

## PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH PENGUNJUNG DI DUNIA AIR TAWAR TMII

**Eka Oktavia Nanprahara dan Sri Siswani**

Fakultas Ekonomi, Universitas Respati Indonesia

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

www.urindo.co.id

### ABSTRAK

Perkembangan pariwisata menjadikan, para pelaku bisnis pariwisata harus mampu melakukan inovasi dan kreatifitas agar bisnis yang dijalankan tetap mendapat perhatian dari masyarakat. Hal ini memerlukan antara lain Promosi dan Kualitas Pelayanan guna tercapainya Peningkatan wisatawan yang diharapkan. Salah satu objek wisata nasional bertaraf internasional adalah Dunia Air Tawar TMII yang merupakan wahana mempesona, akan tetapi belum adanya fasilitas seperti : website, kurangnya iklan di televisi, maupun pelayanan yang optimal dalam hal service guide, feeding show, fasilitas mesin ATM yang jauh letaknya , serta penyediaan layanan pengunjung, menjadi kendala pihak Dunia Air Tawar TMII dalam meningkatkan jumlah pengunjungnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan indikator Promosi, Kualitas Pelayanan yang dapat meningkatkan atau mempengaruhi Peningkatan Jumlah Pengunjung.

Metode penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik *Accidental Sampling*. menggunakan data primer, data sekunder dengan populasi dan sampel berjumlah 75 orang, dan menggunakan alat bantu kuesioner. Hasil penelitian adalah: koefisien korelasi antara variable Promosi ( $X_1$ ) terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung (Y) adalah 0,230 dengan nilai signifikannya sebesar 0,023 dan hubungan variable Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung (Y) 0,600 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan tingkat hubungan yang signifikan, positif dan sangat kuat. Kesimpulan ada "pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung di Dunia Air Tawar TMII. Oleh karena itu sebaiknya pihak Dunia Air Tawar TMII membuat website dan memasang iklan di tv, melakukan kerjasama khusus dengan para agent travel, menambahkan pegawai marketing dari 1 menjadi 3 pegawai, perlu mengoptimalkan service guide dan feeding show, menyediakan mesin debit, dan menyediakan telephone layanan pengunjung.

**Kata Kunci : Promosi, Kualitas Pelayanan, Peningkatan Jumlah Pengunjung.**

### PROMOTION AND SERVICE QUALITY EFFECT FOR IMPROVING VISITOR QUANTITY IN WATERWORLD TMII

Eka Oktavia Nanprahara dan Sri Siswani

Fakultas Ekonomi, Universitas Respati Indonesia – Jakarta,

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

### ABSTRACT

The development of tourism makes, the tourism business must be able to innovate and creativity for the business that run still get attention from the community. This requires, among others, Promotion and Service Quality in order to achieve the expected increase of tourists. One of the national attractions of international standard was TMII Freshwater World which was a fascinating vehicle, but there were no facilities such as: website, lack of advertising on television, and optimal service in terms of service guides, feeding shows, ATM machine facilities are far located, as well as the provision of visitor services, a constraint of TMII Freshwater World in increasing the number of visitors. This study aims to reveal indicators of Promotion, Quality of Service that can increase or influence the increase in the number of visitors. This research method is quantitative research with Accidental Sampling technique. using primary data, secondary data with population and sample amounting to 75 people, and using questionnaire tool. The result of research : coefficient of correlation between variable of Promotion ( $X_1$ ) to Increase of Number of Visitor (Y) 0,230 with significant value equal to 0,023 and relation of variable Quality of Service ( $X_2$ ) to Increase of Visitor Number (Y) 0,600 with value signifikan signifikan 0.000. This shows a significant level of relationship, positive and very strong. Conclusion there was the influence of Promotion and Quality of Service to Increase the Number of Visitors in TMII Freshwater World. Therefore, TMII Freshwater World party

should make website and advertisement on TV, make special cooperation with travel agents, marketing employees from 1 to 3 employees, need to optimize service guide and feeding show, provide debit machine, and provide telephone service to visitors.

