim of this research is to determine the influence and identify the factors that have the greatest impact on the quality of service provided to Open Trip Tidung Island customers. The method in this research uses quantitative methods. Sampling in this study used accidental sampling. It was obtained that 41 respondents filled out questionnaires in observing Tidung Island using Open Trip Tidung Island on 3-4 August 2024. Data analysis in this research uses simple linear regression analysis, coefficient of determination and correlation. Data obtained from the questionnaire is used to find the factors that most influence customer satisfaction in service quality. The Service Quality variable (X) has a significant effect on the Customer Satisfaction variable (Y), this is shown from the results of the Pearson Product Moment correlation analysis of 0.718 and includes a "strong correlation" level of relationship. From the results of the questionnaire, it was found that the factors that most influence customer satisfaction in the quality of service at the C.V Tidung Island Open Trip tourism service are the dimensions of Tangible (Physical Evidence) and Empathy (Empathy) at 84.2% with the Equipment and tools used during the activity in good condition and the Open Trip. Staff pays attention to the needs and desires of participants (Customers). The results of partial t test hypothesis testing show a significance level of $0.001 < 0.05$. It is stated that H_0 is rejected and H_a is accepted. This means that service quality has a significant influence on Open Trip Tidung Island customer satisfaction.

Keywords: Customer Satisfaction, Open Trip, Service Quality, Services, Tidung Island.

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh dan mengidentifikasi faktor - faktor yang berdampak paling besar terhadap kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan *Open Trip* Tidung Island. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *accidental Sampling*, didapat 41 responden mengisi kuesioner dalam observasi pulau Tidung menggunakan *Open Trip* Tidung Island pada tanggal 3-4 Agustus 2024. Analisis data dalam penelitian ini memakai analisis regresi linier sederhana, koefisien determinasi dan korelasi. Data yang didapat dari kuesioner dipakai untuk mencari faktor yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam kualitas pelayanan. Variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y), hal tersebut ditunjukkan dari hasil analisis korelasi pearson Product Moment sebesar 0,718 dan termasuk tingkat hubungan "korelasi kuat". Dari hasil kuesioner ditemukan bahwa faktor yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam kualitas pelayanan pada jasa wisata *Open Trip* C.V Tidung Island adalah dimensi *Tangible*(Bukti Fisik) dan *Emphaty*(Empati) sebesar 84,2% dengan pernyataan Perlengkapan dan alat-alat yang digunakan selama kegiatan dalam kondisi baik serta Staff *Open Trip* memperhatikan kebutuhan dan keinginan peserta (Pelanggan). Hasil pengujian hipotesis uji t parsial menunjukkan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$. Dinyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima. Maknanya kualitas pelayanan punya suatu pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Open Trip* Tidung Island.

Kata Kunci: Jasa, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Open Trip, Pulau Tidung.

1. 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). 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 (Pertiwi, 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.

2. 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.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2019:127). Penelitian ini menggunakan teknik *accidental* Menurut Sugiyono (2019) teknik *accidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok dengan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti, , populasi penelitian ini adalah peserta atau pelanggan jasa wisata *Open Trip* Tidung Island. Karena tingginya populasi maka penulis membatasi waktu penelitian yaitu pada bulan Agustus, populasi bulan juli sebanyak 300 peserta.

Data dikumpulkan 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 melalui *GoogleForm*. Pengukuran kuesioner dengan menggunakan Skala Likert 1-5 sebagai pengukur karakter dan pandangan responden.

Pengujian instrumen 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 determinasi yang 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.

3. 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	23	56,1%
Perempuan	18	43,9%
Jumlah	41	100%

Pada tabel 1 penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa didapat jumlah 23 responden atau sebesar 56,1% dengan jenis kelamin laki-laki dan didapat 18 responden atau sebesar 43,9% dengan jenis kelamin perempuan. Maka responden terbanyak yaitu responden berjenis kelamin laki-laki.

