

## Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Heha Sky View Yogyakarta

Desika Nur Jannah<sup>1</sup>, Herman Novry Kristiansen Paninggiran<sup>2</sup>, Niken Savitri Oktariani Lestari<sup>3</sup>  
Universitas Semarang<sup>1,2,3</sup>  
desika@usm.ac.id<sup>1</sup>, herman@usm.ac.id<sup>2</sup>, nnikennsavitri29@gmail.com<sup>3</sup>

### Abstrak

Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan pengunjung dan akan mengalami perasaan puas. Kepuasan pengunjung dapat mempengaruhi orang lain untuk berkunjung untuk mendapatkan pengalaman yang baik. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menguji regresi linier sederhana dan sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pengunjung. Teknik Incidental Sampling sebanyak 60 pengunjung atau responden. Selanjutnya memberikan kuesioner yang telah diujicobakan sebelumnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kualitas pelayanan tinggi pada HEHA SKY VIEW, karena nilai rata-rata mendekati nilai maksimum; (2) kepuasan pengunjung tinggi di HEHA SKY VIEW, karena nilai rata-rata mendekati nilai maksimum; dan (3) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, dengan menyumbang 78% dari sisanya 22% faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Kepuasan Pengunjung, Kualitas Pelayanan

### Abstract

*Good service quality can increase visitors, and will experience a feeling of satisfaction. Visitor satisfaction can influence others to visit for a good experience. This research is a quantitative research by testing a simple linear regression and the extent to which the influence of service quality on the variable of visitor satisfaction. Incidental sampling technique of 60 visitors or respondents. Next, give a questionnaire that has been tested before. The results show that (1) the quality of service is high in Heha Sky View, because the average value is close to the maximum value; (2) visitor satisfaction is high in Heha Sky View, because the average value is close to the maximum value; and (3) the quality of service has an influence on visitor satisfaction*

**Keywords:** Visitor Satisfaction, Service Quality, Regression

## PENDAHULUAN

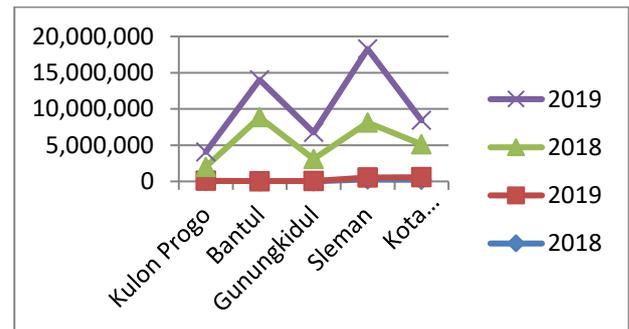
Seseorang perlu melakukan *refreshing* baik jasmani maupun rohani. Hal ini biasanya dikenal dengan sebutan rekreasi. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menjelaskan bahwa rekreasi merupakan daur ulang penyegaran seseorang dalam pikiran dan badan (Setiawan, 2021). Tempat wisata adalah salah satu tempat dimana seseorang melakukan rekreasi. Heha Sky View merupakan tempat wisata yang berada di Gunungkidul. Heha Sky View merupakan tempat wisata berkonsep restoran atau tempat makan instagramable, yang didalamnya mengusung swafoto, alam, dan kuliner. Tempat ini menjadi daya tarik tersendiri karena merupakan satu-satunya yang menawarkan gabungan antara restoran dan alam yang berada di puncak Gunungkidul DIY (Badan Otorita Burobudur, 2020).

