

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KEMUDAHAN AKSES TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI PLANETARIUM DAN OBSERVATORIUM UIN WALISONGO SEMARANG

Sopi¹, Muhammad saefuddin Mina²

sopisiyad@gmail.com

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Semarang

Abstrak. *Pariwisata merupakan salah satu sektor yang penting sebagai sumber ekonomi andalan negara, terlebih lagi tempat wisata tersebut dikunjungi oleh wisatawan mancanegara. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, harga, dan kemudahan akses terhadap kepuasan pengunjung di Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo.*

Penelitian ini melakukan pengambilan sampel sebesar 100 pengunjung. Adapun masalah penelitian yang dianalisis adalah Apakah kualitas pelayanan, harga dan kemudahan akses berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo.

Teknik analisis data yang digunakan untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi. Hasil pengujian diperoleh pertama, variabel kualitas pelayanan di peroleh nilai t-hitung 3.687 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,393. Maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama yang mengatakan bahwa “terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo”. Kedua, variabel harga diperoleh nilai t-hitung sebesar sebesar 2.106 dengan nilai signifikansi sebesar 0,038 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,212. Maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis kedua yang mengatakan bahwa “terdapat pengaruh positif harga terhadap kepuasan pengunjung Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo”. Ketiga, variabel kemudahan akses diperoleh nilai t-hitung sebesar sebesar 2.268 dengan nilai signifikansi sebesar 0,026 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,216. Maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis ketiga yang mengatakan bahwa “terdapat pengaruh positif promosi terhadap kepuasan pengunjung Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo” Kesimpulan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1), harga (X2), kemudahan akses (X3) berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung (Y) planetarium dan Observatorium UIN Walisongo. Saran dalam penelitian ini adalah memberikan pelayanan kepada pelanggan sebaiknya sesuai dengan standar pelayanan yang sudah ditetapkan. dapat memperhatikan harga dengan baik

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Harga, Kemudahan Akses, kepuasan Pengunjung*

Abstract. *Tourism is one of the important sectors as the mainstay of the country's economic resources, especially when the tourist attractions are visited by foreign*

tourists. The purpose of this study was to determine whether the quality of service, price, and ease of access to visitor satisfaction at the Planetarium and Observatory UIN Walisongo.

This study took a sample of 100 visitors. The data analysis technique used to solve the problems in this study is to use regression analysis. The test results obtained first, the service quality variable obtained a t-count value of 3.687 with a significance value of 0.001 smaller than 0.05 and the regression coefficient has a positive value of 0.393. So this study succeeded in proving the first hypothesis which says that "there is a positive effect of service quality on visitor satisfaction at the UIN Walisongo Planetarium and Observatory". Second, the price variable obtained a t-count value of 2.106 with a significance value of 0.038 smaller than 0.05 and the regression coefficient has a positive value of 0.212. So this study succeeded in proving the second hypothesis which says that "there is a positive effect of price on visitor satisfaction at the Planetarium and Observatory of UIN Walisongo". Third, the ease of access variable obtained a t-count value of 2.268 with a significance value of 0.026 smaller than 0.05 and the regression coefficient has a positive value of 0.216. So this study succeeded in proving the third hypothesis which says that "there is a positive effect of promotion on visitor satisfaction at the Planetarium and Observatory of UIN Walisongo".

The conclusion in this study is that service quality (X1), price (X2), ease of access (X3) have a positive effect on visitor satisfaction (Y) planetarium and Observatory UIN Walisongo. Suggestions in this study are to provide services to customers should be in accordance with established service standards. can pay attention to prices well.

Keywords: *Service Quality, Price, Ease of Access, Visitor satisfaction*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang penting sebagai sumber ekonomi andalan negara yakni sebagai sumber devisa yang sangat potensial dan mempunyai pengaruh besar dalam membangun perekonomian masyarakat. Dewasa ini, pariwisata menjadi primadona bagi banyak orang. Ini dibuktikan dengan banyaknya industri wisata yang berkembang serta banyaknya orang yang mengunjungi tempat wisata, Hal ini tentu menjadi nilai positif bagi suatu daerah, terlebih jika tempat wisata tersebut dikunjungi oleh wisatawan mancanegara, karena dengan berkembangnya pariwisata

dapat membuka dan memperluas lapangan pekerjaan.

