

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Penelitian**

##### **1. Sejarah Singkat THP Kenjeran**

Taman Hiburan Pantai (THP) Kenjeran ini berdiri pada tahun 1968 yang berlokasi di Jl. Pantai Kenjeran No. 1 Kecamatan Bulak Kelurahan Kenjeran yang digunakan sebagai tempat wisata, aktivitas perdagangan dan parkir. Pada tahun 1968 asal mula di THP Kenjeran merupakan tanah makam warga Desa Kenjeran yang dimiliki atau dikuasai oleh Pemerintah Kabupaten Gresik. Pada waktu itu kepala UPTD THP Kenjeran adalah Bapak Pudjo Margono, ketua keamanan Bapak Saho anggota AL, dan kepala Desa Kenjeran adalah Pak Matali.

Bapak Pudjo Margono sebagai Kepala UPTD THP Kenjeran membongkar dan memindahkan makam warga Desa Kenjeran ke makam Desa Larangan tujuannya untuk menjadikan Kenjeran sebagai tempat wisata atau rekreasi. Pada tahun 1970 kepala UPTD THP Kenjeran dipimpin oleh P. Hadi Sudjono (Purnawirawan AL). THP Kenjeran pada tahun 1970 sampai saat ini tumbuh dan berkembang menjadi tempat hiburan yang banyak dikunjungi oleh masyarakat Surabaya dan luar Kota Surabaya.

Pada tahun 1970 sampai dengan 1980 THP Kenjeran dikelola oleh Pemerintah Kotamadya Daerah Tingkat Dua Surabaya sampai dengan tahun 2000 menjadi Dinas Taman Hiburan Pantai Kenjeran Kotamadya Daerah Tingkat Dua Kota Surabaya sampai dengan tahun 2010 menjadi Unit

Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) Taman Hiburan Pantai Kenjeran pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya, hal tersebut berdasarkan pada peraturan Walikota Surabaya Nomor 66 tahun 2008. Pada tahun 2011 sampai sekarang terdapat tambahan pelimpahan pengelolaan dari UPTD Taman Hiburan Rakyat yaitu pengelolaan Wisata Perahu Kalimas, dari tambahan pengelolaan tersebut terdapat perubahan nama UPTD Taman Hiburan Pantai Kenjeran dan wisata Perahu Kalimas pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya, hal ini berdasarkan pada peraturan Walikota Surabaya Nomor 27 tahun 2011 sebagai perkembangan dan perubahan THP Kenjeran dari tahun berdirinya sampai dengan saat ini.

## **2. Visi dan Misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata**

Visi : Surabaya sebagai kota yang berbudaya dan mampu menjadi kota tujuan wisata.

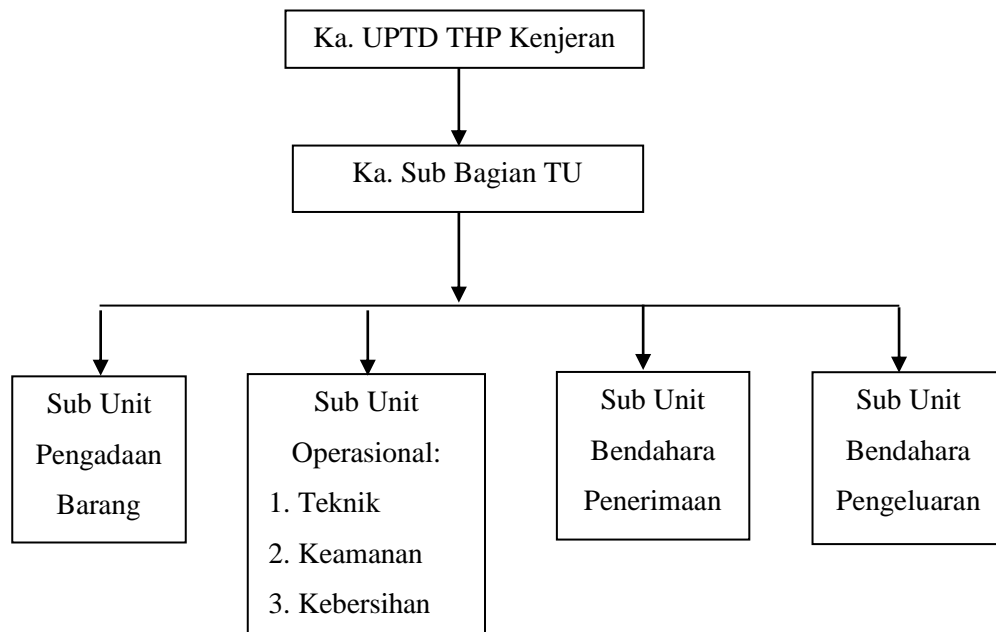
Misi :

