

ANALISIS PERBANDINGAN KEPUASAN KONSUMEN DITINJAU DARI KUALITAS PRODUK PADA OBJEK WISATA AIR TERJUN PARANG IJO DENGAN WISATA AIR TERJUN JUMOG DI KABUPATEN KARANGANYAR

Onesta Sukarno Putro ¹⁾

Sumaryanto ²⁾

Retno Susanti ³⁾

^{1,2,3)} Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta

e-mail: ¹⁾ ones.sukarno@yahoo.co.id

²⁾ sumaryanto_radja@yahoo.co.id

³⁾ tnos_santi@yahoo.com

ABSTRACT

The purpose of this research was: 1) to analyze the significance of the difference of consumer satisfaction in terms of product quality in sights of waterfalls Parang Ijo with Jumog waterfall sights in Karanganyar Regency. 2) to analyze the significance of the difference of consumer satisfaction in the sights of waterfalls Parang Ijo with Jumog waterfall sights in Karanganyar Regency. Research methods method using survey data, the type of data used was qualitative and quantitative data, the source data used the primary data and the data of secondary. The population in this research is the consumer visitors have enjoyed the sights of waterfalls Parang Ijo with Jumog waterfall sights in Karanganyar Regency. As for the number of samples used in the study was as much as 100 respondents to attractions waterfalls Parang Ijo and as many as 100 respondents to Jumog waterfall tourist attraction. Methods of data collection were used: questionnaire, documentation. Technique of data analysis used the test of validity, reliability test, test of normality and Independent Sample T-Test results obtained. conclusion: 1) there is a significant difference in terms of consumer satisfaction product quality on attractions waterfalls Parang Ijo with Jumog waterfall sights in Karanganyar Regency. 2) there is a significant difference in consumer satisfaction attractions waterfalls Parang Ijo with Jumog waterfall sights in Karanganyar Regency.

Keywords: *customer satisfaction, product quality, attractions waterfalls*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu jenis industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam menyediakan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktivitas yang lain. Sebagai Industri pariwisata yang merupakan rangkuman dari berbagai usaha secara bersama-sama menghasilkan produk-produk atau jasa-jasa atau layanan-layanan atau *services*, yang nantinya baik secara langsung ataupun tidak langsung akan dibutuhkan oleh wisatawan selama perjalanannya. Industri pariwisata merupakan industri yang tidak berdiri sendiri,

tetapi merupakan suatu industri dari serangkaian perusahaan yang menghasilkan produk yang berbeda satu dengan yang lainnya berbeda dalam besar perusahaannya, lokasinya, organisasinya dan fungsi serta metode yang dipergunakan di dalam pemasarannya (Sihite, 2008: 54).

Kabupaten Karanganyar merupakan salah satu daerah yang kaya akan objek wisata baik wisata alamnya yang sangat menarik, wisata budaya dan peninggalan sejarah. Salah satu potensi yang dimiliki oleh Kabupaten Karanganyar adalah objek wisata Air Terjun Parang Ijo dan objek wisata Air Terjun Jumog. Air Terjun Parang Ijo terletak di

lereng Gunung Lawu dan memiliki ketinggian sekitar 50 m. Air terjun ini berjarak tempuh sekitar 20 menit dari kompleks wisata candi Cetho. Lokasi objek wisata Air Terjun Parang Ijo terletak di Desa Girimulyo, Kecamatan Nargoyoso, Kabupaten Karanganyar, Provinsi Jawa Tengah. Fasilitas yang ditawarkan di tempat objek wisata Air Terjun Parang Ijo cukup lengkap antara lain arena permainan anak, kolam renang, *gazebo*, *rest area*, rumah makan dan panggung hiburan, juga terdapat akomodasi sebuah *cottage* dan beberapa *home stay* sekitar 1 km dari lokasi air terjun dengan kisaran harga sewa mulai Rp 50.000,00 hingga Rp 200.000,00 per malam.

Objek wisata Air Terjun Jumog terletak di Desa Berjo, Kecamatan Nargoyoso, Kabupaten Karanganyar, Provinsi Jawa Tengah. Air Terjun Jumog memiliki ketinggian sekitar 30 m, namun tetap memancarkan keindahan khas wisata alam. Air terjun ini dikenal masyarakat setempat dengan nama *The Lost Paradise* (surga yang hilang). Tempat wisata ini terletak di lereng Gunung Lawu sekitar 500 meter disebelah barat Candi Sukuh. Fasilitas objek wisata Air Terjun Jumog berupa menara, area bermain anak dan dewasa, kolam renang yang dekat dengan air terjun serta *rest area* yang dilengkapi dengan warung penjaja makanan.

