

Mengukur Kepuasan Pengunjung Trans Studio Bandung

Agung Purwandi

PROGRAM STUDI MANAJEMEN - STIE-STEMBI

Email: purwandiagungg@gmail.com

Abstrak

Tujuan Menyusun instrument penelitian untuk mengukur kepuasan pengunjung serta mengetahui tingkat validitas & realibilitas instrument penelitian dan untuk melihat kepuasan pelanggan di Trans Studio Bandung

Desain/Metode Jenis Penelitian menggunakan Kuantitatif dengan bentuk Deskriptif

Temuan hasil penelitian ini adalah tingkat kepuasan pengunjung trans studio bandung kurang puas, seluruh item pertanyaan valid dan variable yang diteliti reliable

Implikasi tingkat kepuasan pengunjung yang belum optimal seharusnya membuat pihak manajemen lebih memperhatikan factor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pengunjung tersebut.

Originalitas melakukan penelitian tentang kepuasan di Trans Studio Bandung

Tipe Penelitian Studi Literatur

Kata Kunci : Kepuasan Pengunjung, Trans Studio Bandung

I. Pendahuluan

Pariwisata merupakan salah satu sektor industri andalan Indonesia. Sektor kepariwisataan memegang peranan penting dalam menumbuhkan perekonomian daerah, oleh karenanya mayoritas daerah di Indonesia bersaing dalam memperkenalkan potensi kepariwisataannya untuk menarik minat wisatawan berkunjung. Potensi kepariwisataan di Provinsi Jawa Barat sangat banyak dan beragam. Selain itu, Jawa Barat memiliki berbagai macam destinasi wisata yang tersebar di masing-masing kota maupun kabupaten. Keberadaan destinasi wisata tersebut berdampak pada tingkat kunjungan wisatawan domestik yang meningkat setiap tahunnya, salah satu pariwisata di Bandung, Jawa Barat adalah Trans Studio Bandung, Trans Studio Bandung berdiri pada tahun 2011.

Hal ini telah dibuktikan oleh peneliti terdahulu yaitu Mahendra dalam Januar Efendi Panjaitan (2016) bahwa secara simultan dan parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 43% dan sisanya sebesar 57% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian tersebut".

Pada umumnya perusahaan hidup dalam lingkungan yang berubah dengan cepat, dinamis dan rumit. Perusahaan harus mampu bersaing dalam menunjukkan keunggulan akan produk atau jasa yang dihasilkan dibanding kompetitornya. Begitu juga dengan perusahaan yang bergerak dibidang rekreasi. Perhimpunan Usaha Taman Rekreasi Indonesia (PUTRI) optimistis tingkat kunjungan wisatawan mampu mencatatkan kenaikan hingga 15% pada tahun lalu, Sekretaris Eksekutif PUTRI Gunawan Wibisono mengatakan tingkat kunjungan pada tahun lalu sudah melebihi dari 10%. "Target kunjungan hanya 10%, tetapi hasilnya sudah lebih dari itu. Maka dari itu, kami optimistis tahun ini minimal bisa mencapai 10% hingga 15%," Sekretaris Eksekutif PUTRI juga mencatat sejumlah taman rekreasi misalnya di kota Bandung yang menunjukkan kinerja cukup signifikan hampir bersaing dengan taman rekreasi lain di Jakarta seperti Taman Impian Jaya Ancol yang pengunjungnya sudah mencapai 15 juta (Amanda Kusumawardhani, 2017)

Menurut Nitisusastro (2012) terdapat tiga macam keluhan pelanggan yang tidak puas terhadap suatu produk barang atau jasa. Pertama voice complaint yaitu keluhan yang disampaikan langsung oleh pelanggan yang tidak puas atas barang atau jasa yang telah mereka beli tersebut kepada penjual. Kedua private complaint merupakan keluhan yang disampaikan oleh pembeli yang tidak puas atas barang atau jasa yang telah mereka beli tersebut kepada dan atau melalui teman/kerabat. Ketiga third party complaint merupakan tingkat yang paling buruk merupakan keluhan yang disampaikan oleh pembeli yang tidak puas atas produk yang telah dibeli tersebut kepada penjual melalui lembaga atau organisasi independen. Perilaku pelanggan yang tidak puas terhadap suatu produk barang/jasa berdampak pada harapan pelanggan, berdampak pada citra perusahaan.

