



## PENGARUH KENYAMANAN RUANG PULIK, PELAYANAN DAN FASILITAS TAMAN JAYAWIJA MOJOSONGGO DI SURAKARTA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN

**Bartolomeus Herawan Mintardjo**

Pariwisata / [barto.stpsahid@gmail.com](mailto:barto.stpsahid@gmail.com), STP Sahid Surakarta

### ABSTRACT

*The aim of this study is to know the influence of public space conveniences (X1), services (X2), and facilities (X3) in Jayawijaya Park on tourist satisfaction (Y). Jayawijaya Park is one of the tourist destinations developed by Local Government.. The type of this research is quantitative, in which the visitors of Jayawijaya Park become the population. Data collection techniques used are questionnaires, interviews, documentation, and literature study. The sample used was 100 respondents (Convenience Sampling) that encountered Jayawijaya Park on February 2023. The data analysis technique used is multiple linear regression which passed the classic assumption with the equation  $Y = -3,045 + 0,210X1 + 0,177X2 + 0,206X3 + e$  result. Tested by partial test (test-t), simultaneous test (test-F), and coefficient of determination test using SPSS 26 version showed positive influence and also effect of Variable X on Y is 65,6%. This research can bring knowledge or information to the readers, managers, or visitors of Jayawijaya Park and even reference for the next research. This research also can be a reference and evaluation material for the managers to upgrade and maintain the conveniences of public spaces, services, and facilities to create a sustainable tourist area that leads to positive feedback from the visitors.*

**Keywords:** *The Influence of Public Space Conveniences, Services, Facilities, Tourist Satisfaction*

### PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor yang membuat Indonesia memiliki daya tarik yang cukup besar, sehingga banyak wisatawan yang tertarik untuk berkunjung. Bahkan tidak hanya wisatawan lokal yang tertarik, tempat wisata yang beragam jenisnya itu pun mampu menarik banyaknya wisatawan asing untuk datang. Begitu pula dengan tempat wisata yang ada di salah satu pulau Jawa yaitu Taman Jayawijaya Mojosonggo di Kota Surakarta,

Kepariwisataan di Kota Surakarta secara umum masih sedang dalam perkembangan jika dibandingkan dengan kepariwisataan di Bali yang merupakan barometer kepariwisataan di Indonesia. Pengembangan kepariwisataan di Kota Surakarta sangat perlu dilakukan sebagai salah satu upaya untuk mendukung perkembangan kepariwisataan nasional.

Untuk meningkatkan kepuasan konsumen, pengelola tempat wisata harus memperhatikan beberapa faktor seperti pelayanan, kenyamanan wisata serta fasilitas umum. Terlebih dari proses pariwisata dapat meningkat dengan memberikan rasa nyaman kepada pengunjung, pemberian pelayanan yang baik serta fasilitas umum yang memadai kepada wisatawan oleh suatu pengelola atau perusahaan, akan menciptakan kepuasan wisatawan. Apabila wisatawan merasa puas, mereka akan berkunjung ulang dan merekomendasikan kepada orang lain untuk berkunjung di tempat yang sama. Destinasi wisata yang bagus harus mampu menyediakan fasilitas wisata yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung untuk memberikan rasa nyaman, kemudahan dan memenuhi kebutuhan mereka selama berkunjung.

Banyak sekali faktor yang mempengaruhi sektor pariwisata, diantaranya wisatawan, obyek wisata, kuliner, dan sebagainya. Kepuasan wisatawan adalah salah satu faktornya, di mana jika kepuasan wisatawan meningkat maka otomatis akan mempengaruhi berkembang atau tidaknya sektor pariwisata tersebut. Wisatawan akan melirik objek wisata yang memiliki daya tarik untuk didatangi. Kontribusi dari sektor-sektor tersebut maka pendapatan Kota Surakarta akan meningkat sehingga dengan sendirinya. Kota Surakarta mampu membiayai setiap kegiatan pembangunan terutama pembangunan di sektor pariwisata yang ada di Kota Surakarta. Semakin banyak wisatawan yang berkunjung maka semakin besar pula meningkatnya pendapatannya.

Dari kontribusi tersebut, pula diharapkan dapat memacu pembangunan dan pertumbuhan ekonomi sehingga Kota Surakarta nantinya bisa dikatakan sebagai destinasi wisata yang maju dalam bidang pariwisata.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Pengertian Jasa**

Menurut Fatihudin dan Firmansyah. (2019:2-5) Jasa adalah *intangibile* (seperti tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli atau dikonsumsi) dan *perishable* (tidak dapat disimpan dan juga tahan lama). Jasa diciptakan dan dikonsumsi secara simultan.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa ada faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu: jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan atau dipersepsikan. Apabila jasa yang dirasakan sesuai dengan jasa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut akan dipersepsikan baik atau positif. Jika jasa yang dipersepsikan

melebihi jasa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Demikian juga sebaliknya apabila jasa yang dipersepsikan negatif atau buruk. Maka baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyediaan jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Kualitas jasa dapat diartikan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima.