2) Usia

Tabel 2. Usia Responden

Usia	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
17-23 Tahun	23	56,1%
24-30 Tahun	14	34,1%
31-37 Tahun	2	4,9%
38>	2	4,9
Jumlah	41	100%

Pada tabel 2 di dapatkan data dengan hasil kuesioner, didapat 23 responden atau sebesar 56,1% yang memiliki usia di rentang usia 17-23 Tahun, responden yang berusia 24-30 Tahun adalah 14 orang atau 34,1%. responden yang berusia 31> sebanyak 4 orang. maka disimpulkan bahwa responden terbanyak yaitu pada usia 17-23 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	spon- den
		SS (5)	S (4)	R (3)	TS (2)	TS (1)			
1	Fasilitas wisata yang disediakan oleh <i>Open Trip</i> Tidung Island terlihat modern dan bersih.	14	19	7	1	0	169	4,12	41
2	Perlengkapan dan alat yang digunakan selama kegiatan dalam kondisi baik.	14	23	3	1	0	173	4,21	41
3	<i>Staff Open Trip</i> memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan.	15	21	4	1	0	173	4,21	41
4	<i>Staff Open Trip</i> care (perhatian) kepada pelanggan selama kegiatan.	15	16	7	3	0	169	4,12	41
5	Penyelenggara <i>Open Trip</i> selalu berangkat tepat waktu.	15	16	7	3	0	166	4,04	41
6	Penyelenggara melaksanakan jadwal kegiatan sesuai dengan yang ditentukan.	16	15	6	4	0	166	4,04	41
7	Staff cepat tanggap dalam menanggapi pertanyaan dan permintaan.	11	18	7	5	0	158	3,85	41
8	<i>Staff</i> siap membantu setiap kali peserta membutuhkan bantuan.	18	13	6	4	0	168	4,09	41
9	Pelanggan merasa aman dan percaya diri selama mengikuti kegiatan <i>Open Trip</i> dengan Tidung Island	17	17	5	2	0	172	4,19	41
10	Pemandu wisata dan staf memiliki pengetahuan yang baik dan dapat diandalkan.	18	16	4	3	0	172	4,19	41
	Jumlah	153	175	57	25	0	1.688		410
	Rata-rata	15,3 %	17,6 %	5,7 %	2,4 %	0%			

Pada tabel 3 menyatakan bahwa dalam dimensi *Responsivenees* (Daya Tanggap) dengan pernyataan *Staff* cepat tanggap dalam menanggapi pertanyaan dan permintaan mendapatkan penilaian terendah yakni 3,85 dari nilai rata-rata 5. Sedangkan dalam dimensi *Tangible* (Bukti fisik) dengan pernyataan Perlengkapan dan alat yang digunakan selama kegiatan dalam kondisi baik serta dimensi *emphaty* (Empati) dengan pernyataan *Staff Open Trip* memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan mendapatkan nilai respon tertinggi yakni 4,21 dari nilai rata-rata 5.

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
		SS (5)	S (4)	R (3)	TS (2)	STS (1)			
1	Layanan yang diberikan oleh penyelenggara <i>Open Trip</i> memenuhi harapan pelanggan.	11	25	3	2	0	168	4,09	41
2	Pengalaman berwisata sesuai dengan ekspektasi awal.	11	23	5	2	0	166	4,04	41
3	Fasilitas yang disediakan berkualitas tinggi.	15	19	5	1	1	169	4,12	41
4	Layanan yang diberikan selama berwisata sangat baik.	15	21	2	3	0	171	4,17	41
5	Biaya yang dikeluarkan sebanding dengan pengalaman yang didapatkan	12	24	2	3	0	168	4,09	41
6	Jasa <i>Open Trip</i> ini sangat bermanfaat bagi wisatawan.	21	17	2	1	0	181	4,41	41
7	Pelanggan puas dengan pelayanan prima yang diberikan oleh jasa <i>Open Trip Tidung Island</i>	11	22	5	3	0	186	4,53	41
8	Pelanggan puas dengan jadwal keberangkatan dan kepulangan yang tepat waktu.	15	18	4	4	0	167	4,07	41
9	Pelanggan akan terus menggunakan layanan <i>Open Trip Tidung Island</i> dimasa mendatang.	13	22	5	1	0	170	4,14	41
10	Pelanggan akan merekomendasikan <i>Open Trip</i> ini kepada sanak saudara	13	18	7	3	0	164	4	41
	Jumlah	137	209	40	23	1	1.327		410
	Rata-rata	13,7 %	20,9 %	4 %	2,3 %	0,1			

