

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, TARIF MASUK, DAN
HARGA MAKANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA OBJEK AGRO WISATA LATUPPA
DI KOTA PALOPO**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh

RATNASARI

16 0401 0231

Pembimbing

1. **Zainuddin S,SE.,M.AK**
2. **Nurdin Batjo, S.Pt.M.Si,M.M**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2021**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ratnasari
NIM : 16 0401 0231
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan / karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditujukan sumbernya. Segala kekeliruan dan kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bila mana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administrative atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 06 April 2021

Yang membuat pernyataan



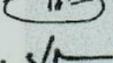
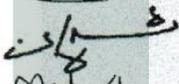
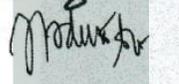
Ratnasari
Nim.16 0401 0231

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Masuk dan Harga Makanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Objek Agro Wisata Latuppa di Kota Palopo yang ditulis oleh Ratnasari Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 16 0401 0231, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa, tanggal 14 September 2021 miladiyah bertepatan dengan 7 Safar 1443 Hijriyah, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Palopo, 10 November 2021

TIM PENGUJI

- | | | |
|----------------------------------|---------------|--|
| 1. Dr. Takdir, S.H., MH. | Ketua Sidang | () |
| 2. Muzayyanah Jabani, ST., M.M. | Penguji I | () |
| 3. Nur Ariani Aqidah, SE., M.Sc. | Penguji II | () |
| 4. Zainuddin S, SE., M.Ak. | Pembimbing I | () |
| 5. Nurdin Batjo, S.Pt., M.M. | Pembimbing II | () |

Mengetahui

a.n Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah


Dr. Hj. Ramlah M., M.M.
NIP. 196102081994032001


Dr. Fajriha, S.El., M.El.
NIP. 198102132006042002

IAIN PALOPO

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى
وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ آمِينَ

Alhamdulillah, segala Puji dan syukur kehadiran Allah swt, atas segala Rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga skripsi dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Masuk dan Harga Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Objek Agro Wisata Latuppa di Kota Palopo “ dapat di selesaikan tepat waktu dan sesuai dengan diharapkan.

Selawat dan salam atas junjungan Rasulullah saw, keluarga, sahabat dan seluruh pengikutnya hingga akhir zaman Nabi yang diutus Allah SWT, sebagai uswatun hasanah bagi seluruh alam semesta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis banyak menghadapi kesulitan. Namun, dengan ketabahan dan ketekunan yang disertai dengan doa, bantuan, petunjuk, masukan dan dorongan moril dari berbagai pihak, sehingga Alhamdulillah skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Oleh karna itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada orang tua tercinta, Ayahanda Syamsuddin, Ibunda Mulia yang senantiasa memanjatkan doa kehadiran Allah swt memohon keselamatan dan

kesuksesan bagi putrinya, telah mengasuh dan mendidik penulis dengan kasih sayang sejak kecil hingga sekarang, begitu banyak pengorbanan yang telah mereka berikan kepada penulis baik secara moril maupun materil. Sungguh penulis sadar tidak mampu untuk membalas semua itu hanya doa yang dapat penulis berikan untuk mereka semoga senantiasa berada dalam pelukan kasih sayang Allah swt.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terimah kasih kepada semua pihak yaitu :

1. Rektor IAIN Palopo, Prof. Dr. Abdul Pirol, M. Ag. Wakil Rektor I, Dr. H. Muamar Arafat, M.H, Wakil Rektor II, Dr. Ahmad Syarif Iskandar, S.E., M.M dan Wakil Rektor III, Dr. Muhaemin, M.A. yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat penulis membina ilmu pengetahuan.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, dalam hal ini Dr. Hj. Ramlah M., M.M. Wakil Dekan I, Dr.Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. Wakil Dekan II, Tajuddin, S.E.,M.Si., Ak., CA. Wakil Dekan III Dr. Takdir, S.H., M.H. dan Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Dr Fasiha, M.EI. yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Dosen Pembimbing I, Zainuddin S, SE., M.Ak. dan Dosen Pembimbing II, Nurdin Batjo, S.Pt., M.Si, M.M. yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dengan tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.

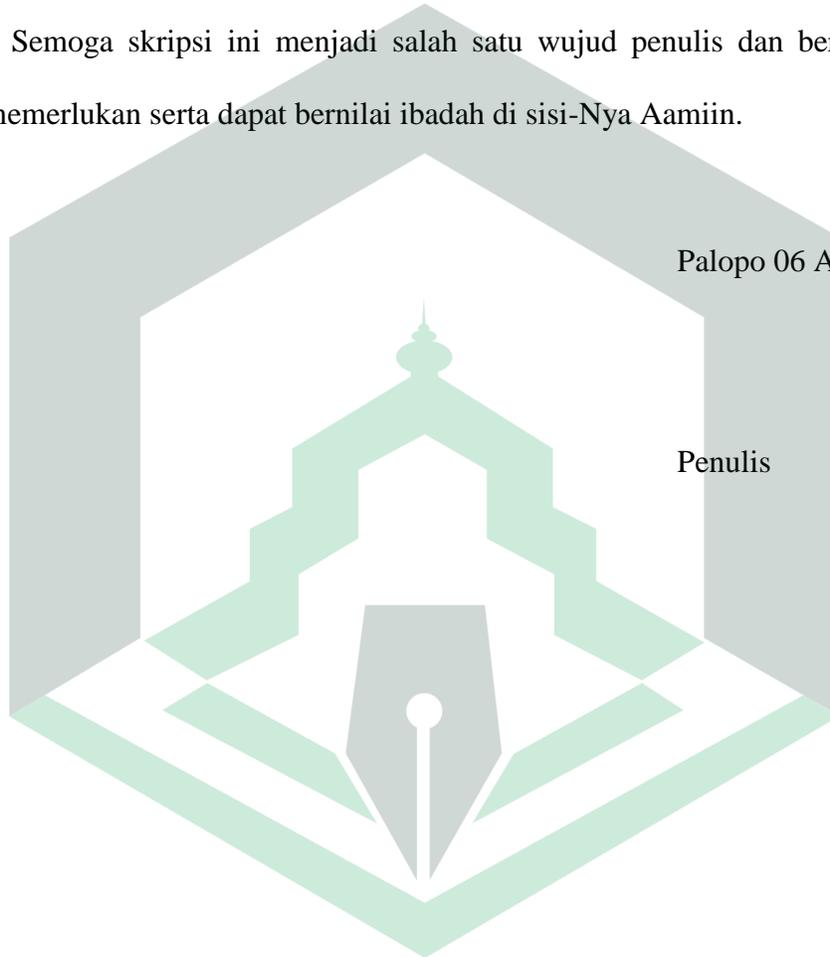
4. Bapak Ibu Dosen dan Staf IAIN Palopo yang telah banyak membantu dan memberikan tambahan ilmu, khususnya dalam bidang pendidikan agama Islam.
5. Kepada Kepala Perpustakaan dan segenap karyawan IAIN Palopo yang telah memberikan peluang untuk mengumpulkan buku-buku dan melayani penulis untuk keperluan studi kepustakaan dalam penulisan skripsi ini.
6. Terkhusus kepada orang tuaku tercinta ayahanda Syamsuddin dan ibunda Mulia yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang, dan segala yang telah diberikan kepada anak-anaknya, serta ketiga saudara saya, Ramlah, Ramli dan Rastika yang selalu memberikan dukungannya kepada penulis.
7. Tercinta teman karib Seliani Kasman dan Riska yang selalu menemani dalam pengurusan dan selalu memberikan support kepada penulis.
8. Tercinta teman-teman seperjuangan terutama angkatan 2016 Ekonomi Syariah kelas E dan Posko KKN Desa Wonorejo yang selama ini selalu memberikan motivasi dan bersedia membantu serta senantiasa memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi.
9. Keluarga besar Pengelola Agro Wisata Latuppa yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Sering doa, semoga amal kebaikan serta keikhlasan pengorbanan mereka mendapat pahala yang setimpal dari Allah swt, dan selalu diberi petunjuk kejalan yang lurus sertamen dapat Ridho-Nyaamin.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam rangka kemajuan system ekonomi islam dan semoga usaha penulis bernilai ibadah disisi Allah stw, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan serta masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karna itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun, penulis menerima dengan hati yang ikhlas. Semoga skripsi ini menjadi salah satu wujud penulis dan bermanfaat bagi yang memerlukan serta dapat bernilai ibadah di sisi-Nya Aamiin.

Palopo 06 April 2021

Penulis



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab – Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya kedalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Şa	ş	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	We	W	We
ه	Ha	H	Ha

ء	Hamzah	'	Apostrof
ى	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vocal nya tanpa diberitanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri atas vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau dipotong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda harakat translirasinya adalah sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	<i>fathah</i>	A	A
إ	<i>Kasrah</i>	I	I
أ	<i>dammah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabung antara harakat dan huruf, translirasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيّ	<i>fathah danyā'</i>	A	A
أَوْ	<i>fathahdanwau</i>	I	I

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

لَهُوَ : *hauwa*

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf adalah huruf danda, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أ... ...ى	<i>fathah</i> dan <i>lifatauyā</i>	Ā	a dan garis di atas
ي	<i>Kasrah</i> dan <i>yā</i>	Ī	i dan garis di atas
و	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. Tā' marbūtah

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu: *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun transliterasinya adalah [h].

Kalaupun pada kata yang berakhirdengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَأْدَةُ الْأَوْصِيَاءِ : *rauḍah al-awṣiā'*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

5. Syaddah

Syaddah atau *tasydid*, yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقُّ : *al-ḥaqq*

الْحَجُّ : *al-ḥajj*

نُعَمُّ : *nu‘ima*

عُدُّوْا : *‘aduwwun*

Jika huruf ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ِ), ia ditransliterasikan seperti huruf *maddah* *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ : *Alī* (bukan ‘Aliyyatau ‘Aly)

عَرَبِيٌّ : ‘Arabī (bukan ‘Arabiyyatau Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *alif lam ma‘arifah* (*alif lam ma‘arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang

ditransliterasikan seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiya* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalah* (bukan *az-zalzalah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْءُ : *an-nau'*

سَيِّئٌ : *syai'un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

8. Penulisan kata Arab yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia

Kata, istilah, atau kalimat Arab yang ditransliterasikan adalah kata, istilah, atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah, atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah dan

munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, mereka harus ditransliterasikan secara utuh,

Contoh:

Syarh al-Arba 'īnal-Nawāwī

RisālahfīRi'āyah al-Maṣlahah

9. Lafz al-Jalālah (الله)

Kata “Allah” yang di dahului partikel seperti huruf*jar* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ dīnullāh بِاللَّهِ billāh

Adapun *tā' marbūtah*di akhir kata yang disandarkan kepada*lafz al-jalālah* ditransliterasi dengan huruf[t].

Contoh:

اللَّهُرَّحْمَةًفِيهِمْ hum firahmatillāh

10. Huruf kapital

Walau system tulisan Arab tidak mengenal huruf capital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf capital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada

awal kalimat, huruf Adari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, CP, CDK, dan DR).

Contoh:

WamāMuhammadunillārasūl

Inna awwalabaitinwuḍi‘alinnāsilallaḏī bi Bakkatamubārakan

SyahruRamaḏān al-laḏīunzilafih al-Qur’ān

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī

NaṣrḤāmidAbūZayd

Al-Tuḏī

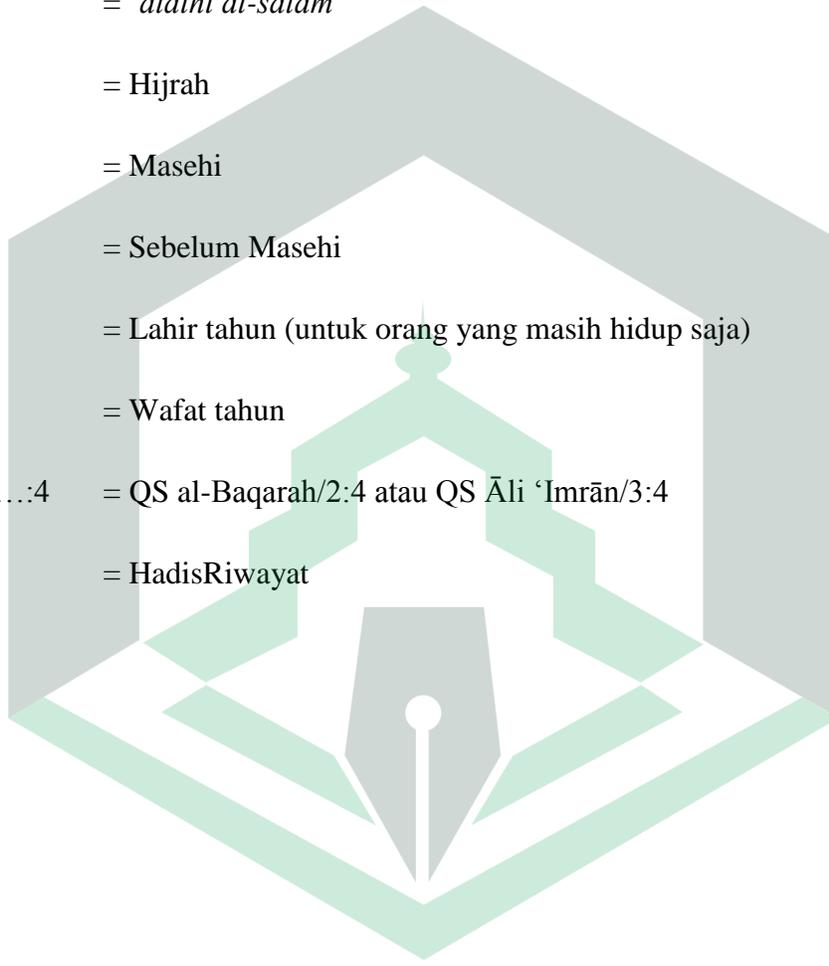
Al-Maṣlahahfī al-Tasyrī‘ al-Isālmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) danAbū (bapak dari) sebagainama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibnRusyd, ditulismenjadi: IbnuRusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, IbnuAbū al-Walīd Muhammad) NaṣrḤāmidAbūZaīditulismenjadi: AbūZaīd, NaṣrḤāmid (bukan: Zaīd, NaṣrḤāmidAbū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:



swt.	= <i>subhānahūwata ‘ālā</i>
saw	= <i>ṣallallāhu ‘alaihiwasallam</i>
as	= <i>‘alaihi al-salām</i>
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
I	= Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	= Wafat tahun
QS.../...:4	= QS al-Baqarah/2:4 atau QS Āli ‘Imrān/3:4
HR	= Hadis Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PRAKARTA	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	viii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR AYAT	xviii
DAFTAR HADIS	xix
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
ABSTRAK	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN TEORI	8
A. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan	8
B. Landasan Teori	10
C. Kerangka Pikir	27
D. Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Jenis Penelitian	29
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	29
C. Definisi Operasional variabel	30
D. Populasi dan Sampel	31
E. Teknik Pengumpulan Data	32
F. Instrumen Penelitian	34
G. Uji Validitas dan Reliabilitas	35
H. Teknik Analisis Data	36