Menurut Tjiptono (2009:59), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Jasa mempunyai banyak arti, mulai pelayanan personal (*personal service*) sampai jasa sebagai suatu produk. Sejauh ini sudah banyak pakar pemasaran jasa yang telah berusaha mendefinisikan pengertian jasa. Beberapa pendapat para ahli tentang jasa, yaitu: Menurut Berry (1985:49-50) menyatakan bahwa: “Jasa itu sebagai *deeds* (tindakan, prosedur, aktivitas): proses, dan unjuk kerja yang *intangible*”. Mudreick mendefinisikan jasa dari sisi penjualan dan konsumsi secara kontras dengan barang. Sedangkan Kolter (1991:479) jasa yaitu, “Setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”.

### **Prinsip-Prinsip Kualitas Jasa**

Untuk menciptakan suatu perusahaan yang kondusif, terdapat prinsip-prinsip yang harus dijadikan acuan dalam pemberian kualitas jasa, prinsip tersebut menurut Priansa (2017:86) adalah:

- 1) Sistem dan Kebijakan Kualitas jasa perlu didukung oleh sistem dan kebijakan perusahaan yang suportif, artinya kualitas jasa muncul bukan hanya karena kebutuhan konsumen namun juga kebutuhan perusahaan untuk terus berkembang sesuai dengan kebutuhan konsumen.
- 2) Kepemimpinan Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak, manajemen puncak harus memimpin perusahaan untuk meningkatkan kinerja kualitasnya, tanpa adanya kepemimpinan

dari manajemen puncak maka usaha untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil bagi perusahaan.

- 3) Pendidikan dan Pelatihan agar jasa yang dihasilkan berkualitas maka diperlukan pendidikan dan pelatihan yang memadai dari setiap personel organisasi dalam proses dan penyampaian jasa.
- 4) Perencanaan meliputi pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan personal untuk mencapai visi dan misi organisasi.
- 5) Review Proses, review merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian yang konsisten dan terus menerus untuk memberikan jasa yang berkualitas.
- 6) Kepuasan Konsumen Jasa yang berkualitas harus didasarkan pada kenyataan bahwa jasa tersebut mampu memberikan kepuasan kepada konsumennya secara memadai. Semakin puas konsumen merasakan jasa yang diterimanya, maka semakin berkualitas jasa tersebut dipandang oleh konsumennya.
- 7) Komunikasi Implementasi strategi dalam organisasi dipengaruhi oleh komunikasi terhadap karyawan, konsumen, dan *stakeholder's* perusahaan.
- 8) *Rewards* Penghargaan dan pengakuan merupakan aset yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberi penghargaan agar memiliki motivasi untuk selalu terus menerus memberikan jasa yang berkualitas.

### **Pemasaran**

Kotler & Armstrong (2008:6), mendefinisikan pemasaran merupakan proses di mana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

Menurut Thamrin & Francis (2012:8), pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Alma (2007:12), mengatakan *marketing* adalah kegiatan atau usaha para pengusaha yang menyalurkan barang dan jasa dari titik produsen ke titik konsumen.

## **Pelanggan**

Menurut Yoeti (2002:9-10), Pelanggan adalah masyarakat yang sudah pernah membeli produk atau jasa berkali-kali. Yoeti (2006:11), Pelanggan adalah masyarakat yang pada umumnya membutuhkan barang dan jasa yang berpotensi melakukan pembelian. Hal yang diinginkan oleh pelanggan:

- 1) Pelanggan ingin dibuat bahagia atau puas
- 2) Pelanggan tidak ingin dibebankan berbagai macam dalam bentuk uang maupun waktu
- 3) Pelanggan ingin kebutuhannya terpenuhi sesuai dengan harapan yang diinginkannya.

## **Kepuasan Wisatawan**

Menurut Saladin (2003:9), pengertian kepuasan pelanggan adalah: “Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya”.

Menurut Kotler (2012:46) tentang kepuasan konsumen: “kepuasan adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan wisatawan”. Bila kinerja lebih daripada harapan maka konsumen akan puas dan begitu sebaliknya jika kinerja tidak sesuai dengan harapan maka konsumen akan merasa kecewa.

Menurut Lovelock dan Wright (2007:102) menyatakan bahwa: “keadaan emosi dan reaksi mereka setelah membeli dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, kenetralan, kegembiraan, dan kegembiraan mereka. Kepuasan dipengaruhi dengan membandingkan layanan yang dirasakan dengan layanan yang diharapkan dan sebagai respon emosional jangka pendek pelanggan terhadap penyampaian layanan tertentu. Konsumen bisa juga merasa tidak puas dengan pelayanannya.