Berdasarkan hasil pengamatan awal menunjukkan bahwa kedua objek pariwisata yaitu objek wisata Air Terjun Parang Ijo dan objek wisata Air Terjun Jumog memiliki fasilitas yang sama, namun dilihat dari sisi jumlah pengunjung objek wisata Air Terjun Jumog lebih banyak dibandingkan objek wisata Air Terjun Parang Ijo. Pengunjung objek wisata Air Terjun Jumog setiap hari minggu mencapai 1.000 orang lebih, sedangkan pengunjung objek wisata Air Terjun Parang Ijo setiap minggu mencapai kurang lebih 500 orang.

Berdasarkan gambaran kedua objek pariwisata yaitu objek wisata Air Terjun Parang Ijo dan objek wisata Air Terjun Jumog, peneliti ingin mengkaji mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas produk pada kedua objek wisata tersebut. Secara umum, kualitas

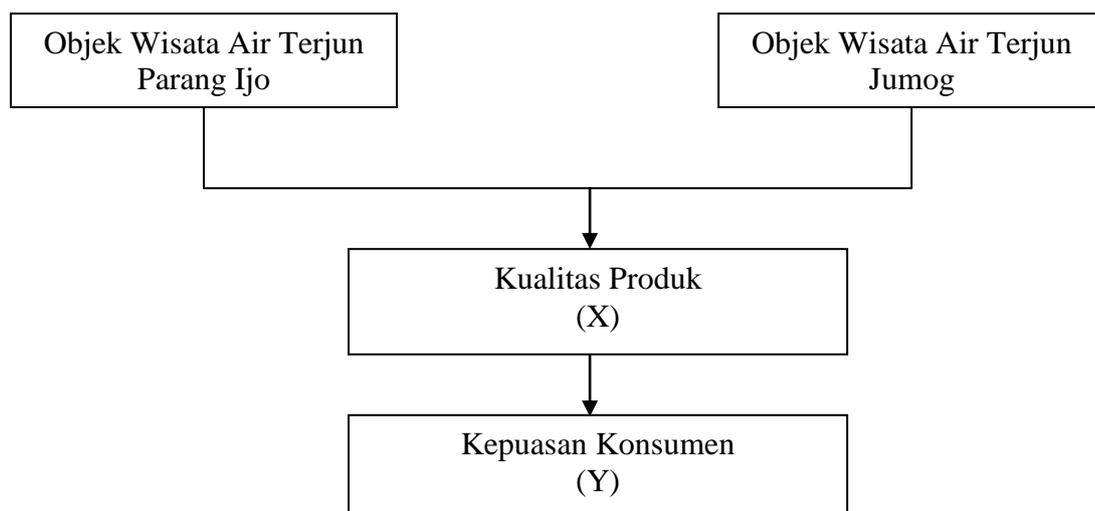
dianggap sebagai alat penting untuk memperoleh daya saing pemasaran, karena kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, merangsang niat untuk kembali dan mendorong perilaku untuk merekomendasikan. Hal ini juga diakui bahwa kualitas produk merupakan elemen penting dari evaluasi kunjungan. Kualitas jasa telah menerima banyak perhatian dalam komunitas bisnis yang lebih luas karena implikasi praktis untuk kepuasan pelanggan dan positif dari mulut ke mulut.

Masalah kualitas produk sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Kualitas produk perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama, sedangkan tujuan kualitas produk adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen/ pelanggan, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan. Untuk itu peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian perbandingan kepuasan konsumen pada objek wisata air terjun, mengapa hal tersebut dapat mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan, padahal keduanya memiliki strategi pemasaran yang hampir sama dan kualitas produk yang hampir sama, juga adakah perbedaan pada keduanya yang pada akhirnya mempengaruhi citra objek wisata air terjun dari kacamata konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk menganalisis signifikansi perbedaan kepuasan konsumen ditinjau dari kualitas produk pada objek wisata air terjun Parang Ijo dengan objek wisata air terjun Jumog di Kabupaten Karanganyar. 2) Untuk menganalisis signifikansi perbedaan kepuasan konsumen pada objek wisata air terjun Parang Ijo dengan objek wisata air terjun Jumog di Kabupaten Karanganyar.

Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis

Secara sistematis kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Keterangan :

Dari skema kerangka pemikiran di atas, terlihat bahwa terdapat dua variabel, yaitu:

1. Variabel Independen (Bebas)
Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, yang termasuk variabel bebas adalah kualitas produk.
2. Variabel Dependen (Terikat)
Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas, dalam hal ini adalah kepuasan konsumen.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H₁ : Ada perbedaan yang signifikan kepuasan konsumen ditinjau dari kualitas produk pada objek wisata air terjun Parang Ijo dengan objek wisata air terjun Jumog di Kabupaten Karanganyar.
- H₂ : Ada perbedaan yang signifikan kepuasan konsumen pada objek wisata air terjun Parang Ijo dengan objek wisata air terjun Jumog di Kabupaten Karanganyar.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan metode survei, jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan data kuantitatif, sumber data yang digunakan data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pengunjung yang telah menikmati objek wisata air terjun Parang Ijo dengan objek wisata air terjun Jumog di Kabupaten

Karanganyar selama bulan Juni s/d September 2015. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden untuk objek wisata air terjun Parang Ijo dan sebanyak 100 responden untuk objek wisata air terjun Jumog. Metode pengumpulan data yang digunakan : kuesioner, dokumentasi.