Berikut adalah beberapa complain yang penulis dapat dari data perusahaan di Trans Studio Bandung

Table 1. Analisa Kepuasan Pengunjung Trans Studio Bandung

No	Komplain	Banyaknya
1	Harga yang terlalu mahal	6
2	Banyak wahana yang maintenance	7
3	Tidak boleh bawa makanan & minuman kedalam	5
4	Wahana untuk orang tua & anak terbatas	5
5	Peraturan wahana, contohnya tentang minimal tinggi badan untuk wahana tertentu	8

Sumber : Data Perusahaan (2018)

Berdasarkan table 1 diatas terlihat bahwa banyaknya complain dari beberapa aspek yang ada di Trans Studio Bandung, hal ini menunjukkan bahwa adanya ketidak puasan dari beberapa pengunjung Trans Studio Bandung, bila dibiarkan terus menurus akan berakibat pada penurunan jumlah pengunjung Dari uraian tersebut di atas menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Menyusun instrumen penelitian untuk mengukur kepuasan pengunjung
2. Untuk mengetahui tingkat validitas & realibilitas instrument penelitian
3. Kepuasan pelanggan di Trans Studio Bandung

II. Kajian Teori

A. Pengertian Kepuasan

Kata 'kepuasan atau satisfaction berasal dari bahasa Llatin "satis"(artinya cukup baik, memadai) dan "facio"(melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau "membuat sesuatu memadai". Namun ditinjau dari perspektif konsumen, istilah "kepuasan pelanggan" lantas menjadi suatu yang kompleks. Bahkan, hingga saat ini belum dicapai kesepakatan atau consensus mengenai konsep kepuasan pelanggan: apakah merupakan respon emosional ataukah evaluasi kognitif" (Edwardson, 1998) dalam Tjiptono (2014,353).

Kepuasan adalah merupakan keseimbangan antara harapan dengan persepsi seseorang (Engel,1995) dalam Djoko Wijono (2014) berpendapat bahwa kepuasaan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan. Kepuasan merupakan suatu fungsi yang bertingkat secara relative dari suatu harapan dan atau suatu penampakan hasil yang diterima. Seseorang akan memiliki pengalaman dalam satu atau beberapa jenis kepuasan, jika hasil yang diperoleh lebih dari yang diharapkan, maka orang tersebut akan mendapatkan kepuasaan pada tingkat tinggi (sangat Puas). Jika hasil yang diterima sama dengan yang yang diharapkan maka orang tersbut akan merasa puas, dan jika hasil yang diterima lebih kecil dari hasil yang diharapkan maka orang tersebut merasa tidak puas atau bahkan kecewa (Djoko Wijono, 2014).

Lovelock dan Wright (2007:102) dalam Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yuliati (2016) menyatakan bahwa, kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pascapembelian mereka, dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan dan kesenangan. Kepuasan dipengaruhi oleh perbandingan layanan yang dipahami dengan pelayanan yang diharapkan, dan sebagai reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja pelayanan tertentu.

