

**LAPORAN KEGIATAN
PENELITIAN PENGEMBANGAN KOMPETENSI DOSEN**



**JUDUL
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PENGUNJUNG WISATA BELANJA
PASAR MALAM TIBAN GLOBAL BATAM**

**PENELITI
NENSI LAPOTULO, M. MPAR
MIRATIA AFRIANI, S.ST., MH
HAUFI SUKMAMEDIAN, M.M.PAR**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DEVISI KAMAR
POLITEKNIK PARIWISATA BATAM
MARET 2024**

SURAT PENUGASAN		
Nomor: 009/SK-PD/PUSLITABMAS/BTP/II/2024		
Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat menugaskan kepada Peneliti/ Tim Peneliti sebagai berikut:		
1.	Nama	: Nensi Lapotulo, M.MPar
	NIDN.	: 1010046901
	Jabatan	: Ketua
2.	Nama	: Haufi Sukmamedian, M.M.Par
	NIDN.	: 1010048001
	Jabatan	: Anggota 1
3.	Nama	: Miratia Afriani, S.ST., MH
	NIDN.	: 1018129201
	Jabatan	: Anggota 2
4.	Nama	
	NIM	
	Jabatan	
5.	Nama	
	NIM	
	Jabatan	
Untuk melaksanakan kegiatan Pengabdian dengan:		
Judul	:	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Wisata Belanja Pasar Malam Tiban Global Batam
Tempat	:	Pasar Malam Tiban Global Batam
Waktu Pelaksanaan	:	Selasa, 27 Februari 2024
Kepada yang bersangkutan diminta untuk melaksanakan tugas dengan penuh tanggung jawab.		
Batam, 26 Februari 2024 Kepala Puslitabmas Politeknik Pariwisata Batam  Eryd Saputra, S.Par, M.M., M.Sc NIDN. 0514028801		PENGESAHAN PENERIMA  

**HALAMAN PENGESAHAN
PENELITIAN PENGEMBANGAN KOMPETENSI DOSEN**

Jenis Penelitian : Penelitian Pengembangan Kompetensi Dosen
Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap
Kepuasan Pengunjung Wisata Belanja Pasar
Malam Tiban Global Batam

Ketua Kegiatan

a. Nama Lengkap : Nensi Lapotulo, M.MPar
b. NIDN : 1010046901
c. Jabatan Fungsional : Lektor
d. Program Studi : Manajemen Devisi Kamar
e. Nomor HP : 085264267002
f. Alamat surel (e-mail) : nensi104@gmail.com

Anggota 1

a. Nama Lengkap : Miratia Afriani, S.ST., MH
b. NIDN : 1018129201
c. Jabatan Fungsional : Lektor
d. Program Studi : Manajemen Kuliner
e. Nomor HP : 081372159421
f. Alamat surel (e-mail) : miratiaafriani@gmail.com

Anggota 2

a. Nama Lengkap : Haufi Sukmamedian, M.MPar
b. NIDN : 1010048001
c. Jabatan Fungsional : Lektor
d. Program Studi : Manajemen Devisi Kamar
e. Nomor HP : 081380753457
f. Alamat surel (e-mail) : sukmamedian@gmail.com

Biaya yang diusulkan : Rp. 2.000.000,-

Batam, 5 Maret 2024

Mengetahui
Ketua Program Studi



Supardi, S.Pd., MM
NIDN : 1007109204

Ketua Kegiatan Pengabdian



Nensi Lapotulo, M.MPar
NIDN: 1010046901

Menyetujui
Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat



Erya Syaputra, S.Par., M.M., M.Sc
NIDN : 0514028801

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesempatan kepada kami Dosen Program Studi Manajemen Devisi Kamar dan Dosen Program Studi Manajemen Kuliner Politeknik Pariwisata Batam untuk melaksanakan penelitian sebagai salah satu pengejawantahan dari Tridharma Perguruan Tinggi. Penelitian yang dilaksanakan berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Wisata Belanja Pasar Malam Tiban Global Batam.

Penelitian ini dapat terlaksana berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini perkenankanlah kami menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak M. Nur A Nasution, S.Sos., M.Pd., CHA selaku Direktur Politeknik Pariwisata Batam.
2. Bapak Supardi, S.Pd., MM, Kaprodi Manajemen Devisi Kamar Politeknik Pariwisata Batam.
3. Bapak Eryd Syahputra, S.Par., M.M., M.Sc, selaku Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (PUSLITABMAS) Politeknik Pariwisata Batam.
4. Bapak Lurah Tiban Indah beserta jajarannya.
5. Berbagai pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu yang telah membantu terlaksananya penelitian ini.

Laporan penelitian ini tentu masih belum mencapai target ideal karena keterbatasan waktu yang tersedia. Untuk mencapai tujuan yang diinginkan, menurut kami perlu kiranya dilakukan penelitian di lain waktu sebagai kelanjutan kegiatan tersebut. Namun demikian, besar harapan kami semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Batam, 5 Maret 2024

Penelitian Pengembangan Kompetensi Dosen

Tim Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	1
HALAMAN PENGESAHAN.....	2
KATA PENGANTAR	3
DAFTAR ISI.....	4
ABSTRAK.....	5
BAB I PENDAHULUAN.....	6
1.1. Latar Belakang	6
1.2. Tujuan Khusus.....	6
1.3. Urgensi Penelitian	6
1.4. Kontribusi.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Kualitas Pelayanan.....	10
2.2. Kepuasan Pengunjung	6
2.3. Wisata Belanja.....	6
2.4. Kerangka Pemikiran.....	6
BAB III METODE PENELITIAN	13
3.1. Disain Penelitian	13
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian	13
3.3. Teknik Pengumpulan Data	14
3.4. Analisis Data	16
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	20
4.1. Hasil	20
4.2. Pembahasan.....	28
BAB V PENUTUP	31
5.1. Kesimpulan.....	31
5.2. Saran.....	31
DAFTAR PUSTAKA	33

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung wisata belanja di pasar malam Tiban Global Batam. Dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 76 responden, peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 5 indikator kualitas pelayanan, yaitu bukti fisik, daya tanggap, kehandalan, jaminan, dan empati, kehandalan merupakan indikator yang mendapatkan respon paling positif dari pengunjung. Selain itu, dari 3 indikator kepuasan pengunjung, yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan bersedia merekomendasikan, kesesuaian harapan menjadi respon paling positif.

Penelitian ini juga menemukan bahwa secara parsial, variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabel. Selain itu, hasil uji koefisien determinan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan pengunjung wisata belanja di pasar malam Tiban Global, dengan nilai R^2 sebesar 53,6%.

