

## Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Anjungan Jawa Barat "Taman Mini Indonesia Indah" Tahun 2016

**Budiman Santoso<sup>1</sup>, Wardjo<sup>2</sup>**

Fakultas Ilmu Administrasi, Program Studi Administrasi Niaga

**Universitas Respati Indonesia**

Jl. Bambu Apus I No. 3 Cipayung Jakarta Timur 13890

Email: lppm@urindo.ac.id

### Abstrak

Anjungan Jawa Barat merupakan sarana pembelajaran luar sekolah untuk menumbuh-kembangkan budaya ilmu pengetahuan masyarakat untuk segala generasi secara MUDAH, MENGHIBUR, BERKESAN dan KREATIF. Anjungan Jawa Barat yang lainnya adalah menampung serta menyalurkan segala aspirasi dan keinginan masyarakat daerah yang berada di Jakarta dan sekitarnya untuk menyelenggarakan kegiatan di bidang seni, budaya dan wisata. Dimana semua itu memerlukan kegiatan promosi maupun pelayanan yang baik kepada pengunjungnya untuk mendapatkan kepuasan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui promosi, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung anjungan Jawa Barat. Metode penelitian kuantitatif dengan rancangan potong lintang, besar sampel 70 responden teknik pengambilan sampelnya menggunakan metode Accidental. Analisis data dengan *pearson corellation*, anova. Hasil penelitian Koefisien determinasi yang diperoleh  $0,478^2 \times 100 = 22,85\%$ , artinya Kepuasan Pengunjung dipengaruhi oleh Promosi dan Kualitas pelayanan sebesar 22,85%. Model akhir  $(Y) = 7,513 + 561 (X1) + 0,46 (X2) + e$ , interpresentasi  $B_0$  7,513 artinya apabila variabel Promosi dan Kualitas Pelayanan sama dengan nol maka Kepuasan Pengunjung mengalami peningkatan 7,513,  $B_1$  561 artinya apabila variabel Promosi mengalami peningkatan maka Kepuasan Pengunjung akan mengalami peningkatan 561,  $B_2$  0,46 artinya apabila variabel Kualitas Pelayanan meningkat maka Kepuasan Pengunjung mengalami peningkatan 0,46. Hasil anova nilai  $F_{hitung}$  sebesar 9.898,  $p$  0,000 artinya sistim promosi dan kualitas pelayanan mempunyai hubungan signifikan dengan kepuasan pengunjung. Kesimpulan Kualitas Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kualitas pengunjung. Saran Sebaiknya anjungan Jawa Barat tetap Konsisten dalam berinovasi dengan berbagai kegiatan keseniannya, agar pengunjung selalu mendapatkan hiburan yang sangat puas pada setiap saat.

**Kata Kunci** : Promosi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pengunjung.

### 1. PENDAHULUAN

Balai Pengelolaan Anjungan Jawa Barat Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat di Taman Mini Indonesia Indah mempunyai peran sebagai jendela informasi, media promosi informasi pariwisata Jawa Barat, dan sarana apresiasi seni budaya Jawa Barat yang terus berbenah diri. sebagai salah satu dari lima UPTD Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat yang memperkenalkan potensi kebudayaan dan pariwisata Jawa Barat kepada seluruh masyarakat Indonesia dan manca negara sesuai dengan fungsi Taman Mini "Indonesia Indah" secara keseluruhan maupun sebagai pusat informasi, pelestarian, pembinaan, dan pengembangan seni, budaya dan wisata. Fungsi Anjungan Jawa Barat yang lainnya adalah menampung serta menyalurkan

segala aspirasi dan keinginan masyarakat daerah yang berada di Jakarta dan sekitarnya untuk menyelenggarakan kegiatan di bidang seni, budaya dan wisata. Dimana semua itu memerlukan kegiatan promosi maupun pelayanan yang baik kepada pengunjungnya. Masalah disini adalah Apakah terdapat Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan secara bersamaan terhadap kepuasan pengunjung di Anjungan Jawa Barat Taman Mini Indonesia Indah?. Disamping itu Kualitas pelayanan terhadap pengunjung tidak kalah relevannya untuk dianalisis karena dengan adanya informasi promosi dari pelayanan akan timbul rasa puas atau tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang diterimanya. (Tjiptono, Fandy Santoso. 2001. Tjiptono Andi. 2005).