Adapun indikator yang dapat dipakai dalam mengukur kepuasan pelanggan. Menurut Yuliarmi & Riyasa (2007:1), indikator yang tersedia adalah sebagai berikut:

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

Berdasarkan definisi tersebut, disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan yang dirasakan setelah mengkonsumsi jasa dengan membandingkan harapan pelanggan dengan kenyataan yang dirasakan pelanggan terhadap suatu jasa.

Konsumen bisa juga merasa tidak puas dengan pelayanannya. Alma (2007:286) mengungkapkan penyebab ketidakpuasan konsumen, antara lain:

- 1) Tidak sesuai harapan dan kenyataan
- 2) Pelayanan yang kurang memadai dalam proses penggunaan jasa
- 3) Perilaku petugas yang tidak memadai
- 4) Tidak mendukung suasana dan kondisi fisik lingkungan
- 5) Biaya terlalu tinggi , jarak terlalu jauh , terlalu banyak waktu terbuang dan harga tidak sesuai
- 6) Promosi/iklan terlalu besar, tidak sesuai dengan kenyataan

### **Kenyamanan**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia. Kenyamanan adalah keadaan nyaman; kesegaran; kesejukan. Katharine Kolcaba memiliki latar belakang keperawatan dan psikologi, menjelaskan bahwa kenyamanan sebagai suatu kondisi memenuhi kebutuhan dasar manusia secara pribadi dan holistik. Mencapai kenyamanan dapat membangkitkan rasa kesejahteraan pribadi.

Menurut Kolcaba (2003:64-65), aspek kenyamanan adalah:

- 1) Kenyamanan fisik mengacu pada sensasi fisik yang dirasakan seseorang.
- 2) Kenyamanan psikospiritual, yang kesadaran internal diri, meliputi konsep diri, harga diri , yang berarti kehidupan, seksualitas untuk hubungan yang sangat dekat dan lebih tinggi.
- 3) Kenyamanan lingkungan sekitar. Ini mengacu pada lingkungan, kondisi, dan efek eksternal pada orang-orang seperti suhu, warna, pencahayaan, dan kebisingan
- 4) Kenyamanan sosial budaya, terkait hubungan interpersonal, hubungan keluarga, hubungan sosial atau hubungan masyarakat (keuangan, kesehatan, kegiatan, agama, tradisi keluarga/masyarakat, dll).

Kolcaba (2003:46) juga menyatakan 3 tingkat kenyamanan.

- 1) Relief, ini adalah tingkat kenyamanan paling dasar tanpa rasa sakit fisik.
- 2) Ease, adalah tingkat kenyamanan lebih tinggi dimana tidak hanya tubuh merasa kenyamanan, tetapi juga kenyamanan mental atau psikologis.
- 3) Transendensi, adalah kenyamanan paling tinggi, dan kenyamanan dirasakan pada tingkat rohani atau spiritual.

Aktivitas Pengunjung Ruang Publik atau RTH (*Ruang Terbuka Hijau*) didalamnya memiliki aktivitas-aktivitas yang menampung aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat. Kegiatan – kegiatan yang berada di ruang terbuka hijau pada dasarnya mempunyai pola – pola tertentu. Terdapat beberapa aktivitas yang dilakukan pengguna ruang publik (Gehl, Jan dan Soholt, Helle, 2002), yaitu:

- 1) Aktivitas keseharian (daily activities): berjalan – jalan diruang publik dan berjalan dari ke dan melalui ruang publik.
- 2) Aktivitas rekreasi sehari – hari (daily recreational activities): digunakan sebagai area istirahat pada jam kerja atau area melepas lelah sehari – hari.
- 3) Aktivitas rekreasi (recreational activities): ruang publik yang digunakan sebagai area wisata atau ajang tempat bermain.
- 4) Aktivitas terencana (planned activities): aktivitas yang dilakukan jika ada event atau acara seperti konser musik.

Gehl (1987:9-14) juga menyebutkan makna aktivitas pada suatu ruang dapat dibagi menjadi tiga macam kegiatan, yaitu:

- 1) Necessary activities / aktivitas utama, yaitu merupakan kegiatan rutin yang dilakukan karena memenuhi suatu kebutuhan tertentu pada suatu ruang.
- 2) Optional activities / aktivitas pilihan, yaitu merupakan kegiatan yang dilakukan ketika terdapat kesempatan. Kegiatan yang berupa aktivitas pilihan dilakukan pada situasi yang cukup menyenangkan dan tidak adanya aktivitas lain yang lebih mendesak.
- 3) Social activities / Aktivitas sosial, yaitu merupakan kegiatan yang didalamnya terdapat interaksi dengan pihak lain disekitarnya.