Namun, penelitian ini juga mengungkapkan bahwa masih terdapat 56,4% variabel bebas lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang mempengaruhi kepuasan pengunjung wisata belanja di pasar malam Tiban Global. Oleh karena itu, para penjual pasar malam perlu memperhatikan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung, selain kualitas pelayanan.

Kesimpulan ini memberikan gambaran bahwa wisata belanja pasar malam Tiban Global Batam memiliki kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung. Dalam upaya meningkatkan kepuasan pengunjung, para penjual pasar malam perlu fokus pada meningkatkan kehandalan pelayanan, memperhatikan kesesuaian harapan pengunjung, dan mendorong minat berkunjung kembali serta rekomendasi dari pengunjung. Dengan demikian, wisata belanja pasar malam Tiban Global Batam dapat mempertahankan citra yang baik dan menarik lebih banyak pengunjung untuk berkunjung dan berwisata belanja di sana.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kepuasan pengunjung, wisata belanja, pasar malam Tiban Global Batam.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pasar malam Tiban Global Batam merupakan salah satu destinasi wisata belanja yang populer di Batam. Pasar ini menawarkan berbagai macam produk, mulai dari makanan, pakaian, hingga barang-barang unik lainnya. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, terdapat beberapa laporan mengenai penurunan jumlah pengunjung di pasar malam ini.

Beberapa pengunjung mengeluhkan tentang kualitas pelayanan yang kurang memuaskan. Mulai dari pelayanan yang kurang ramah, proses transaksi yang rumit, hingga kurangnya fasilitas penunjang seperti area parkir yang memadai dan toilet bersih. Hal ini tentu saja berdampak pada kepuasan pengunjung dan bisa jadi menjadi alasan penurunan jumlah pengunjung.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan perbaikan bagi pengelola pasar malam Tiban Global Batam untuk meningkatkan kualitas pelayanannya dan pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan pengunjung.

Namun, apakah benar kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung? Bagaimana sebenarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Pasar Malam Tiban Global Batam? Pertanyaan-pertanyaan inilah yang akan dijawab dalam penelitian ini.

1.2. Tujuan Khusus

Berikut ini adalah beberapa tujuan khusus dari penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Belanja Pasar Malam Tiban Global Batam":

- 1) Mengidentifikasi dan menganalisis tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola Pasar Malam Tiban Global Batam terhadap pengunjung.
- 2) Mengidentifikasi dan menganalisis tingkat kepuasan pengunjung terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Pasar Malam Tiban Global Batam.

- 3) Mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Pasar Malam Tiban Global Batam.
- 4) Memberikan rekomendasi kepada pengelola Pasar Malam Tiban Global Batam untuk meningkatkan kualitas pelayanan guna meningkatkan kepuasan pengunjung.

Tujuan khusus ini diharapkan dapat membantu penelitian ini menjadi lebih terarah dan memberikan manfaat yang maksimal untuk pengelola Pasar Malam Tiban Global Batam dan pengunjungnya.

1.3. Urgensi Penelitian

Adapun urgensi dari penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Belanja Pasar Malam Tiban Global Batam":

- 1) Meningkatkan Kualitas Pelayanan: Penelitian ini penting untuk membantu pengelola Pasar Malam Tiban Global Batam memahami bagaimana kualitas pelayanan yang mereka berikan dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung. Dengan demikian, mereka dapat melakukan peningkatan dan inovasi dalam pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung.
- 2) Meningkatkan Jumlah Pengunjung: Kepuasan pengunjung berperan penting dalam menentukan apakah mereka akan kembali atau merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain. Oleh karena itu, penelitian ini dapat membantu pasar malam ini untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan popularitasnya.
- 3) Referensi Penelitian Selanjutnya: Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang memiliki topik serupa atau terkait, sehingga dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan.
- 4) Pengambilan Keputusan Strategis: Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan strategis oleh pengelola Pasar Malam Tiban Global Batam, seperti penambahan fasilitas atau perbaikan metode pelayanan.
- 5) Meningkatkan Perekonomian Lokal: Dengan meningkatnya jumlah pengunjung, diharapkan akan berdampak positif pada perekonomian

lokal, baik dari peningkatan pendapatan pedagang maupun peningkatan pendapatan daerah dari sektor pariwisata.

1.4. Kontribusi

Beberapa kontribusi yang dapat diberikan oleh penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Belanja Pasar Malam Tiban Global Batam":

1) Kontribusi Teoritis:

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung, khususnya di sektor wisata belanja malam. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian lainnya yang memiliki topik serupa.

2) Kontribusi Praktis:

- a. Bagi pengelola Pasar Malam Tiban Global Batam, hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi dan perbaikan dalam meningkatkan kualitas pelayanan mereka.
- b. Bagi pengunjung, penelitian ini dapat memberikan informasi tentang kualitas pelayanan yang diharapkan oleh pengunjung, sehingga mereka dapat memiliki harapan yang realistis dan meningkatkan kepuasan mereka.
- c. Bagi pemerintah dan stakeholder terkait, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam membuat kebijakan atau program yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di sektor pariwisata.

3) Kontribusi Sosial:

Dengan meningkatnya kepuasan pengunjung, diharapkan akan meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung ke Pasar Malam Tiban Global Batam. Hal ini pada akhirnya dapat membantu meningkatkan perekonomian lokal dan memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah ukuran atau tingkat keunggulan dan kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan terhadap interaksi dan pengalaman mereka dengan penyedia layanan. Kualitas pelayanan mencerminkan sejauh mana harapan dan kebutuhan pelanggan terpenuhi oleh penyedia layanan.

Terdapat beberapa teori yang berkaitan dengan kualitas pelayanan. Teori-teori ini memberikan kerangka kerja yang berguna dalam memahami dan mengukur kualitas pelayanan. Dua teori yang umum digunakan adalah:

- 1) Model Kualitas Pelayanan (Service Quality Model) oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry: Model ini mengidentifikasi lima dimensi kualitas pelayanan yang mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan. Dimensi-dimensi tersebut adalah:

- (1) Keandalan (Reliability): Kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan konsisten.
- (2) Daya Tanggap (Responsiveness): Kemampuan untuk memberikan layanan dengan cepat dan tanggap terhadap kebutuhan pelanggan.
- (3) Jaminan (Assurance): Kepercayaan dan keyakinan yang diberikan oleh staf dalam memberikan layanan yang berkualitas.
- (4) Empati (Empathy): Kemampuan untuk memahami dan merespons kebutuhan emosional pelanggan.
- (5) Bukti Fisik (Tangible): Aspek fisik yang terlihat dan dirasakan oleh pelanggan, seperti fasilitas, peralatan, dan penampilan staf.