Seiring dengan eksistensi Balai Pengelolaan Anjungan Jawa Barat Dinas Pariwisata dan Kebudayaan provinsi Jawa Barat di Taman Mini “Indonesia Indah” maka anjungan provinsi Jawa Barat yang memiliki peran dan fungsi sebagai sarana promosi dan informasi pariwisata sekaligus merupakan wahana pelestarian, pengembangan dan pembinaan seni dan budaya Jawa Barat juga berperan sebagai sarana rekreasi bersifat untuk kepuasan pengunjung edukatif yang dapat menambah wawasan sosial, pariwisata, seni dan budaya baik bagi wisatawan nusantara maupun mancanegara. Menyandang peran yang demikian besar mutlak dibutuhkan dukungan sarana untuk kelangsungan aktifitas peningkatan Informasi dan promosi potensi kepariwisataan dengan melaksanakan beragam kegiatan yang berskala regional maupun nasional. Dengan bertitik tolak dari alasan tersebut, maka diperlukan suatu strategi pemasaran potensi pariwisata yang dikemas dalam bentuk kegiatan informasi dan promosi yang efektif dan efisien, didukung untuk kepuasan pengunjung pada Anjungan Jawa Barat. (Swastha, Basu dan Irawan. 2000. Lukmam 2000. Sigit. 2007. Maddy. 2010). Berdasarkan uraian tersebut. Dalam jangka panjang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung dapat dijadikan tujuan utama bagi pemasaran jasa pariwisata. (Ben M. Enis. 2015), ada hubungan antara kualitas layanan dengan Kepuasan Pengunjung baik dalam bentuk hubungan langsung maupun tidak langsung. Tujuannya untuk memberikan pengetahuan dan memperkenalkan kepada masyarakat bila Pemerintah Provinsi Jawa Barat membangun Anjungan Jawa Barat Taman Mini “Indonesia Indah”, yang berfungsi sebagai sarana rekreasi dan edukasi yang dapat menambah wawasan sosial, pariwisata dan seni budaya bagi masyarakat Jawa Barat sendiri, pengunjung umum serta wisatawan domestik maupun manca negara agar dapat meningkatkan apresiasi mereka terhadap keaneka ragam budaya bangsa Indonesia. Dari uraian permasalahan diatas maka dibuat penelitian dengan judul: **Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Anjungan Jawa Barat “Taman Mini Indonesia Indah” Tahun 2016.**

## 2. TUJUAN PENELITIAN

Untuk mengungkapkan dan menjelaskan indikator : Variabel Pengaruh Promosi ( $X^1$ ), Variabel Kualitas Pelayanan ( $X^2$ ), dan Variabel yang dapat mempengaruhi Kepuasan Pengunjung ( $Y$ ).

## 3. METODE PENELITIAN

### 3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode survei, menggunakan data primer (wawancara dengan pihak terkait) dan data sekunder (study pustaka), dan jumlah responden berjumlah 70 orang, dengan alat bantu berupa kuesioner

### 3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat : Taman Mini Indonesia Indah, Jl. Ceger, Cipayung, Jakarta Timur.

Waktu : Maret - September 2016.

