
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Wisata Noah's Park Lembang Bandung)

Shelma Sintapiani, Rina Suprina*, Anita Swantari
Institut Pariwisata Trisakti
*rinasuprina@iptrisakti.ac.id

ABSTRACT

This research aims to explain the influence of service quality on customer satisfaction (Study of Noah's Park Lembang Bandung Tourist Visitors). The approach to this research uses a quantitative approach with descriptive methods. The population in this study were visitors to the Noah's Park Lembang Bandung tourist attraction. The sampling technique uses Probability Sampling with Random Sampling Technique with a total of 100 respondents. Data collection methods were carried out using observation methods and questionnaires. The data analysis method in this research uses Validity Test, Reliability Test, Descriptive Statistical Analysis, Mean Test, Correlation Coefficient Analysis, Determination Coefficient, Simple Linear Regression Analysis, and T-Test Hypothesis Testing, tested using the SPSS version 29 analysis tool. From the research results It is known that the influence of service quality on customer satisfaction, which produces a mean value of service quality of 3.51, is included in the very good category. And the mean value for Customer Satisfaction is 3.53 which is also included in the very good category. Service Quality and Customer Satisfaction have an influence of 61.6% and the remaining 38.4% is influenced by other factors not examined in this research.

Keywords: *service quality, customer satisfaction*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pa da Pengunjung Wisata Noah's Park Lembang Bandung). Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung wisata Noah's Park Lembang Bandung. Teknik pengambilan sampel menggunakan Probability Sampling dengan Teknik Sampel Random Sampling dengan jumlah sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, dan kuesioner. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Statistik Deskriptif, Uji Mean, Analisis Koefisien Korelasi, Koefisien Determinasi, Analisis Regresi Linear Sederhana, dan Uji Hipotesis Uji-T, diuji menggunakan alat analisis SPSS versi 29. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, yang menghasilkan nilai mean Kualitas Pelayanan 3,51 yang masuk ke dalam kategori sangat baik. Dan nilai mean pada Kepuasan Pelanggan sebesar 3,53 yang juga termasuk dalam kategori sangat baik. Kualitas Peayanan dan Kepuasan Pelanggan memberikan pengaruh sebesar 61,6% dan untuk sisanya 38,4% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Pariwisata memegang peranan penting dalam pembangunan ekonomi nasional karena mampu mendatangkan devisa serta menciptakan lapangan kerja. Salah satu bentuk pariwisata yang semakin berkembang adalah wisata olahraga (sport tourism), yang menggabungkan aktivitas fisik, eksplorasi alam, dan rekreasi. Indonesia, dengan kekayaan alam dan budaya, memiliki peluang besar untuk mengembangkan jenis wisata ini. Noah's Park Lembang di Bandung adalah contoh destinasi sport tourism yang menawarkan berbagai wahana berbasis petualangan dan alam terbuka, seperti luge kart, ATV, gokart, flying fox, archery, dan lainnya (Noah's Park Lembang, 2024).