Perusahaan tidak hanya sekedar menciptakan produk, tetapi mereka juga ingin memelihara konsumen. Kepuasan konsumen merupakan hal yang penting dalam suatu perusahaan karena dengan banyaknya konsumen yang puas dapat membawa keuntungan bagi perusahaan (Anshori 2007:18) dalam Monica Maria (2018)

B. Pengukuran Kepuasan

Mengukur kepuasan atau ketidak puasan pelanggan menurut (J.Supranto,1997) dalam Djoko Wlono (2014) dimulai dari penentuan pelanggan, kemudian dimonitor dari tingkat kualitas yang diinginkan dan akhirnya merumuskan strategi. Demikian pula pemilihan dan aplikasi pengukuran harus mencerminkan masalah yang diteliti. Selanjutnya dikatakan bahwa pengukuran kepuasaan pelanggan menyangkut tiga faktor yaitu : (1). Pilihan tentang ukuran kinerja yang tepat; (2). Proses pengukuran secara normatif; (3). Instrumen dan teknik pengukuran yang digunakan dapat menciptakan indikator.Didalam pengukuran kepuasan dikenal tiga jenis ukuran kinerja yaitu : (1). Ukuran kinerja diskriptif yang menyaajikan wawasan tentang operasi suatu sistem tanpa memilih kualitas dari operasi; (2). Ukuran kinerja evaluatife yang

menyajikan suatu norma atau ukuran yang digunakan sebagai pedoman untuk menilai keadaan sebenarnya; (3). Ukuran kinerja ekonomis yang merupakan bagian dari evaluasi kinerja berdasarkan ekonomis. Pengukuran kepuasan menurut (J. Supranto, 1997) adalah : Sangat puas diberi nilai 5, memuaskan diberi nilai 4, kurang puas diberi nilai 3, tidak puas diberi nilai 2, dan sangat tidak puas diberi nilai (Djoko, 2014)9

Sedangkan Menurut Lupiyoadi (2001, hlm. 158) dalam Rosita dkk (2016) ada lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan yaitu: 1. Kualitas Produk, pelanggan akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. 2. Kualitas Pelayanan, pelanggan akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan. 3. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila seseorang menggunakan produk yang bermerek dan cenderung mempunyai kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat pelanggan menjadi puas dengan merek tertentu. 4. Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya. 5. Biaya, pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

sedangkan Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Yuliami dan Riyasa (2007) dalam Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yulianti (2016) adalah:

1. Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan.
2. Tingkat kepuasan apabila dibandingkan dengan yang sejenis
3. Tidak ada pengaduan atau komplain yang dilayangkan.

indikator kepuasan konsumen menurut (Irawan, 2008:9) dalam Mukhamad Arianto dan Nur Mahmudah (2016) adalah sebagai berikut :

- a. Kepuasan jasa secara menyeluruh.
Para konsumen yang memakai jasa dari jatiroso ketring service akan merasa puas saat melihat pekerjaan yang di kerjakan selesai dengan bagus dan tidak mengecewakan konsumen.
- b. Merekomendasikan kepada pihak lain
Konsumen yang merasa puas akan memberi informasi ke pada kerabat dan temannya, jika kinerja di jatiroso ketring service itu bagus.
- c. Akan menggunakan jasa kembali
Konsumen puas dengan produk dan pelayanan yang berikan oleh jatiroso ketring service, pelanggan pasti akan menggunakan kembali produk dan jasa dari jatiroso catring service

III. Metode Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian bersifat Kuantitatif, **Unit analisis** adalah semua Pengunjung Trans Studio Bandung **sumber data** Pengunjung Trans Studio Bandung **teknik pengumpulan data** menggunakan kuesioner/Angket (Anget disebar ke 30 pengunjung Trans Studip Bandung), **jenis data** menggunakan data primer dan sekunder, **metode analisis** menggunakan deskriptif, **Teknik Sampling** menggunakan Aksidental Sampling, dan **Alat Analisis** yaitu dengan pengujian Validitas dan Reliabilitas.

IV. Hasil Dan Pembahasan

A. Hasil Penelitian

Penelitian dilakukan dengan menyebarkan angket pada 30 pengunjung Trans Studio Bandung untuk mengetahui bagaimana gambaran tentang kepuasan pengunjung di Trans Studio Bandung.