Menurut Khadiyanto dan Paningkat (2019:140-149) terdapat beberapa aspek yang memengaruhi kenyamanan di ruang publik, yaitu:

- 1) Tempat duduk yang memiliki sandaran.dan dapat dijangkau didalam ruang publik.
- 2) Permukaan jalur untuk berjalan yang halus, cocok untuk kereta bayi, stroller, becak, skateboard, dan untuk orang yang jogging.
- 3) Jarak tempat sampah dengan tempat duduk berjarak 50 feet atau 15,24 meter.
- 4) Perlindungan dari angin untuk tempat bermain anak-anak.
- 5) Area rumput yang terbuka dan lapangan terbuka di bawah sinar matahari pagi hingga sore hari, dengan sepanjang tepi yang teduh.

- 6) Vegetasi yang mampu membuat teduh lapangan dan taman bermain dari siang hingga sore hari. Hal tersebut ditunjang dengan aspek kenyamanan ruang publik.

Menurut Carmona et al. (2003:201-202), yaitu:

- 1) Kondisi pedestrian yang tidak rusak terkait dengan kenyamanan untuk bermain dalam aktivitas di ruang terbuka.
- 2) Lebar pedestrian yang memadai terkait dengan kenyamanan untuk bermain, berinteraksi di aktivitas terbuka.
- 3) Kondisi lampu taman yang berfungsi pada malam hari.

Hal tersebut dikarenakan perlindungan terhadap kriminalitas dan kekerasan serta kenyamanan untuk melihat. Selain itu, terdapat literatur lain mengenai aspek kenyamanan ruang publik juga ditunjang dengan Peraturan Menteri Pekerjaan Umum nomor 30/PRT/M/2006 tentang pedoman teknis fasilitas dan aksesibilitas pada bangunan gedung dan lingkungan, yang berisi:

- 1) Jalur pemandu harus berdekatan dengan kursi taman, tempat sampah, dan telepon umum.
- 2) Perabotan jalan (street furniture) diletakkan ditempat yang mudah dijangkau untuk semua orang.
- 3) Setiap orang dapat mencapai semua tempat dengan mudah dalam lingkungan ruang terbuka publik.
- 4) Setiap fasilitas dalam ruang terbuka publik harus dapat dipergunakan oleh semua orang.
- 5) Setiap orang harus dapat masuk, mencapai dan menggunakan tempat dan fasilitas dalam ruang terbuka publik tanpa bantuan dari orang lain.

Kenyamanan ruang publik tidak hanya dapat dinilai dengan fisik. Menurut Harefa dkk (2018:38-40) dalam Jurnal Seminar Arsitektur. Indikator kenyamanan ruang terbuka adalah sirkulasi, daya alam/iklim, kebisingan, aroma/bau-bauan, bentuk, keamanan, kebersihan, keindahan.

### **Pelayanan**

Menurut Groonros (1990:27) pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen. Menurut



Kotler (2002:83) bahwa pelayanan adalah setiap tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Berdasarkan teori di atas, bahwa pelayanan adalah mutu suatu tindakan yang ditawarkan kepada konsumen yang diharapkan dapat memenuhi keinginan konsumen meliputi pelayanan yang telah diharapkan oleh konsumen dan pelayanan yang diterima oleh konsumen. Bila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melebihi harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas pelayanan yang ideal. Akan tetapi bila pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diekspektasikan, maka kualitas pelayanan dinilai sebagai kualitas pelayanan yang buruk.

### **Dimensi Kualitas Pelayanan**

Kualitas jasa pada umumnya tidak dilihat dalam konstruk yang terpisah, melainkan secara agregat di mana dimensi-dimensi individual dimasukkan untuk mendapatkan kualitas jasa secara keseluruhan. Tjiptono (2009:269) mengungkapkan bahwa terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan (sesuai urutan derajat kepentingan relatifnya) :

1) Keandalan (*Reliability*)

Keandalan yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Artinya para karyawan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan.

2) Daya tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap, yakni motivasi para karyawan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan dalam menggunakan jasa.

3) Jaminan (*Assurance*)

Jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keraguan. Yaitu mengenai pengetahuan baik dari karyawan dalam menangani pertanyaan atau keluhan dari pelanggan.

4) Perhatian (*Empathy*)

Perhatian meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. Yaitu sikap karyawan yang menunjukkan perhatian yang tulus dalam melayani pelanggan.

5) Bukti Fisik (*Tangibles*)

Tampilan fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

### **Fasilitas**

Menurut Yoeti (2003:56) fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata yang dikunjunginya, di mana mereka dapat santai menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut.

Menurut Soemitro dan Suprayitno (2018:2) Fasilitas secara umum biasa diartikan dalam dua pengertian pokok berbeda. Pertama, fasilitas diartikan sebagai instalasi obyek fisik pada dan merupakan bagian dari infrastruktur. Kedua, fasilitas diartikan sebagai hal – hal yang diperlukan bagi kehidupan, yang bisa berupa obyek fisik maupun obyek non fisik seperti layanan publik.