Menurut suyono (2012 : 11) metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, untuk meneliti populasi atau sampel tertentu

Sementara peneliti survei menurut Kerlinger (1996) dalam Riduwan (2013 : 49) mengatakan bahwa penelitian survei adalah penelitian yang di lakukan pada populasi besar maupun kecil, tetepi data yang di pelajari adalah data dari sampel yang di ambil dari populasi tersebut sehingga di temukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Uji Brasi (Uji Coba Instrumen):

Pengujian validitas, dengan menggunakan Product Moment dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n\sum x^2 - (\sum x)^2} [n\sum y^2 - (\sum y)^2]}$$

Uji validitas *instrument* menurut Arikunto (1995: 63) dalam Riduwan (2012: 97) validitas adalah keandalan atau keaslian suatu alat ukur. sehingga valid berarti instrument tersebut dapat di gunakan untuk mengukur apa yang harus di ukur. Dimana :

- rx<sub>y</sub> = Koefisien korelasi item soal.
- n = Jumlahsampel uji coba.
- ∑ x = Jumlah variabel x (skor item/responden).
- ∑ y = Jumlah variabel Y(total skor/respdn)
- ∑ xy = Jumlah hasil kali antara variabel X dan Y.
- ∑ x<sup>2</sup> = Jumlah kuadrat variabel X.
- ∑ y<sup>2</sup> = Jumlah kuadrat variabel Y.

Jika  $r_{xy} \geq 0,195$  untuk taraf signifikan 5% dengan  $n=100$  berdasarkan tabel kolerasi, maka koofisien korelasi item adalah valid. Selain itu pula suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

**a. Uji Reliabilitas Instrumen**

selanjutnya dilakukan uji reliabilitas (kehandalan). Pada penelitian ini untuk mengetahui reliabilitas instrumen dilakukan rumus alpha cronbach. (Arikunto, 2002) adalah :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan :

- r<sub>11</sub> = Reliabilitas instrument
- k = Banyaknya butir pernyataan
- ∑σ<sub>b</sub><sup>2</sup> = Jumlah Varian butir
- σ<sub>1</sub><sup>2</sup> = Varian total

Jika r<sub>tt</sub> mendekati 1.00 maka instrumen reliabel (handal)

**b. Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini digunakan: Analisa Kuantitatif dengan Analisis Koefisien Korelasi dan Determinasi.

**c. Analisis Koefisien Korelasi dan Determinasi**

Digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel bebas (variabel X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub>) dengan variabel terikat (variabel Y) yaitu Kualitas Produk. Dengan rumus:

- H<sub>0</sub>: b = 0 (artinya Promosi dan Kualitas Pelayanan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung).
- H<sub>a</sub>: b ≠ 0 ( Promosi dan Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung).

Kriteria uji pada taraf α = 5% mempunyai :

- Apabila t hitung lebih besar dari t tabel maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Hal ini berarti terdapat bukti yang cukup kuat bahwa X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> berpengaruh terhadap Y.
- Apabila t hitung lebih kecil dari t tabel maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak. Hal ini berarti tidak terdapat bukti bahwa X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> berpengaruh terhadap Y.

Untuk pengujian signifikasi terhadap korelasi *product momen* digunakan uji signifikasi thitung yaitu:

$$t \text{ hitung (2 variabel)} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana :

- r = Koefesien korelasi.
- n = Jumlah sampel.

t hitung = harga yang dihitung, nantinya akan dikonsultasikan dengan nilai tabel kemudian analisa korelasi dapat dilanjutkan dengan menghitung Koefisien Determinasi (KD) menurut Sugiono (2001: 151) yaitu:  $KD = r^2 \times 100\%$ . Jika tes statistik pada daerah kritis maka H<sub>0</sub> ditolak H<sub>a</sub> diterima, berarti ada hubungan yang signifikan antara Kualitas pelayanan Pelayanan dan Kepuasan konsumen. Untuk dapat memberi interpretasi terhadap kuat atau lemahnya hubungan maka dapat digunakan pedoman sebagai berikut:

**Tabel 1 Product Moment**

NO	INTERVAL	TINGKAT HUBUNGAN
1	0,00-0,199	Sangat rendah
2	0,20-0,339	Rendah
3	0,40-0,559	Sedang
4	0,60-0,799	Kuat
5	0,80-1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiono (digunakan uji signifikasi terhadap korelasi *product moment* 2000: 182)