**Keywords: Promotion, Service Quality, Increasing Number of Visitors.**

## **1. PENDAHULUAN**

Perkembangan pariwisata menjadikan persaingan semakin kompetitif antar tempat wisata. Untuk dapat bersaing di era globalisasi ini, para pelaku bisnis pariwisata melakukan berbagai promosi agar dapat memenangkan persaingan ini, yang ditandai dengan banyaknya tempat-tempat wisata yang terdapat di setiap daerah dengan daya tarik beragam. Oleh karena itu, para pelaku bisnis harus mampu melakukan inovasi dan kreatifitas agar bisnis yang dijalankan tetap mendapat perhatian dari masyarakat.

Salah satu objek wisata nasional bertaraf internasional adalah Taman Mini Indonesia Indah. Diantara taman rekreasi yang ada di Taman Mini Indonesia Indah adalah Dunia Air Tawar TMII yang merupakan wahana mempesona, dibangun pada tanggal 20 April tahun 1994 ditepi danau buatan dengan luas 5.500m<sup>2</sup>, dengan keunikan tersendiri yang membuat pengunjung selalu menikmati suguhan aneka biota air tawar yang diperagakan. Dunia Air Tawar juga dilengkapi berbagai fasilitas yang menunjang setiap aktivitas seperti perpustakaan, karantina, laboratorium, mini raiser, rumah pelatihan, auditorium, toko souvenir, lahan parkir yang luas dan bioskop 4 dimensi yang menjadi daya tarik tersendiri untuk dinikmati dan dipelajari. Penyajian ini bertujuan untuk memenuhi fungsi Dunia Air Tawar TMII sebagai wahana rekreasi yang sehat dan inspiratif bagi masyarakat, wahana edukasi bagi pelajar dan mahasiswa. Sebagai wahana konservasi terakreditasi berdasarkan keputusan Menteri Kehutanan, dan sebagai wahana penelitian dan observasi berbagai aspek perikanan dan aplikasi teknik budaya yang baik dengan dukungan Kementerian Kelautan serta komunitas pembudidaya ikan air tawar yang ada di masyarakat, menjadikan wisata akuarium air tawar terbesar, terlengkap dan terpopuler di dunia menjadi tujuan wisata bernuansa air tawar, dan pusat perlindungan dan pelestarian biota air tawar, serta pusat informasi dan

pengembangan IPTEK yang berkaitan dengan biota air tawar.

Dunia Air Tawar TMII juga melakukan berbagai promosi menggunakan brosur dan reklame. Berkembangnya teknologi seharusnya Dunia Air Tawar sudah mempunyai website atau blog yang memudahkan pengunjung mengakses informasi. Minat pengunjung ke Dunia Air dipengaruhi oleh koleksi ikan yang unik dan menarik.

Sudah banyak pula agent travel yang membawa rombongan wisata datang ke Dunia Air Tawar, akan tetapi, belum adanya kerja sama khusus dengan agent travel, membuat para agent travel hanya membawa pengunjung yang memang ingin berkunjung ke Dunia Air Tawar. Hal ini karena Kurangnya pegawai marketing yang melakukan penawaran ke sekolah-sekolah dimana hanya ada 1 (satu) orang saja tenaga marketing.

Pelayanan di Dunia Air Tawar cukup baik dengan pelayanan sangat ramah kepada pengunjung, namun kurang optimal dalam service guide (pemandu) dan feeding show (pertunjukan pemberian makan ikan) karena terbatasnya jumlah pegawai. Untuk penanganan komplain ditangani dengan baik oleh karyawan Dunia Air Tawar. Namun pembelian tiket dengan uang tunai, menjadikan pengunjung yang kehabisan uang cash merasa kesulitan melihat wahana Dunia Air Tawar karena atm center dan bank terletak cukup jauh dari lokasi. Selain itu belum tersedianya telephone di customer service menjadikan pengunjung yang ingin melakukan survey/ mencari informasi harus datang langsung ke Dunia Air Tawar.