A. Identitas Responden

Analisa kualitatif dari identitas responden ini digunakan untuk mengetahui karakteristik pengunjung Trans Studio Bandung berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan & penghasilan.

Berdasarkan hasil kuisiner yang disebar kepada 30 orang penunjung, diperoleh karakteristik pengunjung Trans Studio Bandung sbb :

1. Karakteristik pengunjung berdasarkan Jenis Kelamin, pengunjung Laki-laki sebanyak 14 orang Laki-laki atau 46,6%, sedangkan untuk jenis kelamin Perempuan sebanyak 16 orang atau 53,4%, ini menggambarkan bahwa pengunjung berjenis kelamin Perempuan lebih senang atau lebih banyak berkunjung ke Trans Studio Bandung.
2. Analisa dari Usia, pengunjung berusia 20-30 ada sebanyak 15 orang atau 50%, untuk usia <20 ada 7 orang atau 23,3%, >40 sebanyak 1 orang atau 3,4%, dan untuk usia 31-40 sebanyak 7 atau 23,3%.
3. Pendidikan, untuk analisa pendidikan ditemukan bahwa yang <SMA sebanyak 7 orang atau 23,3%, SMA/Sederajat sebanyak 11 atau 36,6%, untuk S1 sebanyak 10 atau 33,3%, dan S2 sebanyak 2 atau 3,3%

4. Pekerjaan, untuk pengunjung yang berkerja pada sector swasta ada sebanyak 10 orang atau 33,3%, wiraswasta sebanyak 6orang atau 20%, Lain-lain sebanyak 14 atau 46,6, sedangkan untuk yang bekerjan sebagai PNS tidak ada.
5. Analisa penghasilan pengunjung Trans Studio Bandung, <2jt 13orang 43,3%, 2-5jt 9orang atau 30%, 5-15 6orang atau 20%, sedangkan ang berpenghasilan >15jt sebanyak 2 atau 6,7%.

A. Analisis Tanggapan responden

Analisis Tanggapan ini digunakan untuk mengetahui bagaimana gambaran Kepuasan Pengunjung di Trans studio Bandung. Kepuasan Pengunjung Trans Studio Bandung diukur menggunakan 5 instrumen dari Lupiyoadi (2001, hlm. 158) dalam Rosita dkk (2016) yaitu:

1. Kualitas Produk.
2. Kualitas Pelayanan.
3. Emosional.
4. Harga,
5. Biaya,

Range Penilaian

Skor Tertinggi : 5 x 30 = 150

Skor terendah : 1 x 30 = 30

Range Penilaian : $\frac{skor\ tertinggi - skor\ Terendah}{5}$
: $\frac{150-30}{5}$

: 24

Pengukuran kepuasan menggunakan 5 kriteria yaitu sebagai berikut

Dan hasil deskriptif dari tanggapan tersebut adalah sebagai berikut:

- 30 – 54 = sangat tidak Puas
 54 -78 = tidak Puas
 78 - 102 = Kurang Puas
 102 - 126 = Puas
 126 - 150 = Sangat Puas

Tabel
Hasil rekapan kuesioner

No	Indikator	Skor Jawaban Responden					Skor Total	Kesimpulan
		STS	TS	KS	S	SS		
	Kualitas Produk.	0	0	72	24	0	96	Kurang Puas
	Kualitas Pelayanan.	0	0	60	40	0	100	Kurang Puas
	Emosional.	0	0	72	20	5	97	Kurang Puas
	Harga,	0	8	63	20	0	91	Kurang Puas
	Biaya	0	20	42	20	5	69	Tidak Puas
	Rata- rata						90,6	Kurang Puas