**Analisis Regresi Sederhana**

Regresi sederhana dapat di analisis karena hubungan sebab akibat variabel (x) terhadap variabel (Y). Persamaan regresi sederhana dirumuskan dengan :  $Y = a + bX$  , Dimana :

- Y : Variabel terikat yang di proyeksikan.
  - X : Variabel bebas yang di prediksi.
  - A : Nilai Konstanta harga Y jika X = 0.
  - b : Nilai arah sebagai penentu ramalan yang di tunjukan nilai peningkatan (+) atau penurunan (-) variabel Y ; Riduwan (2012: 148)
- Untuk mencari nilai a dan b =>  $a = \frac{n \cdot \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2}$

**Uji Koefisien Regresi (Uji t)**

Uji t berfungsi untuk menguji apakah koefisien  $\beta$  dalam model regresi itu signifikan berpengaruh atau tidak di lakukan uji t. Dengan kriteria pada  $\alpha = 0,05$  (sugiono 2006: 281). Kriteria pengujian :

- Ho diterima jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ . Hal ini berarti tidak terdapat pengaruh antara x dengan y.
- Ho ditolak jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ . Hal ini berarti terdapat pengaruh yang nyata antara x dengan y.

**Deskripsi Data Penelitian**

Dari tabel di atas peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada 70 responden.

**Tabel 2 Identitas Responden Berdasarkan Usia**

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
15 tahun-20 tahun	9	12.9
21 tahun-25 tahun	11	15.7
26 tahun -30 tahun	11	15.7
31 tahun-35 tahun	9	12.9
36 tahun- 40 tahun	8	11.4
41 tahun-45 tahun	9	12.9
46 tahun-50 tahun	13	18.6
Total	70	100.0

Sumber data Olahan SPSS Ver 20

Dari data Tabel Responden diatas usia 15-20 tahun 9%, usia 21-25 tahun 15,7% sama dengan jumlah responden 26-30 tahun, jumlah usia resonden 31-35 tahun 12,9% sama dengan jumlah responden 41-45 tahun, sementara jumlah responden 36-40 tahun sebesar 11,4%, dan yang berusia 46-50 tahun (18,6%).

**Uji Validitas instrumen Promosi (X<sub>1</sub>)**

Uji Validitas ini dilakukan untuk mengetahui bahwa masing-masing butir pertanyaan valid apa bila nilai  $r = 0,235$ , pada tabel berikut di bawah ini :

**Tabel 3 Data Uji validitas variabel Promosi (X<sub>1</sub>)**

No	Pearson correlation	Sig.2 (tailed)	N	r tabel
p1	.378	.001	70	0.235
p2	.170	.161	70	0.235
p3	.284	.017	70	0.235
p4	.410	.000	70	0.235
p5	.303	.011	70	0.235
p6	.521	.000	70	0.235
p7	.391	.001	70	0.235
p8	.592	.000	70	0.235
p9	.249	.038	70	0.235
p10	.565	.000	70	0.235
p11	.563	.000	70	0.235
p12	.510	.000	70	0.235
p13	.495	.000	70	0.235
p14	.656	.000	70	0.235
p15	.642	.000	70	0.235

Dari uji validasi 15 pernyataan variabel X<sub>1</sub> (Promosi), terlihat 1 pernyataan drop (no. 2) karena nilai pearson corelationannya < r tabel (0.170 < 0,235), dan tidak dapat dijadikan sebagai alat ukur variabel X<sub>1</sub> (Promosi), Sisa

butir pernyataan yang dapat dijadikan alat ukur berjumlah 14 butir.

**Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)**

**Tabel 4 Validitas variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)**

No	Pearson correlation	Sig.2 (tailed)	N	r tabel
kp1	.655	.000	70	0.235
kp2	.626	.000	70	0.235
kp3	.648	.000	70	0.235
kp4	.087	.473	70	0.235
kp5	.641	.000	70	0.235
6kp	.464	.000	70	0.235
kp7	.657	.000	70	0.235
kp8	.724	.000	70	0.235
kp9	.517	.000	70	0.235
kp10	.531	.000	70	0.235
kp11	.635	.000	70	0.235
kp12	.568	.000	70	0.235
kp13	.618	.000	70	0.235
kp14	.741	.000	70	0.235
kp15	.590	.000	70	0.235

Dari hasil uji coba intrumen (tabel 4) terdapat 1 item yaitu butir 4 yang drop, dan ada

14 item valid, sehingga dapat dijadikan alat untuk mengukur variabel Kualitas Pelayanan.

**Kepuasan Pengunjung (Y)**

**Tabel 5 Uji Validitas Kepuasan Pengunjung (Y)**

No	Pearson correlation	Sig.2 (tailed)	N	r tabel
1	.510	.000	70	0,235
2	.388	.001	70	0,235
3	.492	.000	70	0,235
4	.477	.000	70	0,235
5	.216	.073	70	0,235
6	.572	.000	70	0,235
7	.592	.000	70	0,235
8	.367	.002	70	0,235
9	.377	.001	70	0,235
10	.632	.000	70	0,235
11	.570	.000	70	0,235
12	.548	.000	70	0,235
13	.525	.000	70	0,235
14	.630	.000	70	0,235
15	.548	.000	70	0,235

Dari uji validasi 15 pernyataan variabel Y (Kepuasan Pengunjung) diatas, terlihat ada 1 pernyataan drop karena nilai r hitungnya lebih kecil dibandingkan dari r tabel (no. 5), dan tidak dapat dijadikan alat ukur variabel Y (Kepuasan Pengunjung) sisanya 14 butir pernyataan dapat dijadikan alat ukur karena valid. artinya kuesioner mampu dijadikan alat ukur dari variabel yang di teliti.

**Uji Reliabilitas instrumen**

Uji reliabilitas instrumen digunakan untuk mengukur keterandalan instrumen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS. Kriteria koefisien reliabilitas instrumen tersebut ditunjukkan oleh koefisien korelasi  $r > 0,60$  maka koefisien dikatakan reliabel. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan SPSS dapat dilihat hasil reliabilitas pada tabel – tabel dibawah ini:

**Tabel 6 Hasil Uji reliabilitas Variabel (X<sub>1</sub>) Promosi**

	n	%
Valid	70	100.0
Exclud ed <sup>a</sup>	0	.0
Total	70	100.0

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	N of Items	
.711	15	

Dari hasil uji reliabilitas 15 pernyataan untuk variabel X<sub>1</sub> di atas, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,711. Maka pernyataan kuesioner telah memenuhi syarat reliabilitas (kehandalan). Kuesioner terhandal artinya kuesioner akan menghasilkan hasil yang sama/ mendekati meski disebarakan berapa kalipun.

**Tabel 7 Uji Reabilitas Variabel X<sub>2</sub> (Kualitas Pelayanan)**

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	42.9
	Excluded <sup>a</sup>	40	57.1
	Total	70	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	N of Items	
.945	15	

Dari hasil uji reliabilitas 15 pernyataan untuk variabel  $X_1$  di atas, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,945. Dengan demikian bahwa pernyataan kuesioner telah memenuhi syarat reliabilitas (kehandalan). Kuesioner yang terhandal artinya kuesioner akan menghasilkan hasil yang sama atau mendekati meskipun disebarakan berapa kalipun.

**Tabel 8 Uji Realibilitas Variabel Y (Kepuasan Pengunjung)**

Case Processing Summary			
		n	%
Cases	Valid	70	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	70	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	N of Items	
.777	15	

Dari hasil uji reliabilitas 15 pernyataan untuk variabel  $X_1$  di atas, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,777. Dengan demikian bahwa pernyataan kuesioner telah memenuhi syarat reliabilitas (kehandalan).