- 2) Model Kualitas Pelayanan Servqual:

Model ini dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dan mengukur persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan berdasarkan lima dimensi yang serupa dengan model sebelumnya. Model ini juga membandingkan persepsi pelanggan dengan harapan mereka terhadap kualitas pelayanan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan.

2.2. Kepuasan Pengunjung

Prioritas utama dalam industri perhotelan dan pariwisata. Dalam menghadirkan pengalaman yang memuaskan bagi para pengunjung, beberapa faktor yang perlu diperhatikan antara lain:

- 1) Kualitas pelayanan: Pelayanan yang ramah, efisien, dan responsif akan memberikan kesan positif kepada pengunjung.
- 2) Kebersihan dan kenyamanan: Menjaga kebersihan dan kenyamanan lingkungan hotel atau tempat wisata akan membuat pengunjung merasa nyaman dan betah.
- 3) Fasilitas yang memadai: Menyediakan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung, seperti kamar yang nyaman, restoran dengan menu yang variatif, kolam renang, pusat kebugaran, dan lain sebagainya.
- 4) Keamanan: Menjamin keamanan pengunjung dengan menyediakan sistem keamanan yang baik dan memastikan bahwa lingkungan hotel atau tempat wisata bebas dari risiko kejahatan.
- 5) Informasi yang jelas dan akurat: Memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai fasilitas, layanan, dan kebijakan hotel atau tempat wisata kepada pengunjung.
- 6) Respon terhadap masukan dan keluhan: Menghargai masukan dan keluhan dari pengunjung serta memberikan respon yang cepat dan tepat akan meningkatkan kepuasan mereka.
- 7) Pengalaman yang unik: Menyajikan pengalaman yang berbeda dan unik kepada pengunjung dapat membuat mereka merasa puas dan ingin kembali mengunjungi tempat tersebut.
- 8) Harga yang sesuai: Menawarkan harga yang sebanding dengan kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan kepada pengunjung.
- 9) Program loyalitas: Memberikan program loyalitas kepada pengunjung yang sering mengunjungi hotel atau tempat wisata dapat meningkatkan kepuasan mereka dan membangun hubungan jangka panjang.
- 10) Pemenuhan kebutuhan khusus: Memperhatikan kebutuhan khusus pengunjung, seperti penyediaan fasilitas untuk penyandang disabilitas atau makanan khusus bagi pengunjung dengan diet tertentu.

Dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut, diharapkan pengunjung dapat merasa puas dan memiliki pengalaman yang menyenangkan saat mengunjungi hotel atau tempat wisata. Berikut adalah beberapa teori kepuasan pelanggan menurut para ahli:

- 1) Menurut Dutka, penilaian kepuasan pelanggan dapat diukur dengan menggunakan tiga indikator, yaitu kualitas dalam beberapa atribut kepuasan pelanggan yang berkaitan dengan produk.
- 2) Menurut Kotler, kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya.
- 3) Menurut Kotler & Keller, kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.
- 4) Menurut Djaslim Saladin, kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja suatu produk dan harapannya.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Jadi Kepuasan pengunjung adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan pengunjung setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan mereka. Kepuasan pengunjung merupakan hasil dari interaksi antara harapan pengunjung, kinerja yang dirasakan, dan persepsi pengunjung terhadap kinerja tersebut. Indikator kepuasan pengunjung yang penulis aplikasikan pada penelitian ini antara lain:

- 1) Harapan pengunjung: Harapan pengunjung adalah tingkat kinerja yang diharapkan pengunjung dari suatu layanan.
- 2) Minat berkunjung kembali: Merupakan kesediaan pengunjung untuk berkunjung Kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.
- 3) Kesediaan merekomendasikan: Kesediaan pengunjung untuk merekomendasikan produk atau jasa yang telah dirasakan kepada orang lain.

2.3. Wisata Belanja

Wisata belanja sebuah aktivitas wisata yang populer di mana pengunjung dapat menikmati pengalaman berbelanja di berbagai destinasi wisata. Wisata belanja dapat mencakup berbagai jenis toko, pasar, mal, atau pusat perbelanjaan yang menawarkan beragam produk dan barang-barang unik. Namun penting untuk diingat bahwa wisata belanja juga perlu dilakukan dengan bijak. Pengunjung perlu memperhatikan anggaran, memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi, serta memperhatikan kualitas produk yang dibeli. Jadi, wisata belanja dapat menjadi pengalaman yang menyenangkan dan bermanfaat bagi pengunjung dengan menawarkan berbagai produk dan pengalaman budaya.

Wisata belanja adalah jenis wisata yang menjadikan belanja sebagai daya tarik utama. Wisata ini melibatkan perjalanan dari satu tempat ke tempat lain untuk melakukan kegiatan belanja. Pemasaran Pariwisata menyebutkan bahwa wisata belanja adalah jenis wisata yang bertujuan untuk berbelanja dengan mencari dan membeli barang atau jasa yang biasa disediakan oleh tempat-tempat rekreasi, ritel, cinderamata, mal, dan sebagainya.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi daya tarik wisata belanja. Berikut adalah beberapa faktor yang dapat memengaruhi daya tarik wisata belanja:

- 1) Keragaman produk: Keragaman produk yang ditawarkan dalam destinasi wisata belanja dapat menjadi faktor penting dalam menarik wisatawan. Destinasi yang menawarkan berbagai macam produk, mulai dari produk lokal hingga merek internasional, memiliki daya tarik yang lebih besar.
- 2) Kualitas produk: Kualitas produk yang ditawarkan juga mempengaruhi daya tarik wisata belanja. Produk yang berkualitas tinggi dan memiliki reputasi baik akan menarik minat wisatawan untuk membelinya.
- 3) Harga dan penawaran: Harga produk dan penawaran khusus, seperti diskon atau promosi, dapat menjadi faktor yang mempengaruhi daya tarik wisata belanja. Wisatawan cenderung tertarik pada destinasi yang menawarkan harga yang kompetitif dan penawaran menarik.
- 4) Pengalaman belanja: Pengalaman belanja yang menyenangkan dan unik juga dapat meningkatkan daya tarik wisata belanja. Destinasi yang menawarkan suasana belanja yang menarik, fasilitas yang nyaman, dan

pelayanan yang baik akan memberikan pengalaman yang positif bagi wisatawan.