Jumlah pengunjung Dunia Air Tawar yang cukup besar terlihat dari kunjungan setiap weekend, libur tanggal merah, dan rombongan anak sekolah. Hanya saja pada bulan puasa dan setelah lebaran pengunjung Dunia Air Tawar sangat sepi/ sedikit. Setelah anak-anak sekolah selesai melakukan UTS barulah pengunjung Dunia Air Tawar kembali ramai, karena biasanya setelah UTS anak-anak sekolah mengadakan kegiatan jalan-jalan atau travelling.

## 2. TUJUAN PENELITIAN

Untuk mengetahui dan menganalisis “Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung di Dunia Air Tawar, TMII” Jakarta Timur.

## 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan teknik *Accidental Sampling* yaitu teknik berdasarkan kesediaan responden (Singarimbun dan efensi, 1997 : 162), dengan sampel berjumlah 75 responden, termasuk penelitian korelasi, menggunakan data primer, data sekunder, uji validitas, uji reliabilitas, dan skala likert dengan alat bantu kuesioner.

### 3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

**Tempat:** Dunia air Tawar TMII, Jalan raya Taman Mini Indonesia Indah Jakarta Timur.

**Waktu :** Maret - Juli 2017.

## 4. HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN

### 4.1 Kali Brasi (Uji Coba Instrumen)

Uji coba instrumen menggunakan teknik *one-shotmeasure* yaitu tehnik penelitian dengan penyebaran satu kali penyebaran saja (Ghozali 2001: 129), dilanjutkan dengan uji validitas dan reliabilitas

#### 1) Uji Validitas Instrumen

Validitas adalah ketetapan alat ukur terhadap konsep yang diukur, Uji validitas dilakukan

dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pernyataan dengan total skor (Ghozali 2001: 133). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut dan memiliki nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel.

#### 2). Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas (kehandalan) adalah ketetapan suatu tes dalam mengukur apa yang diukurinya. “Reliabilitas menunjukkan bahwa sesuatu instrumen cukup dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena data tersebut sudah baik”. untuk mengetahui reliabilitas instrumen digunakan rumus *alpha cronbach*. (Arikunto, 2002)

#### 3) Analisis Koefisien Korelasi dan Determinasi

Analisis ini untuk mengetahui ada tidaknya hubungan variabel bebas (variabel Promosi ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dengan variabel terikat (variabel Peningkatan Jumlah Pengunjung (Y). dengan rumus koefisien korelasi. Kemudian analisa korelasi dilanjutkan dengan menghitung Koefisien Determinasi (KD) menurut Sugiyono (2001:151). Untuk dapat memberi interpretasi terhadap kuat atau lemahnya hubungan maka dapat digunakan pedoman sebagai berikut :

Tabel 1. Tabel 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 : Sugiyono (digunakan uji signifikasi terhadap korelasi *product moment* (2001:182).

#### 4) Analisis Regresi Sederhana

Teknik analisis regresi untuk menjelaskan pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat. menggunakan persamaan dengan rumus  $y=a+bx$ . (Sugiono 2006:244-245). Dimana: x: Promosi, Kualitas Pelayanan, a:

Konstanta, b : Koefisien regresi, y : Peningkatan Jumlah Pengunjung

#### 5)Uji Koefisien Regresi (Uji t)

Untuk mengetahui apakah koefisien regresi berpengaruh signifikan atau tidak, dilakukan dengan kriteria pada taraf  $\alpha = 0,05$  (sugiyono 2006:281).