**Pengujian Hipotesis dan pembahasan**

Uji hipotesis mengenai pengaruh  $X_1$ ,  $X_2$ , dan Y, dibahas dengan analisis regresi sederhana maupun ganda, setiap regresi pasti ada kolerasinya, Hal ini telah di sampaikan oleh Sugiyono (2006 : 203). Berikut Tabel Hasil Uji korelasi berikut ini :

**Tabel 9 Hasil Uji Korelasi  $X_1$  terhadap Y**

Correlations			
		x1	Y
x1	Pearson Correlation	1	.475**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	70	70
Y	Pearson Correlation	.475**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	70	70

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil korelasi pearson di atas interprestasinya adalah tingkat hubungan antara variabel Promosi ( $X_1$ ) dengan kepuasan pengunjung (Y) dapat di analisis karena ada

hubungan Signifikan antara variabel Promosi  $X_1$  dengan kepuasan pengunjung (Y).

**Tabel 10 Hasil Uji korelasi  $X_2$  terhadap Y**

Correlations			
		x2	Y
x2	Pearson Correlation	1	.157
	Sig. (2-tailed)		.193
	N	70	70
Y	Pearson Correlation	.157	1
	Sig. (2-tailed)	.193	
	N	70	70

Dari hasil korelasi Pearson di atas, interprestasinya adalah, tingkat hubungan antar variabel Kualitas pelayanan( $X_2$ ) dengan Kepuasan Pengunjung (Y) adalah 0,157 dengan nilai signifikan sebesar 0,193. Artinya ada hubungan Kuat antara Kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dengan Kepuasan Pengunjung (Y).

**Analisis koefisien Determinasi**

Koesifien determinasi merupakan suatu nilai yang menyatakan besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. yaitu pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan perngunjung dengan SPSS, diperoleh sebagai berikut :

**Tabel 11 Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.478 <sup>a</sup>	.228	.205	7.25963

a. Predictors: (Constant), x2, x1

Dua nilai penting yang harus dijelaskan dari tabel diatas nilai R dan R Square. Nilai R adalah nilai koefisien korelasi antara Promosi ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y). Nilai R juga merupakan koefisien korelasi antara y-observed dan y-predicted. R Square ( $r^2$ ) merupakan hasil pengkuadratan dari R. Jika Dikalikan dengan 100% akan diperoleh nilai koefisien determinasi dengan rumus:  $Kd = r^2 \times 100\%$ . koefisien determinasi yang diperoleh adalah  $0,478^2 \times 100 = 22,85\%$ . Hal ini berarti variabel terikat Kepuasan Pengunjung (Y) dipengaruhi oleh variabel Promosi ( $X_1$ ) dan Kualitas pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 22,85%. Dan sisanya 77,15% dipengaruhi variabel lainnya. Dengan demikian, pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan dapat mempengaruhi Kepuasan Pengunjung.

**Uji Regresi Sederhana**

Uji regresi, yang diformulasikan sebagai  $\hat{Y} = a + bX$  dimana  $\hat{Y}$  = Pengaruh Promosi, X = Kualitas Pelayanan, a = Nilai Konstanta dan b = Koefisien Residual. Berdasarkan hasil analisis model

regresi pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung. Regresi sederhana dapat dianalisis karena hubungan sebab akibat Variabel ( X) Terhadap Variabel (Y).

**Tabel 12 Koefisien Regresi Sederhana Pengaruh Antara Variabel X Terhadap Y Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	27.215	7.513		3.622	.001
	x1	.561	.134	.498	4.201	.000
	x2	-.046	.103	-.053	-.451	.653

a. Dependent Variable: y

Persamaan matematis tabel Diatas, adalah => **(Y) = 7,513 + 561 (X1) +- 0,46 (X2) + e.** Interpretasi masing – masing independen, Bo = 7,513, Artinya : apabila variabel Promosi dan Kualitas Pelayanan sama dengan nol maka Kepuasan Pengunjung mengalami peningkatan 7,513, B1= - 561, Artinya : apabila variabel Promosi mengalami peningkatan maka Kepuasan Pengunjung akan mengalami peningkatan 561, B2 = 0,46, Artinya : apabila

variabel Kualitas Pelayanan meningkat maka Kepuasan Pengunjung akan mengalami peningkatan 0,46