Dari table diatas dapat dijelaskan bahwa dari item pertanyaan 1 tentang indicator Kualitas Produk dengan jawaban “Sangat tidak Setuju” sebanyak 0 Responden dengan skor 0 responden dengan jawaban “Tidak Setuju” sebanyak 0 Responden dengan skor 0, responden dengan jawaban “Kurang Setuju” sebanyak 24 Responden dengan skor 72 responden dengan jawaban “Setuju” sebanyak 6 Responden dengan skor 24 responden dengan jawaban “Sangat Setuju” sebanyak 0 Responden dengan skor 0 dengan demikian skor Total dari indicator Kualitas Produk adalah 96 Dan menyimpulkan bahwa Pengunjung Kurang Puas dengan Kualitas Produk Trans Studio Bandung

item pertanyaan 2 tentang indicator Kualitas Pelayanan dengan jawaban “Sangat tidak Setuju” sebanyak 0 Responden dengan skor 0 responden dengan jawaban “Tidak Setuju” sebanyak 0 Responden dengan skor 0 responden dengan jawaban “Kurang Setuju” sebanyak 20 Responden dengan skor 60 responden dengan jawaban “Setuju” sebanyak 10 Responden dengan skor 40 responden dengan jawaban “Sangat Setuju” sebanyak 0 Responden dengan skor 0 dengan demikian skor rata-rata dari indicator 100 adalah Dan menyimpulkan bahwa Pengunjung Kurang Puas dengan Kuliatas Layanan di Trans Stdui Bandung

item pertanyaan 3 tentang indicator Kualitas Emosional dengan jawaban “Sangat tidak Setuju” sebanyak 0 Responden dengan skor 0 responden dengan jawaban “Tidak Setuju” sebanyak 0 Responden dengan skor 0 responden dengan jawaban “Kurang Setuju” sebanyak 20 Responden dengan skor 60

responden dengan jawaban "Setuju" sebanyak 5 Responden dengan skor 20 responden dengan jawaban "Sangat Setuju" sebanyak 1 Responden dengan skor 5 dengan demikian skor rata-rata dari indikator Kualitas Produk adalah 97 Dan menyimpulkan bahwa Pengunjung Trans Studio Bandung Kurang Puas dengan Kualitas Emosional

item pertanyaan 1 tentang indikator Kualitas Harga dengan jawaban "Sangat tidak Setuju" sebanyak 0 Responden dengan skor 0 responden dengan jawaban "Tidak Setuju" sebanyak 4 Responden dengan skor 8 responden dengan jawaban "Kurang Setuju" sebanyak 21 Responden dengan skor 63 responden dengan jawaban "Setuju" sebanyak 5 Responden dengan skor 20 responden dengan jawaban "Sangat Setuju" sebanyak 0 Responden dengan skor 0 dengan demikian skor rata-rata dari indikator Kualitas Produk adalah 91 Dan menyimpulkan bahwa Pengunjung Trans Studio Bandung Kurang Puas dengan Kualitas Harga.

item pertanyaan 1 tentang indikator Kualitas Baya dengan jawaban "Sangat tidak Setuju" sebanyak 0 Responden dengan skor 0 responden dengan jawaban "Kurang Setuju" sebanyak 10 Responden dengan skor 20 responden dengan jawaban "Tidak Setuju" sebanyak 14 Responden dengan skor 42 responden dengan jawaban "Setuju" sebanyak 5 Responden dengan skor 20 responden dengan jawaban "Sangat Setuju" sebanyak 1 Responden dengan skor 5 dengan demikian skor rata-rata dari indikator Kualitas Produk adalah 69 Dan menyimpulkan bahwa Pengunjung Tidak Puas dengan Biaya di Trans Studio Bandung Kesimpulan seluruh item pertanyaan memperoleh rata-rata sebesar 90,6 Dengan demikian kepuasan Pengunjung di Trans Studio Bandung adalah Kurang Puas.