Definisi operasional variabel dan pengukurannya adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Produk
Kualitas produk adalah totalitas dari karakteristik produk yang meliputi kinerja produk, fungsi produk, keandalan produk, dan sebagainya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Variabel kualitas produk dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala Likert. Indikator-indikator variabel kualitas produk dalam penelitian ini mengacu pada teori yang dikemukakan Husein Umar (2001: 147) yang meliputi:
 - a. Kinerja (*performance*)
 - b. Dimensi Keistimewaan Tambahan (*feature*)
 - c. Keandalan (*reliability*)
 - d. Keawetan (*durability*)
 - e. Kesesuaian (*conformance*)
 - f. Dimensi Keindahan (*aesthetic*)
 - g. Dimensi Kemudahan Perbaikan (*serviceability*)
 - h. Dimensi Kualitas yang Dipersepsikan (*perceived quality*)

2. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang. Variabel kepuasan konsumen diukur dengan menggunakan skala Likert.

Indikator-indikator variabel kepuasan pelanggan dalam penelitian ini mengacu pada teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler (2007 : 206) meliputi:

- a. Kenyamanan yang dirasakan konsumen pada saat pelayanan diberikan
- b. Keyakinan pelanggan atas pelayanan yang diberikan
- c. Minat untuk datang kembali
- d. Perasaan puas atas perhatian dan pelayanan yang diberikan oleh karyawan
- e. Merekomendasikan pada orang lain

Penelitian ini menggunakan data yang bersumber dari data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui jawaban kuesioner. Teknik pengumpulan data menggunakan skala Likert lima poin yaitu: mulai dari Sangat Setuju (SS = 5); Setuju (S = 4); Netral (N = 3); Tidak Setuju (TS = 2) dan Sangat Tidak Setuju (STS = 1).

Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan rumus Korelasi Pearson, kriteria pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Butir instrumen dinyatakan valid jika menghasilkan $p\text{ value} < 0,05$. Pengujian reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach Alpha* dengan bantuan *software SPSS 21 for Windows*. Menurut Nunally suatu konstruk dikatakan reliabel apabila hasil pengujian menghasilkan *Cronbach Alpha* $> 0,60$ sebaliknya suatu konstruk dinyatakan tidak reliabel apabila menghasilkan *Cronbach Alpha* $\leq 0,60$.

Teknik analisis data menggunakan:

1. Uji normalitas atas residual dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* melalui alat bantu komputer program SPSS 21.
2. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan *Independent Sample T-Test*.

HASIL PENELITIAN

1. Karakteristik Responden

Adapun karakteristik responden yang dijadikan sampel penelitian adalah seperti tabel 1 berikut:

2. Hasil Uji Kualitas Instrumen

Uji kualitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Validitas validitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui tingkat ketepatan instrumen atau tingkat kemampuan instrumen penelitian untuk mengungkapkan data sesuai dengan masalah yang hendak diungkapkannya. Uji reliabilitas digunakan dengan tujuan untuk mengetahui sifat dari alat ukur yang digunakan, dalam arti apakah alat ukur tersebut akurat, stabil dan konsisten (Suharsimi Arikunto, 2006: 167).

Hasil uji validitas mengenai variabel yaitu kualitas produk masing-masing sebanyak 8 item kuesioner dinyatakan valid karena $p\text{-value} < 0,05$, kepuasan konsumen masing-masing sebanyak 5 item kuesioner dinyatakan valid karena $p\text{-value} < 0,05$.

Hasil uji reliabilitas mengenai variabel kualitas produk Parang Ijo sebesar 0,773, kualitas produk (jumog) sebesar 0,839, kepuasan konsumen Parang Ijo sebesar 0,791 dan kepuasan konsumen Jumog sebesar 0,865 menunjukkan nilai yang reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$.

3. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi yaitu data berasal dari distribusi yang normal. Jika data tidak berdistribusi normal, maka metode alternatif yang bisa digunakan adalah statistik non parametrik (Imam Ghazali, 2005: 140).