- 5) Lokasi dan aksesibilitas: Lokasi destinasi wisata belanja dan aksesibilitasnya juga memainkan peran penting dalam daya tariknya. Destinasi yang mudah diakses dan terletak di area yang strategis akan lebih menarik bagi wisatawan.
- 6) Budaya dan tradisi lokal: Budaya dan tradisi lokal yang terkait dengan wisata belanja dapat menjadi faktor daya tarik tersendiri. Wisatawan tertarik untuk mengalami dan membeli produk-produk yang unik dan khas dari budaya dan tradisi lokal.
- 7) Fasilitas pendukung: Fasilitas pendukung seperti tempat parkir yang cukup, area istirahat, dan fasilitas makanan dan minuman juga dapat memengaruhi daya tarik wisata belanja. Fasilitas yang memadai akan memberikan kenyamanan dan kenyamanan bagi wisatawan.
- 8) Promosi dan branding: Promosi yang efektif dan branding yang kuat juga dapat meningkatkan daya tarik wisata belanja. Destinasi yang memiliki promosi yang menarik dan branding yang kuat akan lebih dikenal dan menarik minat wisatawan.

Faktor-faktor ini dapat saling berinteraksi dan berkontribusi dalam menciptakan daya tarik wisata belanja yang kuat. Wisata belanja memiliki beberapa manfaat, antara lain:

- 1) Hiburan dan relaksasi: Wisata belanja dapat menjadi kegiatan yang menyenangkan dan menghibur. Pengunjung dapat menikmati suasana toko atau mal, menjelajahi berbagai produk, dan merasa rileks saat berbelanja.
- 2) Penciptaan kenangan: Wisata belanja dapat menciptakan kenangan yang berharga. Pengunjung dapat membeli souvenir atau barang-barang khas dari tempat yang dikunjungi sebagai pengingat atau hadiah untuk orang terdekat.
- 3) Menjelajahi budaya lokal: Wisata belanja juga dapat menjadi cara untuk menjelajahi budaya lokal. Pengunjung dapat menemukan produk-produk tradisional atau khas daerah tersebut, serta berinteraksi dengan pedagang lokal.

- 4) Memperluas pengetahuan: Melalui wisata belanja, pengunjung dapat memperluas pengetahuan mereka tentang produk-produk tertentu, tren mode, atau seni dan kerajinan lokal. Mereka dapat belajar tentang cara pembuatan produk, bahan-bahan yang digunakan, dan sejarah di baliknya.
- 5) Mendukung ekonomi lokal: Wisata belanja juga dapat memberikan dampak positif bagi ekonomi lokal. Dengan membeli produk dari pedagang atau produsen lokal, pengunjung dapat membantu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat setempat.

Jadi, wisata belanja dapat menjadi pengalaman yang menyenangkan dan bermanfaat bagi pengunjung dengan menawarkan berbagai produk dan pengalaman budaya.

2.4. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung wisata belanja pasar malam Tiban Global Batam dapat disusun sebagai berikut:

- 1) Pendahuluan
 - a. Latar Belakang
 - (1) Menggambarkan perkembangan pasar malam Tiban Global Batam sebagai destinasi wisata belanja yang populer.
 - (2) Menjelaskan pentingnya kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung.
 - b. Rumusan Masalah
 - (1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung wisata belanja pasar malam Tiban Global Batam?
 - c. Tujuan Penelitian
 - (1) Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung wisata belanja pasar malam Tiban Global Batam.
 - d. Manfaat Penelitian
 - (1) Memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengunjung wisata belanja.
 - (2) Memberikan rekomendasi bagi pengelola pasar malam Tiban Global Batam dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

2) Tinjauan Pustaka

a. Konsep Kualitas Pelayanan

- (1) Menjelaskan definisi kualitas pelayanan dan komponen-komponen yang relevan.
- (2) Mengacu pada literatur terkait mengenai pengukuran kualitas pelayanan.

b. Teori Kepuasan Pelanggan

- (1) Membahas teori-teori yang terkait dengan kepuasan pelanggan dan faktor-faktor yang memengaruhinya.
- (2) Menyajikan penelitian terdahulu yang menghubungkan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

c. Penelitian Terkait

- (1) Mengulas penelitian-penelitian sebelumnya yang telah dilakukan mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung wisata belanja.
- (2) Menyoroti temuan-temuan yang relevan dengan konteks pasar malam Tiban Global Batam.

3) Kerangka Konseptual

- (1) Menyajikan model konseptual yang menggambarkan hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung wisata belanja.
- (2) Menjelaskan variabel-variabel yang diukur dan hubungan antar variabel tersebut.

4) Metode Penelitian

a. Desain Penelitian

- (1) Menjelaskan jenis penelitian yang digunakan, seperti survei atau eksperimen.
- (2) Menguraikan populasi dan sampel penelitian.

b. Pengumpulan Data

- (1) Menjelaskan teknik pengumpulan data yang digunakan, misalnya kuesioner atau observasi.
- (2) Menjelaskan instrumen pengukuran yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung.

e. Analisis Data

(1) Menguraikan metode analisis data yang akan digunakan, seperti regresi atau analisis jalur.

(2) Menjelaskan cara menguji hipotesis penelitian.

5) Temuan Penelitian

(1) Menyajikan hasil analisis data dan temuan penelitian yang relevan dengan hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung wisata belanja.

6) Pembahasan

(1) Menginterpretasikan temuan penelitian dan menghubungkannya dengan teori-teori yang telah dibahas.

(2) Menganalisis implikasi temuan penelitian terhadap pengelola pasar malam Tiban Global Batam.

7) Kesimpulan

(1) Menyimpulkan hasil penelitian dan menjawab rumusan masalah.

(2) Menyajikan rekomendasi bagi pengelola pasar malam Tiban Global Batam.

Referensi dan sitasi yang relevan disertakan pada bagian daftar pustaka sesuai dengan tema penelitian. Berikut adalah beberapa referensi yang relevan untuk penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung wisata belanja pasar malam Tiban Global Batam:

- 1) "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelaku Usaha di Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kota Batam" - Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelaku usaha di Kota Batam. Sumber
- 2) "Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam" - Penelitian ini membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Sucofindo Batam. Sumber
- 3) "Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan" - Penelitian ini menguji pengaruh fasilitas wisata dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung. Sumber

- 4) "Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan" - Penelitian ini meneliti pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung. Sumber
- 5) "The Effect of Service Quality on Tourism Park Visitors Satisfaction" - Penelitian ini membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung taman wisata. Sumber

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1. Disain Penelitian

Berikut adalah desain penelitian untuk penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Belanja Pasar Malam Tiban Global Batam":

1) Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei untuk mengumpulkan data dari responden yang merupakan pengunjung wisata belanja di Pasar Malam Tiban Global Batam.

2) Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh pengunjung wisata belanja di Pasar Malam Tiban Global Batam. Sampel penelitian dapat diambil secara acak dari populasi tersebut.