Pada tabel 4 menyatakan bahwa dalam dimensi *Customer Loyalty* dengan pernyataan pelanggan akan merekomendasikan *Open Trip* ini kepada sanak saudara mendapatkan penilaian terendah yakni 4 dari nilai rata-rata 5. Sedangkan dalam dimensi Customer Satisfaction (Kepuasan Pelanggan) dengan pernyataan Pelanggan puas dengan pelayanan prima yang diberikan oleh jasa *Open Trip Tidung Island* mendapatkan nilai respon tertinggi yakni 4,53 dari nilai rata-rata 5.

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.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel X (Primer, 2024)

Variabel	Butir Pertanyaan	Corrected Item Total (R-Hitung)	R-Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	1	0,766	0,306	Valid
	2	0,709	0,306	Valid
	3	0,711	0,306	Valid
	4	0,797	0,306	Valid
	5	0,713	0,306	Valid
	6	0,690	0,306	Valid
	7	0,742	0,306	Valid
	8	0,838	0,306	Valid
	9	0,879	0,306	Valid
	10	0,856	0,306	Valid

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Y (Primer, 2024)

Variabel	Butir Pertanyaan	<i>Corrected Item Total (R-Hitung)</i>	R-Tabel	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	1	0,791	0,306	Valid
	2	0,834	0,306	Valid
	3	0,744	0,306	Valid
	4	0,788	0,306	Valid
	5	0,751	0,306	Valid
	6	0,817	0,306	Valid
	7	0,827	0,306	Valid
	8	0,740	0,306	Valid
	9	0,878	0,306	Valid
	10	0,842	0,306	Valid

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

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y (Primer, 2024)

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ketetapan	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,921	0,60	Reliable
Kepuasan Pelanggan	0,936	0,60	Reliable

Sesuai hasil perhitungan reliabilitas dengan menggunakan SPSS diatas menunjukan bahwa tingkat reliabilitas pada variable Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan cukup tinggi, dengan nilai *Cronbach's Alpha* 0,921 untuk Kualitas Pelayanan dan 0,936 untuk Kepuasan Pelanggan, dimana nilai tersebut lebih besar dari

Pada tabel 9 Hasil kedua uji linieritas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (*Value Sig.*) pada masing-masing baris *Deviation from Linearity* menunjukkan signifikansi sebesar 0,56 yang memiliki arti hubungan yang linier antara variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (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.

Tabel 10. Hasil Uji Linear Sederhana (Primer, 2024)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	872.497	1	872.497	41.532	<,001 ^b
	Residual	819.308	39	21.008		
	Total	1691.805	40			

Pada tabel 10 dinyatakan bahwa nilai F Hitung = 41.532 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel partisipasi atau dengan kata lain ada pengaruh antara variable Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (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:

Tabel 11. Interpretasi Koefisien Korelasi (Sugiyono, 2017)

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

Tabel 12. Hasil Uji Korelasi (Primer, 2024)

Correlations			
		KUALITAS	KEPUASAN
KUALITAS	Pearson Correlation	1	.718**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	41	41
KEPUASAN	Pearson Correlation	.718**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	41	41

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Pada tabel 12 Dinyatakan bahwa Kepuasan Pelanggan (Y) berpengaruh, karena nilai r 0,718 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.