### **Komponen Fasilitas Pariwisata**

Komponen Fasilitas Pariwisata Menurut Hasan (2015:168)

- 1) Akomodasi: hotel, apartemen, villa, perkemahan, taman, wisma dan sejenisnya.
- 2) Restoran, bar, kafe (mulai dari restoran cepat saji sampai restoran mewah).
- 3) Transportasi di destinasi : taksi, rental mobil, dan sejenisnya.
- 4) Olahraga: ruang olahraga, golf, stadion, pusat kebugaran, dan lainnya.
- 5) Fasilitas: kesehatan, TI, money changer, dan lain sebagainya.
- 6) Outlet Ritel: toko, souvenir, dan sejenisnya.
- 7) Layanan: layanan Informasi, penyewaan peralatan, dan polisi pariwisata.

Menurut Sumayang (2003:124) hal yang perlu diperhatikan dalam penyediaan fasilitas diantaranya:

- 1) Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan adalah keadaan fasilitas perusahaan yang dilengkapi oleh atribut yang menyertainya dan didukung dengan kebersihan dan kerapian saat konsumen menggunakan fasilitas tersebut.

- 2) Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan adalah fasilitas yang berfungsi dengan baik dan tidak mengalami kerusakan.
- 3) Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan adalah fasilitas yang ditawarkan kepada konsumen adalah fasilitas yang sudah familier bagi konsumen sehingga konsumen dapat menggunakannya dengan mudah.
- 4) Kelengkapan alat yang digunakan adalah alat yang digunakan oleh konsumen sesuai dengan spesifikasinya.

## **METODOLOGI**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan. Penelitian lapangan, penelitian ini bertujuan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan intraksi lingkungan suatu unit sosial masyarakat. Penelitian yang peneliti lakukan bersifat kuantitatif korelasi. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan dengan kajian yang empiris dalam mengumpulkan, menganalisa dan menampilkan data dalam bentuk numerik dalam usahanya mencoba melakukan pengukuran yang akurat terhadap sesuatu (Cooper&Schindler, 2006; Given, 2008).

Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan sebuah fenomena.

Objek dalam penelitian ini adalah Taman Jayawijaya Mojosoongo di Kota Surakarta dan para wisatawan yang berkunjung kesana

Populasi atau jumlah pengunjung dalam penelitian ini adalah seluruh jumlah pengunjung Taman Jayawijaya February tahun 2023 yaitu sebanyak 14.263 jiwa/orang. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Destinasi wisata Taman Jayawijaya Mojosoongo

Berdasarkan dari populasi yang ada, maka penulis melakukan penarikan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan teknik sampel *Convenience Sampling* (sampel yang diambil oleh orang-orang yang ditemui saja). Teknik *convenience sampling* adalah pengambilan sampel didasarkan pada ketersediaan elemen atau kemudahan untuk mendapatkannya. Sampel diambil/terpilih karena sampel tersebut ada pad tempat dan waktu yang tepat. Cara ini nyaris tidak dapat diandalkan, tapi paling murah dan cepat dilakukan karena peneliti memiliki kebebasan untuk memilih siapa saja yang mereka temui. Penarikan sampel ini bermanfaat penggunaannya pada tahap awal penelitian

eksploratif yang ditujukan untuk mencari petunjuk awal tentang suatu kondisi yang menarik perhatian.

Hasil yang diperoleh dengan cara ini seringkali dapat menyediakan bukti-bukti yang cukup melimpah sehingga terkadang pengambilan sampel yang lebih canggih tidak diperlukan lagi. Menurut Tjiptono (2001:89), *Convenience Sampling* atau *Accidental Sampling* adalah prosedur sampling yang memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses. Maka jumlah sampel yang digunakan dengan memakai rumus slovin (sekarang 1992) dalam penelitian ini adalah;

Diketahui:

$$n = \frac{N}{1 + (Nxe^2)}$$

n=sampel

N=Populasi

e=tingkat kesalahan 10%

Jawab:

$$n = \frac{14.263}{1 + (14.263 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{14.263}{1 + 142,63}$$

$$n = \frac{14.263}{143,63}$$

n= 99,30 dibulatkan menjadi 100

Jadi besar sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang dari jumlah seluruh pengunjung di Taman Jayawijaya Kota Surakarta.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dari sumber data primer dan data sekunder. Data primer Menurut Sekaran (2006:60), data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi. Dalam penelitian ini, penulis mendapatkan data primer dengan cara terjun ke lapangan. Peneliti akan menggunakan metode survey mandiri berupa kuesioner. Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan dengan maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder menurut Ghazali (2016:94) adalah literatur, buku, publikasi pemerintah, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenaan dengan

penelitian yang dilakukan. Selain data primer, sumber data yang dipakai peneliti adalah sumber data sekunder, data sekunder didapat melalui berbagai sumber yaitu literatur artikel, jurnal, buku, publikasi pemerintah, serta situs di internet yang mendukung penelitian.

Skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur respon dari responden dalam penelitian ini adalah skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Sedangkan data yang akan diperoleh adalah skala ordinal. Pada Kuesioner akan disediakan lima pilihan jawaban yang memiliki skor 1-5.

**Tabel 1. Skor Skala Likert**

No	Kategori	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

## **Analisis Data**

### **Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk menguji instrument kuisisioner apakah kuisisioner yang dibuat valid atau tidak. Sekaran (2006:43), Uji validitas bertujuan untuk memastikan pengukuran memasukkan sekumpulan item yang mewakili dalam mengungkap konsep. Untuk mengukur validitas kuisisioner ini, peneliti menggunakan SPSS. Suatu instrumen penelitian dapat dikatakan valid, apabila Koefisien korelasi product moment melebihi 0,3 atau Koefisien korelasi product moment  $> r\text{-tabel}(\alpha; n - 2)$ .  $n =$  jumlah sampel atau Nilai  $\text{sig.} \leq \alpha$ .

### **Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten dan real, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih dari itu terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama. Nunnaly (1994) memberikan patokan sebesar 0,70 untuk skala *internal variance* dari jumlah semua item dengan variance individual.

### **Uji Asumsi Klasik**

#### **- Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Ghazali (2011:48), Pembuktian data yang diolah dapat dilihat dari grafik Probability Plot.

#### **- Uji Multikolinearitas**

Multikolinearitas artinya antarvariabel bebas yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linear yang sempurna. Ghazali (2011:47), Jika nilai *VIF* dibawah 10, dan nilai *toleran*  $> 0,1$  maka tidak terjadi gejala multikolinearitas

#### **- Uji Heteroskedastisitas**

Heteroskedastisitas adalah keadaan yang mana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lain. Ghazali (2011:47-48), Uji heteroskedastisitas dapat dilihat dari grafik *scatterplot*. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

### **Analisis Regresi Linear Berganda**

#### **- Uji T (Partial)**

Pengujian hipotesis untuk korelasi, digunakan uji t untuk mengetahui apakah variabel bebas secara sendiri-sendiri memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Hal ini berdasarkan perbandingan nilai thitung masing-masing koefisien dengan

#### **- Uji F (Simultan)**

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel bebas secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak signifikan dengan variabel terikat (Y).

### **Uji Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap Y. Persyaratan yang harus terpenuhi agar dapat memaknai nilai koefisien determinasi adalah hasil uji F dalam analisis regresi linier berganda bernilai signifikan, yang berarti bahwa ada pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y. Sebaliknya, jika hasil analisis uji F tidak signifikan maka nilai koefisien determinasi tidak dapat digunakan atau dipakai untuk memprediksi kontribusi pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

## Hasil Dan Pembahasan

### Gambaran Umum

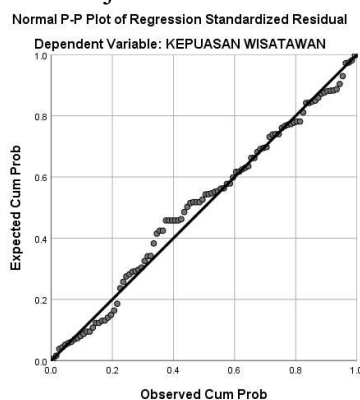
Taman Jaya WIjaya merupakan ruang terbuka hijau yang cukup populer di Surakarta, tempat ini diresmikan oleh Walikota Solo pada 22 Desember 2017 lalu dan menjadi satu tempat wisata favorit keluarga di Solo. Hal tersebut terlihat dari banyaknya pengunjung yang bergantian mengunjungi tempat tersebut setiap harinya. Ada beragam wahana permainan anak di Taman Jayawijaya Mojosongo. Mulai dari jungkat-jungkit, ayunan, dan masih banyak lagi. Menariknya, wahana permainan anak ini disediakan di setiap sudut Taman Jayawijaya Mojosongo. Selain area bermain, Taman Jayawijaya Mojosongo juga menyediakan jogging track yang luas.

### Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

Dalam penelitian ini Uji Validitas digunakan untuk menguji kualitas data apakah kuisisioner yang dibuat valid atau tidak. Pada penelitian ini jumlah responden (n) adalah 100 dengan alpha 0,05 dan di dapat r-tabel sebesar 0,195 (Kamilah,E.N) Suatu kuisisioner dinyatakan valid apabila  $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$  dan nilai  $\text{sig} \leq \alpha$ . Uji Validitas semua item pernyataan pada kuisisioner dinilai valid karena memiliki nilai korelasi  $> 0,195$ . Sehingga setiap pernyataan variabel kenyamanan ruang publik, pelayanan, fasilitas dan kepuasan wisatawan pada kuisisioner ini dapat dijadikan pengukuran dalam penelitian ini. Berdasarkan uji reliabilitas dapat diketahui semua pernyataan pada kuisisioner ini dapat dinilai reliabel karena nilai Cronbach's Alpha Based on Standardized Item pada setiap variabel  $> 0,70$ . Sehingga seluruh pernyataan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data karena setiap pernyataan tersebut dinyatakan Valid dan Reliabel.

### Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

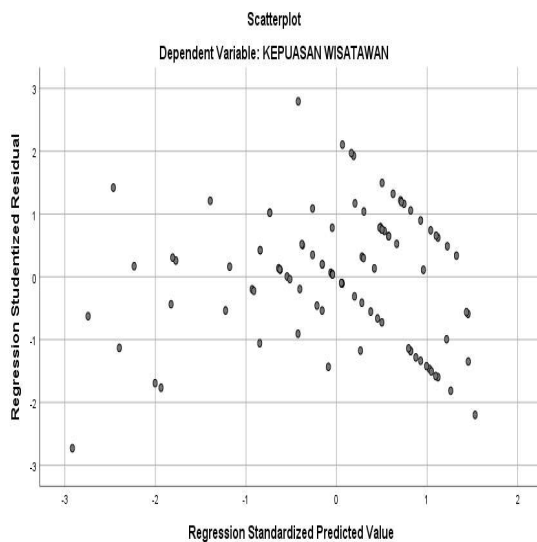


Berdasarkan grafik p-plot tersebut dapat dikatakan bahwa data penelitian terdistribusi normal dikarenakan data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal

## 2. Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kenyamanan	.631	1.586
Pelayanan	.596	1.678
Fasilitas	.687	1.456

Berdasarkan tabel tersebut. Terlihat bahwa nilai toleran lebih dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, dan ditunjukkan dengan nilai toleran untuk (X1) Kenyamanan Ruang Publik sebesar 0,631, (X2) Pelayanan sebesar 0,596, (X3) Fasilitas 0,687. Sedangkan nilai VIF untuk (X1) Kenyamanan Ruang Publik sebesar 1,5586, (X2) Pelayanan sebesar 1,678, (X3) Fasilitas sebesar 1,456. Dengan demikian dapat diinterpretasikan bahwa tidak ada multikolinearitas antara variabel bebas dalam model regresi



Grafik scatterplots menunjukkan bahwa pola titik-titik berada di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y dan tidak terdapat suatu pola yang jelas dan beraturan pada penyebaran titik-titik tersebut. Hal ini dapat dilihat bahwasannya tidak terjadi heteroskedastisitas pada model persamaan regresi, sehingga dapat diinterpretasikan model regresi layak digunakan



untuk variabel Kenyamanan Ruang Publik (X1), Pelayanan (X2), dan Fasilitas (X3) yang mempengaruhi Kepuasan Wisatawan (Y).

### Uji Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan regresi;  $Y = -3,045 + 0,210X_1 + 0,177X_2 + 0,206X_3 + e$ .

Dari pernyataan diatas dapat diinterpretasikan bahwa Nilai konstanta (a) bertanda negatif, yaitu  $-3,045$  artinya “apabila kenyamanan ruang publik, pelayanan dan fasilitas sama dengan 0 (nol) maka kepuasan wisatawan mengalami penurunan; Nilai koefisien regresi variabel Kenyamanan Ruang Publik (X1) yaitu sebesar 0,210 artinya kenyamanan ruang publik berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan; Nilai koefisien regresi variabel Pelayanan (X2) yaitu sebesar 0,177 artinya pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan; Nilai koefisien regresi variabel Fasilitas (X3) yaitu sebesar 0,206 berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan.

#### UJI T X1 (Kenyamanan Ruang Publik)

Terlihat bahwa *t*-hitung koefisien Kenyamanan Ruang Publik adalah 4,307, sedangkan *t*-tabel dengan tingkat signifikan 5% dan  $df = 96$  adalah 1,985 (Gozhali, Imam). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  ( $4,307 > 1,985$ ) yang artinya variabel Kenyamanan Ruang Publik secara parsial berpengaruh positif terhadap Kepuasan Wisatawan.

#### UJI T X2 (Pelayanan)

Terlihat bahwa *t*-hitung koefisien adalah 3,267, sedangkan *t*-tabel adalah 1,985 (Ghozali, Imam). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  ( $3,267 > 1,985$ ) yang artinya variabel Pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap Kepuasan Wisatawan.

#### UJI T X3 (Fasilitas)

Terlihat bahwa *t*-hitung koefisien adalah 5,887, sedangkan *t*-tabel adalah 1,985 (Ghozali, Imam). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  ( $5,887 > 1,985$ ) yang artinya variabel Fasilitas secara parsial berpengaruh positif terhadap Kepuasan Wisatawan.

#### UJI F (Simultan)

Hasil nilai F-hitung pada penelitian ini senilai 63,831 dan didapat F-tabel senilai 2,70. Karena  $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$  dan dengan tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dapat

disimpulkan bahwa Kenyamanan Ruang Publik, Pelayanan dan Fasilitas secara bersama-sama memberikan pengaruh positif terhadap Kepuasan Wisatawan.