3) Variabel Penelitian

a. Variabel Independen:

(1) Kualitas Pelayanan: Meliputi aspek-aspek seperti keramahan staf, kecepatan pelayanan, kebersihan tempat, dan ketersediaan informasi.

b. Variabel Dependen:

(1) Kepuasan Pengunjung: Mengukur tingkat kepuasan pengunjung terhadap pelayanan yang diberikan di Pasar Malam Tiban Global Batam.

4) Instrumen Pengukuran

Untuk mengukur kualitas pelayanan, dapat digunakan skala likert yang terdiri dari pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan aspek-aspek kualitas pelayanan yang ingin diteliti. Sedangkan untuk mengukur kepuasan pengunjung, dapat digunakan skala likert yang terdiri dari pernyataan-pernyataan mengenai kepuasan pengunjung terhadap pelayanan yang diberikan.

3.2. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat dan waktu penelitian untuk penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Belanja Pasar Malam Tiban Global Batam" dapat ditentukan sebagai berikut:

1) Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar Malam Tiban Global Batam, yang terletak di Batam, Indonesia. Pasar malam ini dipilih karena popularitasnya sebagai destinasi wisata belanja di Batam.

2) Waktu Penelitian

Waktu penelitian dapat dilakukan selama periode tertentu, misalnya selama 1 bulan atau 3 bulan, tergantung pada ketersediaan waktu dan sumber daya yang dimiliki. Pilihan waktu penelitian dapat disesuaikan dengan musim atau periode kunjungan wisatawan yang tinggi.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Data dapat dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan pengunjung wisata belanja di Pasar Malam Tiban Global Batam. Kuesioner dapat diberikan secara langsung kepada responden atau melalui media online.

3.4. Analisis Data

Data yang dikumpulkan dapat dianalisis menggunakan metode statistik, seperti regresi linier, untuk menguji hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung. Selain itu, dapat pula menggunakan analisis deskriptif untuk menganalisis karakteristik responden dan tingkat kepuasan pengunjung secara keseluruhan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil

1) Gambaran umum objek penelitian

Kota Batam adalah kota terbesar di provinsi Kepulauan Riau, Indonesia. Wilayah Kota Batam terdiri dari Pulau Batam, Pulau Rempang dan Pulau Galang dan pulau-pulau kecil lainnya di kawasan Selat Singapura dan Selat Malaka. Pulau Batam, Rempang, dan Galang terkoneksi oleh Jembatan Bareleng. Batam adalah salah satu destinasi wisata yang populer di Indonesia, terutama sebagai tujuan belanja. Kota ini menawarkan berbagai tempat yang menarik untuk berbelanja, mulai dari pusat perbelanjaan modern hingga pasar tradisional yang ramai.

Pasar malam atau pasar kaget merupakan salah satu pasar tradisional di Indonesia yang telah ada sejak lama, pasar ini biasanya digelar pada malam hari dan merupakan sebuah tradisi wisata belanja yang ada seluruh di Indonesia tidak terkecuali Kota Batam. Pasar ini biasanya digelar di alun-alun, lapangan, jalan, atau pusat keramaian terdekat. Di Indonesia, pasar malam telah menjadi tempat rekreasi tambahan bagi keluarga setempat. Selain menjual dan membeli berbagai barang dan makanan, beberapa pasar malam juga menawarkan permainan anak-anak dan permainan karnaval.

Bagi pengunjung yang ingin mencari barang-barang unik khas Batam dengan harga yang murah bisa mencari pengalaman berbelanja yang lebih tradisional, pasar malam atau pasar kaget Tiban Global menjadi pilihan yang menarik. Pasar ini buka dua kali dalam seminggu, yaitu pada hari Selasa dan Jumat. Di sini, pengunjung dapat menemukan berbagai barang dengan harga terjangkau, mulai dari pakaian, aksesoris, hingga makanan dan minuman khas Batam.

Pasar malam atau pasar kaget Tiban Global Batam adalah pasar yang populer dan menjadi tempat favorit masyarakat sekitar untuk berwisata belanja. Pasar ini buka dua kali dalam seminggu, yaitu pada hari Selasa dan Jumat, dimulai pukul 15.30 sampai selesai. Di pasar malam atau pasar kaget Tiban Global terdapat berbagai barang dengan kualitas baik dan harga yang

terjangkau. Pasar ini tidak hanya menjual barang-barang baru, tetapi juga banyak menjual barang seken bermerek. Pasar ini terletak di depan Masjid Nurul Jannah dan berdekatan dengan sekolah SMPN 25 Batam.

2) Deskripsi Responden

Identitas responden yang ditampilkan pada kuestioner bertujuan untuk mengidentifikasi responden. Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah pengunjung yang sudah pernah berkunjung ke pasar malam Tiban Global lebih dari dua kali yaitu sebanyak 76 orang. Dimana responden meliputi jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Dari hasil kuestioner yang diberikan pengunjung dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.1 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Perempuan	52	68,4%
2	Laki-laki	24	31,6%
Jumlah		76	100%

Sumber: oleh penulis 2024

Data premier diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden terbesar adalah responden dengan jenis kelamin perempuan yaitu 52 orang atau sebesar 68% dan responden laki-laki yakni 24 orang atau sebesar 31,6%. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan sering berkunjung ke pasar malam Tiban Global dikarenakan perempuan lebih menyukai belanja yang murah dan praktis.

Responden berdasarkan jenis usia pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Presentase
1	17-25	7	9,2%
2	25-35	21	27,6%
3	35-45	48	63,2%
Jumlah		76	100%

Sumber: oleh penulis 2024

Bersadarkan hasil olahan data premier mengenai responden berdasarkan usia, maka jumlah responden terbesar adalah berumur 34-45 tahun yakni 48 orang atau sebesar 63,2%, responden yang berumur 25-35 tahun ada 21 Orang

atau sebesar 27,6% dan responden berumur 17-25 tahun yakni 7 orang atau sebesar 9,2%. Sehingga dapat dikatakan bahwa rata-rata pengunjung pasar malam Tiban Global di dominasi oleh pengunjung yang berumur 35-45 tahun dengan presentase 63,2%.

3) Deskripsi Hasil Penelitian

Deskripsi data dimaksudkan untuk memberikan gambaran jelas mengenai penelitian sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung wisata belanja pasar malam Tiban Global Batam. Dasar skor item dalam variabel penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3 Skala Dasar Interpretasi Skor Item Variabel Penelitian

No	Nilai Skor	Interpretasi
1.	$0 < NS \leq 1$	Berada pada daerah sangatnegatif
2.	$1 < NS \leq 2$	Berada pada daerah negatif
3.	$2 < NS \leq 3$	Berada pada daerah tengah-tengah
4.	$3 < NS \leq 4$	Berada pada daerah positif
5.	$4 < NS \leq 5$	Berada pada daerah sangatpositif

Sumber: Yusuf (2014)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa skor item variabel penelitian yang baik berkisar antara 3-4 yaitu berada di daerah positif dan nilai skor 4-5 yaitu berada di daerah sangat positif.