Gunung kidul dikenal sebagai daerah yang memiliki beberapa destinasi serta salah satu tempat wisata yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Berikut ini adalah data pengunjung gunung kidul berdasarkan angka statistik DIY, yaitu:

Tabel 1. Data Pengunjung Gunungkidul  
 Sumber: BPS, 2020

Daerah	Banyaknya Wisman		Banyaknya Wisnus	
	2018	2019	2018	2019
Kulon Progo	44.947	41.735	1.924.676	2.050.022
Bantul	21.288	4.733	8.819.154	5.166.165
Gunung kidul	22.759	19.191	3.032.525	3.661.612
Sleman	291.776	232.078	7.606.312	10.146.040
Kota Yogyakarta	219.332	353.544	4.533.019	3.315.294
Total DIY	600.102	651.281	25.915.686	24.339.133

Statistik diatas menunjukkan Gunungkidul mengalami ketidakstabilan angka pengunjung yaitu sebesar -15% Wisman dan 17% Wisnus. Selain itu, peringkat terbanyak pengunjung gunung kidul juga tidak begitu banyak dibandingkan dengan tempat wisata lain di DIY.



Gambar 1. Peringkat Tempat Wisata DIY

Sumber: BPS, 2020

Posisi Peringkat Gunungkidul masih dibawah jauh dengan pengunjung tempat wisata lain DIY yaitu diantaranya Daerah Bantul dan Sleman. Hal ini menandakan bahwa tempat wisata Gunungkidul perlu ditingkatkan. Salah satu faktor yang perlu ditingkatkan yaitu mengenai kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan karena pengunjung merupakan kunci diwaktu yang akan datang dalam keberhasilan suatu perusahaan (Ricard & Godden dalam Detmuliati et al., 2014).

Kualitas pelayanan merupakan parameter suatu perspektif kebaikan suatu produk atau jasa atas service yang diberikan. Kualitas sendiri dapat diidentifikasi yaitu diantaranya kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, dan kualitas kesesuaian adalah suatu ukuran seberapa jauh suatu produk memenuhi persyaratan atau spesifikasi yang telah ditetapkan (Tjiptono, 2002). Kualitas pelayanan akan *direview* oleh konsumen dalam mencicipi suatu produk atau jasa dan akan menghasilkan nilai pelayanan dari produk atau jasa tersebut.

Kualitas pelayanan yang baik akan menunjukkan nilai yang diharapkan oleh konsumen dalam memperoleh produk atau jasa. Dalam hal ini akan berbanding lurus dengan kepuasan akan konsumen. Kepuasan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan. Kepuasan mampu menjadi nilai lebih yang dimiliki oleh perusahaan dalam meningkatkan pendapatannya (Priyanto & Mahfud, 2019). Konsumen dalam tempat wisata dapat didefinisikan juga sebagai pengunjung wisata. Karena pengunjung wisata adalah pemakai jasa atau produk. Alma dalam Sholeha et al. (2018) menambahkan bahwa kualitas pelayanan dapat menciptakan kepuasan konsumen dan akan menjadi setia pada perusahaan atau penjual produk atau jasa yang dibelinya. Berdasarkan paparan di atas penulis tertarik untuk melakukan research mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di tempat wisata Heha Sky View DIY.

## LANDASAN TEORI

### Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan parameter suatu perspektif kebaikan suatu produk atau jasa atas service yang diberikan. Kualitas sendiri dapat diidentifikasi yaitu diantaranya kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk dan kualitas kesesuaian adalah suatu ukuran seberapa jauh suatu produk memenuhi persyaratan atau spesifikasi yang telah ditetapkan (Tjiptono, 2002). Kualitas pelayanan akan direview oleh konsumen dalam mencicipi suatu produk atau jasa dan akan menghasilkan nilai pelayanan dari produk atau jasa tersebut. Kualitas pelayanan yang baik akan menunjukkan nilai yang diharapkan oleh konsumen dalam memperoleh produk atau jasa. Dalam hal ini akan berbanding lurus dengan kepuasan akan

konsumen. Kepuasan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan. Kepuasan mampu menjadi nilai lebih yang dimiliki oleh perusahaan dalam meningkatkan pendapatannya (Priyanto & Mahfud, 2019). Konsumen dalam tempat wisata dapat didefinisikan juga sebagai pengunjung wisata. Karena pengunjung wisata adalah pemakai jasa atau produk. Alma dalam Sholeha et al. (2018) menambahkan bahwa kualitas pelayanan dapat menciptakan kepuasan konsumen dan akan menjadi setia pada perusahaan atau penjual produk atau jasa yang di belinya.