Tabel 13. Hasil Uji Determinasi (Primer, 2024)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.718 ^a	.516	.503	4.583

a. Predictors: (Constant), KUALITAS

Dengan pengolahan data pada tabel diatas, hasil nilai koefisien determinasi merupakan hasil yang dapat menunjukkan besarnya kontribusi variabel bebas (kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan). Hasil perhitungan *SPSS Ver. 29.0.* menunjukkan Nilai koefisien determinasi R Square sebesar 0,516 menyatakan bahwa pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 51,6% dan sisanya 48,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

4) Uji T Parsial

Uji t dipergunakan dalam pengujian hipotesis dengan cara pasial dalam memperoleh informasi terkait sejauh apa tiap-tiap variabel bebas terhadap memenagruhi 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 $Sig. < 0,05$.

Tabel 14. Hasil Uji T Parsial (Data Primer, 2024)

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	<.001

a. Dependent Variable: KEPUASAN

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 $6,445 > t_{tabel}$ 2,022 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) Berdasarkan hasil analisis yang telah di peroleh bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y), hal tersebut ditunjukkan dari hasil analisis korelasi pearson Product Moment sebesar 0,718 dan termasuk tingkat hubungan “korelasi kuat”. Hasil analisis diketahui signifikansi antara variabel Kualitas Pelayanan (X) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 0,001. Berdasarkan dari kaidah keputusan dari hipotesis, maka nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan probabilitas signifikansi, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikansi. Hal ini menunjukan bahwa terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan

dengan Kepuasan Pelanggan. Nilai koefisien determinasi (R^2) yang diuji menggunakan Spss Ver.29.0 dan manual sebesar 0,516 yang menunjukkan arti bahwa pengaruh variabel bebas (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel terikat (Kepuasan Pelanggan) adalah sebesar 51,6%.

- 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 Perlengkapan dan alat-alat yang digunakan selama kegiatan dalam kondisi baik serta Staff *Open Trip* memperhatikan kebutuhan dan keinginan peserta (Pelanggan), kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian tinggi terhadap dimensi *Tangible*(Bukti Fisik) dan *Emphaty*(Empati) sebesar 84,2%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan sangat menghargai keandalan dalam hal perlengkapan dan peralatan yang memadai serta pelayanan yang diberikan kepada pelanggan *Open Trip*.

4. KESIMPULAN

Variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y), hal tersebut ditunjukkan dari hasil analisis korelasi pearson Product Moment sebesar 0,718 dan termasuk tingkat hubungan “korelasi kuat”. Dari hasil kuesioner ditemukan bahwa faktor yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam kualitas pelayanan pada jasa wisata *Open Trip* C.V Tidung Island adalah dimensi *Tangible*(Bukti Fisik) dan *Emphaty*(Empati) sebesar 84,2% dengan pernyataan Perlengkapan dan alat-alat yang digunakan selama kegiatan dalam kondisi baik serta Staff *Open Trip* memperhatikan kebutuhan dan keinginan peserta (Pelanggan). Hasil pengujian hipotesis uji t parsial menunjukkan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$. Dinyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima. Maknanya kualitas pelayanan punya suatu pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Open Trip* Tidung Island.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, M., & 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). *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14. <https://doi.org/10.19184/jpe.v14i2.15791>
- Handayani, R., & Prasetyo, A. (2022). Dampak kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam industri retail. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 55-67.
- Lestari, P. A. F. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen*, 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). *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., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1996). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49, 41–50.
- Pasuraman, N. N., Bisnis, M., Manajemen, S., Bisnis, F., Ekonomi, D., Kristen, U., & Jl, P. (2019). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Noach Cafe and Bistro. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(2).
- Sa'adah, L., & Munir, F. (2021). *Kualitas layanan, harga, citra merek serta pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen*. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=rZkwEAAAQBAJ>
- Sinurat, S. M., Lumanauw, B., Roring, F., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2023). Pengaruh inovasi produk, harga, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan mobil Suzuki Ertiga. *Jurnal EMBA*, 5(2), 2230–2239.
- Suharyanto, B., & Nugraha, D. (2023). Evaluasi faktor kepuasan pelanggan terhadap layanan e-commerce berbasis digital. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Teknologi*, 5(2), 100-115.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Kepuasan pelanggan: Konsep, pengukuran dan strategi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wismantoro, Y. (2013). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen*, 37-48.