**5. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**5.1.Kriteria Responden**

**Tabel 1. Analisis Univariat Kriteria Responden**

No	Variabel	Frekuensi	Persent	Valid persen	Cumulative %
1	Jenis kelamin				
	-laki-laki	42	56	56	56
	-perempuan	33	44	44	100
	Jumlah	75	100	100	
2	Usia				
	-<20 tahun	37	49,3	49,3	49,3
	-20-30 tahun	25	33,3	33,3	82,6
	-31-40 tahun	8	10,7	10,7	93,3
	-41-50 tahun	5	6,7	6,7	100
	Jumlah	75	100	100	
3	Pendidikan				
	-SMP	10	13,3	13,3	13,3
	-SMA	56	74,7	74,7	88,0
	-D3	2	2,7	2,7	90,7
	-S1	7	9,3	9,3	100
	Jumlah	75	100	100	
4	Pekerjaan				
	-ibu rumah tangga	8	10,7	10,7	10,7
	-pegawai swasta	26	34,7	34,7	45,4
	-mahasiswa	4	5,3	5,3	50,7
	-PNS	4	5,3	5,3	56,0
	-siswa	31	41,3	41,3	97,3
	-wirausaha	2	2,7	2,7	100
	Jumlah	75	100	100	

**5.2.Uji Validitas**

**5.2.1Uji Validitas berdasarkan Instrumen Promosi (X<sub>1</sub>)**

Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui kesahihan suatu kuesioner, uji validitas, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total. Suatu kuesioner dikatakan valid jika

pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut dan memiliki nilai r hitung > r tabel. (Sugiyono, 2014), dan nilai r<sub>tabel</sub> dari df n = 75 yaitu (75-2= 73) adalah 0,227, dan hasil uji validitas tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 2. Uji Validitas Variabel Promosi (X<sub>1</sub>)**

No	Pearson correlation	Sig.(2-tailed)	R r tabel	n	keterangan
P1	.443	.000	0,227	75	Valid
P2	.443	.000	0,227	75	Valid
P3	.265	.022	0,227	75	Valid
P4	.293	.011	0,227	75	Valid
P5	.413	.000	0,227	75	Valid
P6	.512	.008	0,227	75	Valid
P7	.304	.000	0,227	75	Valid
P8	.644	.000	0,227	75	Valid
P9	.524	.000	0,227	75	Valid
P10	.499	.000	0,227	75	Valid
P11	.514	.000	0,227	75	Valid
P12	.505	.000	0,227	75	Valid
P13	.446	.000	0,227	75	Valid

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Dari hasil uji validitas tabel 2 di atas terlihat semua pernyataan variabel X<sub>1</sub> (Promosi) adalah valid karena memiliki nilai r hitung > r tabel, sehingga dapat dijadikan alat ukur penelitian

variabel X<sub>1</sub> (Promosi). Pernyataan kuesioner dinyatakan valid artinya kuesioner mampu dijadikan alat ukur dari variabel yang diteliti.

**Tabel 3. Uji Validitas Instrumen Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)**

No	Pearson correlation	Sig.(2-tailed)	R r tabel	n	keterangan
KP1	.406	.000	0,227	75	Valid
KP2	.409	.000	0,227	75	Valid
KP3	.397	.000	0,227	75	Valid
KP4	.461	.000	0,227	75	Valid
KP5	.546	.000	0,227	75	Valid
KP6	.550	.000	0,227	75	Valid
KP7	.476	.000	0,227	75	Valid
KP8	.519	.000	0,227	75	Valid
KP9	.481	.000	0,227	75	Valid
KP10	.281	.015	0,227	75	Valid
KP11	.238	.040	0,227	75	Valid
KP12	.340	.003	0,227	75	Valid
KP13	.485	.000	0,227	75	Valid

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Dari hasil uji validitas tabel 3 di atas terlihat 13 pernyataan variabel X<sub>2</sub> (kualitas pelayanan) adalah valid karena memiliki nilai r hitung > r tabel, sehingga dapat dijadikan alat ukur

penelitian variabel X<sub>2</sub> (Kualitas Pelayanan). Pernyataan kuesioner dinyatakan valid artinya kuesioner mampu dijadikan alat ukur dari variabel yang diteliti