Tabel 1: Gambaran Umum Karakteristik Responden

Karakteristik	Keterangan	Parang Ijo	Jumog
Jenis Kelamin	Laki-Laki	38	42
	Perempuan	62	58
	Jumlah	100	100
Usia	< 25 Tahun	9	22
	25 - 30 Tahun	37	17
	31-35 Tahun	18	18
	36 - 40 Tahun	13	16
	41-45 Tahun	12	14
	> 45 Tahun	13	13
	Jumlah	100	100
Tingkat Pendidikan	SD	6	4
	SMP	26	22
	SMA/SMK	40	46
	Diploma	16	19
	Sarjana (S-1,S-2,S-3)	12	9
	Jumlah	100	100
Frekuensi Berkunjung	1 Kali	12	8
	2 Kali	18	12
	3 Kali	45	52
	> 3 Kali	25	28
	Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2016

Tabel 2: Hasil Uji Normalitas

Variabel	<i>p-value</i>	$\alpha = 0,05$	Kesimpulan
Kualitas Produk (Parang Ijo)	0,195	0,05	Berdistribusi Normal
Kualitas Produk (Jumog)	0,142	0,05	Berdistribusi Normal
Kepuasan konsumen (Parang Ijo)	0,129	0,05	Berdistribusi Normal
Kepuasan konsumen (Jumog)	0,065	0,05	Berdistribusi Normal

Sumber: Data penelitian diolah 2016

Tabel 3: Hasil Analisis Uji t-Test

Variabel	t	Sig.
Kualitas Produk	-2.687	0,008
Kepuasan Konsumen	-3.069	0,002

Sumber: Data penelitian diolah 2016

Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hasil uji normalitas dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov Test* menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kepuasan konsumen pada objek wisata air terjun Parang Ijo dan

responden objek wisata air terjun Jumog di Kabupaten Karanganyar menunjukkan *p-value* > 0,05 sehingga data berdistribusi normal.

4. Hasil Uji Beda

Uji beda dilakukan untuk mengetahui

apakah ada perbedaan kepuasan konsumen ditinjau dari kualitas produk pada objek wisata air terjun Parang Ijo dengan objek wisata air terjun Jumog di Kabupaten Karanganyar dilakukan uji perbedaan berpasangan *Independent Sample t-test*

5. Perbedaan kepuasan konsumen ditinjau dari kualitas produk pada objek wisata air terjun Parang Ijo dengan objek wisata air terjun Jumog di Kabupaten Karanganyar

Hasil analisis diperoleh *probability value* sebesar $0,008 < 0,05$ maka H_0 ditolak berarti ada perbedaan yang signifikan kepuasan konsumen ditinjau dari kualitas produk pada objek wisata air terjun Parang Ijo dengan objek wisata air terjun Jumog di Kabupaten Karanganyar. Sehingga hipotesis yang berbunyi: “Ada perbedaan yang signifikan kepuasan konsumen ditinjau dari kualitas produk pada objek wisata air terjun Parang Ijo dengan objek wisata air terjun Jumog di Kabupaten Karanganyar”, terbukti kebenarannya.

6. Perbedaan kepuasan konsumen pada objek wisata air terjun Parang Ijo dengan objek wisata air terjun Jumog di Kabupaten Karanganyar

Hasil analisis diperoleh *probability value* sebesar $0,002 < 0,05$ maka H_0

ditolak berarti ada perbedaan yang signifikan kepuasan konsumen pada objek wisata air terjun Parang Ijo dengan objek wisata air terjun Jumog di Kabupaten Karanganyar. Sehingga hipotesis yang berbunyi: “Ada perbedaan yang signifikan kepuasan konsumen pada objek wisata air terjun Parang Ijo dengan objek wisata air terjun Jumog di Kabupaten Karanganyar”, terbukti kebenarannya.

KESIMPULAN

Ada perbedaan yang signifikan kepuasan konsumen ditinjau dari kualitas produk pada objek wisata air terjun Parang Ijo dengan objek wisata air terjun Jumog di Kabupaten Karanganyar. Sehingga hipotesis yang berbunyi: “Ada perbedaan yang signifikan kepuasan konsumen ditinjau dari kualitas produk pada objek wisata air terjun Parang Ijo dengan objek wisata air terjun Jumog di Kabupaten Karanganyar”, terbukti kebenarannya. Ada perbedaan yang signifikan kepuasan konsumen pada objek wisata air terjun Parang Ijo dengan objek wisata air terjun Jumog di Kabupaten Karanganyar. Sehingga hipotesis yang berbunyi: “Ada perbedaan yang signifikan kepuasan konsumen pada objek wisata air terjun Parang Ijo dengan objek wisata air terjun Jumog di Kabupaten Karanganyar”, terbukti kebenarannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Husein Umar, 2001, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Imam Ghazali, 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penelitian Universitas Diponegoro, Semarang.
- Philip Kotler, 2007, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian*, Alih Bahasa Benyamin Molan, Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia, Salemba Empat, Jakarta.
- Sihite, 2008, *Hotel Management: Pengelolaan Hotel, SIC*, Surabaya.
- Suharsimi Arikunto, 2006, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta.