



Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung Dekleine Batu Culinary & Camp Café di Malang

Mib Vakul Hadi Anwar, Lilik Indayani*

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pengunjung Dekleine Batu Culinary & Camp Café di Malang. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif dengan pengujian hipotesis. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 96 responden yaitu pengunjung Dekleine Batu Culinary & Camp Café di Malang. Teknik pengambilan menggunakan metode accidental sampling. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2), koefisien korelasi parsial, uji t , uji f , dan uji asumsi klasik dengan menggunakan program aplikasi SPSS versi 18.0. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kuesioner dan data yang bersumber dari pengunjung Dekleine Batu Culinary & Camp Café di Malang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner.

Keywords: kualitas pelayanan, fasilitas, lokasi, kepuasan pengunjung

DOI:

<https://doi.org/10.47134/innovative.v1i4.49>

*Correspondence: Lilik Indayani

Email: lilikindayani@umsida.ac.id

Received: 20-10-2022

Accepted: 10-11-2022

Published: 19-12-2022



Copyright: © 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This study aims to determine the effect of service quality, facilities, and location on visitor satisfaction at Dekleine Batu Culinary & Camp Café in Malang. This research is a type of quantitative research with hypothesis testing. The sample used in this study were 96 respondents, namely visitors to Dekleine Batu Culinary & Camp Café in Malang. The sampling technique used the accidental sampling method. The analytical tools used in this research are multiple linear regression analysis, coefficient of determination (R^2), partial correlation coefficient, t test, f test, and classical assumption test using SPSS version 18.0 application program. The data used in this study are questionnaire data and data sourced from visitors to Dekleine Batu Culinary & Camp Café in Malang. Data collection techniques using questionnaires.

Keywords: service quality, facilities, location, visitor satisfaction

Pendahuluan

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, baik bisnis yang bergerak di bidang manufaktur maupun jasa. Untuk dapat memperoleh keunggulan dalam persaingan tersebut maka setiap perusahaan harus mampu memenuhi kepuasan pelanggannya, dengan strategi yang sesuai dengan jasa yang ia tawarkan. Menurut Tjiptono (2014) pemasaran merupakan salah satu sarana bagi perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Agar tujuan tersebut tercapai maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang atau jasa yang diinginkan konsumen dengan memberikan Jasa yang menarik, kepuasan pelanggan yang menyenangkan, fasilitas-fasilitas yang menunjang, dan lokasi yang strategis. Penyedia layanan dituntut untuk mampu memberikan jasa, kepuasan pelanggan, dan fasilitas yang terbaik bagi konsumen dalam segala hal.

Sekarang ini Indonesia sedang menghadapi masa pandemi Covid-19. Daerah-daerah di Indonesia banyak yang diterapkan lockdown. Sekolah dilakukan secara online, Pusat wisata, kebugaran dan hiburan ditutup sementara. Hal ini juga memberikan dampak pada sektor pariwisata yakni kunjungan wisatawan ke Indonesia dari tahun 2019 ke 2020 mengalami penurunan. Salah satu wisata yang berdampak dari pandemic yaitu di Batu-Malang tepatnya di Dekleine Batu Culinary & Camp Cafe.

Berdasarkan pengamatan peneliti, juga masih terdapat kesenjangan dan permasalahan dalam kepuasan pengunjung dimana kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan pegawai sudah bagus dan lokasinya nyaman tetapi menurut persepsi pengunjung bahwa fasilitas yang diberikan kurang memadai yaitu tempat indoor yang kurang banyak sehingga jika turun hujan, pengunjung harus berebut tempat indoor untuk berteduh.

Kepuasan pengunjung ditentukan oleh beberapa factor yaitu kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi (Almeida, 2019; Christou, 2018; Simpson, 2020). Kualitas pelayanan menurut Kotler dan Armstrong (2008) pelayanan adalah semua kegiatan atau manfaat yang dapat ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Factor selanjutnya yaitu fasilitas, Menurut Lupiyoadi (2016) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum jasa ditawarkan kepada konsumen. Pada dasarnya fasilitas dalam pariwisata merupakan faktor yang menentukan pilihan orang untuk berkunjung ke tempat wisata.

Fasilitas di tempat pariwisata yang lengkap akan menimbulkan kepuasan pengunjung (Halkos, 2021; Kaya, 2018; Mortazavi, 2021; Saragih, 2020). Fasilitas yang harus diberikan untuk memuaskan pengunjung misalnya tempat gedung yang nyaman dan luas, lahan parkir yang luas, pemandangan yang indah dan sejuk, serta kebersihan alat makan dan tempat untuk menikmati makanan yang bersih (Abusaada, 2021; Adam, 2019; Başarangil, 2018; Bhalla, 2019; Damanik, 2022; Hapsari, 2018; Lee, 2020; Sanz-Blas, 2019; Troisi, 2019).

Hal ini di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wiliam (2020) yang menunjukkan hasil bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Selain itu lokasi juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan seorang pengunjung, dimana pengunjung biasanya cenderung memilih lokasi yang mudah dijangkau dibandingkan lokasi yang sulit untuk menjangkaunya karena jauh. Salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas. Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik, dan sebagainya. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Samsul Huda & Ida Farida (2014) Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung hasil penelitian.

Dari beberapa uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pengunjung Deklaine Batu Culinary & Camp Café di Malang."

Metode

Lokasi menurut Ujang Sumarwan (2003) merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk dating dan berbelanja. Lokasi pada penelitian ini dilakukan pada pengunjung yang berkunjung di Dekleine Batu Culinary & Camp Cafe yang berlokasi di Jl.De kleine batu, jalibar, Batu Jawa Timur.

Menurut Sugiyono (2017) merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung di Dekleine Batu Culinary & Camp Cafe yang berlokasi di Jl.De kleine batu, jalibar, Batu Jawa Timur.

Penelitian ini menggunakan non probability sampling dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang akan secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Menurut Wibisono dalam Riduwan dan Akdon (2013), rumus dalam menghitung sampel pada populasi yang tidak diketahui adalah sebagai berikut:

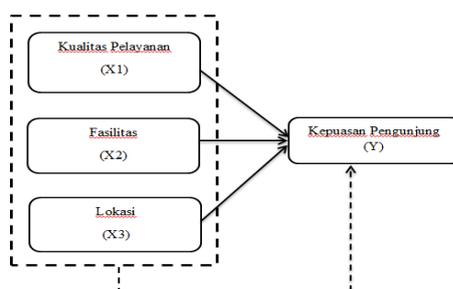
$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2 = \left(\frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right)^2 = 96,04$$

Dimana: n= jumlah sampel, $Z_{\alpha/2}$ = tabel distribusi normal sampel atau tingkat keyakinan, σ = standar deviasi populasi, e = tingkat kesalahan.

Berdasarkan perhitungan diperoleh jumlah sampel 96,04 yang harus di penuhi. Jadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 responden.

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Menurut Yoga Adiyanto (2020) Data kuantitatif adalah data penelitian yang berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistic. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan data sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan adalah data kuesioner dari pengunjung Dekleine Batu Culinary & Camp Café. Sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, melainkan lewat orang lain atau dokumen. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dengan melihat dokumen yang ada di Dekleine Batu Culinary & Camp Café.

Pada penelitian ini teknik untuk pengumpulan menggunakan metode kuisisioner / angket. Kuisisioner atau angket menurut Arikunto (2013) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini cara pengumpulan data menggunakan kuisisioner. Kuisisioner di buat di google form. Cara pengambilannya dengan cara pengunjung yang datang kekasir untuk memesan makanan dan minuman diminta untuk mengisi kuisisioner melalui google form



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Berdasarkan rumusan masalah dan pokok permasalahan diatas, maka dapat ditentukan hipotesis sebagai berikut:

H1= Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

H2= Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

H3= Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

H4= Kualitas Layanan, Fasilitas, dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengunjung.

Hasil dan Pembahasan

A. Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2012) uji normalitas bertujuan apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai kontribusi atau tidak.

**Tabel 3.1 Hasil Pengujian Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.30143620
Most Extreme Differences	Absolute	.097
	Positive	.069
	Negative	-.097
Kolmogorov-Smirnov Z		.946
Asymp. Sig. (2-tailed)		.332

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari hasil pengujian diperoleh nilai asymp.sig dari uji Kolmogorov Smirnov sebesar 0,332 ($0,332 > 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Uji linearitas pada penelitian ini menggunakan Test for linearity, hubungan antar variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05

Tabel 3.2 Hasil Pengujian Linieritas

Variabel	F	Sig. Linearity	Kondisi	Kesimpulan
X1 → Y	108,669	0,000	Sig < 0.05	Linear
X2 → Y	40,460	0,000	Sig < 0.05	Linear
X3 → Y	30,398	0,000	Sig < 0.05	Linear

Sumber : Output SPSS

Dari ketiga variabel diatas yaitu kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi menunjukkan nilai sig linearity < 0,05, maka dikatakan hubungan antar variabel bersifat linear, yang artinya jika ada kenaikan skor variabel bebas diikuti kenaikan skor variabel terikat.

c. Uji Multikolinieritas

Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance > 0,01 atau sama dengan nilai VIF < 10.

Tabel 3.3 Hasil Pengujian Multikolinieritas

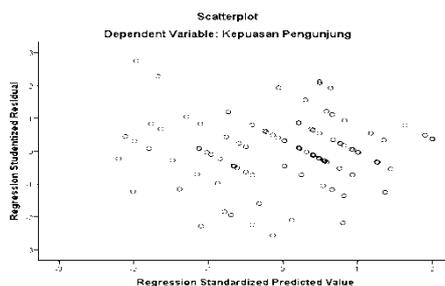
Model	Colleneryti Statistic	
	Tolerance	VIF
Constanta		
Kualitas pelayanan	,688	1,453
Fasilitas	,648	1,544
Lokasi	,712	1,405

Sumber : Output SPSS

Dari hasil pengujian diperoleh nilai VIF untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 1,453 (<10), variabel fasilitas sebesar 1,544 (<10) dan variabel lokasi 1,405 (<10). Berdasarkan hasil yang diperoleh maka dapat dinyatakan bahwa regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari multikolinieritas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Dasar analisisnya Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 2.
Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Sumber : Output data SPSS, 18.0

Berdasarkan gambar yang ada diatas, maka dapat dilihat bahwa tidak terjadi pola tertentu dan scatterplot titik - titik menyebar secara acak, baik di bagian atas angka 0 atau dibagian bawah angka 0 dari sumbu vertical atau sumbu Y, maka dapat menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi dalam penelitian ini merupakan analisis yang digunakan untuk mengukur suatu variabel bebas terhadap suatu variabel terikat. Dalam penelitian ini terdapat variabel cekuitas merek (X1), kualitas pelayanan (X2), harga (X3), dalam mempengaruhi variabel keputusan pembelian (Y) Hisana Fried Chicken di Sidoarjo.

Tabel 3.4 Tabel Uji Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t			
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.			
1	(Constant)	1.271	1.029		1.235	.220			
	Kualitas Pelayanan	.516	.079	.544	5.063	.000	.688	1.453	
	Fasilitas	.142	.071	.172	2.009	.004	.648	1.544	
	Lokasi	.134	.063	.174	2.133	.003	.712	1.405	

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan hasil yang ada pada tabel diatas dapat diketahui model regresinya dari ketiga variabel sebagai berikut:

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + e$$

$$Y = 1,271 + 0,516 X1 + 0,142 X2 + 0,134 X3 + e$$

3. Uji Parsial (Uji t)

Uji t (Parsial) digunakan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2), dan lokasi (X3) secara parsial terhadap kepuasan pengunjung (Y) menggunakan uji t. Berikut adalah hasil uji parsial dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.5 Pengujian hasil regresi linier berganda

Model		Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	1.271	1.029			1.235	.220		
	Kualitas Pelayanan	.516	.079	.544		5.063	.000	.688	1.453
	Fasilitas	.142	.071	.172		2.009	.004	.648	1.544
	Lokasi	.134	.063	.174		2.133	.003	.712	1.405

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 5% ($\alpha = 0,05$) dan degree of freedom sebesar $k=3$ dan $df2 = n-k-1$ ($96-3-1= 92$) sehingga diperoleh ttabel sebesar 1,66159, maka dapat disimpulkan:

- a. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung.
 H0 = variabel kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.
 H1 = variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.
 Berdasarkan tabel uji t diperoleh thitung sebesar 5,063 hal ini menunjukkan thitung 5,063 lebih besar dari ttabel 1,66159. Dengan demikian H0 ditolak dan H1 diterima, artinya variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Dekleine Batu Culinary & Camp Café.
- b. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengunjung.
 H0 = variabel fasilitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.
 H2 = variabel fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.
 Berdasarkan tabel uji t diperoleh thitung sebesar 2,009 hal ini menunjukkan thitung 2,009 lebih besar dari ttabel 1,66159. Dengan demikian H0 ditolak dan H2 diterima, artinya variabel fasilitas mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Dekleine Batu Culinary & Camp Café.
- c. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan pengunjung.
 H0 = variabel lokasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

H3 = variabel lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Berdasarkan tabel uji t diperoleh thitung 2,133, hal ini menunjukkan thitung 1,133 lebih besar dari ttabel 1,66159. Dengan demikian H0 ditolak dan H3 diterima, artinya variabel lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Dekleine Batu Culinary & Camp Café.

4. Uji Simultan (F)

Uji Simultan (Uji F) bertujuan untuk menguji pengaruh variabel kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2) dan lokasi (X3) secara simultan terhadap kepuasan pengunjung (Y) Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

H0 = Fhitung < Ftabel berarti H0 diterima dan Ha ditolak.

Ha = Fhitung > Ftabel berarti H0 ditolak dan Ha diterima.

Berikut adalah hasil uji simultan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.6 Hasil Uji Simultan

ANOVA ^b						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	208.720	3	69.573	39.780	.000 ^a
	Residual	160.905	92	1.749		
	Total	369.625	95			

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Pelayanan, Fasilitas

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Sumber : Output Data SPSS

Dari hasil pengujian secara simultan menunjukkan nilai Fhitung sebesar sedangkan Ftabel pada tingkat kepercayaan signifikansi sebesar 5% dan df sebesar k=3 dan df2 = n-k-1 (96-3-1=92) maka didapat nilai Ftabel sebesar. Oleh karena itu Fhitung 39,780 lebih besar dari Ftabel 2,70 dan tabel diatas juga menunjukkan nilai sig = 0,000 yang lebih kecil dari α=0,05 maka dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima, bahwa kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2) dan lokasi (X3) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengunjung (Y) di Dekleine Batu Culinary & Camp Café.

5. Koefisien Korelasi Berganda (Uji R)

Digunakan untuk menghitung tingkat keeratan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Berikut adalah tabel hasil pengujian uji R :

Tabel 3.7 Uji R

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
=1	.751 ^a	.565	.550	1.322	1.815

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Pelayanan, Fasilitas

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Jangkauan nilai R adalah berkisar antara 0 – 1. Semakin mendekati 1 berarti hubungan antara variable bebas secara bersama-sama dan variable terikat adalah semakin kuat. Semakin mendekati 0 berarti hubungan antara variable bebas secara bersama-sama dan variabel terikat semakin lemah atau bahkan tidak ada sama sekali. Dapat dilihat pada tabel uji R, nilai R sebesar 0,751 (75,1%) hal ini menunjukkan bahwa hubungan variabel independen dan variabel dependen cukup kuat karena nilainya lebih dari 24,9%.

B. Pembahasan

1. Hipotesis Pertama : Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pengunjung.

Berdasarkan analisis membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Dekleine Batu Culinary & Camp Café di Malang. Sehingga dapat dinyatakan bahwa Dekleine Batu Culinary & Camp Café menyediakan kualitas pelayanan yang bagus. Dekleine Batu Culinary & Camp Café memiliki tempat duduk yang rapi, dimana tempat duduk ditata diantara taman-taman yang bagus dan banyak bunga bermekaran disekeliling taman, juga didukung dengan pemandangan yang hijau dan sejuk.

Selain itu karyawan Dekleine Batu Culinary & Camp Café juga memberikan kualitas pelayanan yang bagus. Dimana karyawan memberikan pelayanan yang cepat dalam merespon permintaan pengunjung, agar pengunjung merasakan kepuasan dalam berkunjung di Dekleine Batu Culinary & Camp Café. Karyawan Dekleine Batu Culinary juga memberikan kualitas pelayanan berupa ketika menanggapi keluhan yang disampaikan oleh pengunjung karyawan dengan tanggap dan cepat menyelesaikan permasalahan tersebut. Hal ini didukung penelitian menurut Nadia Afrilliana (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Hipotesis Kedua : Fasilitas Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pengunjung.

Berdasarkan analisis membuktikan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Dekleine Batu Culinary & Camp Café sehingga dapat dinyatakan bahwa fasilitas yang diberikan oleh Dekleine Batu Culinary & Camp Café sudah memadai sehingga dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung. Kondisi fasilitasnya juga layak digunakan oleh pengunjung.