Menurut Lestari et al., (2021) kualitas pelayanan adalah tergantung pada bagaimana seseorang menilainya, sehingga jasa yang menurut seseorang tersebut paling memuaskan merupakan jasa yang memiliki kualitas tertinggi. Terdapat 5 (lima) faktor kualitas pelayanan yakni bukti fisik, empati, kehandalan, daya tanggap, dan jaminan. Lovelock & Lauren (2005) memberikan penekanan bahwa hanya organisasi yang dapat memberikan kualitas baik saja yang akan dapat menempatkan perusahaan tersebut dalam suatu kompetisi yang dapat menguntungkan bagi perusahaan (Syarifudin, 2014). Untuk mengetahui seberapa baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada wisatawan oleh suatu perusahaan atau organisasi, maka diperlukan kriteria penilaian yang komprehensif dalam mengakomodir berbagai aspek yang terdapat dalam suatu destinasi wisata, salah satunya melalui pengukuran dimensi kualitas pelayanannya.

### Kepuasan Pengunjung

Menurut Inskeep (1991), "*The Local cuisine reflects the history and culture of an area and can be an attraction for many tourist. In addition to providing good quality food for tourists, efforts should be made to promote any*

*dishes unique to the areamost tourists enjoy at least trying to local cuisine”.*

Dalam pengartiannya menurut Edward Inskeep masakan lokal mencerminkan sejarah dan kebudayaan daerah dan dapat dijadikan atraksi pariwisata Dengan syarat makanan yang disajikan berkualitas untuk wisatawan atau pengunjung. Makanan yang dihasilkan harus unik dan berbeda dengan daerah lain sehingga sebagian besar turis dapat menikmati atau memiliki kemauan untuk mencoba masakan lokal.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan, jika kinerja suatu produk memenuhi atau melebihi ekspektasi dari pelanggan maka akan tercipta rasa puas dan sangat puas pada diri pelanggan, sebaliknya jika kinerja produk berada dibawah harapan, maka seorang pelanggan akan merasa tidak puas (Priyanto & Mahfud, 2019). Adapun dimensi yang dapat digunakan dalam mengukur kepuasan menurut Dutka adalah sebagai berikut (Saidani & Arifin, 2012):

1. *Attributes Related To Product* yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari produk seperti penetapan nilai yang didapatkan dengan harga, kemampuan produk menentukan kepuasan, benefit dari produk tersebut.

2. *Attributes Related To Service* yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari pelayanan misalnya dengan garansi yang dijanjikan, proses pemenuhan pelayanan atau pengiriman, dan proses penyelesaian masalah yang diberikan.

3. *Attributes Related To Purchase* yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari keputusan untuk membeli atau tidaknya dari produsen seperti kemudahan mendapat informasi, kesopanan karyawan dan juga pengaruh reputasi perusahaan.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam research ini yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif yang merupakan pengolahan menggunakan angka-angka (Sugiyono, 2014). Sedangkan jenis penelitian merupakan penelitian deskriptif dan korelasional yaitu menggambarkan serta ingin mengetahui korelasi atau pengaruh. Arah dalam pengukuran yaitu menggunakan kuisisioner. Kuisisioner yang digunakan adalah menggunakan pilihan ganda dengan menyediakan jawaban alternatif atau pilihan dari kuisisioner.