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
	A. Hasil Penelitian	39
	B. Pembahasan	66
BAB V	PENUTUP	69
	A. Simpulan	69
	B. Saran	71

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat 1 QS al-Ankabut/29: 20	2
Kutipan Ayat 2 QS at-Taubah/9: 105	12
Kutipan Ayat 3 QS an-Nisa/4: 58	24
Kutipan Ayat 4 QS al-Anfal/8 :58	25
Kutipan Ayat 5 QS Hud/11: 85	26



DAFTAR HADIS

Hadis 1 Hadis Tentang Pelayanan	11
Hadis 2 Hadis Tentang Tingkah Laku yang Sopan	13
Hadis 3 Hadis tentang Penetapan Harga Makanan	19



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	30
Tabel 4.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.2 Uji Normalitas	44
Tabel 4.3 Uji Multikolinearitas	45
Tabel 4.4 Uji Heterokedastisitas	46
Tabel 4.6 Deskriptif variabel kualitas pelayanan	47
Tabel 4.7 Deskriptif variabel Tarif Masuk	51
Tabel 4.8 Deskriptif variabel Harga Makanan	53
Tabel 4.9 Deskriptif variabel Kepuasan Pelanggan	55
Tabel 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan umur	60
Tabel 4.11 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.12 Hasil Regresi Linear Berganda	62
Tabel 4.13 Hasil Uji F	63
Tabel 4.14 Hasil Uji T	64
Tabel 4.15 Uji Koefisien Determinasi	65



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir 27



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Angket (kuesioner)
- Lampiran 2 Dokumentasi
- Lampiran 3 Riwayat Hidup
- Lampiran 4 Nota Dinas Pembimbing
- Lampiran 5 Persetujuan Pembimbing
- Lampiran 6 Turnitin
- Lampiran 7 verifikasi
- Lampiran 8 Riwayat Hidup



ABSTRAK

Ratnasari, 2021. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Masuk, dan Harga Makanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Objek Agro Wisata Latuppa di Kota Palopo”. Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Zainuddin S dan Nurdin Batjo.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Masuk, Dan Harga Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Objek Agro Wisata Latuppa Di Kota Palopo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi adalah jumlah pelanggan Agro Wisata Latuppa dengan jumlah 1.011 orang. Sampel yang digunakan sebanyak 288 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik Non Probability Sampling. Data diperoleh melalui, observasi, kuesioner dan dokumentasi. Selanjutnya, data penelitian ini dianalisis dengan Analisis Regresi linear berganda yang dihitung menggunakan teknik persentase dengan penghitungan melalui SPSS 22.0. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh positif dan signifikan dimana berdasarkan hasil penelitian ketiganya secara bersama sama memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan pelanggan pada objek agro wisata latuppa di kota palopo. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat signifikan 0,000 berada dibawah atau lebih kecil dari 0,05. Dengan nilai t_{hitung} sebesar 10,666 lebih besar dari f_{hitung} yaitu 7,420 dengan nilai signifikan sebesar 0.000. Berarti nilai signifikan berada dibawah 0.05, artinya bahwa secara simultan berpengaruh antara variabel Kualitas Pelayanan, Tarif Masuk dan Harga Makanan pada objek agro wisata latuppa di kota palopo atau dengan kata lain H_0 diterima.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Tarif Masuk, Harga Makanan, dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Ratnasari, 2021. "The Effect of Service Quality, Entrance Rates, and Food Prices on Customer Satisfaction in Latuppa Tourism Agro Objects in Palopo City". Thesis of Sharia Economics Study Program Faculty of Economics and Islamic Business Islamic Institute of Islamic Studies in Palopo. Supervised by Zainuddin S and NurdinBatjo.

This study aims to determine the effect of Effect of Service Quality, Entrance Rates, and Food Prices on Customer Satisfaction in Latuppa Agro Tourism Objects in Palopo City. This study uses a quantitative approach. The population is the number of Latuppa Agro Tourism customers with 1,011 people. The samples used were 288 people. Sampling is done by non probability sampling to draw conclusions. Data obtained through observation, questionnaire and documentation. Furthermore, the data of this study were analyzed by multiple linear regression analysis which was calculated using percentage techniques with calculations through SPSS 22.0. The results showed that there was a positive and significant effect on service quality, entrance fees, and food prices on latuppa agro tourism objects in the city of Palopo. This has been proven by a regression coefficient of 10,666 with a significant value of $0.000 < 0.05$. Besides that the Fcount value is 7,420 and the significant value is 0,000. It means that the significant value is below 0.05, meaning that it simultaneously influences the variables of Service Quality, Entrance Rates and Food Prices on latuppa agro tourism objects in Palopo city or in other words H_a is accepted. And there is a positive and significant influence on service quality, entrance fees and food prices on customer satisfaction of Latuppa tourism oagro attractions in Palopo city.

Keywords: Service Quality, Entrance Rates, Food Prices, and Customer Satisfaction

تجريد البحث

راتناساري، 2021. "تأثير جودة الخدمة ، ومعدلات الدخل ، وأسعار المواد الغذائية على رضا العملاء في كائنات لاتوبا السياحية الزراعية في مدينة بالوبو". أطروحة برنامج دراسة الاقتصاد الشرعي كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية معهد الدراسات الإسلامية في بالوبو. تحت إشراف زين الدين إس ونور دين باتجو

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تأثير تأثير جودة الخدمة ، ومعدلات الدخل ، وأسعار المواد الغذائية على رضا العملاء في كائنات السياحة لاتوبا الزراعية في مدينة بالوبو. يستخدم هذا البحث نهجًا كميًا. عدد السكان هو عدد عملاء لاتوبا السياحية الزراعية مع 1011 شخص. كانت العينات المستخدمة 288 شخصًا. يتم أخذ العينات من خلال مراقبة تقنية الأشخاص الذين عملوا / تزوجوا في كائنات لاتوبا السياحية الزراعية لاستخلاص النتائج. البيانات التي تم الحصول عليها من خلال المراقبة والاستبيان والتوثيق. علاوة على ذلك ، تم تحليل بيانات هذه الدراسة عن طريق تحليل الانحدار الخطي المتعدد الذي تم حسابه باستخدام تقنيات النسبة المئوية مع الحسابات من خلال SPSS 22.0. أوضحت النتائج أن هناك تأثيرًا إيجابيًا وكبيرًا على جودة الخدمة ورسوم الدخل وأسعار المواد الغذائية على كائنات السياحة الزراعية في مدينة بالوبو. وقد تم إثبات ذلك من خلال معامل الانحدار $0.270 > 0.000$ بقيمة كبيرة $0.05 > 0.000$. بالإضافة إلى ذلك ، فإن قيمة F المحسوبة هي 7,420 والقيمة الهامة هي 0,000. وهذا يعني أن القيمة الهامة أقل من 0,05 ، مما يعني أنها تؤثر في الوقت نفسه على متغيرات جودة الخدمة ، ومعدلات الدخل ، وأسعار المواد الغذائية على كائنات السياحة الزراعية في لاتوبا في مدينة بالوبو أو بعبارة أخرى يتم قبول هكتار. وهناك تأثير إيجابي وهام على جودة الخدمة ورسوم الدخل وأسعار المواد الغذائية على رضا العملاء عن مناطق الجذب السياحية في مدينة لاتوبا في مدينة بالوبو.

الكلمات الرئيسية: جودة الخدمة ، أسعار الدخل ، أسعار المواد الغذائية ، ورضا العملاء

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Objek wisata adalah tempat dimana kita menemukan kesinambungan atau keselarasan serta kebahagiaan dengan lingkungan hidup, dengan berwisata kita dapat menghilangkan sedikit kejenuhan setelah melakukan berbagai kegiatan yang berat. Kesibukan masyarakat yang semakin meningkat telah membuat beragam objek wisata menjadi kebutuhan pokok sebagai penyeimbang kesibukan mereka tersebut, hingga membawa berbagai manfaat bagi masyarakat setempat dan sekitarnya. Hal tersebut bisa menjadi keuntungan bagi daerah yang memiliki aset berupa objek wisata yang diminati masyarakat. Pendapatan kas daerah bisa mengalami peningkatan seiring berkembangnya beragam objek wisata di daerah tersebut.¹

Dalam Undang Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan dikemukakan bahwa pariwisata merupakan beragam macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah daerah. Berdasarkan pernyataan tersebut, pariwisata didukung oleh semua komponen yang ada di dalamnya. Pariwisata adalah salah satu sektor yang menyumbangkan penghasilan yang besar bagi daerah, Retribusi daerah

¹Eka Ruri Febriantri, *Potensi Objek Wisata Permandian Air Panas Desa Merak Batin Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan*, Skripsi, (Lampung : Program Sarjana Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung, 2013),h.89.

sebagian besar berasal dari sektor pariwisata.²Oleh karna itu pengembangan sektor pariwisata perlu di lakukan untuk meningkatkan laju perekonomian daerah dan meningkatkan kesejahteraan warga sehingga Tiap tiap daerah berupaya untuk mengembangkan potensi daerahnya.Tujuan Islam dalam menggalakkan pariwisata, yang merupakan tujuan paling utama, adalah untuk mengenal Tuhan.Dalam berbagai ayat Al-Quran, Allah SWT menyeru manusia untuk melakukan perjalanan di atas bumi dan memikirkan berbagai fenomena dan penciptaan alam. Allah SWT berfirman dalam QS al-Ankabut /29 : 20 yang berbunyi:³

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ
إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ (٢٠)

Terjemahnya :

Katakanlah: "Berjalanlah di bumi, maka perhatikanlah bagaimana (Allah) Memulai penciptaan (makhluk), kemudian Allah menjadikan kejadian yang akhir. Sungguh, Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.

Ayat ini menjelaskan bahwa berjalan di muka bumi akan membuka mata dan hati untuk melihat penorama-panorama baru yang tidak biasa dilihat mata. Ini

²Wikipedia,UU 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan .[.https:// www. jogloabang. com/ pustaka/ uu- 10- 2009- kepariwisataan](https://www.jogloabang.com/pustaka/uu-10-2009-kepariwisataan). Di Akses Pada Tanggal 02 mei 2019.

³Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Cet 1 : Jakarta : PT. Insan media pustaka, 2014),h.77.

merupakan pengarahannya yang mendalam kepada suatu hakikat yang detail. Sementara manusia hidup di tempat yang biasa ia diami sehingga ia hampir tak memperhatikan sesuatu dari panoramanya atau keagungan-Nya.

Perkembangan pariwisata tidak luput dari persaingan dalam dunia bisnis, sehingga menuntut setiap pengelolaannya memberikan pelayanan yang terbaik terutama untuk kepuasan pelanggannya. Kepuasan pelanggan merupakan anggapan terhadap kualitas produk dan jasa dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Jika kualitas baik maka pelanggan sangat merasa puas, tapi jika kualitas buruk maka pelanggan tidak merasa puas.⁴

Agro Wisata Latuppa adalah salah satu tempat wisata yang ada di kota palopo yang cukup di kenal. Wisata yang di tawarkan tidak hanya kolam renang dan penginapan tetapi juga menyajikan suguhan pemandangan alam kawasan pertanian dengan aktivitas di dalamnya, baik persiapan lahan, penanaman, pengolahan hasil panen, sampai dalam bentuk siap di pasarkan. Para wisatawan bahkan biasa membeli produk pertanian sebagai Oleh-oleh jika anda ingin berkunjung ke Agro Wisata Latuppa cukup menyiapkan uang sebesar Rp. 5.000 per orang.

Pengelola Agro Wisata Latuppa memiliki beberapa masalah yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan seperti mahalnya harga tiket di permandian agro wisata, dimana

⁴Wikipedia, Agro wisata palopo, <https://makassar.terkini/puaskan-perjalanan-anda-di-kota-palopo-dengan-mengunjungi-agro-wisata-latuppa/>. Di Akses Pada Tanggal 3 Mei 2019.

harga tiket masuk pada hari senin sampai jumat 50.000 per orang dan untuk hari sabtu dan minggu seharga 55.000 per orang. Inilah yang menjadi keluhan sejumlah pelanggan.

Pada objek Agro Wisata Latuppa yang ada di kota palopo ini, lokasinya yang terbuka menjadikan kawasan kolam ini selalu memiliki udara yang sejuk dengan pemandangan alam yang indah di pandang mata dan juga memiliki lahan parkir yang sangat luas dibanding wisata lainnya yang ada di kota palopo, sehingga nyaman di kunjungi. Namun Kelebihan kelebihan yang dimiliki belum bisa menjadikan wisata tersebut sebagai satu satunya primadona wisata yang ada di kota palopo, sehingga masih banyak yang perlu di benahi dari objek wisata tersebut karena pada dasarnya dari segi lokasi, objek wisata tersebut sudah memiliki modal utama yang mampu menjadi daya tarik pelanggan, Namun yang menjadi masalah adalah tarif masuk dan harga makanan, dimana menjadi hal yang sangat penting dalam suatu pemasaran yang merupakan salah satu penentu dalam keberhasilan suatu objek wisata, Akan tetapi keputusan mengenai harga tidaklah mudah untuk di lakukan. Harga yang mahal bisa meningkatkan keuntungan jangka pendek akan tetapi di sisi lain tentu sulit di jangkau oleh konsumen dan sulit bersaing dengan kompotitor.

Berdasarkan kondisi yang telah di jelaskan tersebut maka di perlukan suatu penelitian pada para pelanggan wisata terhadap permasalahan yang bersangkutan dengan objek wisata tersebut yaitu melalui kualitas pelayanan dan Harga/ Tarif masuk. Uraian tersebut menjadi alasan dan latar belakang dalam pemilihan judul

skripsi “**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Masuk, Dan Harga Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Objek Agro Wisata Latuppa Di Kota Palopo**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan maka yang terjadi fokus masalah adalah sebagai berikut.

1. Apakah Ada Pengaruh kualitas pelayanan Terhadap kepuasan pelanggan pada Objek Agro Wisata Latuppa Di Kota Palopo ?
2. Apakah Ada Pengaruh Tarif Masuk Terhadap kepuasan pelanggan pada Objek Agro Wisata Latuppa Di Kota Palopo ?
3. Apakah Ada Pengaruh Harga Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Objek Agro Wisata Latuppa Di Kota Palopo ?
4. Apakah Ada Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Masuk dan Harga Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Objek Agro Wisata Latuppa Di Kota Palopo ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Untuk Mengetahui Apakah Ada Pengaruh kualitas pelayanan Terhadap kepuasan pelanggan pada Objek Agro Wisata Latuppa Di Kota Palopo ?
2. Untuk Mengetahui Apakah Ada Pengaruh Tarif Masuk Terhadap kepuasan pelanggan pada Objek Agro Wisata Latuppa Di Kota Palopo ?

3. Untuk Mengetahui Apakah Ada Pengaruh Harga Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Objek Agro Wisata Latuppa Di Kota Palopo ?
4. Untuk Mengetahui Apakah Ada Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Masuk dan Harga Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Objek Agro Wisata Latuppa Di Kota Palopo ?