**Tabel 4. Uji Validitas Instrument Variabel (Y) Peningkatan Jumlah Pengunjung**

No	Pearson correlation	Sig.(2-tailed)	R r tabel	n	keterangan
PJP1	.397	.000	0,227	75	Valid
PJP2	.538	.000	0,227	75	Valid
PJP3	.545	.000	0,227	75	Valid
PJP4	.230	.047	0,227	75	Valid
PJP5	.460	.000	0,227	75	Valid
PJP6	.634	.000	0,227	75	Valid
PJP7	.650	.000	0,227	75	Valid
PJP8	.253	.029	0,227	75	Valid
PJP9	.396	.000	0,227	75	Valid
PJP10	.289	.012	0,227	75	Valid
PJP11	.459	.000	0,227	75	Valid
PJP12	.428	.000	0,227	75	Valid
PJP13	.521	.000	0,227	75	Valid

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Dari hasil uji validitas tabel 4 diatas terlihat 13 pernyataan variabel Y (Peningkatan Jumlah Pengunjung) adalah valid karena memiliki nilai r hitung > r tabel, sehingga dapat dijadikan alat ukur penelitian variabel Y (Peningkatan Jumlah Pengunjung). Pernyataan kuesioner dinyatakan valid artinya kuesioner mampu dijadikan alat ukur dari variabel yang di teliti.

**5.2.2. Uji Realibilitas Instrumen**

Uji reliabilitas instrument digunakan untuk mengukur keterhandalan instrument. Dengan demikian instrument-instrument tersebut dapat menjaring data untuk

mengungkapkan tujuan penelitian. Kriteria koefisien reliabilitas instrument ditunjukkan oleh koefisien korelasi  $r > 0,60$ . Hasil reliabilitasnya pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5. Uji reliabilitas Promosi (x<sub>1</sub>)**

**Case Processing Summary**

		n	%
Cases	Valid	75	100
	Excluded <sup>a</sup>	0	0
	Total	75	100

a. Listwise deletion based on all variabels in the procedure

**Reliability Statistics X1**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	n of items
.640	.669	13

Dari hasil uji reliabilitas 13 pernyataan untuk variabel X<sub>1</sub> di atas, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,640 > 0,60. Dengan demikian pernyataan kuesioner telah memenuhi syarat reliabilitas (kehandalan). artinya kuesioner akan

menghasilkan hasil yang sama atau mendekati meskipun disebarkan berapa kalipun. Hal ini terkait dengan konsistensi dan kecilnya mis perception dari responden terhadap isi pernyataan kuesioner

**Tabel 6. Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (x<sub>2</sub>)  
Case Processing Summary**

		n	%
Cases	Valid	75	100
	Excluded <sup>a</sup>	0	0
	Total	75	100

a. Listwise deletion based on all variabels in the procedure

Reliability Statistics X2

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	n of items
.603	.669	13

Dari hasil uji reliabilitas 13 pernyataan variabel X<sub>2</sub>, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,603 > 0,60. Dengan demikian pernyataan kuesioner telah memenuhi syarat reliabilitas (kehandalan). artinya kuesioner akan menghasilkan hasil yang sama atau mendekati

meskipun disebarakan berapa kalipun. Hal ini terkait dengan konsistensi dan kecilnya mis perception dari responden terhadap isi pernyataan kuesioner.

**Tabel 7. Uji Reliabilitas Peningkatan Jumlah Pengunjung (Y)  
Case Processing Summary**

		n	%
Cases	Valid	75	100
	Excluded <sup>a</sup>	0	0
	Total	75	100

a. Listwise deletion based on all variabels in the procedure

Reliability Statistics Y

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	n of items
.676	.669	13

Dari hasil uji reliabilitas 13 pernyataan untuk variabel Y di atas, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,676 > 0,60. Dengan demikian pernyataan kuesioner telah memenuhi syarat reliabilitas (kehandalan). artinya kuesioner akan menghasilkan hasil yang sama atau mendekati meskipun disebarakan berapa kalipun. Hal ini terkait dengan konsistensi dan kecilnya mis perception dari responden terhadap isi pernyataan kuesioner.