1. Menyelesaikan nilai-nilai budaya lokal yang tumbuh dan berkembang di dalam masyarakat Kota Surabaya,
2. Mengembangkan potensi pariwisata yang ada di Kota Surabaya secara optimal, dan
3. Meningkatkan kualitas pelayanan publik di bidang pariwisata melalui penggunaan teknologi informasi.

## **3. Struktur Organisasi THP Kenjeran**

Struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam

menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan yang diharapkan dan diinginkan. Adapun struktur organisasi THP Kenjeran sebagai berikut:



Gambar 4.1 Struktur Organisasi UPTD THP Kenjeran

Sumber : UPTD THP Kenjeran (2019)

Adapun uraian jabatan tentang pembagian tugas dan tanggung jawab dari bagian-bagian struktur organisasi UPTD THP Kenjeran sebagai berikut, yaitu:

a. Ka.UPTD THP Kenjeran

1. Kepala UPTD adalah Kepala Unit Pelaksana Teknis Dinas Taman Hiburan Pantai Kenjeran pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya.
2. UPTD merupakan unsur pelaksana operasional Dinas di lapangan.
3. UPTD dipimpin oleh seorang Kepala UPTD yang dalam melaksanakan tugas berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas.
4. Kepala UPTD berkewajiban memimpin dan mengkoordinasikan seluruh kegiatan aparat pelaksana dan staf UPTD.

5. Jabatan Kepala UPTD tidak boleh dirangkap dan apabila Kepala UPTD berhalangan dalam menjalankan tugasnya, Kepala UPTD dapat menunjuk Sekretaris atau salah seorang Kepala Sub Unit untuk mewakilinya.

b. Ka. Sub bagian TU mempunyai tugas sebagai berikut:

1. Sub Unit Pengadaan Barang

- a. Penyusunan program kegiatan dan standar operasional prosedur layanan pengadaan barang/jasa.
- b. Penyelenggaraan pelayanan administrasi layanan pengadaan barang/jasa secara terpadu.
- c. Pelaksanaan koordinasi proses layanan pengadaan barang/jasa.
- d. Pelaksanaan administrasi layanan pengadaan barang/jasa.
- e. Pemantauan dan evaluasi serta pelaporan pelaksanaan layanan pengadaan barang/jasa.
- f. Pengelolaan data dan informasi pengadaan barang/jasa.
- g. Pengembangan sumber daya manusia (SDM) dan tata kelola pengadaan barang/jasa.
- h. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Kepala UPTD sesuai dengan tugas dan fungsinya.

2. Sub Unit Operasional mempunyai tugas:

1. Sub Unit Teknik, yaitu:

- a. melaksanakan pemeliharaan/perbaikan sarana dan prasarana.
- b. melaksanakan pengembangan fasilitas rekreasi dan olahraga.

### 3. Sub Unit Keamanan

- a. Melaksanakan kegiatan wisata dan hiburan.
- b. Melaksanakan keamanan dan ketertiban.
- c. Melaksanakan pembinaan usaha di lingkungan Taman Hiburan Pantai Kenjeran.
- d. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala UPTD sesuai dengan tugas dan fungsinya.

### 4. Sub Unit Kebersihan

- a. Melaksanakan pemeliharaan dan kebersihan Taman Hiburan Pantai Kenjeran.
- d. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Kepala UPTD sesuai dengan tugas dan fungsinya.

### 5. Sub Unit Bendahara Pengeluaran

- a. Melaksanakan tugas kebhendaharaan dalam rangka pengelolaan Taman Hiburan Pantai Kenjeran secara efisien dan efektif sesuai dengan rencana dan ketentuan.
- b. Melaksanakan penatausahaan pengeluaran.
- c. Wajib menutup buku kas Umum dan membuat Register Penutupan Kas pada setiap akhir bulan.
- d. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Kepala UPTD sesuai dengan tugas dan fungsinya.