D. Manfaat Penelitian

Setelah penelitian ini dilaksanakan maka penulis mengharapkan dapat memberikan manfaat yaitu sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis :

Penelitian ini memberikan kontribusi secara teoritis sebagai bahan pengetahuan untuk penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang terkait dengan pengaruh kualitas pelayanan, harga makanan dan tariff masuk terhadap kepuasan pelanggan Agro Wisata.

2. Manfaat Praktis :

- a. Bagi pengelola, hasil ini dapat dijadikan masukan untuk perbaikan kualitas pelayanan, tariff masuk, dan harga ,makanan padaObjekAgro WisataLatuppa.
- b. Bagi peneliti, untuk menambah pengetahuan dan pengalaman sebagai bekal terjun ke masyarakat mengenai tingkat kepuasan pelanggan, serta untuk mengaplikasikan pemahaman penulis tentang teori-teori yang didapatkan selama mengikuti kegiatan perkuliahan di IAIN Palopo, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu pada penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh:

1. Desi Kurnia Rahmawati dalam penelitiannya yang berjudul “*Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Taman Wisata Alam Grojongan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyer Jawa Tengah*” menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan Taman Wisata Alam Grojongan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyer Jawa Tengah.⁵
2. Dewi Sartika dalam penelitiannya yang berjudul “*Faktor-Faktor Kualitas Layanan, Harga Tiket dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Permandian Bendungan di Desa Tamboke Kecamatan Sukamaju Luwu Utara*” menyimpulkan bahwa secara keseluruhan kualitas layanan yang diberikan oleh Permandian Bendungan di Desa Tamboke meliputi realibility/kehandalan, ketanggapan, jaminan, kepastian, empati, keberwujudan dan harga tiket dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.⁶

⁵Desi Kurnia Rahmawati, *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Alam Grojongan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyer Jawa Tengah*, Skripsi, (Yogyakarta : Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Yogyakaarta, 2017), h.37.

⁶Dewi Sartika, *Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan, Harga Tiket Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengunjung Permandian Bendungan Di Desa Tamboke Kec Sukamaju Luwu Utara*, Skripsi, (Palopo : Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institute Agama Islam Negeri Kota Palopo, 2017), h.45.

3. Vhivit Rahayu dalam penelitiannya yang berjudul “*pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada toko beras palawija kota palopo*” menyimpulkan bahwa terjadi pengaruh signifikan pada variabel kehandalan pada toko beras palawija.⁷
4. Ignatius anggara merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, dengan studi kasusnya yang berjudul “*pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Bus Po Eka*”.⁸ Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, Hal ini dilihat dari peningkatan dari suatu pendapatan.
5. Dika lambang krisdianti sunarti, merupakan mahasiswa fakultas ilmu administrasi Universitas Administrasi Malang, dengan studi kasusnya yang berjudul “*Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada restoran pizza hut malang town square*”.⁹ Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan secara serentak terhadap kepuasan konsumen.
6. Muhammad Ryan Fauzi, merupakan mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, dengan studi kasusnya yang berjudul “*Pengaruh*

⁷Vhivit Rahayu, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Palawija Kota Palopo*, Skripsi, (Palopo : Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institute Agama Islam Negeri Palopo,2018),h.56.

⁸Ignatius anggara, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bus Po Eka Universitas Yogyakarta*, 2018,h.69.

⁹Dika Lambang Krisdayanti, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Pizza Hut Malang Town Square*, Universitas Brawijaya Malang, 2019, h 43.

kualitas pelayanan, kualitas produk dan inovasi produk terhadap kepuasan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan “. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.¹⁰

7. William merupakan mahasiswa program studi manajemen, Universitas putera batam, dengan studi kasusnya yang berjudul “*kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel mazda di kota Batam*”.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama variabel kualitas pelayanan dan fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.¹¹

B. Landasan Teori

1. Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Pelayanan merupakan anggapan baik dari mutu suatu produk atau jasa yang berkaitan dengan pelayanan diaman setiap tindakan atau aktivitas yang di tawarkan oleh suatu pihak pada pihak yang lain, yang pada hakikatnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun produksinya

¹⁰Muhammad Ryan Fauzi, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan, Universitas Udayana, 2019, h 18.

¹¹William, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mazda di Kota Batam, 2019, h 9.

dapat di kaitkan atau tidak di kaitkan pula pada satu produk fisik.¹² Adapun

Hadist tentang Pelayanan yaitu :

خَيْرُ لِلنَّاسِ أَنْفَعُهُمُ النَّاسِ

Terjemahnya:

Sebaik-baiknya manusia adalah yang paling bermanfaat bagi sesamanya.(H.R Abu Hurairah RA).

Hadits ini menjelaskan kepada kita tentang keutamaan yang didapatkan seseorang jika dia mau memberikan bantuan dan pelayan kepada sesama demi untuk memenuhi kebutuhan mereka. Baik pertolongan dalam bidang materi, berbagi ilmu, bahu membahu mengerjakan sesuatu, memberikan nasehat dan masih banyak lagi.

b. Pelayanan Menurut Prespektif Islam

Pelayanan menurut prespektif Islam yaitu pelayanan yang standarisasinya berbasis syariah dalam upaya pemenuhan kebutuhan atau keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan, kualitas pelayanan dibentuk atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan dan layanan nyata mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan, perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut bisa memberikan keuntungan kepada

¹²Fandy Tjiptono : Manajemen Jasa . Edisi II. Andi Offset : Yogyakarta, 2000, h. 51.

perusahaan supaya dapat terus hidup.¹³ Allah SWT berfirman dalam . QS at-Taubah /9 :105 yang berbunyi :

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ
إِلَى عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ (١٠٥)

Terjemahnya:

Dan katakanlah, “Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui yang ghaib dan yang nyata, lalu diberikannya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan”.¹⁴

Apabila ayat di atas di kaji secara terperinci, lalu kita dapat menemukan dorongan untuk berusaha memperoleh sumber penghidupan, melalui kerja yang terus menerus dan bersungguh-sungguh akan tercapai kebahagiaan dan kesejahteraan hidup sebagai balasan atas setiap pekerjaan Seperti pelayanan yang dilakukan.

¹³Asriel Aziz, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Pengiriman Paket PT. Pos Indonesia (Pesero))*, Skripsi, (Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2016),h.24.

¹⁴Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Diponegoro, 2018),h.203.

Menurut Moenir (dalam Hessel Nogi S. Tangkilisan 2005 : 208) agar pelayanan bisa memuaskan orang atau kelompok yang dilayani, maka perlu yang bertugas melayani harus memenuhi empat kriteria pokok yaitu

a. Tingkah laku yang sopan

Pelayanan yang baik memperhatikan setiap sikap atau perilakunya terhadap konsumen, kriteria sopan meliputi sopan dalam penampilan, sopan dalam tutur kata, dan menjaga etika kepada siapapun tanpa membeda bedakan. Adapun Hadist mengenai tingkah laku yang sopan sebagai berikut :

عَنِ النَّوَّاسِ بْنِ سَمْعَانَ الْأَنْصَارِيِّ قَالَ سَأَلْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَ
سَلَّمَ عَنِ الْبِرِّ وَالْإِثْمِ فَقَالَ الْبِرُّ حُسْنُ الْخَلْقِ وَالْإِثْمُ مَا حَاكَ فِي صَدْرِكَ وَ
أَخْرَجَهُ مُسْلِمًا (كَرِهْتَ أَنْ يَطَّلِعَ النَّاسُ

Artinya :

Dari Nawwas Ibnu Sam'an r.a. dia berkata, Saya pernah bertanya kepada Rasul saw SAW mengenai mengenai apa itu kebajikan (al-Birr) dan dosa (al-Itsm), maka Rasulullah saw menjawab: “Kebajikan adalah akhlak (budi pekerti) yang baik, dan dosa adalah sesuatu krentek atau getaran di dada Anda, sedang getaran itu tidak Anda sukai bila ada orang lain yang mengetahuinya.” (H.R. Muslim).

b. Cara penyampaian sesuatu yang berkaitan tentang apa yang seharusnya didapatkan oleh orang yang bersangkutan, cara menyampaikan yaitu berkaitan dengan memberikan pelayanan, bantuan, dan informasi kepada konsumen.

c. Waktu penyampaian yang tepat dimana penyampaian pelayanan, informasi, dan bantuan harus tepat waktu, cepat dan sigap, jangan sampai membuat konsumen menunggu terlalu lama untuk mendapatkan pelayanan.

d. Keramahtamahan

Pelayanan juga memperhatikan faktor keramahtamahan, keramahtamahan yaitu sikap sapaan secara langsung atau bertatap muka dengan konsumen.¹⁵

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan seluruh bentuk kegiatan yang dikerjakan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa service yang disediakan oleh pemilik jasa yang berupa kemampuan, kemudahan, hubungan, kecepatan, serta keramahan yang diberikan melalui sikap dan sifat dalam pemenuhan pelayanan untuk kepuasan pelanggan. Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil pelayanan dengan

¹⁵Desi Kurnia Rahmawati, *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Alam Grojongan Sewu Tawang Mangu Kabupaten Karanganyer Jawa Tengah*, Skripsi, (Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Yogyakarta, 2017),h.98.

baik maka hendaklah kamu berbicara lemah lembut kepada mereka, maupun sikap dan sifat sehingga mereka tidak menjauhkan diri dari lingkungan sekitar.¹⁶

c. Pengertian pelanggan sebagai konsumen

Konsumen merupakan orang yang melakukan kegiatan konsumsi, yaitu pengguna dari suatu barang dan jasa. Menurut pengertian pasal 1 angka 2 UU PK, pelanggan merupakan setiap orang pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, orang lain, keluarga, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Berdasarkan beberapa pendapat di atas maka disimpulkan bahwa konsumen merupakan orang yang mengeluarkan sejumlah uang untuk membeli barang maupun jasa yang telah dihasilkan oleh produsen.¹⁷

Pelanggan pada penelitian ini diartikan sebagai sebutan dari orang-orang yang mengunjungi tempat wisata atau biasa disebut dengan wisatawan. Wisatawan merupakan orang yang melakukan kegiatan wisata (Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009). Pelanggan memiliki arti yang lebih khusus dari konsumen. Jika konsumen merupakan orang yang berpotensi membeli suatu barang atau jasa, maka pelanggan adalah orang yang

¹⁶Hessel Nogi S. Tangkilisan : management publik. PT gramedia Widiasarana. Jakarta, 2005. h, 208.

¹⁷Wikipedia, *Konsumen*, <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Konsumen>. Di Akses Pada Tanggal 11 Juni 2019.

mendatangi suatu tempat tertentu dan menggunakan jasa dari perusahaan atau pengelola tertentu khususnya dalam bidang kepariwisataan.

Fungsi manajemen sumber daya manusia dalam Objek Agro Wisata Latuppa yaitu mengelolah manusia secara efektif dan efisien sehingga diperoleh sumber daya manusia yang terpuaskan oleh pengelola tempat wisata tersebut dan dapat memuaskan keinginan pelanggan, dengan adanya campur tangan pengelola dan pelanggan ini dapat memaksimalkan efektivitas, produktivitas, efisiensi dalam kinerja pengolah Objek Agro Wisata Latuppa.¹⁸

2. Tarif Masuk

a. Pengertian Harga

Harga atau price merupakan nilai tukar dari suatu barang dan jasa. Secara lebih luas, harga merupakan seluruh nilai yang di tukarkan konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa. Menurut Rambat Lupiyoadi Harga merupakan perbandingan antara manfaat suatu produk dengan pengorbanan yang di keluarkan guna memperoleh produk tersebut.¹⁹ Harga di definisikan sebagai ukuran seberapa besar uang yang di butuhkan untuk memperoleh sejumlah barang.²⁰

¹⁸Nurdin Batjo, S.Pt., MM., M.Si., Dr. Mahadin shaleh, M.Si. , : *manajemen sumber daya manusia*. Aksara timur : makassar, 2018, h.45.

¹⁹Rambat Lupiyoadi : *Manajemen pemasaran* , Salemba Empat : Jakarta, 2013, h. 136.

²⁰Lina Sari Situmeang, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan*, Skripsi, (Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, 2017), h.45.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat diambil kesimpulan bahwa harga adalah nilai suatu barang yang di ukur dengan sejumlah uang yang harus di keluarkan guna memperoleh barang dan jasa. Harga juga berpengaruh langsung pada suatu perusahaan, karena dapat menjadi ukuran konsumen dalam memutuskan akan mengonsumsi barang atau jasa tersebut atau tidak.

b. Harga tiket / Tarif Masuk

Harga tiket yaitu sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen atau pelanggan untuk mendapatkan tiket. Harga berarti sesuatu bagi konsumen/pelanggan dan sesuatu yang lain bagi penjual. Bagi pelanggan, ini adalah biaya atas sesuatu seperti, tiket. Bagi penjual, harga adalah pendapatan, sumber utama dari keuntungan. Menurut Indriyo Gitosudarmo harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapat sejumlah barang beserta jasa atau kombinasi dari keduanya.²¹

Dari penetapan harga tiket tersebut maka akan menjadi salah satu penentu keberhasilan suatu Dinas Pariwisata karna harga menentukan seberapa besar profit yang akan di peroleh Dinas Pariwisata dari penjualan tiket pada kolam renang Agro Wisata Latuppa, Akan tetapi, keputusan mengenai harga tidak mudah untuk di lakukana. Harga yang terlalu mahal akan meningkat keuntungan jangka pendek akan tetapi disisi lain bisa sulit di

²¹Indriyo Gitosudarmo : Manajemen Pemasaran Edisi kedua. BPFE-Yogyakarta : Yogyakarta 2014, h, 272.

jangkau oleh konsumen/pelanggan dan sulit bersaing dengan competitor. Dalam kasus tertentu harga tiket yang terlalu mahal bisa memperoleh keluhan dari lembaga konsumen bahkan ada campur tangan pemerintah untuk menurunkannya. Salah satu prinsip bagi manajemen dalam penentuan harga yaitu menitik beratkan pada kemampuan pembeli atas harga yang ditetapkan dengan jalan guna mendapatkan keuntungan.

3. Harga Makanan

a. pengertian harga makanan

Harga makanan yaitu jumlah biaya yang di keluarkan untuk semua bahan makanan yang akan digunakan untuk mengelolah makanan yang sesuai dengan kualitas yang di tetapkan. Menurut Freddy Rangkuti Harga merupakan biaya relative yang harus dikeluarkan untuk memperoleh produk seperti snack yang harganya sesuai dan terjangkau bagi pelanggan.²²

b. Tujuan Penetapan Harga makanan

Tujuan penetapan harga makanan yaitu salah satu strategi yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan perlu melakukan penetapan harga terhadap suatu barang dan jasa yang dikelolahnya, penetapan harga tergantung pada tujuan yang ingin di capai oleh perusahaan tersebut. Adapun Hadis tentang penentapan harga sebagai berikut :

²²Freddy Rangkuti : The Power Of Brand : Gramedia Pustaka Umum : Jakarta, 2008, h 103.

إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّزَّاقُ وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ
وَلَيْسَ أَحَدٌ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

Terjemahnya :

Sesungguhnya Allahlah Zat Yang menetapkan harga, Yang menahan, Yang mengulurkan, dan yang Maha Pemberi rezeki. Sungguh, aku berharap dapat menjumpai Allah tanpa ada seorang pun yang menuntutku atas kezaliman yang aku lakukan dalam masalah darah dan tidak juga dalam masalah harta. (H.R Abu Dawud, Ibn Majah dan at-Tirmidzi).

Tujuan penetapan harga menurut Indriyo Gitosudarmo untuk Memperoleh target pengembalian investasi atau tingkat penjualan bersih suatu perusahaan.

- a. Mengoptimalkan laba.
- b. Alat persaingan terutama untuk perusahaan serupa.
- c. Menyeimbangkan harga itu sendiri.

Beberapa tujuan penetapan harga oleh perusahaan, penetapan harga lebih menekankan pada tujuan untuk pencapain target suatu perusahaan. Selain

itu, berguna bagi perusahaan karena penetapan harga menjadi alat persaingan dengan perusahaan sejenis²³.

Harga merupakan faktor yang sangat penting guna menarik minat pelanggan, Harga yang sesuai akan memberikan keuntungan terhadap pelanggan maupun perusahaan. Dengan demikian keuntungan bagi perusahaan untuk meningkatkan pangsa pasar dan akan membawa pengaruh pada tingkat pendapatan. Maka dengan harga yang tepat dan terjangkau akan dapat memberikan tingkat kepuasan yang berlebihan kepada konsumen karena di imbangi dengan layanan prima.

Faktor - faktor tertentu yang mempengaruhi tingkat harga yaitu :

- 1) Elastisitas permintaan, sebenarnya sifat permintaan pasar tidak hanya mempengaruhi penetapan harga melainkan juga mempengaruhi kapasitas yang dapat dijual. Untuk sebagian jenis barang, harga dan kapasitas penjualan berbanding terbalik, Artinya jika terjadi kenaikan harga maka penjualan akan menurun dan sebaliknya.
- 2) Keadaan perekonomian, sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku. Pada periode merupakan suatu periode dimana harga berada pada suatu tingkat yang lebih rendah.
- 3) Biaya adalah dasar dalam pemilihan harga, karena suatu harga yang bisa dapat menutup biaya akan mendatangkan kerugian.

²³Indriyo Gitosudarmo : Manajemen Pemasaran Edisi kedua. BPFE-Yogyakarta : Yogyakarta 2014, h 276.

- 4) Permintaan dan penawaran, permintaan adalah suatu jumlah produk yang akan dijual di pasar dengan harga yang beraneka ragam dalam suatu jangka waktu tertentu, pada dasarnya tingkat harga yang lebih rendah dapat mengakibatkan jumlah barang yang dimintalebih besar. Penawaran adalah suatu jumlah produk yang akan di tawarkan ke pasar oleh para penyalur dengan harga yang bermacam-macam dalam suatu jangka waktu tertentu. Pada umumnya harga yang lebih tinggi mendorong jumlah yang jumlah yang ditawarkan lebih besar.
- 5) Persaingan, Harga jual sebagian macam barang sering di pengaruhi oleh bentuk persaingan yang ada. Ada beberapa keadaan persaingan, yaitu : persaingan murni, persaingan tidak sempurna, oligopoly, dan monopoli.
- 6) Pengawasan pemerintah, dapat diwujudkan dalam bentuk-bentuk penentuan harga terendah dan tertinggi, pembedaan harga, serta praktek-praktek lain yang mendorong usaha-usaha kearah monopoli.
- 7) Tujuan perusahaan, penetapan suatu barang sering di kaitkan dengan tujuan- tujuan yang akandicapai perusahaan. Tujuan yang akan dicapai tersebut yaitu: keuntungan maksimal, volume penjualan

tertentu, penguasaan pasar, dan pengembalian modal yang tertanam pada jangka waktu tertentu.²⁴

4. Kepuasan Pelanggan

1. Pengertian kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah memcokkankinerja (atau hasil) yang di rasakan.²⁵ Dalam mengukur kepuasan atau tidak puasny suatu pelanggan diawali dari penentuan pelanggan, lalu dimonitor dari tingkat kualitas yang diinginkan dan akhirnya menyimpulkan strategi. Seseorang akan memiliki pengalaman dalam satu atau beberapa jenis kepuasan, jika hasil yang di peroleh lebih dari yang di inginkan , maka orang tersebut akan mendapatkan kepuasan pada tingkat tinggi (sangat puas). Jika hasil yang diterima sama dengan yang diharapkan maka orang tersebut akan merasa puas, begitupun sebaliknya.²⁶

Pada dasarnya dari suatu bisnis yaitu untuk menciptakan para konsumen yang merasa puas terhadap produk atau jasa. Dalam hal ini perusahaan harus mampu memberikan strategi kepuasan pada pelanggan atau konsumen seperti layanan. Layanan yang bagus dan di lengkapi dengan

²⁴Sabrina Amaliawati, *Pengaruh Fasilitas Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Umbul Pengging*, Skripsi, (Program Sarjana Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015),h.56.

²⁵Kotler : *Manajemen Pemasaran*, Erlangga : Jakarta,2009, h, 138.

²⁶Ignatius Anggara Presetyo Primadiawan, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus PO.EKA*, Skripsi, (Yogyaakarta: Program Sarjana Faakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta,2018),h.37.

produk superior akan membuat pelanggan merasa puas, dengan cara mempertahankan konsumen/pelanggan yaitu menciptakan kesetiaan konsumen atau pelanggan yang lebih tinggi di banding pesaing, sehingga akan tercipta konsumen atau pelanggan yang setia. Strategi kepuasan pelanggan menyebabkan perusahaan harus berusaha keras dan melakukan biaya yang tinggi dalam usaha meningkatkan pelanggan/ konsumen pada suatu objek wisata.

Keberhasilan tersebut dapat di capai jika kepuasan pelanggan telah terpenuhi. Namun untuk memperoleh kepuasan pelanggan tidaklah mudah, karna konsumen atau pelanggan puas belum berarti mereka puas, tapi konsumen yang puas akan cenderung menjadi konsumen yang tetap.²⁷

Menurut Rambat Lupiyoadi kepuasan dan ketidak puasannya pelanggan akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan ketersediaan merekomendasikan.²⁸

Dari teori di atas dapat di simpulkan bahwa untuk membangun pelanggan yang puas, perusahaan harus menyerahkan nilai pelanggan yang maksimum agar harapan pelanggan dapat tercapai dan bahkan bisa melebihi harapan mereka. Dengan rasa puas yang di rasakan oleh pelanggan terus

²⁷Vhivit Rahayu, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Palawija Kota Palopo*, Skripsi, (Palopo : Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam institut Agama Islam Negeri Palopo, 2018),h.32.

²⁸Rambat Lupiyoadi : *manajemen pemasaran jasa*, Salemba Empat : Jakarta 2013, h, 231.

tercipta dan perusahaan untuk menjaga hal tersebut, harus lebih mengerti dan paham kebutuhan yang diinginkan para pelanggan.

2. Kepuasan pelanggan dalam prespektif islam

Dalam prespektif islam, yang menjadi standar untuk membandingkan kepuasan pelanggan yaitu standar syariah. Kepuasan pelanggan dalam ulasan syariah yaitu tingkat perbandingan antara keinginan akan produk dan jasa yang semestinya sesuai syariah dengan realita yang diterima. Sebagai pedoman guna memahami tahap kebahagiaan yang dirasakan oleh pelanggan.

Maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaan yang berkaitan dengan :

1) Sifat Amanah

Amanah adalah pengembalian hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga maupun yang lain.

Firman Allah SWT berfirman dalam QS an-Nisa/4:58 yang berbunyi :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا (٥٨)

Terjemahnya:

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pelajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.²⁹

2) Sifat Jujur

Suatu perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada semua personal yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Hal ini berdasarkan firman Allah SWT dalam Al - Qur'an surah al-Anfal 8 :58.

وَأِمَّا تَخَافَنَّ مِنْ قَوْمٍ خِيَانَةً فَانْبِذْ إِلَيْهِمْ عَلَى سَوَاءٍ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْخَائِنِينَ
(٥٨)

Terjemahannya:

Dan jika kamu khawatir akan terjadi pengkhianatan dari suatu golongan, maka kembalilah perjanjian itu kepada mereka dengan cara yang jujur. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berkhianat.³⁰

²⁹Departemen Agama RI, Al-Qur'an Dan *Terjemahan*, (Bandung, Diponegoro, 2018),h.87.

³⁰Departemen Agama RI, Al-Qur'an Dan *Terjemahan*, (Bandung, Diponegoro, 2018),h.184.

3) Adil

Adil adalah wajib hukumnya, bukan hanya imbauan dari Allah Swt. Sikap adil termasuk diantara nilai-nilai yang telah ditetapkan oleh islam dalam semua aspek ekonomi islam. Firman Allah SWT berfirman QS Hud/11 :85 yang berbunyi: ³¹

وَيَا قَوْمِ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا

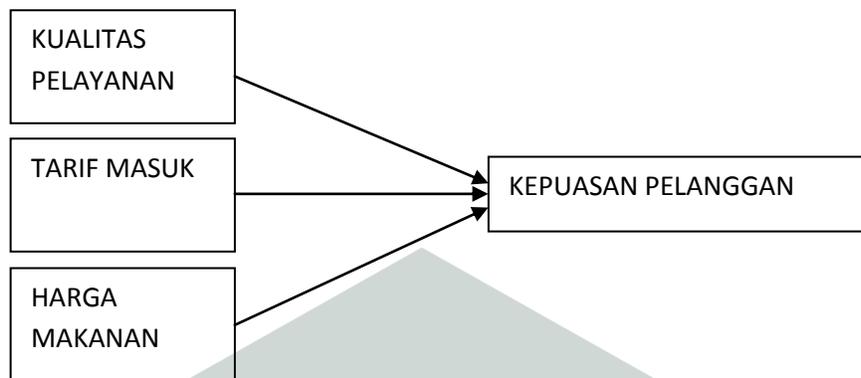
النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُمْسِدِينَ (٨٥)

Terjemahnya:

Dan Syu'aib berkata: "Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan.

³¹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahan*, (Bandung, Diponegoro, 2018),h.231.

C. Kerangka Pikir



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Gambar kerangka fikir diatas dapat menjelaskan bahwa kualitas pelayanan, tarif masuk dan harga makanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

D. Hipotesis penelitian

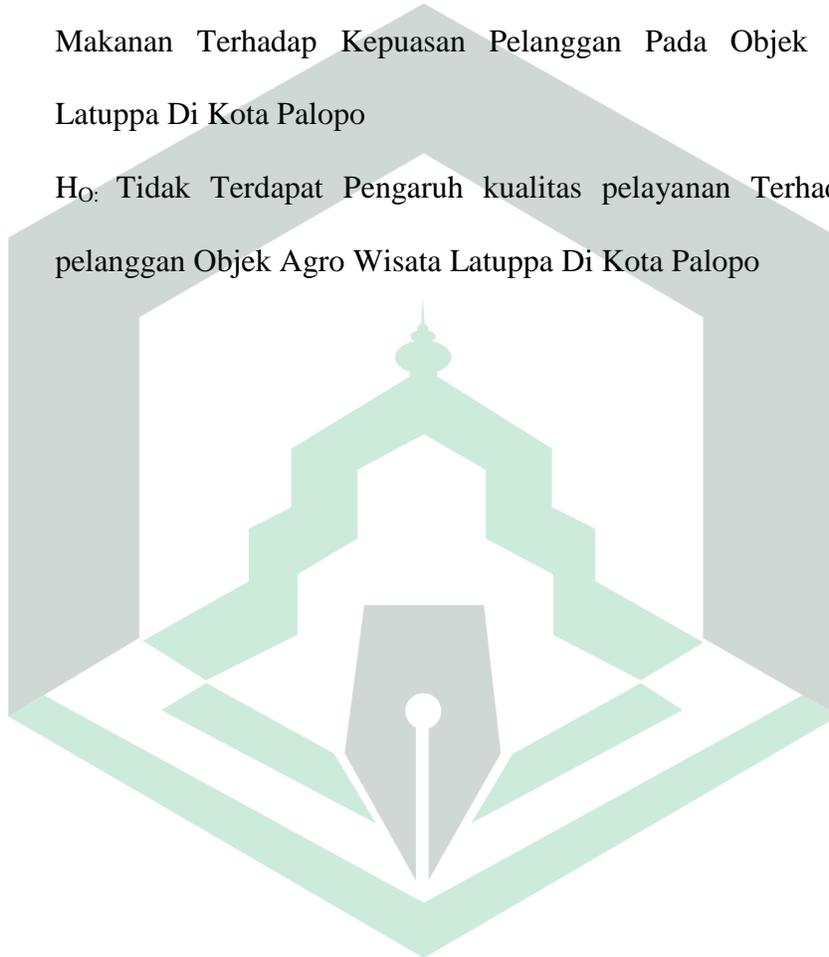
1. Ha: Terdapat Pengaruh kualitas pelayanan Terhadap kepuasan pelanggan Objek Agro Wisata Latuppa Di Kota Palopo
 H₀: Tidak Terdapat Pengaruh kualitas pelayanan Terhadap kepuasan pelanggan Objek Agro Wisata Latuppa Di Kota Palopo
2. Ha: Terdapat Ada Pengaruh Tarif Masuk Terhadap kepuasan pelanggan pada Objek Agro Wisata Latuppa Di Kota Palopo
 H₀: Tidak Terdapat Pengaruh kualitas pelayanan Terhadap kepuasan pelanggan Objek Agro Wisata Latuppa Di Kota Palopo

3. Ha: Terdapat Ada Pengaruh Harga Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Objek Agro Wisata Latuppa Di Kota Palopo

H₀: Tidak Terdapat Pengaruh kualitas pelayanan Terhadap kepuasan pelanggan Objek Agro Wisata Latuppa Di Kota Palopo

4. Ha: Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Masuk dan Harga Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Objek Agro Wisata Latuppa Di Kota Palopo

H₀: Tidak Terdapat Pengaruh kualitas pelayanan Terhadap kepuasan pelanggan Objek Agro Wisata Latuppa Di Kota Palopo



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan yaitu Penelitian Kuantitatif karna data yang akan di analisis berupa angka-angka. Sebagai langkah awal penulis mengumpulkan data yang sehubungan dengan topik penelitian, data yang di kumpulkan yaitu data primer dan data sekunder. Dalam pendekatan ini digunakan untuk menjelaskan kualitas pelayanan, tarif masuk dan harga makanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.³²

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian di laksanakan di Agro Wisata Latuppa, Kota Palopo yang dilakukan pada bulan November 2019 sampai pada bulan April 2020.

³²Prof.Dr.H.M.Burhan Bungin S.Sos,M.Si, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Public Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*.Prenada Media: Jakarta, 2005,h.27.

C. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Kualitas Pelayanan	Yaitu anggapan seseorang kepada pihak lain melalui penyaji produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan, selera dan harapan konsumen	- Penyambutan pelanggan (Moneir) - Kolam renang (Moneir) - Toilet (Moneir)
2.	Tarif Masuk	Yaitu sejumlah uang yang harus di keluarkan oleh konsumen atau pelanggan untuk mendapatkan tiket.	- Tiket (Indriyo Gitosudarmo)
3.	Harga Makanan	Yaitu sejumlah biaya yang dikeluarkan untuk semua bahan makanan yang nyatanya akan digunakan untuk di konsumsi oleh pelanggan atau konsumen.	- Snack (Freddy Rangkuti) - Kesesuaian harga (Freddy Rangkuti) - Keterjangkauan harga (Freddy Rangkuti)
4.	Kepuasan Pelanggan	Yaitu perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan.	- Kesesuaian harapan (Rambat Lupiyoadi) - Minat berkunjung kembali (Rambat Lupiyoadi) - Kediaan merekomendasikan (Rambat lupiyoadi)

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah kumpulan individu atau keseluruhan wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan di tarik kesimpulannya, Maka dari itu populasi dalam penelitian ini adalah konsumen/pelanggan Objek Agro Wisata Latuppa di Kota Palopo.³³

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah pengunjung Agro Wisata Latuppa yang berjumlah 1.011 orang dalam kurun waktu 6 bulan, yang bersumber dari data yang diberikan oleh pihak pengelola agro wisata.

2. Sampel

Sampel adalah suatu bagian dari populasi yang akan diteliti. Penentuan pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan cara mengambil sampel kepada pelanggan dalam objek wisata agro latuppa. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 288 orang dari pengunjung Agro Wisata Latuppa.

Rumus yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel yaitu berdasarkan rumus Slovin. Rumus slovin adalah suatu sistem matematis yang digunakan untuk menghitung jumlah dari sebuah populasi objek tertentu yang belum diketahui karakteristiknya secara pasti. Rumus slovin digunakan untuk sebuah penelitian pada suatu objek tertentu dalam jumlah populasi yang besar,

³³Wikipedia, Pengertian Populasi, [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Populasi_\(Disambiguasi\)](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Populasi_(Disambiguasi)). Di Akses Pada Tanggal 3 Mei 2019.

sehingga digunakanlah untuk meneliti pada sebuah sampel dari populasi objek tersebut.

Rumus Slovin dapat dilihat berdasarkan notasi sebagai berikut :

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

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e^2 : Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel (5 %)

$$n = \frac{1011}{1 + 1011 \cdot 5\%} + \frac{1011}{3,5} = 288$$

Jadi sampel dalam pebelitian ini adalah 288 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data untuk menyelesaikan proses penulisan skripsi ini, digunakan 2 (dua) metode yaitu :

1. Penelitian kepustakaan, yaitu dengan cara membaca dan memahami buku-buku yang membahas berkaitan dengan pembahasan serta membaca literatur atau sumber-sumber lainnya yang berhubungan dengan penelitian.
2. Penelitian lapangan, yaitu pengumpulan data yang dikerjakan secara langsung di lokasi penelitian. Dalam pengumpulan data penulis menggunakan beberapa instrumen sebagai berikut:

a. Observasi

Metode ini dilakukan penelitian dengan cara melakukan pengamatan secara langsung pada objek yang akan diteliti.

b. Kuesioner (angket)

Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dengan menggunakan daftar pernyataan yang diberikan kepada pelanggan untuk diisi, metode kuesioner ini digunakan untuk memperoleh data tentang kualitas pelayanan, tarif masuk dan harga makanan terhadap kepuasan pelanggan Objek Agro Wisata Latuppa Di Kota Palopo.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen sebagai bukti yang akurat dalam bentuk catatan, foto, dan video untuk mendapatkan keterangan dan penerangan pengetahuan.³⁴

Adapun sumber data pada penelitian ini yaitu:

1. Data primer

Data primer yaitu data yang didapatkan secara langsung dari objek penelitian dan dikumpulkan dari masyarakat umum pelanggan Objek Agro Wisata Latuppa yang didapat dari hasil kuesioner yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.

2. Data Sekunder

³⁴Ir.Sofyan Siregar, M.M, *Statistik Parametric Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SSPS Versi 17*. PT Bumi Aksara : Jakarta, 2014,h.65.

Data sekunder yaitu data yang didapatkan secara tidak langsung melalui studi pustaka, dimana pengambilan data ini didapatkan untuk mendukung penelitian yang tidak diperoleh dari perusahaan, yang dimaksud yaitu data yang tersedia dari literature, website, majalah dan data tertulis lainnya yang mendukung data primer.³⁵

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian berkaitan dengan kegiatan pengumpulan dan pengelolaan data, sebab instrumen penelitian adalah alat bantu pengumpulan dan pengelolaan data tentang variable-variabel yang akan diteliti.³⁶

Instrumen dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner yang berisi tentang pernyataan untuk di beri tanggapan, atau dengan berinteraksi langsung dengan pelanggan yang ada dalam objek wisata agro latuppa tersebut. Adapun kategori yang digunakan peneliti ialah:

Tabel 3.2
Kategori Variabel

Jawaban	Skor
a. Sangat setuju	4
b. Setuju	3
c. Tidak setuju	2
d. Sangat tidak setuju	1

³⁵Rosadi Ruslan, S.H., M.M, Metode penelitian : Public Relatian Dan Komunikasi. PT Rajagrafindo Persada : Jakarta, 2008,h.115.

³⁶Drs.M.Subana, M.Pd.,Sudrajat, S. Pd :*Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah.*, Pustaka Setia:bandung, 2005,h.59.

G. Uji Validitas dan Rentabilitas Instrumen

1. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mendapatkan tingkat kevalidan suatu instrumen, valid berarti instrumen tersebut dapat dilakukanguna mengukur apa yang seharusnya di ukur.³⁷

Dalam mengukur tingkat validitas penulis menggunakan metode komputersasi SPSS 22 dengan teknik pengujian menggunakan teknik product moment. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kriteria pengujian jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka alat ukur tersebut valid. Begitu pula sebaliknya, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka alat hitung tersebut tidak valid, dengan taraf signifikan 5% (0,05).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu merujuk kepada konsistensi hasil perekaman data (pengukuran) kalau instrumen itu digunakan oleh orang atau kelompok orang yang sama dalam waktu berlainan atau kalau instrument itu di gunakan oleh orang atau kelompok orang yang berbeda dalam waktu yang sama atau dalam waktu yang berlainan. Karna hasilnya yang konsisten itu, maka instrument itu dapat di percaya (*reliable*) atau dapat di andalkan.³⁸

³⁷Sudarwan Danim, *Metode Penelitan Untuk Ilmu-Ilmu Perilaku*,1, (Jakarta,PT Bumi Aksara,2004),h.195.

³⁸ Sumadi Suryabrata, B.A., M.A., Ed.S., Ph.D, *Metodologi Penelitian*,23, (Jakarta, RajaGrafindo Prsabda, 2018),h.58.

H. Teknik Analisis Data

Dalam teknik analisis data ini harus mengumpulkan data, sortir, analisis, dengan mengumpulkan data berlandaskan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variable yang diteliti, melakukan perkiraan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perkiraan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.³⁹

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda yaitu digunakan untuk menguji signifikan atau tidak hubungan lebih dari satu variable melalui koefisien regresinya. Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda berperan sebagai teknik statistik yang digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan, tarif masuk, dan harga makanan terhadap kepuasan pelanggan pada Objek Agro Wisata Latuppa.

Dalam analisis regresi linear berganda perlu dilakukan uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

Uji asumsi klasik berfungsi untuk menilai apakah di dalam sebuah model regresi linear berganda terdapat masalah-masalah asumsi klasik. Adapun uji asumsi klasik dalam penelitian ini yaitu:

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas data dilakukan untuk mengetahui apakah data pada setiap variabel penelitian ini berdistribusi normal atau tidak sebagai persyaratan

³⁹Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis.*, (Bandung, ALFABETA, CV. 2013), h.206.

pengujian hipotesis. Uji normalitas dilakukan pada variabel kualitas pelayanan (X1), Tarif masuk (X2), Harga makanan (X3) dan Kepuasan pelanggan (Y).

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dapat digunakan untuk memenuhi persyaratan analisis regresi linear berganda yaitu untuk mengetahui terjadinya multikolinearitas dalam hubungan antara variabel bebas. Untuk mengetahui apakah terjadi multikolinearitas atau tidak, peneliti menggunakan uji VIF (Variance Inflation Factor). Penentuan terjadi multikolinearitas atau tidak, apabila nilai VIF kurang dari 10 maka dikatakan tidak terjadi multikolinearitas, dan sebaliknya jika nilai VIF lebih dari 10 maka terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas data digunakan untuk menguji apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear.

Uji hipotesis berfungsi guna mengetahui apakah koefisien regresi tersebut signifikan atau tidak. Uji hipotesis yang digunakan dalam regresi linear berganda yaitu:

1. Uji F

Uji F dilakukan untuk menguji apakah kualitas pelayanan, tarif masuk dan harga makanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Objek Agro Wisata Latuppa. Dalam menentukan kriteria pengujian, jika angka probabilitas (sig) lebih besar dari nilai α ($P_{\text{value}} > 0,05$) maka H_a ditolak dan

H_0 diterima. Sebaliknya jika angka probabilitas (sig) lebih kecil dari atau sama dengan nilai α ($P_{\text{value}} \leq 0,05$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Dari pengujian yang telah di jelaskan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa jika H_0 diterima maka H_a ditolak berarti kualitas pelayanan, tarif masuk, dan harga makanan secara simultan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Objek Agro Wisata Latuppa Di Kota Palopo. Sebaliknya jika H_0 ditolak dan H_a diterima berarti kualitas pelayanan , tarif masuk, dan harga makanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Objek Agro Wisata Latuppa Di Kota Palopo.

2. Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah model regresi pada kualitas pelayanan, tarif masuk, dan harga makanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk besarnya pengaruh kualitas pelayanan, tarif masuk dan harga makanan terhadap kepuasan pelanggan serta besarnya pengaruh variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Lokasi Penelitian

Agro Wisata Latuppa yang berada di Kelurahan Murante Kecamatan Mungkajang Kota Palopo, yang dapat di tempuh \pm 3 km dari pusat kota palopo. Wisata ini merupakan tempat yang memiliki kawasan yang menyajikan suguhan pemandangan alam, dimana banyak terdapat aktivitas yang ada di dalamnya seperti persiapan lahan, penanaman, pemeliharaan, pemanenan, pengelolaan hasil panen, sampai dalam bentuk siap dipasarkan.

Lokasi wisata ini sudah dilengkapi dengan sejumlah sarana dan prasarana seperti arena outbond, air mancur, gazebo, kolam renang yang memiliki ketinggian 60 cm – 160 cm, toilet, ruang pertemuan untuk acara workshop, family gathering hingga acara keagamaan (pengajian, retreat, dan lain-lain), ataupun acara reuni, arisan, ulang tahun hingga resepsi perkawinan dan juga memiliki spot- spot foto yang sangat menarik. Adapula pemanfaatan limbah plastik yang di olah menjadi suatu kreatifitas, serta memilki area parkir yang sangat luas.

Bagi pengunjung yang melakukan perjalanan jauh, telah tersedia sarana penginapan dalam area Agro Wisata Latuppa, yaitu Hotel Agro, hotel dengan kamar standar ini dilengkapi dengan AC, TV, Shower, dan sebagainya. Selain itu, harga kamarnya juga sangat terjangkau yaitu Deluxe Room Harga total untuk 1 malam, 1 kamar seharga 722.892 dengan fasilitas kamar seperti AC, Televisi,

Shower, Balkon, Peralatan mandi gratis, Kursi, Wi-Fi, dan Telepon. Adapun ketersediaan fasilitas-fasilitas lainnya berupa arena jogging, tennis, mandi di sungai ataupun kolam renang. Wisatawan yang berkunjung saat bertepatan masa panen, diberikan kesempatan secara Cuma-Cuma untuk menikmati hasil panen kebun dari area Agro Wisata Latuppa seperti buah rambutan, durian, dan jenis buah lainnya bisa dinikmati di area wisata tersebut. Mencari tempat makan pun tidak usah jauh-jauh, di Agro Wisata Latuppa juga disediakan masakan dapur dengan memberi sensasi kelezatan dengan cita rasa yang khas saat berada di restoran tersebut, disamping itu sarana olahraga dan pendidikan pun juga tersedia untuk menambah wawasan dan pengetahuan pengunjung.

2. Uji Validitas

Dalam mengukur tingkat validitas penulis menggunakan metode komputersasi SPSS 22 dengan teknik pengujian menggunakan teknik product moment. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kriteria pengujian jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka alat ukur tersebut valid. Begitu pula sebaliknya, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka alat hitung tersebut tidak valid, dengan taraf signifikan 5% (0,05).

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan, tarif masuk, dan harga makanan terhadap kepuasan pelanggan pada objek agro wisata latuppa di kota palopo. Validitas suatu instrument angket menggambarkan tingkat kemampuan alat ukur yang digunakan mampu atau tidaknya untuk mengukur suatu objek yang diukur. Adapun tabelnya sebagai berikut :

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r table	Keterangan
1.	Uji Validitas Kualitas Pelayanan	X1.1	0,798	0,344	Valid
		X1.2	0,822	0,344	Valid
		X1.3	0,926	0,344	Valid
		X1.4	0,801	0,344	Valid
		X1.5	0,450	0,344	Valid
		X1.6	0,732	0,344	Valid
		X1.7	0,732	0,344	Valid
		X1.8	0,701	0,344	Valid
		X1.9	0,801	0,344	Valid
2.	Uji Validitas Tarif Masuk	X2.1	0,872	0,344	Valid
		X2.2	0,466	0,344	Valid
		X2.3	0,748	0,344	Valid
		X2.4	0,812	0,344	Valid
		X2.5	0,700	0,344	Valid
3.	Uji Validitas Harga Makanan	X3.1	0,736	0,344	Valid
		X3.2	0,565	0,344	Valid
		X3.3	0,646	0,344	Valid
		X3.4	0,743	0,344	Valid
		X3.5	0,769	0,344	Valid
4.	Uji Validitas Kualitas Pelanggan	Y1	0,411	0,344	Valid
		Y2	0,621	0,344	Valid
		Y3	0,503	0,344	Valid
		Y4	0,085	0,344	Valid
		Y5	0,652	0,344	Valid
		Y6	0,857	0,344	Valid
		Y7	0,818	0,344	Valid

Y8	0,791	0,344	Valid
Y9	0,754	0,344	Valid
Y10	0,777	0,344	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa semua item pernyataan kuesioner untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebanyak 9 item pernyataan , Tarif Masuk (X2) sebanyak 5 item pernyataan , Harga Makanan (X3) sebanyak 5 item pernyataan dan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebanyak 10 item pernyataan adalah valid.

3. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui apakah butir-butir pernyataan dalam kuesioner penelitian konsisten atau tidak. Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan kepada kuesioner (angket) yang telah diisi oleh 288 responden atau 288 pengunjung Agro Wisata Latuppa.

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reliability Coefficient	Cronbach Alpha	Keterangan
X1	10 Item	.778	Reliabel
X2	6 Item	.785	Reliabel
X2	5 Item	.720	Reliabel
Y	10 Item	.834	Reliabel

Sumber: Diolah dari data output SPSS 22.0

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki Cronbach Alpha lebih dari 0,344, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel X dan Y adalah reliabel atau konsisten.