Kuisisioner dikembangkan sesuai dengan indikator dari variabel yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung. Variabel kualitas pelayanan tersusun 14 pertanyaan dari 5 indikator, meliputi: *tangible; empathy; reliability; responsiveness; dan assurance.* Sedangkan variabel kepuasan pengunjung tersusun 14 pertanyaan dari 4 indikator, meliputi: kualitas produk; kualitas pelayanan; harga produk; dan kemudahan memperoleh produk. Masing-masing variabel dilakukan pengujian validitas dan reliabel dengan uji coba sebanyak 30 responden. Dalam pengujian didapatkan hasil valid item dan reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Reliabilitas Variabel  
Sumber: data diolah SPSS, 2021

Variabel	N of Item	Cronbach's Alpha
Kualitas Pelayanan	14	0,82
Kepuasan Pengunjung	14	0,84

Berdasarkan hasil reliabilitas didapatkan bahwa nilai cronbach alpha variabel kualitas pelayanan sebesar 0,82 dan variabel kepuasan pengunjung sebesar 0,84 dan semuanya lebih besar dari 0,6 (Sugiyono, 2017). Hasil ini dapat dikatakan memenuhi serta dapat dilanjutkan pada penelitian di lapangan.

Alternatif jawaban pada instrumen menggunakan skor bertingkat menggunakan skala likert, yang nantinya juga berguna dalam analisis data. Berikut adalah tabel skala likert yang digunakan:

Tabel 3. Skala Likert

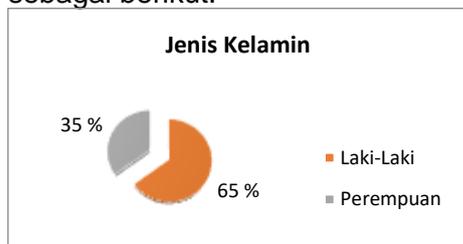
Skor	Keterangan
5	Sangat puas
4	Puas
3	Cukup puas
2	Tidak puas
1	Sangat tidak puas

Populasi yang digunakan yaitu seluruh pengunjung Heha Sky View dan dikarenakan populasi tidak tentu maka dalam penelitian ini tetap menggunakan sampel penelitian dengan teknik sampling insidental, yang dimaknai diambil secara langsung dengan berasumsi seseorang cocok sebagai sampel (Sugiyono, 2017).

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan regresi sederhana. Adapun tujuannya adalah untuk mendeskripsikan kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung serta melihat pengaruh yang terjadi pada variabel kualitas pelayanan

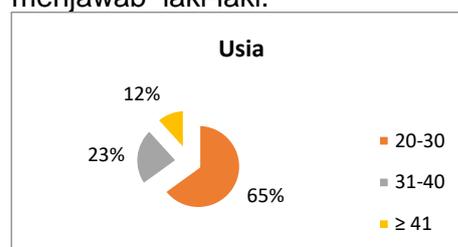
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian berdasarkan sampel penelitian sebanyak 60 responden menggunakan teknik sampling insidental. Didapatkan data sebagai berikut:



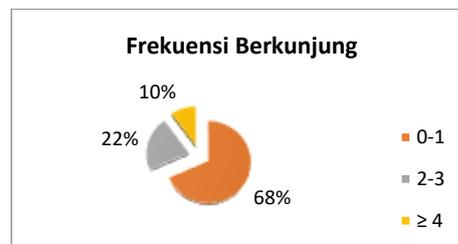
Gambar 1. Jenis Kelamin  
Sumber: Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan hasil analisis mengenai profil terkait jenis kelamin yang didapatkan melalui respon atau jawaban responden yaitu laki-laki sebesar 65% dan perempuan sebesar 35%. Dapat diinterpretasikan bahwa kuesioner tersebar pada angka tertinggi yaitu menjawab laki-laki.



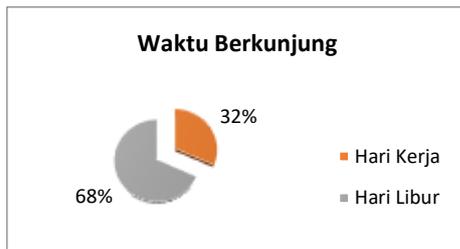
Gambar 2. Usia  
Sumber: Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan hasil analisis mengenai profil terkait usia yang didapatkan melalui respon atau jawaban responden yaitu rentang usia 20-30 tahun sebesar 65%, 31-40 tahun sebesar 23%, dan ≥ 41 sebesar 12%. Dapat diinterpretasikan bahwa kuesioner tersebar pada angka tertinggi yaitu menjawab dengan memiliki usia dengan rentang 20-30 tahun.