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan (X) diukur menggunakan 10 pernyataan. Adapun masing-masing dari item pernyataan variabel kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4 Skala Data Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	Frekuensi Jawaban Responden										Mean
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

X1.1	Penjual pasar malam berpakaian rapih dan sopan	0	0	4	5	8	6	7	5	6	3,26
X1.2	Tersedianya fasilitas pengunjung (tempat parkir dan tempat duduk)	0	0	1	1	6	1	2	5	6	3,36
X1.3	Penjual pasar malam memberikan tanggapan yang positif pada saat pengunjung menyampaikan keluhan dan saran.	0	0	1	1	1	5	7	6	7	3,88
X1.4	Penjual pasar malam dapat Tanggap dalam melayani kebutuhan pengunjung	0	0	1	1	1	5	6	9	1	3,92
X1.5	Penjual pasar malam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan.	0	0	2	2	1	4	5	2	2	4,09
X1.6	Penjual pasar malam terampil dalam mengerjakan pekerjaannya.	0	0	0	0	1	4	6	1	2	4,10
X1.7	Pengunjung merasa aman ketika berbelanja di pasar malam Tiban Global.	0	0	2	2	2	5	6	8	1	4,06
X1.8	Penjual pasar malam melayani pengunjung dengan ramah dan sopan.	0	0	1	1	2	5	6	8	1	3,85
X1.9	Penjual pasar malam bersikap bersahabat dengan pengunjung	0	0	1	1	2	4	6	8	1	3,80
X1.10	Penjual pasar malam dapat memberi apa yang pengunjung butuhkan.	0	0	0	0	1	5	6	1	1	3,98
Jumlah						38,20					
Mean Variabel						3,82					

Sumber: olahan penulis 2024

Berdasarkan table 4.4 diatas menunjukan pada setiap pernyataan variabel memiliki nilai 3,36-4,10 dengan mean variabel 3,82. Rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan "Penjual terampil dalam mengerjakan pekerjaannya" dengan nilai 4,10 sedangkan rata-rata terendah itu terletak pada pernyataan "Tersedianya fasilitas pengunjung (tempat duduk dan tempat parkir)". Dari hasil rata-rata variabel pada tabel diatas maka dapat dikatakan variabel kualitas pelayanan berada di daerah positif.

b. Kepuasan Pengunjung

Kepuasan pengunjung diukur menggunakan 6 pernyataan. Adapun masing-masing dari item pernyataan variable kepuasan pengunjung dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5 Skala Data Kepuasan Pengunjung

No	Pertanyaan	Frekuensi Jawaban Responden										Mean
		1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	
Y1.1	Saya merasa puas berbelanja di pasar malam Tiban Global	0	0	0	0	10	10,2	47	48,8	19	19,0	4,11
Y1.2	Saya merasa puas dengan pelayanan penjual di pasar malam Tiban Global	0	0	0	0	7	7,4	21	21,9	38	38,7	4,01
Y1.3	Saya bersedia berbelanja di pasar malam Tiban Global lagi	0	0	0	0	8	8,5	10	10,4	71	71,1	4,07
Y1.4	Saya tidak berniat berbelanja di sini lagi	0	0	1	1,3	3	3,7	48	48,7	39	39,2	3,88
Y1.5	Saya bersedia merekomendasikan berbelanja di pasar malam Tiban Global kepada kerabat dan teman karena hasilnya memuaskan.	0	0	0	0	21	21,6	27	27,4	57	57,9	3,86
Y1.6	Saya bersedia merekomendasikan pasar malam Tiban Global kepada kerabat dan teman karena pelayananya memuaskan	0	0	0	0	20	20,3	26	26,5	39	39,2	3,88

Jumlah	23,71
Mean Variabel	3,96

Sumber: olahan penulis 2024

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan dari 6 pernyataan variabel, nilai rata-rata pada kepuasan pengunjung setiap item yakni 3,86- 4,11 dengan nilai rata-rata 3,96. Nilai rata-rata tertinggi terletak pada pernyataan "Saya merasa puas berbelanja di pasar malam Tiban Global" dengan nilai 4,11, sedangkan rata-rata terendah terletak pada pernyataan "Saya tidak berminat berbelanja dari tempat lain" dengan nilai 3,86. Dengan mean variabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan pengunjung berada di daerah positif.

c. Uji Asumsi Klasik

(1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam sebuah regresi variabel residual berdistribusi normal atau tidak. Data dikatakan berdistribusi normal jika data dalam gambar P-P Plot of Regresion mengikuti garis diagonal tidak menyebar. Uji normalitas ini menggunakan Kolmogrow-smirnov Goodness of Fit Test. Data akan dikatakan berdistribusi normal apabila angka signifikan uji uji Kolmogrow-smirnov sig > 0,05 dan data dikatakan tidak berdistribusi normal apabila angka signifikan uji Kolmogrow-smirnov sig < 0,05 uji Normal Propability Plot akan menunjukan bahwa data dikatakan berdistribusi normal apabila titik-titik atau data berada di dekat atau mengikuti garis diagonalnya. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel dan grafik sebagai berikut:

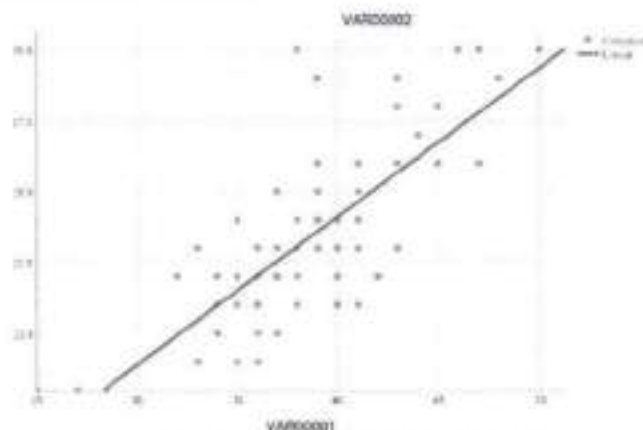
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas (One Sample Kolmogrow-smirnov Test) One-Sample Kolmogrow-smirnov Test

	One-Sample Kolmogrow-smirnov Test
N	23

Normal Parameters a.	Mean	,000000
	Std. deviation	2,04041468
Most Extreme Differences	Absolute	,109
	Positive	,109
	Negative	-,070
Test Statistic		,109
Asymp. Sig. (2-tailed)		,025

Sumber: olahan penulis 2024

- a. Test distribution is Normal
- b. Calculated from data



Gambar 4.1 Grafik Normalitas P_P Plot
Sumber: olahan penulis 2024

Berdasarkan tabel uji 4.6 diatas menunjukan bahwa seluruh angka Asymp.Sig (2-Tailed) lebih besar dari 0,05 yakni 0,025. Maka dapat dikatakan bahwa data variabel berdistribusi normal, dan juga dapat dilihat pada gambar 4.1 menunjukan titik-titik atau data berada dekat dan mengikuti garis diagonalnya. Maka dapat dikatakan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

- d. Hasil Uji Hipotesis
 - (1) Uji signifikan Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui derajat atau kekuatan pengaruh antarvariabel bebas (X) secara parsial (sendiri-sendiri) dengan variabel terikat (Y). Pengujian dilakukan pada pembagian t-hitung dengan t-tabel pada taraf signifikan 5%. Uji ini dilakukan bertujuan untuk melihat tingkat signifikan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat menggunakan uji parsial (uji t), sampel yang digunakan sebanyak 76 orang dan menggunakan taraf signifikan sebesar (α) 5% (0,05) yaitu dengan rumus sebagai berikut:

$$T \text{ tabel} = \left(\frac{\alpha}{2} : (n-k-1) \right)$$

$$= (0,025 : ((377-4-1))$$

$$= (0,025 : 76)$$

$$= 1,993$$

Keterangan:

α : Tingkat Kesalahan

n : Jumlah Sampel Penelitian

k : Jumlah Variabel X yang digunakan

Hasil dari hipotesis secara parsial dapat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.7 Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (constant)	3,208	2,201		1,454	,150
Kualitas Pelayanan	,523	,057	,732	9,247	,000

Sumber: Olahan Penulis 2024

Berdasarkan tabel 4.7 diatas menunjukan bahwa variabel kualitas pelayanan menghasilkan nilai t_{tabel} yaitu sebesar 9,247 lebih besar dari t_{hitung} yaitu 1,993, artinya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pasar malam Tiban Global dengan nilai $\text{sig } 0,000 < 0,05$ maka dapat dikatakan

Ho ditolak dan Ha diterima, sehingga kualitas pelayanan wisata belanja pasar malam Tiban Global Batam berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

(2) Uji Koefisien Determinan (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui berapa besar presentase pengaruh variabel independen yaitu kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan.

Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2) Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.732 ^a	.536	.530	2,063

Sumber: Olahan Penulis 2024

Predictor: (Constant), kualitas pelayanan (X)

Berdasarkan pada tabel 4.8 diketahui bahwa nilai R square adalah sebesar 0,536 atau sama dengan 53,6%. Artinya bahwa variabel kualitas pelayanan (X) memberikan pengaruh besar terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y) sedangkan sisanya 46,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

1.2. Pembahasan

Hasil dari uji validitas variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari 10 butir pernyataan dan 6 butir pernyataan dari indikator kepuasan pengunjung menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dalam kuesioner dikatakan valid dengan nilai r_{hitung} dari indikator kualitas pelayanan masing-masing 1; 0,526; 0,451; 0,528; 0,665; 0,728; 0,688; 0,507; 0,529; 0,483. Dan hasil uji validitas pada kepuasan pelanggan masing-masing 1; 0,847; 0,571; 0,729; 0,665; 0,595. Dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0,361 bisa dikatakan valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai cronbachs alpha

dari variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung sebesar 0,870 dan 0,920. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung dikatakan reliabel karena memiliki nilai yang lebih besar dari 0,70.

Peneliti menemukan bahwa pengaruh kualitas pelayanan sudah baik hal ini terlihat dari jawaban positif yang diberikan oleh responden pada kuesioner yang terdiri dari 10 pernyataan dan seluruh pertanyaan tersebut adalah dari penjabaran 5 indikator kualitas pelayanan yang diangkat oleh peneliti. Dalam penelitian ini, kelima indikator kualitas pelayanan tersebut terdiri dari bukti fisik (tangible), dayatanggap (responsiveness), kehandalan (reliability), jaminan (assurance), dan empati (emphaty).

Setelah diurutkan, indikator dengan respon positif tertinggi adalah pada indikator ke tiga yaitu reliability yaitu dengan nilai rata-rata 4,10 dengan pernyataan bahwa "penjual pasar malam terampil dalam mengerjakan pekerjaanya", dan nilai positif kedua tetap pada indikator reliability dengan nilai rata-rata 4,9 dengan pernyataan "Penjual pasar malam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan" maksud dari pelayanan yang dijanjikan adalah seperti penjual pasar malam memiliki sistem penjualan pakaian beli 3 dapat gratis 2 setelah pembelian pakaian mencapai Rp150.000,-. Sehingga dapat diketahui kehandalan dalam pelayanan di pasar malam Tiban Global menghasilkan kepuasan baik bagi pembeli maupun penjual. Selain respon positif tertinggi terdapat pula respon positif terendah yakni indikator tangible dengan pernyataan "Tersedianya fasilitas pengunjung (tempat parkir dan tempat duduk)", sehingga penjual pasar malam lebih memperhatikan lagi tentang fasilitas bagi pengunjung guna kenyamanan pengunjung itu sendiri. Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Tjiptono dalam Fitriani (2021) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan tabel 4.4 Hasil skala data kualitas pelayanan menyatakan bahwa X1.1 memiliki nilai rata-rata 3,86, X1.3 dengan nilai rata-rata 3,88, X1.4 dengan nilai rata-rata, X1.7 dengan nilai rata-rata 4,06, X1.8 dengan nilai rata-rata 3,85, X1.9 dengan nilai rata-rata 3,80 dan terakhir X1.10 dengan nilai rata-rata 3,98. Dapat dilihat bahwa hasil persentase dari setiap item berada didaerah positif,

semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan penjual pasar malam maka semakin puas pula pengunjung yang berwisata belanja disana.

Berdasarkan tabel 4.5 hasil skala kepuasan pengunjung menyatakan bahwa Y1.1 memiliki nilai rata-rata 4,11, Y1.2 memiliki nilai rata-rata 4,01, Y1.3 memiliki nilai rata-rata 4,07, Y1.4 memiliki nilai rata-rata 3,88, Y1.5 memiliki nilai rata-rata 3,86, Y1.6 memiliki nilai rata-rata 3,88. Hasil dari nilai skala data kepuasan pengunjung dapat dilihat bahwa pengunjung puas berwisata belanja di pasar malam Tiban Global Batam yang nilai respon positif paling tinggi terletak pada pernyataan "Saya merasa puas berbelanja di pasar malam Tiban Global" dengan mean variabel 4,11.