4. Uji Asumsi klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas data dilakukan untuk mengetahui apakah data pada setiap variabel penelitian ini berdistribusi normal atau tidak sebagai persyaratan pengujian hipotesis. Uji normalitas dilakukan pada variabel kualitas pelayanan (X1), Tarif masuk (X2), Harga makanan (X3) dan Kepuasan pelanggan (Y). berikut ini hasil uji normalitas :

Tabel 4.2 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		288
Normal	Mean	,0000000
Parameters ^a	Std.	
	^b Deviation	1,08436181
Most	Absolute	,074
Extreme	Positive	,070
Differences	Negative	-,074
Test Statistic		,074
Asymp. Sig. (2-tailed)		,001 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan tabel diatas hasil pengujian One Sample Kolmogorov-Smirnov Test menghasilkan Asymp. Sig. sebesar $0,001 \geq 0,05$ berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi kenormalan.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dapat digunakan untuk memenuhi persyaratan analisis regresi linear berganda yaitu untuk mengetahui terjadinya multikolinearitas dalam hubungan antara variabel bebas. Adapun untuk mengetahui apakah terjadi multikolinearitas atau tidak, peneliti menggunakan uji VIF (Variance Inflation Factor). Penentuan terjadi multikolinearitas atau tidak, apabila nilai VIF kurang dari 10 maka dikatakan tidak terjadi multikolinearitas, dan sebaliknya jika nilai VIF

lebih dari 10 maka terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.3 Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	20,159	1,890		10,666	,000		
Tarif Masuk	,133	,069	,117	1,934	,054	,895	1,118
Harga Makanan	,152	,071	,126	2,139	,033	,946	1,057
Kualitas Pelayanan	,160	,062	,153	2,591	,010	,933	1,071

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai tolerance kualitas pelayanan, tarif masuk dan harga makanan lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas data digunakan untuk menguji apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Adapun pengujiannya sebagai berikut :

Tabel 4.4 Uji Heteroskedatisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,131	1,072		-1,055	,292
	Tarif Masuk	,095	,039	,150	2,440	,015
	Harga Makanan	,081	,040	,119	1,997	,047
	Kualitas Pelayanan	-,018	,035	-,031	-,520	,604

a. Dependent Variable: Abs_ut

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa nilai signifikan variabel independen dibawah angka 0 pada variabel dependen maka hal ini menunjukan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi Heteroskedatisitas.

d. Deskriptif Variabel Penelitian

Penyajian data deskriptif variabel penelitian bertujuan agar dapat dilihat tanggapan-tanggapan responden dalam suatu penelitian. Data deskriptif yang menggambarkan tanggapan responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil penelitian.

a. Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pernyataan 1 Valid	3	206	88.0	88.0	88.0
	4	82	12.0	12.0	100.0
	Total	288	100.0	100.0	
Pernyataan 2 Valid	3	158	84.0	84.0	84.0
	4	130	16.0	16.0	100.0
	Total	288	100.0	100.0	
Pernyataan 3 Valid	3	189	84.0	84.0	84.0
	4	99	16.0	16.0	100.0
	Total	288	100.0	100.0	
Pernyataan 4 Valid	3	147	92.0	92.0	92.0
	4	141	8.0	8.0	100.0
	Total	288	100.0	100.0	
Pernyataan 5 Valid	3	185	92.0	92.0	92.0
	4	103	8.0	8.0	100.0
	Total	288	100.0	100.0	
Pernyataan 6 Valid	2	1	4.0	4.0	4.0
	3	193	88.0	88.0	92.0
	4	94	8.0	8.0	100.0
	Total	288	100.0	100.0	
Pernyataan 7 Valid	2	4	4.0	4.0	4.0
	3	146	88.0	88.0	92.0
	4	102	8.0	8.0	100.0
	Total	288	100.0	100.0	
Pernyataan 8 Valid	3	175	90.0	90.0	96.0
	4	113	10.0	10.0	100.0
	Total	288	100.0	100.0	
Pernyataan 9 Valid	3	145	88.0	88.0	92.0
	4	132	12.0	12.0	100.0
	Total	288	100.0	100.0	

1. Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui pernyataan pertama menunjukkan bahwa sebanyak 0% atau tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju, 0% atau tidak ada responden menyatakan tidak setuju, 88% atau 206 responden menyatakan setuju dan 12% atau 82 responden menyatakan bahwa mereka sangat setuju dengan karyawan bersikap ramah kepada pelanggan.
2. Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui pernyataan kedua menunjukkan bahwa sebanyak 0% atau tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju, 0% atau tidak ada responden menyatakan tidak setuju, 84% atau 158 responden menyatakan setuju dan 16% atau 130 responden menyatakan bahwa mereka sangat setuju dengan setiap kolam renang sudah terjaga kebersihannya.
3. Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui pernyataan ketiga menunjukkan bahwa sebanyak 0% atau tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju, 0% atau tidak ada responden menyatakan tidak setuju, 84% atau 189 responden menyatakan setuju dan 16% atau 99 responden menyatakan bahwa mereka sangat setuju dengan pelayanan yang diberikan karyawan sesuai dengan aturan.
4. Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui pernyataan keempat menunjukkan bahwa sebanyak 0% atau tidak ada responden

menyatakan sangat tidak setuju, 0% atau tidak ada responden menyatakan tidak setuju, 92% atau 147 responden menyatakan setuju dan 8% atau 141 responden menyatakan bahwa mereka sangat setuju dengan Setiap toilet sudah terjaga kebersuhannya.

5. Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui pernyataan kelima menunjukkan bahwa sebanyak 0% atau tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju, 0% atau tidak ada responden menyatakan tidak setuju, 92% atau 185 responden menyatakan setuju dan 8% atau 103 responden menyatakan bahwa mereka sangat setuju dengan Setiap Keamanan toilet/ privasi sudah dijamin oleh karyawan.
6. Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui pernyataan ke enam menunjukkan bahwa sebanyak 0% atau tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju, 4% atau 1 responden menyatakan tidak setuju, 88% atau 193 responden menyatakan setuju dan 8% atau 94 responden menyatakan bahwa mereka sangat setuju dengan Pelayanan yang diberikan karyawan sangat cepat.
7. Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui pernyataan ke tujuh menunjukkan bahwa sebanyak 0% atau tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju, 4% atau 4 responden menyatakan tidak setuju, 88% atau 146 responden menyatakan setuju dan 8% atau 102

responden menyatakan bahwa mereka sangat setuju dengan Fasilitas yang disediakan oleh pengelola sesuai dengan harapan.

8. Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui pernyataan ke delapan menunjukkan bahwa sebanyak 0% atau tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju, 0% atau tidak ada responden menyatakan tidak setuju, 90% atau 175 responden menyatakan setuju dan 10% atau 133 responden menyatakan bahwa mereka sangat setuju dengan Pelayanan informasi yang disampaikan karyawan sudah tepat waktu.
9. Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui pernyataan ke sembilan menunjukkan bahwa sebanyak 0% atau tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju, 0% atau tidak ada responden menyatakan tidak setuju, 88% atau 145 responden menyatakan setuju dan 12% atau 132 responden menyatakan bahwa mereka sangat setuju dengan Karyawan bersedia membantu pelanggan ketika mendapat masalah.

b. Deskriptif Variabel Tarif Masuk (X2)

Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Tarif Masuk (X2)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pernyataan 1 Valid	1	8	4.0	4.0	4.0
	2	178	60.0	60.0	64.0
	3	58	24.0	24.0	88.0
	4	44	12.0	12.0	100.0
	Total	288	100.0	100.0	
Pernyataan 2 Valid	1	53	4.0	4.0	4.0
	2	46	4.0	4.0	8.0
	3	189	92.0	92.0	100.0
	Total	288	100.0	100.0	
Pernyataan 3 Valid	2	159	72.0	72.0	72.0
	3	120	24.0	24.0	96.0
	4	9	4.0	4.0	100.0
	Total	288	100.0	100.0	
Pernyataan 4 Valid	2	137	48.0	48.0	48.0
	3	137	48.0	48.0	96.0
	4	14	4.0	4.0	100.0
	Total	288	100.0	100.0	
Pernyataan 5 Valid	2	55	8.0	8.0	8.0
	3	178	84.0	84.0	92.0
	4	55	8.0	8.0	100.0
	Total	288	100.0	100.0	

1. Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui pernyataan pertama menunjukkan bahwa sebanyak 4% atau 8 responden menyatakan sangat tidak setuju, 60% atau 178 responden menyatakan tidak setuju, 24% atau 58 responden menyatakan setuju dan 12% atau 44 responden

menyatakan bahwa mereka sangat setuju dengan Harga tiket masuk cukup bersaing.

2. Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui pernyataan kedua menunjukkan bahwa sebanyak 4% atau 53 responden menyatakan sangat tidak setuju, 4% atau 46 responden menyatakan tidak setuju, 92% atau 189 responden menyatakan setuju dan 0% atau tidak ada responden menyatakan bahwa mereka sangat setuju dengan Harga tiket masuk sesuai dengan manfaat yang didapat.
3. Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui pernyataan ketiga menunjukkan bahwa sebanyak 0% atau tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju, 72% atau 159 responden menyatakan tidak setuju, 24% atau 120 responden menyatakan setuju dan 4% atau 9 responden menyatakan bahwa mereka sangat setuju dengan Harga tiket masuk terjangkau.
4. Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui pernyataan keempat menunjukkan bahwa sebanyak 0% atau tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju, 48% atau 137 responden menyatakan tidak setuju, 48% atau 137 responden menyatakan setuju dan 4% atau 14 responden menyatakan bahwa mereka sangat setuju dengan Harga tiket masuk wajar (masuk akal).
5. Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui pernyataan kelima menunjukkan bahwa sebanyak 0% atau tidak ada responden

menyatakan sangat tidak setuju, 8% atau 55 responden menyatakan tidak setuju, 84% atau 178 responden menyatakan setuju dan 8% atau 55 responden menyatakan bahwa mereka sangat setuju dengan Harga tiket masuk sesuai dengan kualitas pariwisata.

c. Deskriptif Variabel Harga Makanan (X3)

Tabel 4.8 Deskriptif Variabel Harga Makanan (X3)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pernyataan 1 Valid	2	138	48.0	48.0	48.0
	3	150	52.0	52.0	100.0
	Total	288	100.0	100.0	
Pernyataan 2 Valid	2	33	12.0	12.0	12.0
	3	254	84.0	84.0	96.0
	4	1	4.0	4.0	100.0
	Total	288	100.0	100.0	
Pernyataan 3 Valid	2	132	44.0	44.0	44.0
	3	165	56.0	56.0	100.0
	Total	288	100.0	100.0	
Pernyataan 4 Valid	2	6	4.0	4.0	4.0
	3	262	88.0	88.0	92.0
	4	20	8.0	8.0	100.0
	Total	288	100.0	100.0	
Pernyataan 5 Valid	1	6	4.0	4.0	4.0
	2	75	12.0	12.0	16.0
	3	201	80.0	80.0	96.0
	4	6	4.0	4.0	100.0
	Total	288	100.0	100.0	

1. Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui pernyataan pertama menunjukkan bahwa sebanyak 0% atau tidak ada responden

menyatakan sangat tidak setuju, 0% atau tidak ada responden menyatakan tidak setuju, 84% atau 138 responden menyatakan setuju dan 52% atau 150 responden menyatakan bahwa mereka sangat setuju dengan Harga makanan di objek agro wisata latuppa sangat terjangkau bagi pelanggan.

2. Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui pernyataan kedua menunjukkan bahwa sebanyak 0% atau tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju, 12% atau 33 responden menyatakan tidak setuju, 48% atau 254 responden menyatakan setuju dan 4% atau 1 responden menyatakan bahwa mereka sangat setuju dengan Harga produk makanan sesuai dengan manfaat yang dirasakan.
3. Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui pernyataan ketiga menunjukkan bahwa sebanyak 0% atau tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju, 0% atau tidak ada responden menyatakan tidak setuju, 44% atau 132 responden menyatakan setuju dan 56% atau 165 responden menyatakan bahwa mereka sangat setuju dengan Daya saing harga makanan yang tertera di objek agro wisata latuppa lebih ekonomis dibanding objek wisata lain.
4. Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui pernyataan keempat menunjukkan bahwa sebanyak 0% atau tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju, 4% atau 6 responden menyatakan tidak setuju, 88% atau 262 responden menyatakan setuju dan 8% atau 20

responden menyatakan bahwa mereka sangat setuju dengan Makanan memiliki harga yang bervariasi.

5. Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui pernyataan kelima menunjukkan bahwa sebanyak 4% atau 6 responden menyatakan sangat tidak setuju, 12% atau 75 responden menyatakan tidak setuju, 80% atau 201 responden menyatakan setuju dan 4% atau 6 responden menyatakan bahwa mereka sangat setuju dengan Harga makanan mengikuti tren mode setiap bulannya.

d. Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 4.9 Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pernyataan 1 Valid	3	278	96.0	96.0	96.0
	4	10	4.0	4.0	100.0
	Total	288	100.0	100.0	
Pernyataan 2 Valid	2	3	4.0	4.0	4.0
	3	282	92.0	92.0	96.0
	4	3	4.0	4.0	100.0
	Total	288	100.0	100.0	
Pernyataan 3 Valid	2	51	32.0	32.0	32.0
	3	231	64.0	64.0	96.0
	4	6	4.0	4.0	100.0
	Total	288	100.0	100.0	
Pernyataan 4 Valid	3	284	96.0	96.0	96.0
	4	4	4.0	4.0	100.0
	Total	288	100.0	100.0	
Pernyataan 5 Valid	3	286	92.0	92.0	92.0
	4	2	8.0	8.0	100.0

	Total	288	100.0	100.0	
Pernyataan 6 Valid	2	3	4.0	4.0	4.0
	3	265	80.0	80.0	84.0
	4	20	16.0	16.0	100.0
	Total	288	100.0	100.0	
Pernyataan 7 Valid	2	20	4.0	4.0	4.0
	3	217	84.0	84.0	88.0
	4	51	12.0	12.0	100.0
	Total	288	100.0	100.0	
Pernyataan 8 Valid	2	4	4.0	4.0	4.0
	3	265	88.0	88.0	92.0
	4	19	8.0	8.0	100.0
	Total	288	100.0	100.0	
Pernyataan 9 Valid	2	10	8.0	8.0	8.0
	3	248	80.0	80.0	88.0
	4	30	12.0	12.0	100.0
	Total	288	100.0	100.0	
Pernyataan 10 Valid	2	73	32.0	32.0	32.0
	3	198	56.0	56.0	88.0
	4	26	12.0	12.0	100.0
	Total	288	100.0	100.0	

1. Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui pernyataan pertama menunjukkan bahwa sebanyak 0% atau tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju, 0% atau tidak ada responden menyatakan tidak setuju, 96% atau 278 responden menyatakan setuju dan 4% atau 10 responden menyatakan bahwa mereka sangat setuju dengan pernyataan Saya akan kembali ke objek wisata ini.
2. Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui pernyataan kedua menunjukkan bahwa sebanyak 0% atau tidak ada responden

menyatakan sangat tidak setuju, 4% atau 3 responden menyatakan tidak setuju, 92% atau 282 responden menyatakan setuju dan 4% atau 3 responden menyatakan bahwa mereka sangat setuju dengan pernyataan Saya akan merekomendasikan objek wisata ini kepada teman-teman.

3. Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui pernyataan ketiga menunjukkan bahwa sebanyak 0% atau tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju, 32% atau 51 responden menyatakan tidak setuju, 64% atau 231 responden menyatakan setuju dan 4% atau 6 responden menyatakan bahwa mereka sangat setuju dengan pernyataan Saya merasa tidak ada keluhan tariff masuk pada objek wisata ini.
4. Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui pernyataan keempat menunjukkan bahwa sebanyak 0% atau tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju, 0% atau tidak ada responden menyatakan tidak setuju, 96% atau 248 responden menyatakan setuju dan 4% atau 4 responden menyatakan bahwa mereka sangat setuju dengan pernyataan Saya akan memaparkan objek wisata ini agar orang lain tertarik untuk berkunjung.
5. Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui pernyataan kelima menunjukkan bahwa sebanyak 0% atau tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju, 0% atau tidak ada responden menyatakan

tidak setuju, 92% atau 286 responden menyatakan setuju dan 8% atau 2 responden menyatakan bahwa mereka sangat setuju dengan pernyataan Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

6. Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui pernyataan keenam menunjukkan bahwa sebanyak 0% atau tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju, 4% atau 3 responden menyatakan tidak setuju, 80% atau 265 responden menyatakan setuju dan 16% atau 20 responden menyatakan bahwa mereka sangat setuju dengan pernyataan Kualitas dari objek wisata ini sangat baik.
7. Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui pernyataan ketujuh menunjukkan bahwa sebanyak 0% atau tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju, 4% atau 20 responden menyatakan tidak setuju, 84% atau 217 responden menyatakan setuju dan 12% atau 51 responden menyatakan bahwa mereka sangat setuju dengan pernyataan Saya merasa senang ketika berada di objek wisata ini.
8. Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui pernyataan kedelapan menunjukkan bahwa sebanyak 0% atau tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju, 4% atau 4 responden menyatakan tidak setuju, 88% atau 265 responden menyatakan setuju dan 8% atau 19

responden menyatakan bahwa mereka sangat setuju dengan pernyataan Saya akan mengajak teman-teman untuk berwisata kesini.

9. Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui pernyataan ke sembilan menunjukkan bahwa sebanyak 0% atau tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju, 8% atau 10 responden menyatakan tidak setuju, 80% atau 248responden menyatakan setuju dan 12% atau 30 responden menyatakan bahwa mereka sangat setuju dengan pernyataan Objek wisata ini merupakan objek yang wajib saya datangi ketika liburan.
10. Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui pernyataan sepuluh menunjukkan bahwa sebanyak 0% atau tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju, 32% atau 73 responden menyatakan tidak setuju, 56% atau 198responden menyatakan setuju dan 12% atau 26 responden menyatakan bahwa mereka sangat setuju dengan pernyataan Saya merasa tidak ada keluhan pada pelayanan objek wisata ini.

e. Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik informan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua karakter, diantaranya yaitu:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

		Umur			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-24	1	,3	,3	,3
	25 - 29	10	3,5	3,5	3,8
	25-27	1	,3	,3	4,2
	25-28	11	3,8	3,8	8,0
	25-29	113	39,2	39,2	47,2
	25-30	30	10,4	10,4	57,6
	25-34	1	,3	,3	58,0
	25-35	1	,3	,3	58,3
	30- 34	11	3,8	3,8	62,2
	30-24	1	,3	,3	62,5
	30-34	94	32,6	32,6	95,1
	30-35	7	2,4	2,4	97,6
	34-34	1	,3	,3	97,9
	35- 39	1	,3	,3	98,3
	35-37	1	,3	,3	98,6
	35-39	1	,3	,3	99,0
	39-35	1	,3	,3	99,3
	40- 44	2	,7	,7	100,0
	Total	288	100,0	100,0	

Sumber: Diolah dari data output SPSS 22.0

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden dengan umur 25-29 tahun yang mendominasi dalam penelitian tersebut.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.11. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin		Valid	Cumulative
		Frequency	Percent	Percent	Percent
Valid	Laki-Laki	95	33,0	33,0	33,0
	Perempuan	193	67,0	67,0	100,0
	Total	288	100,0	100,0	

Sumber: Diolah dari data output SPSS 22.0

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diperoleh data sebanyak 193 orang responden atau 67% dari total 288 responden berjenis kelamin perempuan, sedangkan 95 orang responden atau 33% berjenis kelamin laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah responden dari Objek Agro Wisata Latuppa lebih didominasi oleh responden perempuan.

f. Analisis data

a. Analisis regresi linear berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh lebih dari satu variabel bebas atau variabel independen terhadap variabel terikat atau variabel dependen. Regresi linear berganda dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.12. Hasil Regresi linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized		Standardize		
		Coefficients		d		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	20,159	1,890		10,666	,000
	Kualitas Pelayanan	,160	,062	,153	2,591	,010
	Tarif Masuk	,133	,069	,117	1,934	,054
	Harga Makanan	,152	,071	,126	2,139	,033

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Diolah dari data output SPSS 22.0

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada tabel di atas diperoleh koefisien untuk variabel bebas $X_1 = 0,160$, $X_2 = 0,133$, $X_3 = 0,152$ dan konstanta Y sebesar 20,159. sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = a + b X_1, X_2, X_3$$

$$Y = 20,159 + 0,160 X_1 + 0,133 X_2 + 0,152 X_3$$

Dimana :

X_1 = Variabel bebas atau independen (Kualitas Pelayanan)

X_2 = Variabel bebas atau independen (Tarif Masuk)

X_3 = Variabel bebas atau independen (Harga Makanan)

Y = Variabel terikat atau dependen (Kepuasan pelanggan)

a. Nilai Konstan (Y) sebesar 10,815

b. Koefisien regresi X1, X2, X2 (Kualitas Pelayanan, Tarif Masuk, Harga Makanan) dari perhitungan linier regresi berganda didapat nilai coefficients (b) = 0,160, 0,133, 0,152 Hal ini berarti apabila Kualitas Pelayanan (X1), Tarif masuk (X2), Harga Makanan (X3) semakin maju dan banyak pengunjung maka tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) juga akan meningkat dengan anggapan konstan sebesar 20,159. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Kualitas Pelayanan, Tarif Masuk, dan Harga Makanan dengan Kepuasan Pelanggan.

b. Uji F

Uji F dilakukan untuk menguji apakah kualitas pelayanan, tarik msuk dan harga makanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Objek Agro Wisata Latuppa. Adapun hasil uji f adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29,290	3	9,763	7,420	,000 ^b
	Residual	373,678	284	1,316		
	Total	402,969	287			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Harga Makanan, Kualitas Pelayanan, Tarif Masuk

Sumber: Diolah dari data output SPSS 22.0

Hasil dari data di atas dapat dikatakan bahwa hasil dari pengaruh wisata menunjukkan nilai F_{hitung} adalah 7,420 dan nilai signifikan sebesar 0.000. Berarti nilai signifikan berada dibawah 0.05, artinya bahwa secara simultan berpengaruh antara variabel Kualitas Pelayanan (X1), Tarif Masuk (X2), Harga Makanan (X3) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y), atau dengan kata lain H_a diterima.

c. Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah model regresi pada kualitas pelayanan, tarif masuk, dan harga makanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Adapun hasil uji t adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14. Hasil Uji t

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	20,159	1,890		10,666	,000
	Kualitas Pelayanan	,160	,062	,153	2,591	,010
	Tarif Masuk	,133	,069	,117	1,934	,054
	Harga Makanan	,152	,071	,126	2,139	,033

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Diolah dari data output SPSS 22.0

Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} pada tabel diatas, dengan t_{tabel} dengan taraf signifikan 5% : 2 = 2,5% (Uji 2 sisi) dan derajat

kebebasan (df) $n-k-1$ atau $288-3-1= 284$. Dengan pengujian 2 sisi tersebut hasil yang diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 10,666.

Diketahui nilai variabel Kualitas Pelayanan (X1) adalah sebesar 0,010, Tarif Masuk (X2) 0,054 dan Harga Makanan 0,033.

Dan hasil t_{hitung} pada Objek Agro Wisata sebesar 10,666 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Berarti nilai signifikan berada dibawah 0,05, artinya bahwa ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan, tarif masuk, dan harga makanan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Dimana semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan, tarif masuk dan harga makanan maka akan semakin tinggi kepuasan yang dirasakan pelanggan.

d. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.15. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,270 ^a	,873	,063	1,1471

a. Predictors: (Constant), Harga Makanan, Kualitas Pelayanan, Tarif Masuk

Sumber: Diolah dari data output SPSS 22.0

Dari tabel di atas diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 873 atau 87,3 % , besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan, tarif masuk dan harga makanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 87,3 % sedangkan 13,7 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, tarif masuk, dan harga makanan terhadap kepuasan pelanggan. Adapun penjelasan lebih rinci mengenai hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Objek Agro Wisata Latuppa Di Kota Palopo.

Hasil uji hipotesis 1 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada objek agro wisata latuppa di kota palopo saling berpengaruh positif dan signifikan . Hal tersebut telah dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,270 dengan signifikan 0,000. Dimana koefisien untuk variabel X1 sebesar 0,160 atau 16,0%.maka besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yaitu 84%. Berdasarkan penelitian terdahulu peneliti menerima penelitian Ignatius Anggara yang berjudul “pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Bus Po Eka” Dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, Hal ini dilihat dari peningkatan dari suatu pendapatan.

2. Tarif Masuk (X2), terhadap kepuasan pelanggan (Y) Pada Objek Agro Wisata Latuppa Di Kota Palopo.

Hasil Uji Hipotesis 2 menunjukkan bahwa tarif masuk terhadap kepuasan pelanggan pada objek agro wisata latuppa di kota palopo tidak berpengaruh positif dan signifikan. Hal tersebut telah dibuktikan dengan

nilai koefisien regresi sebesar 0,270 dengan signifikan 0,000. Dimana koefisien untuk variabel X2 sebesar 0,133 atau 13,3%. maka besar pengaruh Tarif Masuk terhadap kepuasan pelanggan yaitu 86,7%. Berdasarkan penelitian terdahulu peneliti menerima penelitian Dewi Sartika dalam penelitiannya yang berjudul “Faktor-Faktor Kualitas Layanan, Harga Tiket dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Permandian Bendungan di Desa Tamboke Kecamatan Sukamaju Luwu Utara” menyimpulkan bahwa secara keseluruhan kualitas layanan yang diberikan oleh Permandian Bendungan di Desa Tamboke meliputi realibility/ kehandalan, ketanggapan, jaminan, kepastian, empati, keberwujudan dan harga tiket dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

3. Harga Makanan (X3), terhadap kepuasan pelanggan (Y) Pada Objek Agro Wisata Latuppa Di Kota Palopo.

Hasil Uji Hipotesis 3 menunjukkan bahwa Harga Makanan terhadap kepuasan pelanggan pada objek agro wisata latuppa di kota palopo saling berpengaruh positif dan signifikan. Hal tersebut telah dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,270 dengan signifikan 0,000. Dimana koefisien untuk variabel X3 sebesar 0,152 atau 15,2%. maka besar pengaruh Harga makanan terhadap kepuasan pelanggan yaitu 84,8%. Berdasarkan penelitian terdahulu peneliti menerima penelitian Desi Kurnia Rahmawati dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Taman Wisata Alam Grojongan Sewu

Tawangmangu Kabupaten Karanganyer Jawa Tengah” dengan hasil penelitian menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan Taman Wisata Alam Grojongan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyer Jawa Tengah.

4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan, tarif masuk, dan harga makanan, dimana semakin tinggi atau semakin baik kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan yang berkunjung pada objek agro wisata latuppa di kota palopo. Hal tersebut telah dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,270 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Selain itu nilai f_{hitung} sebesar 7,240 lebih kecil dari t_{hitung} sebesar 10,666 dengan nilai signifikan sebesar 0.000. Berarti nilai signifikan berada dibawah 0.05, artinya bahwa secara simultan berpengaruh antara variabel Kualitas Pelayanan, Tarif Masuk dan Harga Makanan pada objek agro wisata latuppa di kota palopo atau dengan kata lain H_0 diterima. Berdasarkan penelitian terdahulu peneliti menerima penelitian Wiliam yang berjudul “kualitas pelayanan dan Fasilitas Terhadap kepuasan pelanggan pada benkel masda di kota Batam, dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa secara bersama sama variabel kualitas pelayanan dan fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Objek Agro Wisata Latuppa Di Kota Palopo. menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan saling berpengaruh positif dan signifikan, Hal tersebut telah dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,270 dengan signifikan 0,000. Dimana koefisien untuk variabel X2 sebesar 0,133 atau 13,3%. maka besar pengaruh Tarif Masuk terhadap kepuasan pelanggan yaitu 86,7%. dimana semakin baik suatu pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan pada objek agro wisata latuppa di kota palopo.
2. Pengaruh Tarif Masuk terhadap kepuasan pelanggan Pada Objek Agro Wisata Latuppa Di Kota Palopo. menunjukkan bahwa tarif masuk terhadap kepuasan pelanggan tidak berpengaruh positif dan signifikan, Hal tersebut telah dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,270 dengan signifikan 0,000. Dimana koefisien untuk variabel X2 sebesar 0,133 atau 13,3%. maka besar pengaruh Tarif Masuk terhadap kepuasan pelanggan yaitu 86,7%. artinya bahwa semakin tinggi tarif masuk, maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada objek agro wisata latuppa di kota palopo.

3. Pengaruh Harga Makanan terhadap kepuasan pelanggan Pada Objek Agro Wisata Latuppa Di Kota Palopo. menunjukkan bahwa Harga Makanan terhadap kepuasan saling berpengaruh positif dan signifikan. . Hal tersebut telah dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,270 dengan signifikan 0,000. Dimana koefisien untuk variabel X3 sebesar 0,152 atau 15,2%. maka besar pengaruh Harga makanan terhadap kepuasan pelanggan yaitu 84,8%. Dimana semakin tinggi harga makanan artinya kualitas makanan tersebut baik, maka hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan pada objek agro wisata latuppa di kota palopo.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan, tarif masuk, dan harga makanan, dimana semakin tinggi atau semakin baik kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan yang berkunjung pada objek agro wisata latuppa di kota palopo. Hal tersebut telah dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,270 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Selain itu nilai F_{hitung} adalah 7,240 dan nilai signifikan sebesar 0.000. Berarti nilai signifikan berada dibawah 0.05, artinya bahwa secara simultan berpengaruh antara variabel Kualitas Pelayanan, Tarif Masuk dan Harga Makanan pada objek agro wisata latuppa di kota palopo atau dengan kata lain H_0 diterima.