Gambar 3. Frekuensi Berkunjung  
Sumber: Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan hasil analisis mengenai profil terkait frekuensi berkunjung yang didapatkan melalui respon atau jawaban responden yaitu rentang frekuensi berkunjung 0-1 kali sebesar 68%, 2-3 kali sebesar 22%, dan ≥ 4 sebesar 10%. Dapat diinterpretasikan bahwa kuesioner tersebar pada angka tertinggi yaitu menjawab sebanyak 1 kali.



Gambar 4. Waktu Berkunjung  
Sumber: Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan hasil analisis mengenai profil terkait waktu berkunjung yang didapatkan melalui respon atau jawaban responden yaitu mengunjungi di hari kerja sebesar 32% dan hari libur sebesar 68%. Dapat diinterpretasikan bahwa kuesioner tersebar pada angka tertinggi yaitu menjawab berkunjung di hari libur.

#### Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel penelitian ini terbagi menjadi 2, yaitu variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung. Deskripsi variabel tersebut dapat dipaparkan sebagai berikut:

Tabel 4. Deskripsi Data Variabel  
Sumber: Data diolah SPSS, 2021

	N	Min	Max	Mean	Std. Dev
Kualitas Pelayanan	60	38,00	56,00	49,6667	3,93880
Kepuasan Pengunjung	60	38,00	56,00	49,9167	3,81918
Valid (listwise)	N 60				

Berdasarkan hasil analisis mengenai variabel kualitas pelayanan didapatkan nilai minimum sebesar 38, maksimum sebesar 36, mean sebesar 49,6667, dan standart deviasi sebesar 3,93880. Sedangkan variabel kepuasan pengunjung didapatkan nilai minimum sebesar 38, maksimum sebesar 36, mean sebesar 49,9167, dan standart deviasi sebesar 3,81918.

Hasil data yang didapatkan mengenai variabel kualitas pelayanan terhadap

kepuasan pengunjung yang merupakan langkah awal sebelum dianalisis pengujian dengan melihat kenormalan data yang didapat. Hasil uji normalitas dapat dianalisis menggunakan bantuan program SPSS dengan pengujian kolmogrov-smirnov yaitu sebagai berikut:

Tabel 5. Uji Normalitas  
Sumber: Data diolah SPSS, 2021

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandar dized Residual
N	60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean ,0000000
	Std. Deviation 1,7545538
Most Extreme Differences	Absolute ,107
	Positive ,061
	Negative -,107
Test Statistic	,107
Asymp. Sig. (2-tailed)	,087 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Pengujian kenormalan data didapatkan nilai Asymp Sig sebesar 0,087 yang lebih besar dari taraf ketidaknormalan sebesar 0,05. Perbandingan pengambilan keputusan dapat diinterpretasikan bahwa hasil distribusi data dapat dikatakan berdistribusi normal dengan nilai 0,087 > 0,05.

#### Analisis Pengujian Regresi

Analisis pengujian regresi dilakukan, karena sesuai dengan fokus melihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung. Analisis ini didapatkan dengan melakukan beberapa analisis yaitu sebagai berikut:

Tabel 6. Uji Regresi Linier Sederhana  
Sumber: Data diolah SPSS, 2021

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	678,954	1	678,954	216,812	,000 <sup>b</sup>
Residual	181,629	58	3,132		
Total	860,583	59			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Hasil analisis pertama yaitu dengan membandingkan nilai Sign Anova dengan taraf signifikansi yaitu dibawah 0,05. Hasil analisis didapatkan nilai tersebut sebesar 0,00 yang menandakan variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung dengan statistik  $0,00 < 0,05$  atau dengan pernyataan lain model regresi ini dapat dipakai untuk mengetahui pengaruh.