Kualitas pelayanan penjual pasar malam Tiban Global berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Diketahui secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung dimana nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 53,6% sedangkan sisanya sebesar 46,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan tabel 4.7 di atas diketahui secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung dimana nilai t_{hitung} sebesar 9,247 lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu sebesar 1,993. Jadi t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($9,247 > 1,993$).

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh Tjiptono dalam Firtianti (2021) menyebutkan pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan yang semakin melekat erat dan pelanggan tidak akan berpaling pada perusahaan lain. Berdasarkan pembahasan diatas dengan demikian dapat dipaparkan pengunjung memiliki sikap positif terhadap pasar malam Tiban Global sehingga kepuasan pengunjung dapat meningkat. Dalam penelitian ini peneliti mempresepsikan para penjual di pasar malam Tiban Global memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, memberikan pelayanan yang cepat kepada pengunjung. Hasil penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Sukmamedian & Lapotulo (2022) "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Museum Nasional Jakarta", dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan ternyata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian pada bab sebelumnya, serta hasil analisis data yang dikerjakan dari 76 responden dengan menyebarkan kuesioner, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari 5 indikator kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, daya tanggap, kehandalan, jaminan, dan empati. Kehandalan merupakan indikator nilai respon pengunjung paling positif dalam pengujian skala data kualitas pelayanan.
2. Dari 3 indikator kepuasan pengunjung yaitu, kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan bersedia merekomendasi. Ketiga indikator ini semua berada pada respon positif dalam pengujian skala data kepuasan pengunjung. Kesesuaian harapan merupakan respon paling positif.
3. Diketahui secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung dimana nilai t_{hitung} harus lebih besar dari nilai t_{tabel} , yang mana nilai t_{hitung} sebesar 9,247 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,993. Jadi dapat dikatakan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung.
4. Diketahui dari hasil uji koefisien determinan menunjukkan bahwa nilai R^2 sebesar 53,6%. Artinya kualitas pelayanan berpengaruh besar terhadap kepuasan pengunjung di pasar malam Tiban Global, sedangkan sisanya 56,4% dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di pasar malam Tiban Global Batam, berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Meningkatkan kehandalan pelayanan: Karena kehandalan merupakan indikator yang paling positif dalam pengujian kualitas pelayanan, penting untuk terus meningkatkan kehandalan pelayanan di pasar malam Tiban Global. Hal ini dapat dilakukan dengan memastikan ketersediaan produk yang berkualitas, pelayanan yang tepat waktu, dan pengelolaan yang efisien.

2. Memperhatikan kesesuaian harapan pengunjung: Kesesuaian harapan pengunjung merupakan indikator yang paling positif dalam pengujian kepuasan pengunjung. Oleh karena itu, penting bagi pengelola pasar malam Tiban Global untuk memahami harapan pengunjung dan berusaha memenuhinya. Melakukan survei kepuasan secara berkala dan mengadakan dialog dengan pengunjung dapat membantu dalam memahami harapan mereka.
3. Meningkatkan minat berkunjung kembali: Salah satu indikator kepuasan pengunjung adalah minat berkunjung kembali. Untuk meningkatkan minat ini, pengelola pasar malam Tiban Global dapat menghadirkan berbagai inovasi dan menawarkan pengalaman yang menarik bagi pengunjung. Misalnya, mengadakan acara khusus, menawarkan promosi menarik, atau menyediakan fasilitas yang nyaman.
4. Mendorong pengunjung untuk merekomendasikan: Indikator kepuasan pengunjung lainnya adalah keinginan untuk merekomendasikan. Penjual pasar malam Tiban Global dapat meningkatkan hal ini dengan memberikan pengalaman yang memuaskan dan memastikan bahwa pengunjung merasa diperhatikan dan dihargai. Membuka saluran komunikasi untuk umpan balik dan menindaklanjuti masukan dari pengunjung juga dapat membantu dalam meningkatkan kepuasan dan mendorong mereka untuk merekomendasikan pasar malam ini kepada orang lain.

Dengan mengimplementasikan saran-saran di atas, diharapkan pasar malam Tiban Global Batam dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung. Hal ini akan berdampak positif pada citra pasar malam dan menarik lebih banyak pengunjung untuk berkunjung dan berwisata belanja di sana.

DAFTAR PUSTAKA

- Dailami, Moh. Thandzir, Haufi Sukmamedian, & Nensi Lapotulo. (2023). Pengaruh Desain Interior Terhadap Minat Pengunjung Di Marriott Hotel Harbour Bay Kota Batam. *Jurnal Mata Pariwisata*, 2(1), 1-7. https://doi.org/10.59193/terapan_pariwisata_1
- Fitriani. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasadan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Malomo Laundry Kota Palopo
- Grönroos, C. (1984). A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.
- Kandampully, J., & Suhartanto, D. (2000). Customer Loyalty in the Hotel Industry: The Role of Customer Satisfaction and Image. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(6), 346-351.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism* (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Kusumanto, Ismu. Dkk. 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan Di Buana Laundry Di Kota Pekanbaru.
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
- Panjaitan, Januar Efendi. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *Jurnal Manajemen* VOL.11, No.2.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Putriandari, Aulia Siwi. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Telokom Speedy Di Semarang.
- Sugiyono. 23 April 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sukmamedian, H., & Nensi Lapotulo. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Museum Nasional Jakarta. *Jurnal Mekar*, 1(1), 34-40. <https://doi.org/10.59193/jmr.v1i1.20>

- Tjiptono, F. (2017). *Service, Quality, and Customer Satisfaction: Perspektif Baru Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: Free Press.

PAPER NAME

LAPORAN Penelitian Pasar Malam 2024.
docx

WORD COUNT

7168 Words

CHARACTER COUNT

44485 Characters

PAGE COUNT

34 Pages

FILE SIZE

217.6KB

SUBMISSION DATE

Mar 5, 2024 3:07 PM GMT+7

REPORT DATE

Mar 5, 2024 3:09 PM GMT+7

● 37% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 36% Internet database
- 21% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database

● Excluded from Similarity Report

- Submitted Works database

37% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 36% Internet database
- 21% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	repository.ub.ac.id	2%
	Internet	
2	positori.usu.ac.id	2%
	Internet	
3	journal.btp.ac.id	1%
	Internet	
4	jurnal.btp.ac.id	1%
	Internet	
5	id.123dok.com	<1%
	Internet	
6	repository.umpalopo.ac.id	<1%
	Internet	
7	repository.unbari.ac.id	<1%
	Internet	
8	etheses.uin-malang.ac.id	<1%
	Internet	
9	repository.iti.ac.id	<1%
	Internet	