Destinasi seperti Noah's Park Lembang perlu memastikan kualitas pelayanan untuk mempertahankan dan meningkatkan kunjungan wisatawan. Kualitas pelayanan mencakup aspek kecepatan, keramahan, profesionalisme, serta kelengkapan fasilitas, yang semuanya berkontribusi pada pengalaman emosional positif pengunjung. Kepuasan pengunjung timbul dari perbandingan antara harapan awal dan pengalaman nyata. Bila pelayanan melampaui harapan, maka tingkat kepuasan akan tinggi dan berdampak pada loyalitas. Oleh karena itu, pelayanan yang prima menjadi krusial dalam industri pariwisata, khususnya dalam destinasi berbasis aktivitas seperti ini (Noah's Park Lembang, 2024).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan sangat memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Misalnya, penelitian dari Ridwan et al. (2024) menyatakan bahwa dimensi kualitas pelayanan seperti tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Studi oleh Rofiah & Wahyuni (2017) juga menguatkan hal ini melalui model SERVQUAL. Dalam konteks pariwisata, berbagai penelitian juga menyoroti pentingnya pelayanan dalam menciptakan pengalaman wisata yang berkesan (Lim et al., 2023). Oleh karena itu, diperlukan kajian lanjutan untuk melihat penerapan konsep ini di Noah's Park Lembang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Noah's Park Lembang. Dengan analisis ini, diharapkan pengelola dapat memperoleh rekomendasi yang berguna untuk perbaikan kualitas pelayanan. Hal ini penting untuk menciptakan pengalaman wisata yang menyenangkan dan berkelanjutan, serta untuk membangun loyalitas pelanggan jangka panjang. Pengalaman negatif akibat pelayanan yang kurang maksimal dapat berdampak buruk pada persepsi pengunjung, yang secara tidak langsung memengaruhi citra destinasi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan yang diidentifikasi meliputi perlunya memaksimalkan pengalaman menyenangkan bagi pengunjung, evaluasi terhadap pelayanan yang telah diberikan, serta pencarian solusi konkret untuk perbaikan pelayanan. Fokus utama penelitian ini adalah menganalisis hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di Noah's Park Lembang. Penelitian ini juga diharapkan menjadi bahan pertimbangan strategis bagi pengelola untuk menciptakan layanan yang mampu menjawab kebutuhan serta ekspektasi wisatawan secara optimal.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan konsep multidimensional yang mencerminkan upaya penyedia jasa dalam memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Dalam Total Quality Management (TQM), kualitas tidak hanya dipandang sebagai kesesuaian standar atau keandalan teknis, tetapi juga mencakup aspek lingkungan, manusia, dan proses (Rahmat & Ardiansyah, 2021). Lima dimensi utama yang dikenal

luas dalam mengukur kualitas pelayanan adalah tangibles (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (empati). Dimensi-dimensi ini dinilai berdasarkan seberapa baik organisasi mampu menyediakan fasilitas yang layak, menjaga konsistensi pelayanan, memberikan respons cepat, membangun kepercayaan pelanggan, dan menunjukkan kepedulian personal (Parasuraman, 2005). Responsiveness mengukur kecepatan dan kesigapan pelayanan; assurance berkaitan dengan rasa aman yang ditimbulkan; tangibles menilai kelayakan fisik seperti kebersihan fasilitas; empathy menilai perhatian individual terhadap pelanggan; dan reliability menunjukkan keakuratan dan konsistensi pelayanan. Kualitas layanan yang tinggi terbukti berkorelasi positif dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Armine & Dewi, 2018).

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah hasil evaluasi pelanggan terhadap sejauh mana harapan mereka terpenuhi oleh produk atau layanan yang mereka terima. Konsep ini menurut Tjiptono (2019) dan Kotler & Keller (2016) dipahami sebagai kesenjangan antara harapan dan kenyataan semakin kecil kesenjangan tersebut, maka semakin besar kepuasan yang dirasakan. Fecikova (2010) menambahkan bahwa kepuasan merupakan hasil penilaian pelanggan terhadap kemampuan produk atau layanan memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Indikator kepuasan mencakup kesesuaian dengan harapan, minat untuk kembali menggunakan layanan, dan kesediaan untuk merekomendasikan kepada orang lain. Ketika kepuasan tercapai, efeknya dapat meluas pada word of mouth yang menguntungkan perusahaan secara tidak langsung.

Lupiyoadi (2013) mengidentifikasi beberapa faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kualitas produk, harga, lokasi, promosi, kualitas sumber daya manusia, proses layanan, dan tentu saja kualitas pelayanan itu sendiri. Dalam kerangka pengukuran, indikator yang umum digunakan antara lain adalah kesesuaian dengan harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Indrasari (2019) menegaskan bahwa ketiga indikator ini merupakan ukuran penting dalam mengevaluasi performa penyedia layanan. Oleh karena itu, pemahaman dan peningkatan terhadap kepuasan pelanggan menjadi prioritas strategis dalam pengelolaan usaha jasa, termasuk di sektor pariwisata.