Kondisi sosial, ekonomi, kebudayaan dan politik memiliki pengaruh yang dinamis dalam pemasaran pariwisata. Penerapan sistem desentralisasi pemerintahan di era otonomi daerah turut mendorong munculnya paradigma baru dalam pemasaran pariwisata. Perubahan ini dimunculkan oleh Undang- Undang Otonomi Daerah, yang terdiri atas Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, dan Undang-undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Pertimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah. Undang-undang otonomi daerah tersebut memberikan

kewenangan kepada daerah untuk mengatur dan mengurus kepentingan daerah, menyusuri berbagai potensi yang ada, baik yang terkait dengan sumber daya alam, sumber daya budaya, sumber daya manusia, maupun pengembangan sumber daya buatan. Pengelolaan sumber daya ini diarahkan sedemikian rupa sehingga suatu daerah secara mandiri mampu mendalami sumber keuangan dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) (Megasari, 2021).

Berkembangnya daerah wisata di seluruh Indoensia menjadikan Indonesia negara yang terkenal dengan keanekaragaman budaya, makanan, adat istiadat, bahasa dan kekayaan alam. Tak heran jika Indonesia memiliki banyak destinasi wisata yang bisa dikunjungi baik wisatawan lokal atau mancanegara. Destinasi wisata di Indonesia tidak kalah menarik dari tempat wisata di luar negeri. Destinasi wisata ini bisa berupa Wisata Alam seperti pantai, gunung, danau, dan perbukitan; kemudian Wisata Budaya seperti candi, pementasan tari, dan desa adat; atau Wisata Pendidikan, seperti planetarium, kebun binatang, gedung bersejarah, dan museum. Hal ini menarik wisatawan lokal dan wisatawan asing untuk mengunjungi berbagai tempat wisata di Indonesia. Indonesia memiliki banyak daerah untuk dikembangkan di bidang kepariwisataan serta memiliki potensi untuk menjadi salah satu destinasi pariwisata kelas dunia.

Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting kaitannya dengan pengembangan usaha. Pelanggan yang puas tentu akan mempunyai loyalitas yang tinggi akan senantiasa menggunakan produk atau

jasa yang disediakan perusahaan, dan tidak akan terpengaruh jasa yang ditawarkan pihak lain. Apabila manfaat yang diberikan melebihi harapan konsumen maka konsumen akan merasa puas, sebaliknya apabila kurang dari harapan maka akan kecewa. Dengan tingkat kepuasan yang tinggi selanjutnya akan meningkatkan loyalitas konsumen. Konsumen bisa dipertahankan dan semakin sering melakukan pembelian berulang (*Repeat Buying*).

Masalah kepuasan pelanggan yang sering terjadi dari hasil wawancara terhadap pengunjung terkait keluhan para pengunjung terhadap pelayanan yang diberikan pihak Planetarium dalam hal kurang cepat dalam melayani pengunjung, hal ini terlihat saat pengunjung meminta jadwal show yang diinginkan tidak dengan cepat ditanggapi (wawancara, Umam). Terdapat fasilitas yang kurang memuaskan mata sehingga membuat pengunjung bosan (wawancara, inayah). Serta kurangnya informasi mengenai kunjungan (wawancara, Eis). Hal ini tentu saja jauh dari harapan pengunjung, dimana keinginan pengunjung untuk mendapatkan kenyamanan dalam pelayanan ketika berkunjung tidak terpenuhi.

Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo memiliki cara tersendiri untuk memenangkan persaingan bisnis dan mempertahankan eksistensi dan menciptakan serta mempertahankan pengunjung. Diantaranya lokasi yang sangat strategis yang berada di Kampus 3 UIN Walisongo, Jalan. Prof Dr. Hamka, Tambakaji, Ngaliyan, Semarang, tepat di pusat

kota sehingga berada pada keramaian, mudah untuk dijangkau, pelayanan yang cukup baik, kualitas jasa yang dijual dan harganya yang terjangkau dan variatif membuat pengunjung merasa puas. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha. Kesuksesan bisnis sangat tergantung pada faktor kepuasan yang dirasakan oleh konsumen khususnya bagi pelanggan (Sutrisno, 2009).

Menurut Lupiyoadi menyebutkan bahwa “Ada lima faktor utama yang memengaruhi kepuasan konsumen antara lain kualitas pelayanan, kualitas produk, emosional, harga, biaya (Yuniarti, 2015). Dalam beberapa teori, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa hal, salah satunya adalah kualitas pelayanan dan harga. Sehingga dengan adanya faktor-faktor tersebut dapat membuat pembisnis berpikir lebih dengan memberikan sesuatu hal yang baru agar dapat membuat pelanggan tertarik. Kualitas produk atau jasa layanan yang baik dalam menciptakan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya disebut dengan loyalitas pelanggan.

Apabila pelayanan yang diberikan kepada pelanggan baik dan produk jasa yang disajikan berkualitas maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo ini berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada para pelanggannya seperti kualitas pelayanan dan harga.

Menurut Winata & Nuansyah bahwa “Kualitas pelayanan adalah

perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen” (Setiyowati, 2017). Dari pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung di Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo belum optimal.

Table. Jumlah pengunjung

Tahun	Pengunjung
2022	6.335 orang
2023	33.416 orang
2024 – Juni	26.656 orang
Total	66.407 orang

Sumber data : Data dari Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo Semarang

Di zaman modern ini, manusia telah menggunakan teknologi yang ada untuk melakukan banyak aktivitas. Kemudahan penggunaan atau aksesibilitas adalah tingkat di mana seseorang dapat mempercayai bahwa sistem tidak akan sulit untuk digunakan. Persepsi kemudahan akses adalah harapan konsumen terhadap apa yang telah dikeluarkan untuk membeli suatu barang atau jasa (Yohani, 2022).

Adapun alasan dan pertimbangan pemilihan obyek wisata Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo sebagai lokasi penelitian adalah sebagai berikut : *Pertama*, Obyek wisata Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo hanya terdiri atas 1 sarana pariwisata dengan satu manajemen pengelolaan yang dilakukan oleh UIN Walisongo Semarang, sehingga dengan manajemen pengelolaan oleh satu instansi maka penelitian akan lebih fokus dibandingkan destinasi wisata

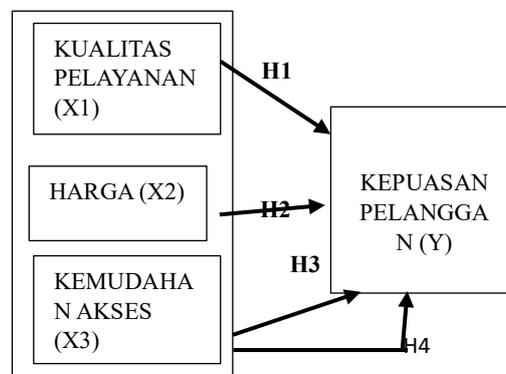
Kota Lama yang terdiri atas beberapa jenis tujuan wisata seperti 3D Art Museum, Taman Srigunting, Semarang Kreatif Galeri dan lainnya yang tentunya manajemen pengelolaannya masing-masing berbeda sesuai kepemilikan destinasi wisata tersebut. Kedua, Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo merupakan ikonik bagi UIN Walisongo dimana obyek wisata Planetarium dan Observatorium memiliki bangunan dengan ciri khusus dan keunikan tersendiri yang tidak dimiliki oleh obyek wisata lainnya di Indonesia. Ikonik ini dapat dilihat pada penyajian show tentang menjelajah angkasa melalui visual 3D. Ketiga, Disamping sebagai obyek wisata Planetarium dan Observatorium sekaligus juga dijadikan sebagai obyek penelitian karena di lokasi Planetarium dan Observatorium terdapat Observatorium yang merupakan tempat pengamatan benda langit secara langsung, sehingga dengan semakin banyaknya penelitian tentang Planetarium dan Observatorium akan semakin banyak informasi yang dapat digali untuk kemudian diinformasikan kepada seluruh masyarakat, baik masyarakat Indonesia atau dunia.

