

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WISATA EDUKASI KEJU LASI**

**Agung Febriwandi<sup>1</sup>, Dahliana Kamener<sup>2</sup>**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta

Email : [1agungfebriwandi5@gmail.com](mailto:1agungfebriwandi5@gmail.com) [2dahlianakamener@bunghatta.ac.id](mailto:2dahlianakamener@bunghatta.ac.id)

## **PENDAHULUAN**

Dalam perkembangannya, sektor pariwisata turut berperan penting dalam mendukung pertumbuhan perekonomian nasional karena dengan keberadaannya dapat memberikan sumbangan pemasukan, memperluas lapangan kerja, serta memperkenalkan kebudayaan nasional sehingga patut untuk dikembangkan. [1]. Indonesia memiliki sumber daya alam yang kaya. Kekayaan sumber daya alam tersebut dapat dikembangkan dan dimanfaatkan oleh masyarakat dengan salah satunya melalui pengembangan objek dan daya tarik wisata.[2]. Obyek wisata merupakan produk jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan jasa dengan harapan agar konsumen datang untuk berkunjung dan menikmati obyek wisata yang ditawarkan. Kualitas adalah seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat [3]. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas layanan dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan[4]. Kualitas layanan terbaik merupakan suatu profit strategy untuk memikat lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari konsumen untuk tidak datang kembali dan menciptakan keunggulan khusus yang tidak hanya bersaing dari segi harga. Sumatera Barat terkenal akan beragam potensi

wisata menarik untuk dikunjungi, salah satu diantaranya adalah objek wisata edukasi keluarga Keju Lasi yang bertempat di Nagari Lasi, Kecamatan Canduang, Kabupaten Agam. Wisata edukasi yaitu suatu bentuk pariwisata yang unsurnya rekreasi sambil belajar. Kawasan objek wisata edukasi Keju Lasi ini memiliki lahan lebih kurang 1,5 ha, yang dikelola secara pribadi oleh pemiliknya Suhatri. berdasarkan survai awal yang dilakukan peneliti terhadap 30 orang responden di dapatkan hasil bahwa bahwa responden yang memilih setuju sebanyak 53,2% dan memilih tidak setuju sebanyak 46,7 %. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa terdapatnya responden yang merasa belum puas terhadap kualitas pelayanan dan kualitas produk di wisata keju lasi. Berdasarkan latar belakang di atas penelitian tertarik melakukan penelitian lebih lanjut mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Wisata Edukasi Keju Lasi”.

## **METODE**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan [5]. Objek dalam penelitian ini adalah Wisata Edukasi Keju Lasi yang berada di Kabupaten Agam Provinsi Sumatera Barat. Sumber data yang digunakan yaitu data primer,

yaitu data yang didapat oleh peneliti langsung melalui responden[6]. Dengan sampel sebanyak 97 orang. Alat uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS, metode analisi yang digunakan dalam penelitian ini ada beberapa tahap satu analisi validitas dan reabilitas [7] 2, Uji asumsi klasik [8] 3. Analisis regresi linear berganda 4, Uji Hipotesis [9]

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Analisis regresi linear berganda adalah analisis yang digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanupulasi (dinaik turunkan nilainya). Berdasarkan hasil pengujian Regresi Linear Berganda yang telah dilakukan diperoleh ringkasan terlihat dibawah ini

**Tabel 1 Uji Hipotesis**

Konstanta dan variabel bebas	Koefisien regresi	T hitung	Sig	Keterangan
Konstanta	17.638	3.700	0.000	-
Kualitas Pelayanan (X1)	0.571	6.468	0.000	H1 diterima
Kualitas Produk (X2)	0.031	0.555	0.581	H2 ditolak

Berdasarkan tabel Variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,571 dan t hitung 6.468 > dari t tabel 1.666 serta signifikan 0,000 (kecil dari 0,05). Temuan ini dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada wisata edukasi keju lasi. Dengan ini hipotesis pertama (H1) dapat diterima. Selanjutnya, variabel kualitas produk (X1) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,031 dan t hitung 0.555 > dari t tabel 1.666 serta signifikan 0,581 (besar dari 0,05). Temuan ini dapat diartikan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada wisata edukasi keju

lasi. Dengan ini hipotesis pertama (H2) dapat ditolak.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kualitas pelayanan memiliki hubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada wisata edukasi keju lasi. Kualitas produk memiliki hubungan positif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada wisata edukasi keju lasi.

Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk meningkatkan model penelitian menggunakan model terbaru. Disarankan bagi peneliti selanjutnya lebih mengembangkan ke variabel moderasi, dan meningkatkan jumlah sampel penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sulistiana, N., Kusnadi, I. H., & Nawawi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Sari Ater Hotel & Resort Subang. *The World of Business Administration Journal*, 1(2), 179–199  
<https://doi.org/10.37950/wbaj.vi.753>
- [2] Hunt, C. A., & Harbor, L. C. (2019). *Pro – Environmental Tourism : Lessons From Adventure, Wellness and Eco Tourism (AWE) in Costarica. Journal of Outdoor Recreation and Tourism*. 8.
- [3] Kotler, P. (2011). *Manajemen Pemasaran Edisi 13* (Bahasa Ind). Rajawali.
- [4] Kotler dan Armstrong. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Indeks.
- [5] Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta, CV.
- [6] Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jaya*. Bayumedia.
- [7] Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Sukarno Pressindo.
- [8] Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data Mahasiswa dan Umum*. Andi.
- [9] Noor, J. (2011). *Metode Penelitian*. Kencana Prenada Media Group.