B. Saran

1. Bagi pengelola Objek Agro Wisata Latuppa

Kualitas pelayanan, tarif masuk dan harga makanan perlu diperhatikan, karna berdasarkan hasil penelitian secara bersama-sama memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan pelanggan, Artinya bahwa kondisi tersebut sudah baik. Maka diharapkan pihak pengelola memperhatikan pengaruh kenaikan tarif masuk serta memberikan inovasi dengan mengadakan promo tarif masuk/ harga tiket masuk pada saat tertentu sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan menjaga loyalitas pelanggan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk meneruskan atau mengembangkan penelitian ini dengan mencari faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliawati, Sabrin *Pengaruh Fasilitas Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pelanggan Objek Wisata Umbul Pengging*, Skripsi, (Program Sarjana Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015).
- Asriel Aziz, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Penggunaan Jasa Pengiriman Paket PT. Pos Indonesia (Pesero))*, Skripsi, (Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2016).
- Batjo Nurdin, S.Pt., M.M.Si., Dr. Shaleh Mahadin, M.Si., : *manajemen sumber daya manusia*, Aksara timur : makassar, 2018.
- Dian, Riza Fungsi Dan Tujuan Penetapan Harga Yang Mungkin Anda Belum Ketahui, [http://www.beecloud.id/fungsi dan tujuan penetapan harga yang belum andaketahui/](http://www.beecloud.id/fungsi-dan-tujuan-penetapan-harga-yang-belum-andaketahui/). Di Akses Pada Tanggal 1 Mei 2019 .
- Drs. M. Subana, M.Pd., Sudrajat, S. Pd : *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*, Pustaka Setia: bandung, 2005.
- Dika Lambang Krisdayanti, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Pizza Hut Malang Town Square*, Universitas Brawijaya Malang, 2019.
- Fandy Tjiptono : *Manajemen Jasa* . Edisi II. Andi Offset : Yogyakarta, 2000
- Febriantri, Eka Ruri *Potensi Objek Wisata Permandian Air Panas Desa Merak Batin Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan*, Skripsi, (Lampung : Program Sarjana Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung, 2013).
- Freddy Rangkuti : *The Power Of Brand* : Gramedia Pustaka Umum : Jakarta, 2008.
- Hessel Nogi S. *Tangkilisan : management publik*. PT gramedia Widiasarana. Jakarta, 2005.

Indriyo Gitosudarmo : Manajemen Pemasaran Edisi kedua. BPFE-Yogyakarta : Yogyakarta 2014.

Ir.SiregarSofyan, M.M, *Statistik Parametric Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SSPS Versi 17*. PT BumiAksara : Jakarta, 2014.

Kotler : Manajemen Pemasaran, Erlangga : Jakarta,2009.

Muhammad Ryan Fauzi, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*, Universitas Udayana, 2019.

Nur, ArdianMuh. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Jasa Angkutan Umum Antar Kota DalamProvinsi (Perusahaan Bus) Di Kota Palopo (StudiKasus PO.PIPOS)*, Proposal Penelitian, (Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kota Palopo, 2018).

Primadiawan, Ignatius Anggara Presetyo *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus PO.EKA*, Skripsi, (Yogyaakarta: Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2018).

Prof.Dr.Adimihardja Kusnaka, M.A, *Metode Penelitian Social :Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Social Dan Ilmu Social Lainnya*. Pt Remaja Rosdakarya : Bandung, 1999.

Prof.Dr.H.M.Bungin Burhan, S.Sos,M.Si, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Public Serta IlmuIlmu Sosial Lainnya*. Prenada Media: Jakarata, 2005.

Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis.*, (Bandung, ALFABETA, CV. 2013)

Rahmayanty, Nina *Manajemen Pelayanan Prima*,1 (Yogyakarta, Graha Ilmu,2010)

Rahmawati, Desi Kurnia *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Taman Wisata Alam Grojongan Sewu Tawang*

mangu Kabupaten Karanganyer Jawa Tengah, Skripsi, (Yogyakarta : Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Yogyakarta, 2017).

Rambat Lupiyoadi : *Manajemen pemasaran* , Salemba Empat : Jakarta, 2013

Rahayu, Vhivit *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Palawija Kota Palopo*, Skripsi, (Palopo : Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institute Agama Islam Negeri Palopo, 2018).

RI, Kementerian Agama *AlQur'andan Terjemahan*, (Cet 1 : Jakarta : PT. Insan media pustaka, 2014).

RI, Kementerian Agama *AlQur'andan Terjemahan*, (Cet1 : Jakarta : PT. Insan media pustaka, 2014) .

RI, Kementerian Agama *AlQur'an Dan Terjemahan*, (Bandung, Diponegoro, 2018).

RI, Kementerian Agama *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Diponegoro, 2018).

RuslanRosady, S.H., M.M, *Metode Penelitian: Public Relations Dan Komunikasi*. PT RajagrafindoPersada: Jakarta, 2008.

Sartika, Dewi *FaktorFaktor Kualitas Pelayanan, HargaTiket Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Permandian Bendungan Di Desa Tamboke Kec Sukamaju Luwu Utara*, Skripsi, (Palopo : Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kota Palopo, 2017).

Situmeang, Lina Sari *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan*, Skripsi, (Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, 2017).

Sudarwan, Danim *Metode Penelitian Untuk Ilmu-Ilmu Perilaku*,1 (Jakarta, PT BumiAksara, 2004).

Suryabrata, Sumadi B.A., M.A., Ed.S., Ph.D, *Metodologi Penelitian*,23(Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2018).

Susanti, EniNurAidar, *Dampak Pariwisata Terhadap Pendapatan Dan Manfaat Bagi Masyarakat Sekitar Wisata Alam Taman Rusa Aceh Besar*, Universitas Syiah Kuala Banda Aceh, 2017.

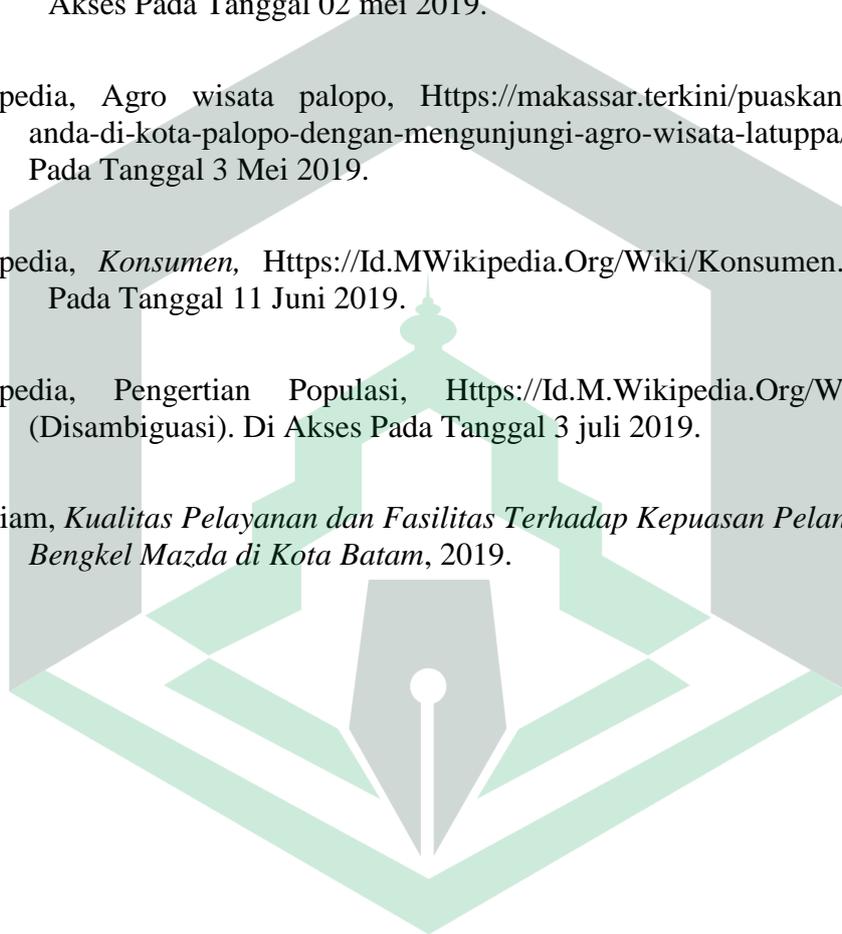
Wikipedia,UU 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan, <https://www.jogloabang.com//pustaka/uu-10-2009-kepariwisataan>. Di Akses Pada Tanggal 02 mei 2019.

Wikipedia, Agro wisata palopo, <https://makassar.terkini/puaskan-perjalanan-anda-di-kota-palopo-dengan-mengunjungi-agro-wisata-latuppa/> Di Akses Pada Tanggal 3 Mei 2019.

Wikipedia, *Konsumen*, <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Konsumen>. Di Akses Pada Tanggal 11 Juni 2019.

Wikipedia, Pengertian Populasi, <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Populasi> (Disambiguasi). Di Akses Pada Tanggal 3 juli 2019.

William, *Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mazda di Kota Batam*, 2019.





Lampiran 1

ANGKET (KUESIONER)

A. Petunjuk kuesioner angket

1. Tulislah terlebih dahulu identitas anda pada bagian kolom yang sudah disediakan
2. Isilah dengan jawaban yang paling sesuai dengan keadaan anda dengan memberikan tanda centang (√) dari pertanyaan/pernyataan di bawah ini :

SS : Sangat setuju

S : Setuju

TS : Tidak setuju

STS : Sangat tidak setuju

3. Tidak boleh ada jawaban atau tanda centang lebih dari satu dalam satu nomor.

B. Identitas responden

Nama :

Umur :

Jenis kelamin :

C. Daftar pernyataan

1. Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Karyawan bersikap ramah kepada pelanggan.				
2.	Setiap kolam renang sudah terjaga kebersihannya.				
3.	Pelayanan yang di berikan karyawan sesuai dengan aturan.				
4.	Setiap toilet sudah terjaga kebersihannya.				
5.	Keamanan toilet/privasi sudah di jamin oleh karyawan.				
6.	Pelayanan yang di berikan karyawan sangat cepat.				

7.	Fasilitas yang di sediakan oleh pengelola sesuai dengan harapan pelanggan.				
8.	Pelayanan informasi yang di sampaikan karyawan sudah tepat waktu.				
9.	Karyawan bersedia membantu pelanggan ketika mendapat masalah.				

2. Tarif Masuk

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Harga tiket masuk cukup bersaing.				
2.	Harga tiket masuk sesuai dengan manfaat yang di dapat.				
3.	Harga tiket masuk terjangkau				
4.	Harga tiket masuk wajar (masuk akal)				
5.	Harga tiket masuk sesuai dengan kualitas pariwisata.				

3. Harga Makanan

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Harga makanan di Objek Wisata Agro Latuppa sangat terjangkau bagi pelanggan.				
2.	Harga produk makan sesuai dengan manfaat yang di rasakan.				
3.	Daya saing harga makanan yang tertera di Objek Wisata Agro Latuppa lebih ekonomis di banding Objek Wisata lainnya.				
4.	Makanan memiliki harga yang bervariasi.				
5.	Harga makanan mengikuti tren mode setiap bulannya.				

4. Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya akan kembali ke Objek Wisata ini.				
2.	Saya akan merekomendasikan Objek Wisata ini kepada teman-teman.				
3.	Saya merasa tidak ada keluhan tarif masuk pada Objek Wisata ini.				

4.	Saya akan memaparkan Objek Wisata ini agar orang lain tertarik untuk berkunjung.				
5.	Saya merasa puas dengan pelayanan yang di berikan.				
6.	Kualitas dari Objek Wisata ini sangat baik.				
7.	Saya merasa senang ketika berada di Objek Wisata ini.				
8.	Saya akan mengajak teman-teman untuk Wisata kesini.				
9.	Objek Wisata ini merupakan Objek yang wajib saya datangi ketika liburan.				
10.	Saya merasa tidak ada keluhan pada pelayanan Objek Wisata ini.				



Lampiran 2

DOKUMENTASI



Gambar 1. Pengisian Kuesioner oleh pelanggan



Gambar 2. Pengisian Kuesioner oleh pelanggan



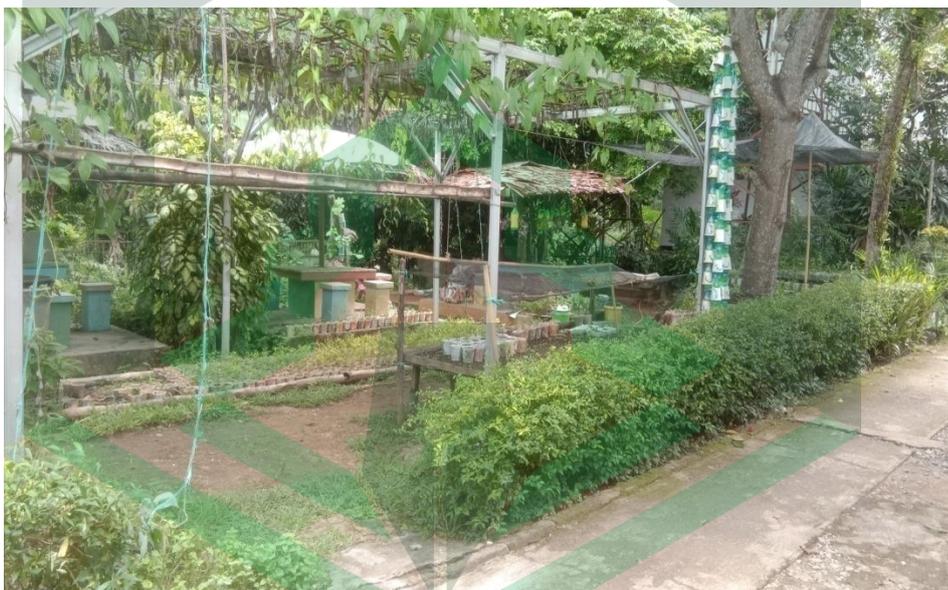
Gambar 3. Suasana sekitar kolam renang Agro Wisata Latuppa



Gambar 4. Suasana sekitar kolam renang Agro Wisata Latuppa



Gambar 5. Kawasan sekitar Agro Wisata



Gambar 6. Kawasan area pertanian Agro Wisata



Gambar 7. Area parkir



Gambar 8. Area parkir



Gambar 9. Kamar Hotel Agro



Gambar 10. Kamar Hotel Agro

Lampiran 8

RIWAYAT HIDUP

Ratnasari, lahir di Mawa Kecamatan Sendana Kota Palopo pada tanggal 25 Juni 1997. Penulis merupakan anak ke dua dari empat bersaudara dari pasangan seorang ayah Syamsuddin dan ibu Mulia. Pendidikan dasar penulis selesaikan pada tahun 2009 di SDN No.70 Mawa. Kemudian, di tahun yang sama menempuh pendidikan di SMP Negeri 6 Palopo hingga tahun 2012. Pada tahun 2012 melanjutkan pendidikan di SMK Negeri 1 Palopo, mengambil jurusan Akuntansi dan tamat pada tahun 2015. Pada tahun 2016 penulis melanjutkan pendidikan di bidang yang ditekuni yaitu di prodi pendidikan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.