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori, dibangun kerangka pemikiran, penelitian ini memiliki 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Kualitas Pelayanan sebagai variabel bebas pertama (X1), Harga Sebagai variabel bebas kedua (X2), Kemudahan Akses sebagai variabel ketiga (X3) dan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel terikat (Y). Hubungan variabel bebas

dan variabel terikat tersebut dapat dilihat melalui kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar. Kerangka Pemikiran Penelitian



Hipotesis

- H1: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo.
- H2: harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo.”, dengan responden 100.
- H3: Kemudahan akses berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo.
- H4: Kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kemudahan akses secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pengunjung Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono, bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik

tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Populasi penelitian ini adalah pengunjung Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo Semarang.

Menurut Sugiyono, bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016). Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian pengunjung Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo Semarang.

Untuk menentukan sampel yang diambil menggunakan non probability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dimana tidak semua anggota populasi dalam posisi yang sama-sama memiliki peluang untuk dipilih menjadi sampel. Metode pengambilan sampelnya menggunakan *accidental sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan siapa saja yang ditemui secara kebetulan sebagai sampel. Data dari kuesioner yang diisi oleh pengunjung yang sudah pernah atau sering mengunjungi Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo yang ditemui secara kebetulan. Populasi pada penelitian ini jumlahnya tidak diketahui dengan pasti dan berukuran besar.

Penentuan jumlah sampel minimum dihitung berdasarkan rumus berikut Slovin:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$= \frac{26.656}{1+26.656 \times 10\%^2}$$

$$= 99,6$$

Dari perhitungan di atas, maka diperoleh jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebesar 100 responden.

Obyek dalam penelitian ini adalah para pengunjung yang sudah pernah atau sering berkunjung ke Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo

Variabel Penelitian, Definisi Operasional dan Indikator

Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel bebas dalam penelitian ini bebas adalah:

- 1) Kualitas Pelayanan (X1)
- 2) Harga (X2)
- 3) Kemudahan Akses (X3)

Variabel Terikat (*Dependent*)

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden Penelitian

Tabel Jumlah Pengunjung 2024

NO	BULAN	JUMLAH PENGUNJUNG
1	JANUARI	5.270 ORANG
2	FEBRUARI	7.502 ORANG
3	MARET	2.596 ORANG
4	APRIL	2.555 ORANG
5	MEI	5.300 ORANG
6	JUNI	3.433 ORANG
JUMLAH		26.565 ORANG

Sumber data : Data dari Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo Semarang

Deskripsi Responden Berdasarkan Usia dan jenis kelamin

Pegolongan usia dapat menunjukkan kisaran umur pengunjung Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo Semarang.

Berdasarkan Hasil olah data diperoleh bahwa bahwa usia pengunjung Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo Semarang pada rentang 21-30 tahun dengan presentase total sebesar 55%. Berdasarkan Hasil olah data bahwa jenis kelamin yang paling dominan dan sering berkunjung ke Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo Semarang adalah laki-laki dengan jumlah sebanyak 60 orang dan presentasenya sebesar 60%

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Ada beberapa teknik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas data, antara lain dengan kertas peluang normal, uji chi-kuadrat, uji liliefors dan teknik Kolmogorov-smirnov dan SPSS.

Berdasarkan hasil olah data diperoleh. Sig. (2-tailed) lebih besar di bandingkan tingkat signifikansi yakni 0,05. Hal ini berarti asumsi normalitas terpenuhi.

Uji Multikolinieritas

Berdasarkan hasil olah data diperoleh tabel di atas terlihat bahwa semua variabel mempunyai nilai tolerance di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil out put di atas untuk uji heteroskedastisitas dengan uji glejser maka cukup melihat tabel out put coefficients dengan variabel abs_res berperan sebagai dependen. Berdasarkan tabel

di atas diketahui nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel kualitas pelayanan adalah 0,005. variabel harga nilai signifikansi (Sig.) adalah 0,232 dan untuk variabel kepuasan pengunjung (Sig) adalah 0,038. Karena nilai ketiga variabel lebih besar dari 0,05 maka sesuai dengan pengambilan keputusan dalam uji glejser dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kemudahan Akses Terhadap Kepuasan Pengunjung di Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo.

Dari hasil olah data diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 5,099 + 0,393 X_1 + 0,212 X_2 + 0,216 X_3 + e$$

Uji Hipotesis

Kualitas Pelayanan

Hasil statistik uji t untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3.687 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,393. Maka hipotesis yang mengatakan bahwa “terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung planetarium dan Observatorium UIN Walisongo H_0 ditolak H_1 diterima.

Harga

Hasil statistik uji t untuk variabel harga diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2.106 dengan nilai

signifikansi sebesar 0,038 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,212. Maka hipotesis yang mengatakan bahwa “terdapat pengaruh positif harga terhadap kepuasan pengunjung planetarium dan Observatorium UIN Walisongo” H0 ditolak H2 diterima.

Kemudahan Akses

Hasil statistik uji t untuk variabel promosi diperoleh nilai thitung sebesar 2.268 dengan nilai signifikansi sebesar 0,026 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,216. Maka hipotesis yang mengatakan bahwa “terdapat pengaruh positif promosi terhadap kepuasan pengunjung planetarium dan Observatorium UIN Walisongo” H0 ditolak H3 diterima.

Uji F (Simultan)

Analisis regresi berganda dengan menggunakan uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh semua variabel yang meliputi: pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi secara bersama-sama terhadap kepuasan pengunjung planetarium dan Observatorium UIN Walisongo. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (sig.<0,05) atau F-hitung > F-tabel maka terdapat pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

$$F_{\text{tabel}} = (k ; n - k) = (3 ; 97) = 2,70$$

Dari hasil pengujian diperoleh nilai F-hitung sebesar 24.065 dengan signifikansi sebesar 0,001. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan “Terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan

(X1), harga (X2), kemudahan akses (X3) terhadap kepuasan pengunjung (Y) planetarium dan Observatorium UIN Walisongo.” H4 diterima.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kemudahan akses secara bersama-sama terhadap kepuasan pengunjung Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo. Pembahasan hasil penelitian disajikan sebagai berikut:

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan di peroleh nilai t-hitung 3.687 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,393. Maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama yang mengatakan bahwa “terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo”.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga diperoleh nilai t-hitung sebesar sebesar 2.106 dengan nilai signifikansi sebesar 0,038 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,212. Maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis kedua yang mengatakan bahwa “terdapat pengaruh positif harga terhadap kepuasan pengunjung Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo”

Pengaruh Kemudahan Akses terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemudahan akses

diperoleh nilai t-hitung sebesar 2.268 dengan nilai signifikansi sebesar 0,026 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,216. Maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis ketiga yang mengatakan bahwa “terdapat pengaruh positif promosi terhadap kepuasan pengunjung Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo”.

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kemudahan Akses terhadap Kepuasan Pengunjung

Dari hasil pengujian diperoleh nilai F-hitung sebesar 24.065 dengan signifikansi sebesar 0,001. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis keempat yang menyatakan “Terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan (X1), harga (X2), kemudahan akses (X3) terhadap kepuasan pengunjung (Y) Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo.”

Kesimpulan

Dari hasil penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kemudahan Akses Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo, responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden yang sudah pernah mengunjungi Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo yang menjadi fokus penelitian ini. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan dengan menggunakan model regresi berganda dan uji maka disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan di peroleh nilai t-hitung 3.687 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,393. Maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama yang mengatakan bahwa “terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo”.
2. Variabel harga diperoleh nilai t-hitung sebesar 2.106 dengan nilai signifikansi sebesar 0,038 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,212. Maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis kedua yang mengatakan bahwa “terdapat pengaruh positif harga terhadap kepuasan pengunjung Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo”
3. variabel kemudahan akses diperoleh nilai t-hitung sebesar 2.268 dengan nilai signifikansi sebesar 0,026 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,216. Maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis ketiga yang mengatakan bahwa “terdapat pengaruh positif promosi terhadap kepuasan pengunjung Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo”.
4. nilai F-hitung sebesar 24.065 dengan signifikansi sebesar 0,001. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis keempat yang menyatakan “Terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan (X1), harga (X2), kemudahan akses (X3) terhadap kepuasan pengunjung (Y)

Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo.”

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan disarankan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan sebaiknya sesuai dengan standar pelayanan yang sudah ditetapkan.
2. Bagi pengunjung Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo jadilah pengunjung yang cerdas yang dapat memperhatikan harga dengan baik dan memperhatikan pelayanan yang diberikan oleh pihak Planetarium. Apabila pelayanan yang diberikan oleh pihak Planetarium kurang sesuai dengan harapan pengunjung, maka berikan kritik, saran dan keluhan sehingga pihak Planetarium dapat memperbaiki kualitas pelayanan yang mereka berikan.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kemudahan akses yang dimuat dalam penelitian ini agar menambahkan variabel-variabel lain yang dapat memengaruhi kepuasan pengunjung, karena masih ada faktor lain yang memengaruhi kepuasan pelanggan pada Planetarium dan Observatorium UIN Walisongo.

DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, A. S. L. dan N. R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam. *Journal of Business Administration*, 1(2), 234.
- Desembrianita, E. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Menggunakan Jasa Hotel Oval Surabaya. *Journal of Research in Economics and Management*, 16(2), 347.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip-Prinsip PEMASARAN. In 1 (p. 345). Erlangga.
- Krismiaji, A. (2011). *Akuntansi Manajemen*. UPP STIM YKPN.
- Line, G. works!: M. and corporate initiatives that build a better world. . . and the bottom. (2013). *Good works!: Marketing and corporate initiatives that build a better world... and the bottom Line*. Gabal.
- Longenecker, J. G. (2001). *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*. Salemba Empat.
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.TOI. *Jurnal Ekonomi*, 7(2), 117.
- Megasari. (2021). *Kajian Dasar Pariwisata*. Andalan Bintang Ghonim.
- Rustanti, N. (2015). *buku ajaran ekonomi pangan dan gizi*. Deepublish.
- Sabran, B. (2009). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Erlangga.
- Saputra, R. P. U. dan H. (2017). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Sayuran Organik Di Pasar Sambas Medan. *Jurnal Niagawan*, 6(2), 47.
- Sasongko, F. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 2.
- Setiyowati, N. S. dan S. (2017). Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di PB Swalayan Metro. *Jurnal Magister*, 3(2), 191.
- Shankar, V., Venkatesh, A., Hofacker, C., & Naik, P. (2010). MOBILE MARKETING IN THE RETAILING ENVIRONMENT: CURRENT INSIGHTS AND FUTURE RESEARCH AVENUES. *Journal of Interactive Marketing*, 24(2).
- Soemarso. (2007). *Akuntansi Suatu Pengantar*. Rineka Cipta.
- Stanton, W. (1998). *Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sutrisno, E. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Kencana Prenada Media Group.
- Tjiptono. (2002). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Ulum, M. C. (2018). *Public Service (Tinjauan Teoretis dan Isu-isu Strategis Pelayanan Publik)*. UB Press.
- Yohani, R. (2022). Pengaruh Kemudahan Akses terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Bank Muamalat KCP Kisaran. *JIKEM*, 2(1).
- Yuniarti, V. S. (2015). *Perilaku Konsumen Teori Dan Praktik*. CV Pustaka Setia.