**5.3. Pengujian Hipotesis dan Pembahasan**

Pada penelitian ini hipotesis pengaruh  $X_1$ ,  $X_2$ , dan Y, menggunakan analisis regresi sederhana maupun ganda, Sugiyono (2006 : 203). Berikut Hasil Uji korelasi tersebut :

**5.3.1. Analisis Koefisien Korelasi**

**Tabel 8. Hasil uji korelasi  $x_1$  terhadap Y**

		$X_1$	Y
$X_1$	Pearson Correlation	1	.230*
	Sig. (1-tailed)		.023
	N	75	75
Y	Pearson Correlation	.230*	1
	Sig. (1-tailed)	.023	
	N	75	75

Hasil korelasi pearson Tabel 8. interprestasinya adalah bahwa hubungan variabel Promosi ( $X_1$ ) dengan Peningkatan Jumlah Pengunjung (Y) adalah: nilai  $r_{Hitung} > r_{tabel}$  ( $0.230 > 0.023$ ).

artinya ada hubungan Signifikan antara variabel Promosi ( $X_1$ ) dengan Peningkatan Jumlah Pengunjung (Y).

**Tabel 9. Hasil uji korelasi  $X_2$  terhadap y**

		$X_2$	Y
$X_2$	Pearson Correlation	1	.600**
	Sig. (1-tailed)		.000
	N	75	75
Y	Pearson Correlation	.600**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	
	N	75	75

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Hasil korelasi pearson di atas interprestasinya adalah bahwa hubungan variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dengan Peningkatan Jumlah Pengunjung (Y) adalah nilai  $r_{Hitung} > r_{tabel}$  ( $0.600 > 0.000$ ). artinya ada hubungan Signifikan variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dengan Peningkatan Jumlah Pengunjung (Y).

**5.3.2. Analisis Koefisien Determinasi**

Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung, diperoleh hasil pada tabel 10. berikut:

**Tabel 10. Koefisien Determinasi**

Mode	Change Statistics								
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.762 <sup>a</sup>	.581	.563	2.572	.581	20.427	2	72	.000

Dari tabel 10. Diatas terdapat nilai R dan R Square. Nilai R adalah nilai koefisien korelasi antara Promosi ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ), dan Peningkatan Jumlah Pengunjung (Y). serta

y-observed dan y-predicted. Sementara R Square ( $r^2$ ). Jika dikalikan 100% maka diperoleh nilai Koefisien Determinasi (KD) rumusnya:  $KD = r^2 \times 100\%$ . Yaitu  $0,762^2 \times 100\% = 58,1\%$ . Artinya

Peningkatan Jumlah Pengunjung ( variabel Y) dipengaruhi oleh variabel Promosi (X<sub>1</sub>) dan variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) sebesar 58,1%. Sisanya 41,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung adalah sebesar 58,1%.

**5.3.3.Uji Regresi Sederhana**

Koefisien regresi dari variabel terkait yang dapat diterangkan oleh variabel bebas sebagaimana pada hipotesis awal dituliskan bahwa terdapat Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung di Dunia Air Tawar TMII. Maka dilakukan dengan analisis model regresi yang diformulasikan sebagai  $\hat{Y} = a + bX$  dimana  $\hat{Y}$  = Peningkatan Jumlah Pengunjung, X = Promosi dan Kualitas Pelayanan, a = Nilai Konstanta dan b = Koefisien Residual.

**Tabel 11. Tabel Koefisien Regresi Sederhana Pengaruh Antara Variabel X Terhadap Y**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.081	4.195		2.401	.018
X <sub>1</sub>	.730	.120	.549	4.496	.001
X <sub>2</sub>	.732	.124	.585	5.906	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 11. diatas, maka dapat dibuat persamaan matematis sebagai berikut :  $(Y) = 10,081 + 730 (X_1) + 732 (X_2) + e$ , Interpretasi untuk masing–masing Bo = 10,081. Artinya : apabila variabel Promosi dan Kualitas Pelayanan sama dengan nol maka Peningkatan Jumlah Pengunjung akan mengalami kenaikan sebesar 10,081.

B1= 730. Artinya : apabila variabel Promosi mengalami peningkatan maka akan disertai dengan peningkatan Jumlah Pengunjung sebesar 730 B2 = 732.