METODE PENELITIAN

Metode dan Unit Analisis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara terukur. Menurut Sugiyono (2017), pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik variabel tanpa mengaitkan atau membandingkan antarvariabel. Penelitian ini bersifat positivistik, menggunakan instrumen kuisioner untuk memperoleh data primer dari responden. Metode ini memungkinkan pengujian hipotesis berdasarkan data numerik dan diolah secara statistik untuk menjawab rumusan masalah secara objektif.

Unit analisis yang diteliti adalah individu yang pernah berkunjung ke Noah's Park Lembang Bandung, dengan fokus pada persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan dan dampaknya terhadap kepuasan yang dirasakan. Dengan populasi terbatas pada pengunjung destinasi tersebut, pendekatan ini memungkinkan peneliti menjelaskan fenomena secara kontekstual namun tetap memiliki presisi kuantitatif

Variabel dan Pengukurannya

Penelitian ini memanfaatkan dua jenis variabel, yaitu variabel bebas (X) berupa kualitas pelayanan, dan variabel terikat (Y) berupa kepuasan pelanggan, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2017) dalam pendekatan kuantitatif. Variabel kualitas pelayanan dikaji melalui lima subvariabel dari model SERVQUAL: responsiveness, assurance, tangibles, empathy, dan reliability. Masing-masing subvariabel diukur melalui indikator yang dituangkan dalam pernyataan kuisioner menggunakan skala Likert 4 poin.

Untuk mengukur kepuasan pelanggan, digunakan tiga dimensi yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Setiap indikator disusun menjadi butir pernyataan yang dapat menangkap pengalaman dan persepsi responden. Penelitian ini juga mencakup data demografis seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan frekuensi kunjungan, yang diukur menggunakan skala nominal dan interval. Pengukuran tersebut bertujuan untuk memperkaya interpretasi hubungan antara variabel utama.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang pernah mengunjungi Noah's Park Lembang, sebagaimana didefinisikan oleh Sugiyono (2017) sebagai kumpulan objek yang memiliki karakteristik tertentu untuk diteliti. Peneliti menggunakan pendekatan probability sampling dengan teknik simple random sampling, yang memberikan peluang sama bagi setiap anggota populasi untuk menjadi sampel penelitian. Penentuan jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan margin of error 10%, menghasilkan 98,97 responden yang kemudian dibulatkan menjadi 100 orang. Hal ini bertujuan agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan terhadap populasi secara akurat, dengan memperhatikan prinsip representatif dalam pemilihan responden.

Prosedur Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui dua sumber utama yaitu data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui kuisioner berbasis Google Form yang dikembangkan dari indikator masing-masing variabel. Menurut Sugiyono (2017), kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efektif untuk memperoleh informasi langsung dari responden terkait sikap dan persepsi mereka. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari referensi seperti jurnal ilmiah, buku teks, dan sumber informasi lainnya. Kombinasi kedua jenis data ini memberikan landasan yang kuat bagi analisis penelitian, baik dari sisi aktualisasi data lapangan maupun penguatan teori dan literatur terdahulu.

Metode Analisis Data

Peneliti menggunakan beberapa teknik analisis data kuantitatif dengan bantuan perangkat lunak SPSS 29. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana butir-butir instrumen mencerminkan variabel yang diukur. Uji reliabilitas digunakan untuk menilai konsistensi jawaban responden, dengan nilai koefisien Alpha Cronbach sebagai indikator. Selanjutnya, uji koefisien determinasi untuk mengetahui kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat, serta regresi linear sederhana untuk memprediksi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan. Uji T juga dilakukan untuk menguji hipotesis secara parsial. Seluruh rangkaian analisis ini bertujuan memberikan pemahaman empiris tentang hubungan kedua variabel utama secara statistik dan objektif.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Noah's Park Lembang, Kabupaten Bandung Barat, sebagai lokasi studi kasus yang dipilih karena relevan dengan topik sport tourism dan pelayanan jasa wisata. Lokasi ini menyediakan objek empiris yang sesuai dengan kebutuhan analisis hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam konteks wisata berbasis aktivitas petualangan. Adapun waktu pelaksanaan penelitian berlangsung dari April hingga Juli 2024, dimulai sejak pengajuan judul hingga tahap pelaksanaan sidang. Penjadwalan kegiatan meliputi tahapan administrasi, pengumpulan data, analisis, hingga penyusunan laporan akhir. Perencanaan waktu ini memberikan kerangka kerja sistematis yang mendukung ketepatan dan efektivitas pelaksanaan penelitian secara keseluruhan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Pria	49	49%
Wanita	51	51%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 49 orang dengan persentase sebesar 49%. Sedangkan untuk responden yang berjenis kelamin wanita sebanyak 51 orang dengan persentase sebesar 51%. Hal ini menandakan bahwa mayoritas responden dalam kuesioner penelitian ini adalah responden dengan berjenis kelamin wanita karena perempuan cenderung lebih aktif dalam mengikuti survei, lebih terbuka dalam berbagi pengalaman wisata, serta sering berperan sebagai pengambil keputusan dalam perencanaan perjalanan.

Tabel 2. Daerah Asal Responden

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Bandung	48	48%
Luar Bandung	52	52%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah (2024)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa pelanggan yang berasal dari daerah Bandung sebanyak 48 orang dengan persentase sebesar 48%. Sedangkan pelanggan yang berasal dari luar daerah Bandung sebanyak 52 orang dengan persentase sebesar 52%. Hal ini menandakan bahwa mayoritas responden dalam kuesioner penelitian ini adalah responden dengan daerah asal luar Bandung karena wisatawan luar daerah yang memilih Bandung sebagai tujuan liburan akhir pekan atau musim libur karena akses yang mudah dan fasilitas wisata yang lengkap.

Tabel 3. Usia Responden

Keterangan	Frekuensi	Persentase
15 - 21 Tahun	53	53%
22 - 28 Tahun	32	32%
29 - 35 Tahun	5	5%
> 35 Tahun	10	10%

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Total	100	100%

Sumber: Data diolah (2024)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa pelanggan yang berusia 15-21 tahun sebanyak 53 orang dengan persentase sebesar 53%. Sedangkan yang berusia 22-28 tahun sebanyak 32 orang dengan persentase sebesar 32%. Usia 29-35 tahun sebanyak 5 orang dengan persentase sebesar 5%. Dan yang berusia diatas 35 tahun sebanyak 10 orang dengan persentase sebesar 10%. Hal ini menandakan bahwa mayoritas responden dalam kuesioner penelitian ini adalah responden dengan usia 15 – 21 tahun karena usia 15-21 tahun merupakan kelompok usia yang aktif dalam mencari pengalaman baru, senang berwisata, dan lebih responsif terhadap survei, terutama yang disebarakan secara online.

Tabel 4. Pendidikan Akhir Responden

Keterangan	Frekuensi	Persentase
SMP	8	8%
SMA	66	66%
Diploma 1-3	2	2%
Sarjana (S1)	23	23%
Pasca Sarjana (S2 dan S3)	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah (2024)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa pelanggan dengan pendidikan akhir SMP sebanyak 8 orang dengan persentase 8%. Pelanggan dengan pendidikan akhir SMA sebanyak 66 orang dengan persentase 66%. Pelanggan dengan pendidikan akhir diploma 1-3 sebanyak 2 orang dengan persentase 2%. Pelanggan dengan pendidikan akhir sarjana sebanyak 23 orang dengan persentase 23%. Pelanggan dengan pendidikan akhir pasca sarjana (S2 dan S3) sebanyak 1 orang dengan persentase 1%. Hal ini menandakan bahwa mayoritas responden dalam kuesioner penelitian ini adalah responden dengan pendidikan akhir SMA karena responden berada pada rentang usia muda yang aktif berwisata dan sering menjadi target promosi wisata.

Tabel 5. Pekerjaan Responden

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Pelajar / Mahasiswa	69	69%
Pegawai Swasta	13	13%
Pegawai Negeri	5	5%
Wiraswasta	7	7%
Lainnya	6	6%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah (2024)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa pelanggan dengan pekerjaan pelajar/mahasiswa sebanyak 69 orang dengan persentase 69%. Pelanggan dengan pekerjaan pegawai swasta sebanyak 13 orang dengan persentase 13%. Pelanggan dengan pekerjaan pegawai negeri sebanyak 5 orang dengan persentase 5%. Pelanggan

dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak 7 orang dengan persentase 7%. Pelanggan dengan pekerjaan lainnya sebanyak 6 orang dengan persentase 6%. Hal ini menandakan bahwa mayoritas responden dalam kuesioner penelitian ini adalah responden dengan pekerjaan pelajar/mahasiswa karena pelajar/mahasiswa merupakan kelompok yang aktif dalam kegiatan survei, memiliki waktu luang lebih fleksibel untuk berwisata, serta sering terlibat dalam kegiatan akademik yang berkaitan dengan pariwisata.

Tabel 6. Penghasilan Responden

Keterangan	Frekuensi	Persentase
< Rp 1.000.000	35	35%
Rp 1.000.000 – Rp 4.000.000	38	38%
Rp 4.000.000 – Rp 8.000.000	19	19%
> Rp 8.000.000	8	8%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah (2024)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa pelanggan dengan penghasilan <Rp 1.000.000 sebanyak 35 orang dengan persentase 35%. Pelanggan dengan penghasilan Rp 1.000.000 – Rp 4.000.000 sebanyak 38 orang dengan persentase 38%. Pelanggan dengan penghasilan Rp 4.000.000 – Rp 8.000.000 sebanyak 19 orang dengan persentase 19%. Pelanggan dengan penghasilan >Rp 8.000.000 sebanyak 8 orang dengan persentase 8%. Hal ini menandakan bahwa mayoritas responden dalam kuesioner penelitian ini adalah responden dengan penghasilan Rp 1.000.000 – Rp 4.000.000 karena pelajar, mahasiswa yang memiliki penghasilan tambahan sebagai konten creator ataupun sebagai pekerja sampingan (freelance).

Tabel 7. Frekuensi Kunjungan Responden

Keterangan	Frekuensi	Persentase
1 - 3 kali	93	93%
4 - 6 kali	7	7%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah (2024)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa pelanggan dengan frekuensi kunjungan 1-3 kali sebanyak 93 orang dengan persentase 93%. Sedangkan pelanggan dengan frekuensi kunjungan 4-6 kali sebanyak 7 orang dengan persentase 7%. Hal ini menandakan bahwa mayoritas responden dalam kuesioner penelitian ini adalah responden dengan frekuensi kunjungan sebanyak 1-3 kali karena sebagian besar responden kemungkinan merupakan pengunjung baru atau wisatawan yang masih dalam tahap eksplorasi awal. Selain itu, kunjungan 1-3 kali mencerminkan perilaku wisata yang umum di kalangan pelancong yang datang untuk mencoba pengalaman baru tanpa frekuensi kunjungan yang rutin.

Tabel 8. Hasil Uji Koefesien Detreminasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.785 ^a	.616	.612	2.085

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan Tabel diatas, diketahui bahwa koefisien determinasi R² sebesar 0,616. Kesimpulannya untuk nilai pengaruh dari Variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 61,6% dan untuk sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 9. Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.273	1.807		1.258	.211
X	.642	.051	.785	12.547	<,001

Sumber: Data diolah (2024)

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh antara Variabel Kualitas pelayanan (X) terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Uji T dilakukan dengan cara membandingkan nilai antara T Hitung dengan nilai T Tabel. Uji dalam penelitian ini menggunakan signifikansi 0.05 atau 5%. Berdasarkan nilai pada T Tabel yaitu sebesar 1.66055 dan nilai T Hitung yang terdapat pada tabel diatas adalah 12,547 jadi dapat disimpulkan bahwa nilai tersebut lebih besar dari 1.66055. Maka nilai T Hitung > T Tabel (12,547 > 1.66055), maka hipotesis diterima (H₀ ditolak dan H₁ diterima), dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil uji statistik dalam penelitian ini secara meyakinkan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan melalui nilai koefisien regresi sebesar 0,642 yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,642 satuan. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 61,6% mengindikasikan bahwa lebih dari separuh variasi dalam tingkat kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, sementara sisanya sebesar 38,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini, seperti harga, lokasi, suasana, atau promosi. Signifikansi hubungan tersebut diperkuat oleh hasil uji T, di mana nilai T hitung sebesar 12,547 jauh melebihi T tabel sebesar 1,66055. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H₀) ditolak, yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di objek wisata Noah's Park Lembang. Temuan ini sejalan dengan teori dan hasil penelitian sebelumnya yang menekankan pentingnya dimensi kualitas pelayanan seperti reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles dalam membentuk persepsi positif serta meningkatkan loyalitas pelanggan dalam sektor pariwisata.

Disarankan kepada pengelola Noah's Park Lembang untuk meningkatkan aspek tangible seperti kebersihan dan kerapian area wisata serta penyediaan fasilitas penunjang, mengingat indikator ini memperoleh nilai terendah. Pihak manajemen juga dapat memberi insentif atau tanggapan positif kepada pelanggan yang memberikan testimoni di media sosial guna memperkuat loyalitas dan kepuasan pelanggan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi faktor lain yang berpotensi

memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti strategi pemasaran, lokasi, atau kualitas interaksi digital. Selain itu, studi lanjutan diharapkan menggunakan metode, populasi, dan sampel berbeda sebagai bahan pembandingan dan perluasan referensi ilmiah.

DAFTAR PUSTAKA

- Armine, J., & Dewi, L. (2018). Pengaruh Reliability, Responsiveness, Assurance, Dan Empathy Terhadap Kepuasan Konsumen Flosland. *Performa*, 2(5), 661–670. <https://doi.org/10.37715/jp.v2i5.600>
- Fecikova, I. (2010). An Index Method for Measurement of Customer Satisfaction. *TQM Magazine*, 16(1), 57-68.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo. Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition New. Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Lim, F. L., Chandrawati, N. E., Nugroho, R. N. S., & Hermawan, H. (2021). Meningkatkan Kualitas Pengalaman Wisatawan Dengan Pelayanan Kepemanduan dan Penerapan Protokol Kesehatan di Desa Wisata Nglanggeran – Studi Pendahuluan. *UNCLLE*, 1(1), 45-64.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Parasuraman, V. A. (2005). E-SERQUAL: A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. *Journal of Service Research*, 7, 1-21.
- Rahmat, T., & Ardiansyah, I. (2021). Evaluasi Penerapan Total Quality Management (TQM) Dan Komitmen Organisasi Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pada Organisasi Publik. *KarismaPro, Jurnal Manajemen*, 12(2), 32-46.
- Ridwan, S., Ermansyah, M., & Apriyana, N. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Orange Supermarket di Merauke Town Square. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 1048-1070. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4116>
- Rofiah, C., & Wahyuni, D. (2017). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang di Mediasi Oleh Kepuasan di Bank Muamalat Jombang. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 12(1). <https://doi.org/10.26533/eksis.v12i1.84>
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Noah's Park Lembang. (2024). Wisata Sehari di Noah's Park, Berikut Wahana dan Fasilitasnya. Diakses dari <https://www.noahspark.id> pada 26 April 2025.