Analisis kedua yaitu dengan meramalkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung. Analisis ini dengan menganalisis persamaan nilai beta pada perhitungan *coefficients* output SPSS. Hasil analisis *coefficients* yaitu sebagai berikut:

Tabel 7. Uji t Coefficients

Sumber: Data diolah SPSS, 2021

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	7,141	2,914		2,451	,017
Kualitas Pelayanan	,861	,058	,888	14,725	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Hasil analisis ini dapat disusun persamaan regresinya yaitu dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 7,141 + 0,861X$$

Persamaan ini dapat diinterpretasikan yaitu sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 7,141, mengandung arti bahwa nilai konstanta variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 7,141.
- Koefisien regresi X sebesar 0,861 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai kepuasan pengunjung, maka nilai partisipasi bertambah sebesar 0,861. Coeffisien regresi dapat dinilai bertanda positif, artinya arah pengaruhnya mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung adalah positif.

Analisis berikutnya dapat melihat pengaruh secara detail lagi untuk memastikan berpengaruh atau tidaknya antar variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung yaitu dengan melihat nilai analisis t pada tabel 7 baris kepuasan pengunjung. Hasil nilai t sebesar 14,725 merupakan lebih besar dari t tabel (0,025:60-1-1) sebesar 2.00172. Dengan demikian dapat diinterpretasikan mengambil keputusan memang terdapat pengaruh.

Analisis berikutnya keempat, yaitu dengan melihat sumbangan pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung. Analisis ini didapatkan juga dari lanjutan output SPSS dalam model summary. Berikut adalah hasil yang didapatkan.

Tabel 8. Hasil Sumbangan Pengaruh

Sumber: Data diolah SPSS, 2021

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,888 <sup>a</sup>	,789	,785	1,76961

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 8 diinterpretasikan sumbangan

pengaruh yang dinyatakan dalam statistika R Square sebesar 0,789 dan nilai korelasi sebesar R variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung sebesar 0,888.

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan Heha Sky View tergolong tinggi yaitu dengan memiliki nilai rata-rata sebesar 49,6667 hampir dengan mendekati nilai maksimal sebesar 56. Jauh berada dengan nilai minimum sebesar 38. Selisih sebesar statistika tinggi sebesar 6,333. Dan rendah sebesar 11,6667. Kualitas pelayanan produk atau jasa yang baik merupakan kewajiban setiap perusahaan atau organisasi usaha. Kualitas pelayanan yang baik akan membuat pengunjung terlayani dengan maksimal. Pengunjung dengan mendapatkan kualitas pelayanan yang baik, akan meraih keinginan, harapan, serta kebutuhan (Arianto, 2018).

### **Kepuasan Pengunjung**

Kepuasan pengunjung Heha Sky View tergolong tinggi yaitu dengan memiliki nilai rata-rata sebesar 49,9167 hampir dengan mendekati nilai maksimal sebesar 56. Jauh berada dengan nilai minimum sebesar 38. Selisih sebesar statistika tinggi sebesar 5,5834 dan rendah sebesar 11,9167. Kepuasan pengunjung terkonfirmasi sangat tinggi pada pengunjung Heha Sky View. Hal ini dapat menjadi bukti bahwa kepuasan yang tinggi akan memengaruhi pengunjung untuk mengajak kerabat atau orang lain. Pengunjung yang merasa puas secara langsung mempromosikan atas pengalaman yang dilakukan dan berpotensi untuk berkunjung kembali karena kepuasan pengunjung sangat berperan penting bagi perusahaan atau organisasi usaha dalam menjual produk atau jasa (Pallefi & Widiartanto, 2017)

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung**

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Heha Sky View dapat dinyatakan diterima. Hal ini dibuktikan dengan analisis berdasarkan pengujian regresi linier sederhana 2 variabel. Hasil statistika uji F signifikan diperoleh  $0,00 < 0,05$ , uji t diperoleh  $14,725 > 2,00172$ , dengan persamaan linier  $Y = 7,141 + 0,861X$  yang menandakan setiap penambahan 1% nilai keuasan pengunjung bertambah sebesar 0,861 dengan sumbangan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung sebesar 0,789 atau 78% dan 22% dari faktor yang tidak diteliti.