Kelengkapan fasilitas yang ada di Dekleine Batu Culinary & Camp Café meliputi gazebo, spot foto yang instagamable, tempat duduk yang banyak, wifi, serta fasilitas pendukung seperti mushollah dan toilet. Dekleine Batu Culinary & Camp Café mempunyai desain eksterior dan interior yang unik yaitu ruang kaca berbentuk prisma dengan pemandangan latar belakang gunung paderman dan hamparan peternakan kuda. Penelitian ini sejalan dengan penelitian menurut Oetama S (2017) menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

3. Hipotesis Ketiga : Lokasi Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pengunjung.

Berdasarkan analisis membuktikan bahwa lokasi terhadap kepuasan pengunjung Dekleine Batu Culinary & Camp Café. Lokasi yang strategis mempengaruhi kepuasan pengunjung. Salah satu yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung yaitu lahan parkir yang cukup luas. Untuk memuaskan pengunjung Dekleine Batu Culinary & Camp Café mempunyai lahan parkir yang luas dan penjagaannya juga aman.

Karena Dekleine Batu Culinary & Camp Café lokasinya berada di pegunungan sehingga mempunyai lingkungan yang nyaman dan bersih. Akses lalu lintas menuju ke Dekleine Batu Culinary & Camp Café juga lancar dan mudah untuk dijangkau karena didukung dengan adanya petunjuk berupa poster petunjuk arah panah untuk menuju ke Dekleine Batu Culinary & Camp Café. Penelitian ini sejalan dengan penelitian menurut Rido Setiawan et al., (2019) menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

4. Hipotesis Keempat : Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pengunjung.

Berdasarkan analisis membuktikan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, dan iklan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Dekleine Batu Culinary & Camp Café sehingga dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi bagus secara tidak langsung pengunjung akan merasakan kepuasan.

Jika pengunjung sudah merasakan tingkat kesesuaian harapan antara kinerja produk dengan apa yang diharapkan oleh pengunjung, maka pengunjung akan merasakan kepuasan. Secara tidak langsung pengunjung akan berminat untuk berkunjung kembali di Dekleine Batu Culinary & Camp Café. Kemudian pengunjung juga akan merekomendasikan Dekleine Batu Culinary & Camp Café kepada teman ataupun orang lain untuk berkunjung. Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Iqbal Krisdayanto et al (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Simpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Dekleine Batu Culinary & Camp Café. Hal ini mempunyai arti jika semakin bagus kualitas pelayanan yang diberikan maka pengunjung akan merasakan kepuasan tersendiri setelah berkunjung di Dekleine Batu Culinary & Camp Café. Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Dekleine Batu Culinary & Camp Café. Hal ini mempunyai arti jika semakin baik fasilitas yang diberikan dan didapatkan oleh pengunjung maka pengunjung akan semakin merasakan kepuasan pengunjung. Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Dekleine Batu

Culinary & Camp Café. Hal ini mempunyai arti semakin bagus lokasi Dekleine Batu Culinary & Camp Café maka pengunjung semakin merasakan kepuasan. Secara simultan kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Dekleine Batu Culinary & Camp Café. Hal ini berarti jika semakin baik dan bagus kualitas layanan, fasilitas, dan juga lokasi Dekleine Batu Culinary & Camp Café maka pengunjung akan semakin merasakan kepuasan.