**Uji ANOVA (F)**

Untuk menguji signifikansi pengaruh Promosi dan Kualitas pelayanan, dianalisis dengan ANOVA (Analisis Kovarian) dengan uji F. Yang hasilnya dibawah ini :

**Tabel 13 ANOVA Pengaruh antara X dengan Y ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1043.248	2	521.624	9.898	.000 <sup>b</sup>
Residual	3531.052	67	52.702		
Total	4574.300	69			

a. Dependent Variable: y , b. Predictors: (Constant), x2, x1

Berdasarkan tabel di atas nilai  $F_{hitung}$  sebesar 9.898 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai ini sebagai statistik yang akan di bandingkan dengan nilai F dari tabel dimana pada tabel F untuk  $\alpha = 0,05$  dan  $df_1 : 2$  dan  $df_2 : n - k - 1 (70 - 2 - 1) = 67$ , maka di peroleh nilai  $F_{tabel}$  (9,898) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya sistim promosi dan kualitas pelayanan mempunyai hubungan signifikan dengan kepuasan pengunjung.

cukup tinggi. dengan uji t memperoleh nilai  $t_{hitung} = 9,898$  diterima pada taraf signifikansi 5% ( $p < 0,05$ ). Artinya Kualitas Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kualitas pengunjung, Semakin besar Kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung yang diterima, maka kepuasan pengunjung akan semakin meningkat. Sebaliknya semakin kecil Kepuasan pengunjung dan Kualitas pelayanan yang diterima maka kepuasan pengunjung akan semakin berkurang.

**5. KESIMPULAN DAN SARAN**

**5.1 Kesimpulan**

Pengaruh promosi dan Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung memiliki skor

**5.2 Saran**

Sebaiknya anjungan Jawa Barat tetap Konsisten dalam berinovasi dengan berbagai



kegiatan keseniannya, agar pengunjung selalu mendapatkan hiburan yang sangat puas pada setiap saat. Ditambah dengan adanya kegiatan pameran produk kesenian setiap satu bulan sekali atau tiga bulan sekali yaitu yang di namakan paket khusus untuk mengadakan pameran produk kesenian kerajinan tangan setiap daerah yang berwilayah di Jawa Barat. Didukung konsisten berinovasi dalam kreatif kerajinan tangan setiap kabupaten untuk dipamerkan di anjungan Jawa Barat. Dan Tetap menjaga dan mempertahankan Kualitas Pelayanan yang selama ini telah ada disamping tetap mempertahankan kualitas pelayanan terhadap kepuasan Pengunjung .

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto. 2002. Hasil Uji Reabilitas. Bandung: Penerbit Alfabeta Penerbit Buku Kedokteran EGC, Jakarta .
- Ben M. Enis.2015. Ilmu Manajemen. Jogjakarta. PT. Remaja Rosdakarya.
- Lukman. 2000. Psikologi Pelayanan. Jakarta: SinarGrafika. Yogyakarta: Penerbit Qalam.
- Maddy, Khairul. 2010. Hakikat dan Pengertian Pelayanan Prima. Jakarta (Jakarta: TamitaUtama) : penerbitan PT Raja Grafindo Perkasa.
- Riduwan.2013. Dasar-Dasar Statistika. Alfabeta. Bandung.
- Sigit 2007: Kualitas layanan. Penerbitan Buku Kompas, Jakarta, 2006 Jakarta: Salemba
- Tjiptono, Fandy Santoso. 2001. Riset pemasaran. Elex Media Komputindo. Yogyakarta.
- Tjiptono,Fandy. 2005. Brand Management strategi. Penerbit: Yogyakarta.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2000. Manajemen Pemasaran Modern. Salemba Jakarta.
- Pasolong, Harbani. 2007. Teori Administrasi Publik. CV. Alfabeta. Makassar.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Penerbitan Percetakan Akademi Manajemen. Yogyakarta Perusahaan YKPN, Yogyakarta.