#### Uji Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi sebesar 0,656 hal ini berarti variabel kenyamanan ruang publik, pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan wisatawan sebesar 65,6%. Sedangkan sisanya sebesar 34,4% berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang dijelaskan oleh faktor-faktor di luar penelitian ini.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Dari data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan diatas dengan menggunakan regresi linear berganda, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kenyamanan ruang publik berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini dibuktikan dengan besarnya tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  atau  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  ( $4,307 > 1,985$ )
2. Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini dibuktikan dengan besarnya tingkat signifikan sebesar  $0,002 < 0,05$  atau  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  ( $3,267 > 1,985$ )
3. Fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini dibuktikan dengan besarnya tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  atau  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  ( $5,887 > 1,985$ )
4. Kenyamanan ruang publik, pelayanan, dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Pengaruh ini dibuktikan oleh besarnya tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  atau  $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$  ( $63,831 > 2,70$ ). Serta variabel kenyamanan ruang publik, pelayanan dan fasilitas (X) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap variabel kepuasan wisatawan (Y) sebesar 65,6%. Sedangkan sisanya sebesar 34,4% berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang dijelaskan oleh faktor faktor diluar penelitian ini.

**Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta kesimpulan yang telah dikemukakan, adapun saran yang diberikan adalah:

1. Pihak pengelola ataupun pihak terkait agar terus mempertahankan aspek kenyamanan di ruang publik guna menjaga citra baik demi terlaksananya pariwisata berkelanjutan yang ada disana agar kepuasan pengunjung atau wisatawan terus dijaga.
2. Pihak pengelola ataupun pihak terkait agar terus mempertahankan aspek pelayanan dan terus memberikan sosialisasi guna meningkatkan kualitas SDM yang berkompeten dan menjaga citra baik demi terlaksananya pariwisata berkelanjutan yang ada disana agar kepuasan pengunjung atau wisatawan terus terjaga.
3. Pihak pengelola ataupun pihak terkait agar terus mempertahankan dan serta meningkatkan aspek fasilitas guna memenuhi kebutuhan wisatawan di areal tersebut supaya menjaga reputasi baik demi terlaksananya pariwisata berkelanjutan yang ada disana agar kepuasan pengunjung atau wisatawan terus terjaga.
4. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menjadi bahan evaluasi bagi pihak pengelola ataupun pihak terkait dalam membangun sektor pariwisata di Taman Jayawijaya terlebih dalam mempertahankan aspek-aspek yang menunjang pariwisata dalam mempengaruhi kepuasan wisatawan secara umum guna menjaga citra yang baik demi terlaksananya pariwisata berkelanjutan di tempat tersebut. Kepuasan wisatawan dapat memberikan berbagai macam manfaat seperti adanya hubungan harmonis antara pihak pengelola dan para pengunjung serta tempat tersebut memungkinkan untuk direkomendasikan oleh wisatawan dikarenakan reputasi yang baik dimata pengunjung sehingga roda ekonomi sekitar Taman Jayawijaya terus berputar.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto, Suharsimi. (1998). *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bappeda. (2013). *Geografis*. p. 3. Bappeda Provinsi NTB. Diakses dari <https://bappeda.ntbprov.go.id/wpcontent/uploads/2013/09/dda2013-09-babi1.pdf> pada tanggal 11 mei 2022.
- Cooper & Schindler, 2008. *Business Research Methods.Tenth edition*. New York: McGraw-Hill.
- Dougherty, C. 2002. *Introduction To Econometrics. 2<sup>nd</sup>*. P New York: Oxford University Press.
- Gehl, J. (1987). *Life between buildings* (Vol. 23). New York: Van Nostrand Reinhold.
- Gehl, J., & Soholt, H. L. 2002. *Public spaces and public life: city of Adelaide*. Adelaide: Adelaide City Council.
- Ghozali, I, 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program "SPSS"*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harefa, A.S. Naibaho , P. & Rahmawati, A.L. 2018. *Persepsi Penghuni Terhadap Kenyamanan Beraktivitas Di Ruang Terbuka Perumahan*. Diakses dari <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=993322&val=15171&title=PERSEPSI%20PENGHUNI%20TERHADAP%20KENYAMANAN%20BERAKTIVITAS%20DI%20RUANG%20TERBUKA%20PERUMAHAN> pada tanggal 20 mei 2022.
- Hasan, Ali. 2005. *Tourism Marketing*. Yogyakarta. Center for Academic Publishing Service
- Lovelock, Cristhoper & Lauren Wright. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa, Alih bahasa Agus Widyantoro (Cetakan Kedua)*. Jakarta: PT Indeks.
- Tjiptono, Fandy. (2009). *Service Marketing: Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Marknesis.
- Yoeti, Oka A. (2003), *Tours And Travel Marketing*. Jakarta : Pradnya Paramita