Kualitas pelayanan dapat memengaruhi kepuasan pengunjung, karena dengan memusatkan produk atau jasa memang untuk pelanggan, maka kepuasan pelanggan atau pengunjung harus berjalan linier. Penelitian selain ini telah membuktikan bahwa kualitas berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung atau pelanggan (Irawan & Dwijayanti, 2020)

### **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari penelitian ini dapat diambil dan dinyatakan sebagai berikut: (1) Kualitas pelayanan pada Heha Sky View tergolong tinggi mendekati nilai maksimum; (2) Kepuasan pengunjung pada Heha Sky View tergolong tinggi mendekati nilai maksimum; dan (3) Kualitas pelayanan dapat memengaruhi kepuasan pengunjung dengan sumbangan pengaruh sebesar 78%.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arianto, N., Patilaya, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Salt N Pepper Pada Pt Mitra Busana Sentosa Bintaro. *Jurnal Kreatif: Pemasaran, Sumberdaya Manusia dan Keuangan*, Vol. 6, No. 2
- Badan Otorita Burobudur. (2020). *Heha Sky View*. Bob.Kememparekraf.Go.Id.
- BPS. (2020). *Provinsi Daerah Istimewa*

- Yogyakarta dalam Angka 2020*. Badan Pusat Statistik.
- Christopher, Lovelock and K. Wright Lauren. (2005). *Pemasaran Jasa* (terjemahan), Jakarta: Gramedia.
- Detmuliati, A., Achnes, S., & Agus, A. K. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Objek Wisata Riau Fantasi Labersa Water & Themepark. *FISIP*, 2(1), 1–15.
- Dwiki, A., & Hidayat, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Wisata, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Goa Kreo Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(2), 98–106.
- Irawan, I. C., & Dwijayanti, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT . Kartika Cipta Anugrah Bandung. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 154–162.
- Lestari, G. A. M., Sudarijati, & Samsuri. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG TAMAN WISATA. *Jurnal Visionida*, 7, 54–66.
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT . Sucofindo. *Journal of Business Administration*, 1(2), 232–243.
- Naruliza, E., & Purwaningsih, F. S. (2017). Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pengunjung Perpustakaan. *JEMASI*, 13(2), 221–236.
- Pallefi, A. Z., & Widiartanto. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Saing Destinasi dan Pengalaman Sebelumnya terhadap Keputusan Berkunjung Kembali dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 117–124.
- Panjaitan, J. E. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Bandung. *DeReMa Jurnal Manajemen*, 11(2), 265–289.
- Prayudi, A. B. E. D., Dolorosa, E., & Kurniati, D. (2019). Kepuasan Pengunjung terhadap Agrowisata Di Agribisnis Aloe Vera Center. *AGRIC*, 31(1), 15–30.
- Priyanto, R., & Mahfud, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Monumen Nasional Jakarta. 1(2), 53–60.
- Safitasari, C., & Maftukhah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi dan Citra Dstinasi terhadap Kepuasan Melalui Keputusan Pengunjung. *Management Analysis Journal*, 6(3), 310–320.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*.
- Setiawan, E. (2021). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring*. Kbbi.Web.Id.
- Sholeha, L., Djaja, S., & Widodo, J. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di ahas sumber jaya maha sakti kecamatan rogojampi kabupaten banyuwangi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 15–25. <https://doi.org/10.19184/jpe.v12i1.6465>
- Sulistyawati, N. M. A., & Seminari, N. K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar. *Manajemen Ubud*, 4(8), 2318–2332.
- Syarifudin, D. (2014). *Measuring Destination Service Quality (Studi Tentang Pelaksanaan Kualitas Pelayanan Kebun Binatang Bandung)*. 1(2).
- Tjiptono, Fandy. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- William, & Purba, T. (2020). Kualitas

pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel mazda di kota batam the effect of service and quality facilities of customer satisfaction on mazda workshop in batam city. *EMBA*, 8(1), 1987–1996.