## 6. Sub Unit Bendahara Penerimaan

- a. Wajib menyelenggarakan penatausahaan terhadap seluruh penerimaan dan penyetoran atas penerimaan yang menjadi tanggungjawabnya.
- b. Wajib pertanggungjawaban secara fungsional atas pengelolaan uang yang menjadi tanggungjawaban penerimaan kepada Kepala Dinas paling lambat tanggal 10 bulan berikutnya.
- c. Wajib menutup Buku Kas Umum dan membuat Register Penutupan Kas pada setiap akhir bulan.
- d. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Kepala UPTD sesuai dengan tugas dan fungsinya.

## **B. Deskripsi Data Hasil Peneleitian**

### **1. Deskripsi Karakteristik Responden**

Analisis Deskripsi dalam penelitian dilakukan untuk mengetahui gambaran secara umum objek penelitian, yaitu mengenai karakteristik responden dan deskripsi jawaban responden terhadap sejumlah pernyataan yang disebarkan melalui kuisisioner. Instrumen yang digunakan untuk penelitian ini adalah kuisisioner yang dibagikan 100 responden, dimana responden yang menjawab kuisisioner ini para pengunjung di obyek wisata Taman Hiburan Pantai (THP) Kenjeran Kota Surabaya.

Dari hasil penyebaran kuisisioner diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan. Kuisisioner yang sudah terkumpul kemudian ditabulasikan dengan menggunakan *software* yaitu Program Microsoft Excel 2010 dan selanjutnya dianalisis dengan menggunakan

Program SPSS 23. Berikut adalah karakteristik responden sesuai dengan klasifikasinya:

#### a. Jenis Kelamin Responden

**Tabel 4.2**  
**Jenis Kelamin Responden**  
**Jenis Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	43	43.0	43.0	43.0
	Perempuan	57	57.0	57.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

*Sumber* : Data Diolah (Juni 2019)

Berdasarkan hasil penelitian data diatas, responden dalam penelitian ini adalah responden yang berkunjung di obyek wisata Taman Hiburan Pantai (THP) Kenjeran dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 43 atau 43,0% orang dan perempuan sebanyak 57 atau 57,0% orang. Dengan demikian terlihat responden dengan jenis kelamin perempuan lebih dominan dibanding laki-laki.

#### b. Umur Responden

**Tabel 4.3**  
**Umur Responden**  
**Umur**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20	2	2.0	2.0	2.0
	20-25	27	27.0	27.0	29.0
	26-30	39	39.0	39.0	68.0
	31-35	15	15.0	15.0	83.0
	>35	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

*Sumber* : Data Diolah (Juni 2019)

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, responden dalam penelitian ini adalah responden dengan umur < 20 tahun berjumlah 2 orang atau 2,0%, umur 20-25 tahun berjumlah 27 orang atau 27,0, umur 26-30 tahun berjumlah 39 orang atau 39,0%, umur 31-35 tahun berjumlah 15 orang atau 15,0%, dan umur >35 tahun berjumlah 17 orang atau 17,0%. Responden yang berkunjung di Taman Hiburan

Pantai (THP) Kenjeran yang paling banyak umur 26-30 tahun sebanyak 39 orang atau 39,0%.

### c. Pekerjaan Responden

**Tabel 4.4**  
**Pekerjaan Responden**  
**Pekerjaan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	8	8.0	8.0	8.0
	Pegawai/Karyawan	63	63.0	63.0	71.0
	Wiraswasta dan lain-lain	20	20.0	20.0	91.0
	Total	9	9.0	9.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah (Juni 2019)

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, bahwa responden dengan status Pelajar/Mahasiswa berjumlah 8 orang atau 8,0%, Pegawai/Karyawan berjumlah 63 orang atau 63,0%, Wiraswasta berjumlah 20 orang atau 20,0%, dan lain-lain berjumlah 9 orang atau 9,0%. Responden yang berkunjung di wisata Taman Hiburan Pantai (THP) Kenjeran dengan latar belakang pekerjaan responden yang paling banyak Pegawai/Karyawan sebanyak 63 orang atau 63,0%.

### d. Responden Yang Berkunjung

**Tabel 4.5**  
**Responden Berkunjung**  
**Berkunjung**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pertama kali	22	22.0	22.0	22.0
	2-3 kali	56	56.0	56.0	78.0
	> 5 kali	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah (Juni 2019)

Berdasarkan jumlah responden yang berkunjung di wisata THP Kenjeran pertama kali berjumlah 22 orang atau 22,0%, yang berkunjung di wisata THP kenjeran 2-3 kali berjumlah 56 orang atau 56,0%, yang berkunjung di wisata THP



kenjeran > 5 kali berjumlah 22 orang atau 22,0% , responden yang paling banyak berkunjung di wisata THP kenjeran 2-3 berjumlah 56 atau 56,0%.

### e. Pendapatan Responden

**Tabel 4.6**  
**Pendapatan Responden**  
**Pendapatan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< Rp. 1 JUTA	5	5.0	5.0	5.0
Rp. 1 JUTA - Rp. 2 JUTA	11	11.0	11.0	16.0
Rp. 2 JUTA - Rp. 3 JUTA	56	56.0	56.0	72.0
> Rp. 3 JUTA	28	28.0	28.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah (Juni 2019)

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, bahwa responden dengan pendapatan < Rp. 1 Juta berjumlah 5 orang atau 5,0%, Rp. 1 Juta – Rp. 2 Juta berjumlah 11 orang atau 11,0%, Rp. 2 Juta – Rp. 3 Juta berjumlah 56 orang atau 56,0%, > Rp. 3 Juta berjumlah 28 orang atau 28,0%. Responden yang berkunjung di wisata Taman Hiburan Pantai (THP) Kenjeran dengan pendapatan per-bulan paling banyak Rp. 2 Juta – Rp. 3 Juta sebanyak 56 orang atau 56,0%.

## 2. Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi ini merupakan analisa dari variabel Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pengunjung untuk melakukan analisa yang akan dilakukan berdasarkan dari hasil pernyataan responden pada masing-masing pertanyaan disetiap variabel

### a. Deskripsi Variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ )

Deskripsi terhadap variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ ) dilakukan dari hasil pernyataan responden mengenai Kualitas Layanan, dimana nilai rata-rata hasil pernyataan responden yang dapat dilihat hasilnya sebagai berikut:

**Tabel 4.7 : Statistik Deskriptif  
Rekapitulasi Pernyataan Responden  
Kualitas Layanan ( $X_1$ )**

Pernyataan	SKOR					Jumlah
	STS (1)	TS (2)	RR (3)	S (4)	SS (5)	
1	-	2	14	51	33	100
2	-	1	12	55	32	100
3	-	1	13	51	35	100
4	-	1	12	52	35	100
5	-	1	9	54	36	100
6	-	-	16	43	41	100
7	-	-	8	49	43	100
8	-	2	7	48	43	100
9	-	-	4	51	45	100
10	-	-	11	54	35	100
11	-	-	10	51	39	100
Rata-Rata	0	0,72	10,54	50,81	37,90	100
Presentase	0	0,72%	10,54%	50,81%	37,9%	100%

*Sumber : Data Diolah (Juni 2019)*

Berdasarkan hasil penelitian diatas, diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ ) dengan 11 soal. Jawaban yang terpilih menunjukkan responden menyatakan tidak setuju 0,72%, ragu-ragu 10,54%, setuju 50,81% dan sangat setuju 37,9% setiap pernyataan dari hasil diatas. Pernyataan yang besar yaitu pernyataan setuju sebesar 50,81% yang menunjukkan sebagian besar responden merasa setuju dengan variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ ).

#### **b. Deskripsi Variabel Promosi ( $X_2$ )**

Deskripsi terhadap variabel Promosi ( $X_2$ ) dilakukan dari hasil pernyataan responden mengenai Promosi, dimana nilai rata-rata hasil pernyataan responden yang dapat dilihat hasilnya sebagai berikut

**Tabel 4.8 : Statistik Deskriptif  
Rekapitulasi Pernyataan Responden  
Promosi (X<sub>2</sub>)**

Pernyataan	SKOR					Jumlah
	STS (1)	TS (2)	RR (3)	S (4)	SS (5)	
1	-	-	10	51	39	100
2	-	-	17	50	33	100
3	-	1	16	49	34	100
4	-	-	17	51	32	100
5	-	3	19	55	23	100
6	-	1	17	49	33	100
7	-	1	18	43	38	100
8	-	2	18	44	36	100
9	-	-	16	46	38	100
Rata-Rata	0	0,8	16,4	48,6	34	100
Presentase	0	0,8%	16,4%	48,6%	34%	100%

Sumber : Data Diolah (Juni 2019)

Berdasarkan hasil penelitian diatas, diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel Promosi (X<sub>2</sub>) dengan 9 soal. Jawaban yang terpilih menunjukkan responden menyatakan tidak setuju 0,8%, ragu-ragu 16,4%, setuju 48,6% dan sangat setuju 34% setiap pernyataan dari hasil diatas. Pernyataan yang besar yaitu pernyataan setuju sebesar 48,6% yang menunjukkan sebagian besar responden merasa setuju dengan variabel Promosi (X<sub>2</sub>).

### c. Deskripsi Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

Deskripsi terhadap variabel Kepuasan Pengunjung (Y) dilakukan dari hasil pernyataan responden mengenai Kepuasan Pengunjung, dimana nilai rata-rata hasil pernyataan responden yang dapat dilihat hasilnya sebagai berikut:

**Tabel 4.9 : Statistik Deskriptif  
Rekapitulasi Pernyataan Responden  
Kepuasan Pengunjung (Y)**

Pernyataan	SKOR					Jumlah
	STS (1)	TS (2)	RR (3)	S (4)	SS (5)	
1	-	-	2	56	42	100
2	-	-	4	51	45	100
3	-	-	1	52	47	100
Rata-Rata	0	0	2,3	53	44,6	100
Presentase	0	0	2,3%	53%	44,6%	100%

Sumber : Data Diolah (Juni 2019)

Berdasarkan hasil penelitian diatas, diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel Kualitas Layanan (Y) dengan 3 soal. Jawaban yang terpilih menunjukkan responden menyatakan ragu-ragu 2,3%, setuju 53%, sangat setuju 44,6% setiap pernyataan dari hasil diatas. Pernyataan yang besar yaitu pernyataan setuju sebesar 53% yang menunjukkan sebagian besar responden merasa setuju dengan variabel Kepuasan Pengunjung (Y).

### 3. Uji Validitas dan Reliabilitas

#### a. Uji Validitas

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Soal	r hitung	Keputusan
Kualitas Layanan X1	1	0,742	Valid
	2	0,763	Valid
	3	0,743	Valid
	4	0,635	Valid
	5	0,732	Valid
	6	0,539	Valid
	7	0,651	Valid
	8	0,697	Valid
	9	0,557	Valid
	10	0,718	Valid
	11	0,724	Valid
Promosi X2	12	0,653	Valid
	13	0,779	Valid
	14	0,713	Valid
	15	0,799	Valid
	16	0,784	Valid
	17	0,761	Valid
	18	0,777	Valid
	19	0,679	Valid
	20	0,728	Valid
Kepuasan Pengunjung Y	21	0,636	Valid
	22	0,801	Valid
	23	0,722	Valid

Sumber : Data Diolah (Juni 2019)

Pada tabel 4.9 diatas, nilai r tabel diperoleh dari menghitung nilai  $df = N - 2$ . Maka diperoleh r tabel dengan melihat  $df = 100 - 2 = 98$  yaitu 0,1966. Sehingga data yang diperoleh dari penelitian menunjukkan bahwa

setiap indikator pada variabel  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $Y$  valid, hal ini terbukti dari setiap indikator  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

## b. Uji Reliabilitas

**Tabel 4.11**  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standart Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Layanan X1	0,885	0,60	Reliabel
Promosi X2	0,897	0,60	Reliabel
Kepuasan pengunjung Y	0,538	0,60	Reliabel

Sumber : Data Diolah (Juni 2019)

Pada tabel 4.10 diatas, hasil uji reliabilitas nilai *cronbach's alpha* variabel Kualitas Layanan, Promosi dan Kepuasan Pengunjung diketahui bahwa seluruh variabel tersebut dinyatakan reliabel, karena *cronbach's alpha* diatas 0,60.

## 4. Uji Asumsi Klasik

### a. Hasil Uji Normalitas

pengujian normalitas menggunakan Uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S).

Hasil uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS versi 23 diperoleh hasil pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.12**  
Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.03992051
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.080
	Negative	-.071
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.114 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data Diolah (Juni 2019)

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui bahwa besarnya nilai *asymptotic significance* sebesar  $0,114 > 0,050$  sehingga berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

### b. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen variabel). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam regresi dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation faktor* (VIF). Multikolinearitas dapat dilihat dengan membandingkan nilai tolerance,  $< 0,10$  dan nilai VIF  $> 10$ . Sehingga dihasilkan uji multikolinearitas seperti tabel dibawah ini:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**  
Coefficients a

Model	Collinearity statistics	
	Tolerance	VIF
X1	0,899	1,113
X2	0,899	1,113

Sumber : Data Diolah (Juni 2019)

Berdasarkan uji multikolinearitas pada tabel diatas nilai tolerance lebih kecil dari VIF  $< 10$  dan nilai tolerance pada setiap variabel bebas lebih besar dari  $> 0,10$  dapat disimpulkan data yang diuji tidak terjadi multikolinearitas.

### c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan yang lain tetap,

maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. maka model regresi yang baik homoskedastisitas atau tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.534	.652		3.887	.000
	Total_X1	-.008	.013	-.062	-.606	.546
	Total_X2	.035	.013	.278	1.727	.081

a. Dependent Variable: ABS\_RES  
Sumber : Data Diolah (Juni 2019)

Dari tabel 4.13 diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Pada variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ ) nilai signifikan  $0,546 > 0,05$  sehingga  $X_1$  tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
- b. Pada variabel Promosi ( $X_2$ ) nilai signifikansi  $0,081 > 0,05$  sehingga  $X_2$  tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dan dinyatakan layak.

## 5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas dan variabel terikat apakah masing-masing variabel bebas mempunyai hubungan positif atau negatif dan memprediksi nilai variabel terikat apabila variabel bebas mengalami kenaikan atau menurun.

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.610	1.172		6.494	.000
	Kualitas Layanan	.054	.023	.221	2.320	.022
	Promosi	.083	.023	.339	3.562	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Sumber : Data Diolah (Juni 2019)

Pada tabel 4.14 diatas, diketahui bahwa hasil uji regresi linier berganda yang dihasilkan dari perhitungan SPSS 23 adalah sebagai berikut :

$$\text{Rumus} \quad : Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 7,610 + 0,054X_1 + 0,083 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pengunjung

$\alpha$  = Konstanta

X1 = Kualitas Layanan

X2 = Promosi

e = Nilai standart *error*

Berdasarkan analisa nilai koefesien regresi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Nilai variabel dependen Kepuasan Pengunjung (Y) dapat dilihat dari nilai konstantanya sebesar 7,610 dengan catatan jika variabel independen Kualitas Layanan (X<sub>1</sub>) dan Promosi (X<sub>2</sub>) tidak mempengaruhi variabel dependen Kepuasan Pengunjung (Y).
2. Pengaruh variabel independen Kualitas Layanan (X<sub>1</sub>) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) apabila dilihat dari besarnya koefesien regresi 0,054



maka dapat diartikan bahwa setiap perubahan variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ ) sebesar satu satuan maka variabel Kepuasan Pengunjung (Y) akan meningkat sebesar 0,054 dengan catatan variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ ) tetap.

3. Pengaruh variabel independen Promosi ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) apabila dilihat dari besarnya koefisien regresi 0,083 maka dapat diartikan bahwa setiap perubahan variabel Promosi ( $X_2$ ) sebesar satu satuan maka variabel Kepuasan Pengunjung (Y) akan meningkat sebesar 0,083 dengan catatan variabel Promosi ( $X_2$ ) tetap.

## 6. Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4.16**  
Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.459 <sup>a</sup>	.221	.195	1.051

a. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Sumber : Data Diolah (Juni 2019)

Dari tabel diatas hasil perhitungan diketahui nilai koefisien korelasi adalah 0,459. Hal ini memberikan arti bahwa hubungan antara variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ ) dan Promosi ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) sangat kuat dan bernilai positif, artinya semakin tinggi nilai jawaban responden pada variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ ) dan Promosi ( $X_2$ ) maka semakin tinggi pula Kepuasan Pengunjung (Y). Demikian pula sebaliknya semakin rendah nilai jawaban responden pada variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ ) dan Promosi ( $X_2$ ) maka semakin rendah pula Kepuasan Pengunjung (Y).

Sedangkan nilai koefisien determinasi berganda (*R Square*) sebesar 0,221 atau 22,1%, Dapat disimpulkan bahwa 22,1% Kepuasan Pengunjung (Y) dipengaruhi oleh Kualitas Layanan (X1) dan Promosi (X2). Sisa yang mempengaruhi pengambilan Kepuasan Pengunjung adalah  $(100\% - 46\%) = 0,54\%$  atau 54% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

### C. Pengujian Hipotesis

#### a. Uji F ( uji simultan)

Dalam penelitian ini pengujian uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen Kualitas Layanan  $X_1$  dan Promosi  $X_2$  secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji F (ANOVA<sup>b</sup>)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.648	2	14.324	12.978	.000 <sup>b</sup>
	Residual	107.062	97	1.104		
	Total	135.710	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Promosi

Sumber : Data Diolah (Juni 2019)

Hasil uji F antara Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pengunjung dapat dilihat hasilnya pada tabel 4.15 sebagai berikut:

1.  $H_0$  : Kualitas Layanan ( $X_1$ ) dan Promosi ( $X_2$ ) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

$H_1$  : Kualitas Layanan ( $X_1$ ) dan Promosi ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat.

2. Nilai  $F_{hitung} = 12,978$

3. Nilai  $F_{tabel} = 3,09$

Nilai  $F_{tabel}$  dapat dilihat pada lampiran tabel F pada tingkat signifikan 0,05 dengan  $df_1 = 2$  dan  $df_2 = 97$

4. Kesimpulan dapat diketahui Nilai  $F_{hitung} 12.978 > F_{tabel} 3,09$ , nilai sig.  $0,000 < 0,050$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Jadi Kualitas Layanan ( $X_1$ ) dan Promosi ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Y).

#### b. Hasil Uji t ( uji parsial )

Uji t ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas Kualitas Layanan ( $X_1$ ) dan Promosi ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung (Y).

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji t (Parsial)**

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	7.610	1.172		6.494	.000		
Kualitas Layanan	.054	.023	.221	2.320	.022	.899	1.113
Promosi	.083	.023	.339	3.562	.001	.899	1.113

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung  
Sumber : Data Diolah (Juni 2019)

### 1. Pengaruh Variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ ) Terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)

a. Hipotesis

$H_0$ : secara parsial variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ ) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung (Y).

$H_1$ : secara parsial Kualitas Layanan ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap variabel terikat.

b. Nilai  $t_{hitung} = 2,230$

c. Nilai  $t_{tabel} = 1,984$  (dapat dilihat pada lampiran tabel t dengan  $df = 97$  pada tingkat signifikansi  $0,05/2$  uji dua sisi).

d. Kesimpulan dapat diketahui Nilai  $t_{hitung} 2,230 > t_{tabel} 1,984$ , nilai sig.  $0,022 < 0,050$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung (Y).

## **2. Pengaruh Variabel Promosi ( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)**

a. Hipotesis

$H_0$ : secara parsial variabel Promosi ( $X_2$ ) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung (Y).

$H_1$ : secara parsial variabel Promosi ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung (Y).

b. Nilai  $t_{hitung} = 3,562$

c. Nilai  $t_{tabel} = 1,984$  (dapat dilihat pada lampiran tabel t dengan  $df = 97$  pada tingkat signifikansi  $0,05/2$  uji dua sisi).

d. Kesimpulan dapat diketahui Nilai  $t_{hitung} 3,562 > t_{tabel} 1,984$ , nilai sig.  $0,001 < 0,050$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini menunjukkan

bahwa secara parsial variabel Promosi ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung ( $Y$ ).

### **c. Variabel Dominan**

berdasarkan nilai koefisien regresi dan uji t yang dilakukan pada kedua variabel dependen maka dapat disimpulkan bahwa variabel yang dominan berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung ( $Y$ ) adalah variabel Promosi ( $X_2$ ). Hal ini terbukti bahwa variabel Promosi ( $X_2$ ) memiliki koefisien regresi yang paling besar yaitu 0,083, dibandingkan dengan variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ ) 0,054.