Artinya : apabila variabel Kualitas Pelayanan mengalami peningkatan maka Peningkatan tersebut akan disertai dengan kenaikan Jumlah Pengunjung sebesar 732.

**5.3.4.Uji ANOVA (F)**

Untuk menguji pengaruh antara Promosi dan Kualitas pelayanan dapat dianalisis dengan ANOVA (Analisis Kovarian) atau uji F yaitu untuk mengetahui apakah regresi tersebut cocok atau signifikan. Secara rinci hasil perhitungan ANOVA dari pengolahan data dapat ditunjukkan pada tabel 12. di bawah ini

**Tabel 12. hasil uji ANOVA (F)**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	270.235	2	135.117	20.427	.000 <sup>b</sup>
Residual	476.245	72	6.615		
Total	746.480	74			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X<sub>2</sub>, X<sub>1</sub>

Berdasarkan tabel 12. di atas terlihat bahwa nilai F<sub>hitung</sub> sebesar 20.427 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai ini di bandingkan dengan nilai F tabel dimana  $\alpha = 0,05$  dan  $df_1 : 2$  dan  $df_2 : n-k-1 (75-2-1)= 72$ , maka di peroleh nilai F<sub>tabel</sub> (20,427) maka pada  $\alpha=0,05$  di

putusan untuk menolak Ho dan menerima Ha, artinya bahwa Promosi dan Kualitas Pelayanan berhubungan signifikan dengan Peningkatan Jumlah Pengunjung.

**5.4.Pembahasan Hasil Penelitian**

Semakin besar Promosi, dan Kualitas Pelayanan dilakukan, maka Peningkatan Jumlah Pengunjung semakin meningkat. Begitupun sebaliknya.

#### **Perbandingan dengan penelitian lain**

Sebagai perbandingan dengan penelitian kami, kami mengambil penelitian Riyan Agung, 2014 yang meneliti mengenai pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Waroeng Spesial Sambal cabang Gonilan, Surakarta. Penelitian ini diambil karena memiliki unsur variabel bebas yang sama (promosi, kualitas pelayanan) sedangkan untuk variabel terikatnya berbeda. Berdasarkan hasil penelitian Riyan Agung, 2014 dapat disimpulkan promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 31,5% ( $r^2=0,315$ ) dengan besaran sampel 50 responden. Sedangkan hasil penelitian kami menyatakan variabel Promosi ( $X_1$ ) dan variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap peningkatan jumlah pengunjung sebesar 58,1% dengan sampel 75 responden.

### **5. KESIMPULAN dan SARAN**

#### **5.1. KESIMPULAN**

Ada "pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung di Dunia Air Tawar TMII. Walaupun Promosi tentang ikan adalah hanya dari sahabat/kerabat, yang menimbulkan keingintahuan mereka untuk mencari informasi atau datang langsung melihat koleksi ikan unik yang ada di Dunia Air Tawar.

#### **5.2. Saran**

Sebaiknya Dunia Air Tawar TMII, Membuat Website, memasang iklan di televisi agar semakin dikenal masyarakat, melakukan kerjasama dengan agent travel, dan sekolah-sekolah agar pengunjungnya Meningkatkan, serta menambah pegawai marketing dari 1 pegawai menjadi 3 pegawai. Dan mengoptimalkan service guide (pemandu) dan feeding show dengan cara menambah jumlah pegawai di bidang tersebut, menyediakan layanan telephon di customer service untuk survey dan informasi, dan memasang ATM guna memudahkan pengunjung mengambil uang tunai.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto, Suharsimi. 2002. Metodologi Penelitian. Jakarta. Penerbit PT. Rineka Cipta.
- Ghozali, Imam. 2001. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro
- Setiawan, Riyan Agung. 2014. ANALISIS PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus: "Waroeng Spesial Sambal cabang Gonilan - Surakarta"). Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Singarimbun, Masri dan Sofyan Effendi. 1997. Metode Penelitian Suvei. Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono, 2000. Statistika untuk Penelitian, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung, Alfabeta