B. PEMBAHASAN

B.1 Uji Validitas

Uji validitas ini digunakan untuk mengetahui apakah item pertanyaan dalam kuesioner yang disebar valid/sah atau tidak langkah dalam uji validitas ini dilakukan dengan mengolah data yang telah ditabulasi dalam excel menggunakan aplikasi SPSS kemudian nilai r hitung dalam output SPSS dibandingkan dengan nilai r table, dan hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Uji Validitas

Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Kesimpulan
1	0,758	0,3610	Valid
2	0,889	0,3610	Valid
3	0,751	0,3610	Valid
4	0,805	0,3610	Valid
5	0,676	0,3610	Valid

Sumber: data hasil olahan spss versi 23,0 (2017)

Dapat di lihat dari tabel 1 untuk menguji validitas instrumen valid tidaknya di tentukan lebih besar atau kecilnya suatu perbandingan antara r_{tabel} dan r_{hitung} , jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka instrumen atau item – item pertanyaan berkorelasi signifikan atau di nyatakan valid begitu pula sebaliknya, untuk menentukan r_{tabel} mengacu kepada rumus ($df = n - 2$) dengan sig 5% dan di dapatkan nilai r_{tabel} sebesar 0,3610. Maka dari hasil penelitian yang sudah di lakukan menggunakan spss versi 23.0 di dapatkan r_{hitung} dari seluruh item pertanyaan lebih besar dari nilai r table maka dapat disimpulkan seluruh item pertanyaan dalam kuesioner adalah valid.

**Table 4.3
Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	,508
		N of Items	3 ^a
	Part 2	Value	,748
		N of Items	2 ^b
	Total N of Items		5
Correlation Between Forms			,830
Spearman-Brown	Equal Length		,907
Coefficient	Unequal Length		,910
Guttman Split-Half Coefficient			,883

a. The items are: X.1, X.3, X.5.

b. The items are: X.5, X.2, X.4.

Dapat di lihat dari tabel 4.3 berikut bahwa jumlah item yang di masukan adalah ganjil sehingga r_{hitung} yang di ambil adalah Unequal Length yaitu sebesar 0,910, dan di peroleh nilai r_{hitung} 0,910 > r_{tabel} 0,3610 maka dapat di jelaskan dengan kesimpulan reliabel atau di nyatakan signifikan.

V. Kesimpulan dan Saran

A. Kesimpulan

Penelitian dengan judul Analisis Kepuasan Pengunjung Trans Studio Bandung menyimpulkan beberapa point yaitu :

1. Kepuasan Pengunjung di Trans Studio Bandung dari kelima indikator menunjukkan bahwa Pengunjung Trans Studio Bandung Kurang Puas hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata dari jawaban responden yaitu 90,6.
2. Seluruh item pertanyaan dari indicator kepuasan Pengunjung dinyatakan valid hal ini ditunjukkan dengan seluruh nilai r hitung lebih besar dari r table
3. Variable Kepuasan Pengunjung dalam penelitian juga dinyatakan reliabel

B. Saran

1. Memperbaiki wahana yang sering maintenance agar tetap optimal dan bisa dinikmati oleh para pengunjung
2. Meningkatkan pelayanan kepada pengunjung agar pengunjung merasa segan dan ingin kembali lagi ke Trans Studio Bandung
3. Lebih sering memberikan diskon & promo-promo untuk para pengunjung
4. Memperbanyak wahana untuk anak-anak agar semakin banyak pengunjung yang datang dengan keluarganya
5. Menghadirkan berbagai makanan yang lebih bervariasi untuk pengunjung dengan harga yang sesuai

Daftar Pustaka

- Ai Lili Yuliati dan Januar Efendi panjaitan 2016, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung, Administrasi Komunikasi dan Bisnis, September, 269
- Kusumawardhani (2017, Februari). Industri Taman Rekreasi Diyakini Mampu Tumbuh Hingga 15% Melalui <https://ekonomi.bisnis.com/read/20170221/12/630577>
- Kaligis, 2014, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pengunjung Di Objek Wisata Puncak Temboan Desa Rurukan Satu Kota Tomohon, 4
- Tjiptono 2014. Pemasaran. Ekonomi Jasa : Jasa, Penerapan, Penelitian. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET
- Wijono. 2014. Tingkat Kepuasan Pengunjung Obyek Wisata Pantai Kuwaru Sanden Bantul Yogyakarta. 24
- Ai Lili Yuliati dan Januar Efendi panjaitan. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung, 271
- Wijono. 2014. Tingkat Kepuasan Pengunjung Obyek Wisata Pantai Kuwaru Sanden Bantul Yogyakarta. Jurnal MAKSIPRENEUR, Vol. IV, No. 1, 2014, hal. 22 - 35
- Rosita, Sri Marhanah, Woro Hanoum Wahadi. 2016. Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta. Jurnal Manajemen Resort dan Leisure. Vol.13, No.1

LAMPIRAN

1. KUESIONER

Kata Pengantar

Kepada Yth.
Bapak/ibu/sdr
Di
Tempat
Dengan Hormat,

Dalam rangka penyelesaian Skripsi yang berjudul “Analisis Kepuasan Pengunjung Trans Studio Bandung” kami mohon kesediaan Bapak/Ibu berkenan mengisi pertanyaan dalam kuesioner ini. Adapun pilihan jawaban didasarkan pada 3 skala yang telah ditetapkan sebagaimana dicantumkan pada tabel berikut ini :

Skor Jawaban	Pilihan Jawaban
1	Sangat Tidak setuju
2	Tidak Setuju
3	Kurang Setuju
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Atas bantuan, serta kerja sama yang diberikan oleh Bapak/Ibu/Saudara untuk pengisian kuesioner ini kami ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Agung Purwan

Identitas responden

1. Gender/ jenis kelamin : Laki-laki Perempuan
2. Usia : < 20 20-30 31-40 >40
3. Pendidikan terakhir : <SMA SMA/ sederajat D3&S1 S2&S3
4. Pekerjaan : PNS Karyawan swasta wiraswasta lain-lain
5. Penghasilan : < 2jt 2 jt-5 jt 5jt-15jt >15jt

KUESIONER VARIABELKEPUASAN PENGUNJUNG

NO	ITEM PERNYATAAN	SKOR JAWABAN				
		1 Sangat Tdk Setuju	2 Tidak Setuju	3 Kurang Setuju	4 Setuju	5 Sangat Setuju
1	Saya puas karena setiap fasilitas di Trans Studio Bandung berkualitas					
2	Saya Puas dengan pelayanan yang ada di Trans Studio Bandung					
3	Saya merasa bangga dan senang berkunjung ke Trans Studio Bandung					
4	Harga yang ada di Trans Studio Bandung sangat SEsuai dengan fasilitas yang ada					
5	Saya tidak perlu mengeluarkan biaya lebih untuk mengunjungi Trans Studio Bandung karena tempatnya strategis					

2. UJI VALIDITAS

Correlations

		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X
X.1	Pearson Correlation	1	,707**	,774**	,579*	,169	,758**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,001	,372	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X.2	Pearson Correlation	,707**	1	,666**	,604**	,537**	,889**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X.3	Pearson Correlation	,774**	,666**	1	,586**	,145	,751**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,001	,445	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X.4	Pearson Correlation	,579*	,604**	,586**	1	,394	,805**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,001		,031	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X.5	Pearson Correlation	,169	,537**	,145	,394	1	,676**
	Sig. (2-tailed)	,372	,002	,445	,031		,000
	N	30	30	30	30	30	30
X	Pearson Correlation	,758**	,889**	,751**	,805**	,676**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

3. UJI RELIABILITAS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	,508
		N of Items	3 ^a
	Part 2	Value	,748
		N of Items	2 ^b
	Total N of Items		5
Correlation Between Forms			,830
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		,907
	Unequal Length		,910
Guttman Split-Half Coefficient			,883

a. The items are: X.1, X.3, X.5.

b. The items are: X.5, X.2, X.4.