## **D. Pembahasan**

Penelitian mengenai pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pengunjung pada obyek wisata Taman Hiburan Pantai (THP) Kenjeran dapat dilihat pembahasan sebagai berikut:

### **1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung**

Kualitas layanan memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan pengunjung dan mengenali pengunjung mengenai pelayanan baik atau tidaknya tergantung kesesuaian dan keinginan pelayanan yang diperolehnya. Bila kualitas pelayanan jasa yang kecil dari pada yang diharapkan maka wisatawan akan merasa kecewa dan tidak puas. oleh karena itu, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya setiap bulan pelayanan yang diberikan sudah memenuhi harapan pengunjung yang berkunjung di obyek wisata Taman Hiburan Pantai Kenjeran.

Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019:28-29) menyatakan kualitas jasa kepada konsumen akan meningkatkan kepuasan konsumen yang diukur dalam ukuran apapun dengan dimensi kualitas layanan yaitu *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empaty* (Empati), *Tangibles* (*bukti fisik*) memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di wisata Taman Hiburan Pantai Kenjeran Kota Surabaya. Dibuktikan dengan melakukan uji hipotesis (Uji t) dimana hasil perhitungan nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas layanan ( $X_1$ ) adalah 2,230 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  yaitu 1,984 dengan signifikan  $0,022 < 0,05$  artinya variabel kualitas layanan ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap variabel kepuasan pengunjung. bahwa semakin baik Kualitas Layanan yang diberikan maka akan meningkatkan kepuasan pengunjung. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Luta (2015) yang menyatakan bahwa hasil pengujian menunjukkan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian lainnya sejalan dengan penelitian dari piola (2018) yang menyatakan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

## **2. Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pengunjung**

Promosi kegiatan yang terencana untuk memberi informasi kepada pengunjung agar mau tergerak untuk membeli suatu produk yang diinginkan, hanya digunakan dalam jangka pendek sehingga dapat meningkatkan volume

penjualan. Hal itu juga memberi dampak positif yaitu terciptanya kepuasan wisatawan. Dengan melakukan promosi yang maksimal dengan harapan bahwa wisata obyek THP Kenjeran dapat dimengerti kepada masyarakat luas.

Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019:181), Promosi adalah salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang penting untuk dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan jasa. Menurut Hurriyati (2008) dikutip dalam Fatihudin dan Firmansyah (2019:183), Promosi adalah salah satu penentu faktor keberhasilan suatu program pemasaran dengan berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna, maka mereka tidak akan pernah membelinya atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Promosi secara parsial dan yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Hasil penelitian ini berbeda dengan hipotesis pada bab II yang menyatakan bahwa variabel kualitas layanan lebih dominan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini dibuktikan variabel promosi ( $X_2$ ) memiliki koefisien regresi yang paling besar yaitu 3,562 dibandingkan dengan variabel kualitas layanan yang koefisien regresinya 2,230. Dibuktikan dengan melakukan uji hipotesis (Uji t) dimana hasil perhitungan nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel Promosi adalah sebesar  $t_{hitung} 3,562 > t_{tabel} 1,984$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$  artinya variabel Promosi ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap variabel kepuasan pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi promosi yang ditawarkan semakin menarik pengunjung yang berkunjung di obyek wisata

THP Kenjeran. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Piola (2018) yang menyatakan bahwa hasil pengujian menunjukkan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

### **3. Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pengunjung**

Berdasarkan hasil penjabaran diatas disimpulkan bahwa ada pengaruh kualitas layanan dan promosi bersama-sama (simultan) memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada Taman Hiburan Pantai (THP) Kenjeran. Hasil signifikan diperoleh dari uji F (simultan) dengan nilai sebesar  $F_{hitung} 12,978 > F_{tabel} 3,09$  dengan signifikan  $0,000 < 0,05$  hal ini menunjukkan secara simultan Kualitas Layanan dan Promosi berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Kualitas layanan dan promosi dapat meningkatkan kepuasan pengunjung, untuk itu diperlukan peranan yang sangat penting untuk mengembangkan obyek wisata dalam menjalankan perannya. Obyek wisata harus menerapkan konsep dan peraturan serta panduan yang berlaku dalam pengembangan obyek wisata, agar mampu mempertahankan dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.