Daftar Pustaka

- Abusaada, H. (2021). Improving visitor satisfaction in Egypt's Heliopolis historical district. *Journal of Engineering and Applied Science*, 68(1). <https://doi.org/10.1186/s44147-021-00022-y>
- Adam, I. (2019). A structural decomposition analysis of eco-visitors' motivations, satisfaction and post-purchase behaviour. *Journal of Ecotourism*, 18(1), 60–81. <https://doi.org/10.1080/14724049.2017.1380657>
- Ahmad Samsul Huda Ida Farida. 2014. "Pengaruh Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Toko Elektronik Di Pati." *Jurnal Ekonomi dan Bianis*.
- Akdon dan Ridwan. 2013. *Rumusdan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Almeida, A. (2019). Uncovering the factors impacting visitor's satisfaction: evidence from a portfolio of events. *International Journal of Event and Festival Management*, 10(3), 217–247. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-01-2019-0002>
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Başarangil, İ. (2018). The relationships between the factors affecting perceived service quality, satisfaction and behavioral intentions among theme park visitors. *Tourism and Hospitality Research*, 18(4), 415–428. <https://doi.org/10.1177/1467358416664566>
- Bhalla, P. (2019). Visitors' satisfaction from ecotourism in the protected area of the Indian Himalayan Region using importance–performance analysis. *Journal of Global Scholars of Marketing Science: Bridging Asia and the World*, 29(2), 162–179. <https://doi.org/10.1080/21639159.2019.1577157>
- Christou, P. (2018). Exploring the emotional dimension of visitors' satisfaction at cultural events. *Event Management*, 22(2), 255–269. <https://doi.org/10.3727/152599518X15173355843389>
- Damanik, J. (2022). Effects of perceived value, expectation, visitor management, and visitor satisfaction on revisit intention to Borobudur Temple, Indonesia. *Journal of Heritage Tourism*, 17(2), 174–189. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2021.1950164>
- Ghazali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS*. Penerbit Universitas Diponegoro. Yoyakarta.

- Halkos, G. (2021). Activities, motivations and satisfaction of urban parks visitors: A structural equation modeling analysis. *Economic Analysis and Policy*, 70, 502–513. <https://doi.org/10.1016/j.eap.2021.04.005>
- Hapsari, R. (2018). Creating educational theme park visitor loyalty: The role of experience-based satisfaction, image and value. *Tourism and Hospitality Management*, 24(2), 359–374. <https://doi.org/10.20867/thm.24.2.7>
- Iqbal Krisdayanto, Andi Tri Haryono , SE,MM. dan Edward Gagah PT , SE,MM. 2020. “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di I Cafe Lina Putra Net Bandungan.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Kaya, S. M. (2018). Effects of daylight design features on visitors’ satisfaction of museums. *Indoor and Built Environment*, 27(10), 1341–1356. <https://doi.org/10.1177/1420326X17704028>
- Lee, S. (2020). Exploring Theme Park Visitors’ Experience on Satisfaction and Revisit Intention: A Utilization of Experience Economy Model. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 21(4), 474–497. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2019.1691702>
- Lupiyoadi. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Mortazavi, R. (2021). The relationship between visitor satisfaction, expectation and spending in a sport event. *European Research on Management and Business Economics*, 27(1). <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2020.10.002>
- Nadia Afrilliana. 2020. “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Palembang.” *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, Vol. 1, No. 2.
- Oetama, S. 2017. Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Mandiri (Persero) Tbk Di Sampit. (2001), 59–65.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong. 2008. *Manajemen Pemasaran* (edisi 13). Erlangga.
- Rido Setiawan, Kosasih, Ajat Sudrajat. 2019. “Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Limasan Kafe Karawang.” *Buletin Studi Ekonomi*. Vol. 24. No. 2.
- Sanz-Blas, S. (2019). The sustainability of cruise tourism onshore: The impact of crowding on visitors’ satisfaction. *Sustainability (Switzerland)*, 11(6). <https://doi.org/10.3390/su11061510>
- Saragih, H. S. (2020). Segmentation of music festival visitors by values of hedonia, life satisfaction and eudaimonia. *International Journal of Event and Festival Management*, 11(4), 453–472. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-03-2020-0016>
- Simpson, G. D. (2020). Exploring motivation, satisfaction and revisit intention of ecolodge visitors. *Tourism and Hospitality Management*, 26(2), 359–379. <https://doi.org/10.20867/THM.26.2.5>

-
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta. Jakarta.
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen Teori Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta Selatan: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi.
- Troisi, O. (2019). Evaluating festival attributes adopting S-D logic: The mediating role of visitor experience and visitor satisfaction. *Marketing Theory*, 19(1), 85–102. <https://doi.org/10.1177/1470593118772207>
- William dan Tiurniari Purba. 2020. "Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mazda Di Kota Batam The Effect Of Service And Quality Facilities Of Customer Satisfaction On Mazda Workshop In Batam City." *Jurnal EMBA*, Vol.8 No.1.
- Yoga Adiyanto. 2020. "Pengaruh Harga Trayek Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Bus Damri Trayek Serang – Sumur Di Kantor Cabang Perum Damri Serang." *Jurnal Ekonomi Vokasi*, Vol. 3 No 2.