

PENGARUH LOKASI, KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN SUASANA LINGKUNGAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG KEBUN RAYA BOGOR

Rizal Bakti¹, Nadya Oktafiani²

¹STIE GICI Business School, Bogor, Indonesia, rizalbakti73@gmail.com

²STIE GICI Business School, Bogor, Indonesia, nadya.skaryadi@gmail.com

Abstract

Bogor Botanical Gardens is a natural tourist attraction in the city of Bogor which has a variety of ex-situ plants as its appeal. The number of domestic and foreign tourists visiting the Bogor Botanical Gardens experienced a fluctuating development, It's expected to improve the quality and quality of services and facilities that remain to be maintained. The result of regression test shows that 75,1% of visitor satisfaction factors can be explained by location, service quality, facilities, and visitor's ambience while the rest 24,9% is explained by other factors not examined in this research. While the result of F test shows that simultaneously location variable, service quality, facility, and visitor atmosphere simultaneously have positive and significant effect to visitor satisfaction with result of analysis that is $F_{count} = 75,460 > F_{tabel} = 2,460$. The result of T test shows that the location variable shows the result of analysis $t_{count}(2,044)$, quality of service $t_{table}(2,236)$, t_{table} facility (2,678) and transient environment (3,036) where $t_{table}(1,985)$, partially all variable have positive and significant effect to satisfaction Visitors Bogor Botanical Garden. The variables that dominate the visitor satisfaction of Bogor Botanical Gardens are the environment of atmosphere.

Keywords: *Location, Service Quality, Facilities, Environmental Atmosphere, Visitor's Satisfaction*

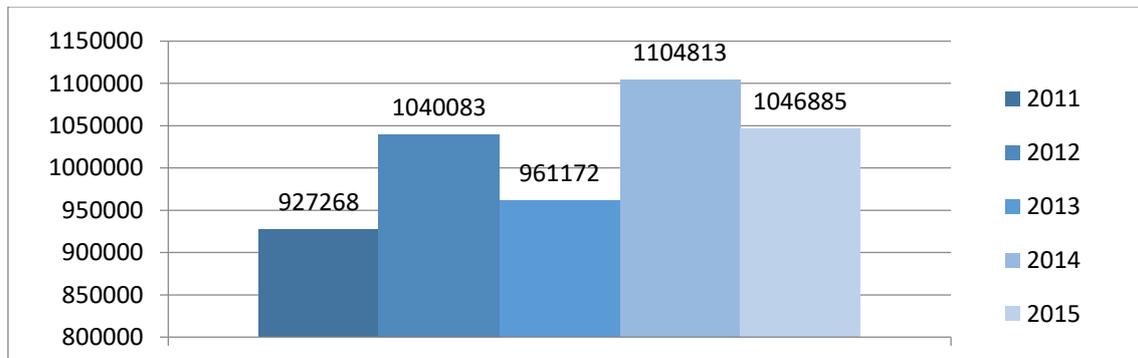
PENDAHULUAN

Meningkatnya mobilitas dan berbagai kegiatan ekonomi masyarakat Indonesia belakangan ini secara tidak langsung meningkatkan minat masyarakat untuk melakukan kegiatan pariwisata, hal ini dilakukan sebagai penghilang penat setelah berbagai rutinitas yang telah dilaluinya setiap harinya. Kegiatan pariwisata merupakan upaya untuk mengembangkan dan memanfaatkan objek dan daya tarik wisata yang terwujud antara lain dalam bentuk kekayaan alam yang indah, keragaman flora dan fauna, kemajemukan tradisi dan seni budaya serta peninggalan sejarah dan purbakala. Indonesia merupakan negara dengan keanekaragaman hayati terbesar kedua di dunia dan memiliki peluang yang cukup besar untuk mengembangkan sektor pariwisata. dimana rasa nyaman, nilai estetika, lingkungan alami, pemandangan alam dan udara segar dapat memberikan nilai kepuasan tertentu bagi konsumen.

Kebun Raya Bogor yang merupakan kebun raya tertua ke-13 didunia dan no.1 terbesar dan tertua se-Asia Tenggara ini menyediakan sarana dan prasarana mulai dari tempat-tempat menarik

seperti Museum Zoologi, Tugu Raffles, Griya Anggrek, Makam Belanda, mobil wisata dan sepeda, identifikasi tanaman, perpustakaan, pemanduan wisata, papan penunjuk arah, toilet, kios makan dan minum, kantor pengelola dan pusat informasi, kios cinderamata, jalan setapak (*jogging track*) dan area parkir. Pengunjung dapat menikmati keindahan suasana lingkungan yang asri dan sejuk, sekaligus menambah wawasan dan pengetahuannya tentang tumbuh-tumbuhan dalam satu tempat. Pengembangan objek dan daya tarik wisata tersebut apabila dipadukan dengan kualitas pelayanan yang terbaik agar para konsumen puas terhadap layanan yang diberikan. Kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Selain itu lokasi dan fasilitas juga menjadi peran yang sangat penting bagi perusahaan untuk menarik para pengunjung.

Tabel 1
Data Pengunjung Kebun Raya Bogor tahun 2011 s/d 2015



Sumber: Kebun Raya Bogor 2016

Berdasarkan dari data diatas terlihat bahwa jumlah pengunjung Kebun Raya Bogor ditahun 2016 ternyata mengalami penurunan yang cukup signifikan selain itu wisatawan domestik lebih mendominasi dibandingkan dengan wisatawan mancanegara.

Identifikasi Masalah

1. Kurangnya promosi untuk tempat wisata Kebun Raya Bogor sehingga jumlah wisatawan yang mengunjungi masih sangat minim jika dibandingkan dengan tempat wisata lain.
2. Tempat parkir motor dan mobil yang kurang memadai sehingga dengan sangat terpaksa kendaraan mereka harus diparkir diluar kawasan wisata. Hal ini bisa menjadi masalah besar karena bisa mengakibatkan macet disekitar kawasan wisata itu serta adanya kesempatan untuk melaksanakan aksi kejahatan seperti pencurian motor atau mobil.
3. Tempat pembuangan air, setelah diteliti Kebun Raya Bogor tidak banyak memiliki tempat pembuangan air, jika ada pun tempatnya terletak berjauhan.
4. Kurangnya area rekreasi untuk para wisatawan, terutama area rekreasi untuk anak-anak.

5. Mengenai masalah kebersihan di Kebun Raya Bogor masih memerlukan kesadaran tinggi baik itu dari para wisatawan maupun pihak pegawai kebersihan. Banyak sampah yang menggenangi di air danau.
6. Masalah lainnya juga seperti beberapa pohon tumbang dengan batang pohon yang cukup besar dan masih menggantung dipohon. Hal ini harus cepat-cepat diatasi agar tidak menimpa wisatawan yang sedang melewati area pepohonan tersebut.

Hasil identifikasi masalah yang ada di Kebun Raya Bogor menunjukkan bahwa permasalahan yang ada cukup banyak. Guna mencegah mengembangkannya penelitian maka penulis membatasi masalah agar terperinci dan jelas. Harapannya pemecahan masalahnya lebih terarah. Oleh sebab itu penulis membatasi penelitian ini hanya pada pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas, suasana lingkungan terhadap kepuasan pengunjung Kebun Raya Bogor.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survey dengan metode penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah pengunjung Kebun Raya Bogor.

Variabel Bebas

1. Lokasi (X_1)
 - a. Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
 - b. Visibilitas, misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
 - c. Tempat parkir yang luas dan aman.
2. Kualitas Pelayanan.
 - a. *Tangibles* (bukti fisik)
 - b. *Reliability* (kehandalan)
 - c. *Responsiveness* (daya tanggap)
 - d. *Assurance* (jaminan)
 - e. *Emphaty* (kepedul
3. Fasilitas (X_3)
 - a. Fasilitas utama,.
 - b. Fasilitas pendukung,
 - c. Fasilitas penunjang,
4. Suasana lingkungan.
 - a. Sirkulasi
 - b. Daya alam atau iklim

- c. Kebisingan
- d. Aroma/bau-bauan
- e. Bentuk
- f. Keamanan
- g. Kebersihan
- h. Keindahan

Variabel Terikat

Berbagai riset kepuasan pelanggan selama ini mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan berdampak signifikan pada sejumlah aspek berikut Tjiptono dan Anastasia (2015:43):

- a. niat beli ulang
- b. Loyalitas pelanggan,
- c. Perilaku komplain,
- d. Gethok tular positif,

Persamaan Regresi

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi model matematika sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Keterangan:

- Y = Variabel terikat (kepuasan Pengunjung)
- a = Intersep (titik potong dengan sumbu Y)
- $b_1...b_3$ = Koefisien regresi (konstanta) X_1, X_2, X_3
- X_1 = lokasi
- X_2 = Kualitas Pelayanan
- X_3 = Fasilitas
- X_4 = Suasana Lingkungan
- e = Standar erorr

ANALISIS DAN HASIL PEMBAHASAN

Persamaan Regresi Linier Berganda

Hasil perhitungan dan pengolahan data dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS), didapatkan tabel *Coefficients* seperti terlihat pada Tabel 2 di bawah ini. Dari tabel tersebut diperoleh persamaan regresi linier berganda.

Tabel 2
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.249	2.236		.111	.911		
Lokasi	.168	.082	.141	2.044	.044	.574	1.898
Kualitas Pelayanan	.264	.118	.250	2.236	.028	.201	4.978
Fasilitas	.292	.109	.275	2.678	.009	.239	4.179
Suasana	.363	.118	.295	3.063	.003	.271	3.685

Sumber: Hasil Penelitian, 2017 (Data diolah)

Melihat nilai Unstandardized Coefficients Beta di atas, maka dapat ditentukan persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan dari penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 0,249 + 0,168X_1 + 0,264X_2 + 0,292X_3 + 0,363X_4$$

Hasil Uji F (Uji Simultan)

Tabel 3
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2433.064	4	608.266	75.460	.000 ^b
Residual	765.776	95	8.061		
Total	3198.840	99			

Sumber: Hasil Penelitian, 2017 (Data diolah)

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} yang diolah dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS) adalah sebesar 75,460. Sementara itu nilai F_{tabel} yang dapat dilihat pada tabel nilai-nilai untuk distribusi F adalah 2,460. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa nilai $F_{hitung} = 75,460 >$ dari $F_{tabel} = 2,460$. Ini berarti bahwa variabel *independent* yang terdiri dari lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas dan suasana lingkungan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Kebun Raya Bogor.

Koefisien Determinasi

Tabel 4
Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.872 ^a	.761	.751	2.839	1.473

Sumber: Hasil Penelitian, 2017 (Data diolah)

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square adalah 0,751 atau 75,1%. Ini berarti bahwa variabel *independent* berupa lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas dan suasana lingkungan bersama-sama mempengaruhi variabel *dependent* kepuasan pengunjung Kebun Raya Bogor sebesar 75,1% sedangkan sisanya 24,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Hasil Uji t (Uji Parsial)

Hasil Uji t penelitian ini dapat dilihat pada Tabel *Coefficients* 5.11. di atas yaitu dengan melihat nilai t maupun sig-nya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 5
Hasil Uji t (Uji Parsial)

VARIABEL	T		Sig.		KESIMPULAN
	t _{hitung}	t _{tabel}	HASIL	$\alpha = 5\%$	
Lokasi	2,044	> 1,985	0,044	< 0,05	Berpengaruh Signifikan
Kualitas Pelayanan	2,236	> 1,985	0,028	< 0,05	Berpengaruh signifikan
Fasilitas	2,678	> 1,985	0,009	< 0,05	Berpengaruh signifikan
Suasana Lingkungan	3,063	> 1,985	0,003	< 0,05	Berpengaruh signifikan

Sumber: Hasil Penelitian, 2017 (Data diolah)

Untuk menentukan H_0 maupun H_1 yang ditolak atau diterima maka nilai t_{hitung} di atas dapat dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikan 5% ($\alpha = 0,05$) adalah 1,985. Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Secara parsial variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Kebun Raya Bogor.
- b. Secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Kebun Raya Bogor.
- c. Secara parsial variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Kebun Raya Bogor.
- d. Secara parsial variabel suasana lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Kebun Raya Bogor.

Pengaruh Dominan

Untuk mengetahui variabel independen yang berpengaruh paling dominan terhadap variabel dependennya adalah dengan cara melihat besarnya nilai *Unstandardized Coefficients Beta* seperti terlihat pada table 5.12. di atas. Tabel tersebut memperlihatkan bahwa variabel independen yang mempunyai nilai *Unstandardized Coefficients Beta* paling besar adalah variabel suasana lingkungan yaitu sebesar 0,295 yang berarti bahwa variabel suasana lingkungan merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Kebun Raya Bogor.

Variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Kebun Raya Bogor dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,141. Dalam hal ini membuktikan bahwa lokasi Kebun Raya Bogor merupakan kawasan yang cukup strategis dikarenakan moda transportasi yang mudah ditemui, kawasan yang mudah ditemui. Variabel kualitas pelayanan yang juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Kebun Raya Bogor dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,250. Berdasarkan data responden mayoritas responden puas dalam hal kecepatan dan kesigapan petugas Kebun Raya bogor dalam menangani keluhan pengunjung kebun Raya Bogor. Selain itu petugas memiliki ilmu pengetahuan yang luas tentang Kebun Raya serta menguasai bahasa asing dan dapat dimengerti bagi wisatawan mancanegara. Dalam hal ini Kualitas pelayanan merupakan hal yang utama dalam suatu objek wisata, variabel kualitas pelayanan kebun raya bogor sangat mempengaruhi kepuasan pengunjung Kebun Raya Bogor. Variabel fasilitas yang berpengaruh positif, dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Kebun Raya Bogor dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,275. Salah satu fasilitas yang dimiliki Kebun Raya Bogor adalah koleksi peninggalan benda-benda bersejarah dan purbakala. Selain itu, tujuan utama Kebun Raya Bogor adalah mengedukasi para pengunjung tentang bagaimana menjaga kelestarian alam. Dengan demikian variabel fasilitas sangat mempengaruhi kepuasan pengunjung Kebun Raya Bogor. Variabel suasana lingkungan yang berpengaruh positif, dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Kebun Raya Bogor. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,363. Meningkatnya mobilitas dari berbagai kegiatan ekonomi masyarakat secara tidak langsung

meningkatkan minat masyarakat untuk melakukan kegiatan pariwisata ketempat yang nyaman dan tenang, hal ini dilakukan sebagai penghilang penat setelah berbagai rutinitas. Oleh sebab itu, suasana Pengunjung merupakan variabel yang paling mendominasi dibandingkan dengan variabel yang lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Secara serempak lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas dan suasana lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Kebun Raya Bogor. :
2. Secara parsial lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Kebun Raya Bogor.
3. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Kebun Raya Bogor.
4. Secara parsial fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Kebun Raya Bogor.
5. Secara parsial suasana lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Kebun Raya Bogor.

Saran

1. Dalam mengelola pariwisata Kebun raya Bogor disarankan untuk menambah divisi dibagian pariwisata sehingga fungsi Kebun Raya Bogor sebagai kawasan konservasi dapat berjalan dengan baik dan pariwisata dapat berjalan dengan optimal.
2. Memperbanyak *event- event* yang berhubungan dengan pelestarian lingkungan, seperti hari bumi dimana pengunjung disosialisasikan mengenai kerusakan lingkungan.
3. Menambah jumlah *sign board* (papan peringatan) kebersihan dan pelestarian lingkungan disetiap tempat objek wisata, terutama objek wisata yang banyak dikunjungi. Untuk penggunaan toilet bagi pengunjung disarankan menggunakan bio toilet berkonstruksi mobil.
4. Kurang nya lahan parkir menjadi salah satu hal yang harus diperhatikan oleh pihak Kebun Raya Bogor.
5. Kurangnya area rekreasi untuk para wisatawan, terutama area rekreasi untuk anak- anak.
6. Mengenai masalah kebersihan di Kebun Raya Bogor masih memerlukan kesadaran tinggi baik itu dari para wisatawan maupun pihak pegawai kebersihan. Banyak sampah yang menggenangi di air danau.

REFERENSI

- Ardhana, O. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. Studi pada Bengkel Caesar Semarang. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Arjana, I, G, B. (2013). Geografi Lingkungan. Edisi ke 1-2. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Algifari. (2016). Mengukur Kualitas Layanan. Edisi Revisi, Cetakan Pertama BPFE-Yogyakarta
- Budianto & Yunus (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. Skripsi Surabaya: STIESIA
- Daryanto. 2013. Sari Kuliah Manajemen Pemasaran. Cetakan II. Satu Nusa. Bandung
- Endah, R. (2008). Analisis Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. Skripsi Universitas Diponegoro
- Hakim, R. (2011). Komponen Perancangan Arsitektur Lansekap. Edisi Kedua Jakarta: Bumi Aksara.
- Lovelock, C, H. dan L, K, Wright. (2007). "Manajemen Pemasaran Jasa". Cetakan II. Indeks. Jakarta.
- Laksana, F. (2008). Manajemen Pemasaran, Pendekatan Praktis. Edisi Pertama, Penerbit Graha Ilmu.
- Lupiyoadi, R. (2010). Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik. Penerbit Salemba Empat.
- _____ (2008). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler, P. (2009). Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi 13. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: Prehallindo
- Kotler, P. & G, Amstrong. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13, jilid 1 . Jakarta. Erlangga.
- Mukhlas, A, P, S. (2008). Analisis Analisis Pengembangan Fasilitas Kawasan Wisata Pantai Trikora Kabupaten Bintan Provinsi Kepulauan Riau. Skripsi Universitas Riau. Pekanbaru
- Purwanto. (2010). Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi dan pendidikan. Cetakan ke-2. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Paul, J, P. & J, C, Olson. (2014). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Buku 2, Edisi 9. Salemba Empat. Jakarta.
- Raharjo, A, S. (2009). Pengaruh Fasilitas, Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Internet di Kecamatan Gajah Mungkur Semarang. Skripsi Universitas Negeri Semarang.
- Subagyo, A. (2010). Marketing In Business Jakarta. Mitra Wacana Media
- Tjiptono, F & A, Diana (2015). Pelanggan Puas Tak Cukup . Penerbit Andi Yogyakarta
- Tjiptono, F, dan Chandra, 2010, Manajemen Jasa, Edisi Kedua, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Syafrizal Helmi Situmorang, Doli M Jafar Dalimunthe, Iskandar Muda, Muslihch Lufti, Syahyan Situmorang, S. H., D. M. J. Dalimunthe, Iskandar Muda, Muslihch Lufti., & Syahyunan. Analisis Data Penelitian (Menggunakan Program SPSS). Cetakan Pertama. Medan: USU Press
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Cetakan Kedua Puluh Satu. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Cetakan Kedua. Jakarta : CAPS (Center for Academic Publishing Service)
- Uranadjan., D.D. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif. Cetakan Pertama. Jakarta: Penerbit Universitas AtmaJaya.