

Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kawasan Wisata Cicalengka Dreamland Kabupaten Bandung Jawa Barat

Ucy Damayanti ^{1*}, Kris Dipayanti ²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen, Universitas Pamulang

* Corresponding author: ucydamayanti3@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima Januari 2025 Disetujui Februari 2025 Diterbitkan Maret 2025</p> <p>Kata Kunci: Lokasi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen</p>	<p>Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada kawasan wisata Cicalengka Dreamland Bandung Jawa Barat. Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif, dengan metode pendekatan kuantitatif. Adapun populasi dalam penelitian ini berjumlah 18.053 konsumen dan sampel dengan menggunakan rumus slovin berjumlah 99 responden. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Lokasi (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap kepuasan konsumen. Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa lokasi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.</p>
DOI: 10.32493/jism.v5i1	ABSTRACT
<p>Keywords: Location, Service Quality, Customer Satisfaction</p>	<p><i>The purpose of this study was to determine the effect of location and service quality on consumer satisfaction in the Cicalengka Dreamland Bandung West Java tourist area. This type of research uses associative research, with a quantitative approach method. The population in this study amounted to 18,053 consumers and the sample using the Slovin formula amounted to 99 respondents. Data analysis using validity test, reliability test, classical assumption test, regression analysis, correlation coefficient analysis, determination coefficient analysis and hypothesis test. The results of this study indicate that Location (X1) and Service Quality (X2) have a positive and significant effect on Consumer Satisfaction (Y). Partially there is a significant effect between location and consumer satisfaction. Partially there is a significant effect between service quality and consumer satisfaction. Thus it can be concluded that location and service quality together or simultaneously have a positive and significant effect on consumer satisfaction.</i></p>
<p>How to cite: Damayanti, U, & Dipayanti, K. (2025). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kawasan Wisata Cicalengka Dreamland Kabupaten Bandung Jawa Barat. <i>Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)</i>. 5(1). 213-224.</p>	
<p>This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2025 by author.</p>	

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, sektor pariwisata Indonesia mengalami dinamika yang cukup signifikan. Meningkatnya mobilitas masyarakat, seiring dengan pemulihan ekonomi pasca-pandemi Covid-19, turut berdampak pada minat masyarakat untuk berwisata. Pariwisata telah menjadi salah satu cara untuk mengatasi kejenuhan dan rutinitas yang padat, sekaligus menjadi sektor yang mendatangkan devisa bagi negara, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta menciptakan lapangan pekerjaan. Sektor ini juga memberi peluang untuk pengembangan berbagai macam destinasi wisata, dari wisata alam hingga wisata budaya dan religi.

Salah satu contoh yang menonjol adalah wisata religi yang semakin digemari oleh masyarakat, terutama di daerah dengan mayoritas penduduk Muslim seperti Indonesia. Di tengah berbagai jenis wisata, wisata religi memiliki tempat tersendiri sebagai sarana refleksi spiritual dan pengenalan ajaran agama. Salah satu destinasi wisata religi yang cukup menarik di Jawa Barat adalah Cicalengka Dreamland, sebuah objek wisata yang menggabungkan keindahan alam dengan nilai-nilai religius.

Sektor pariwisata memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Selain berfungsi sebagai sumber devisa negara, pariwisata juga memberikan dampak langsung terhadap pertumbuhan ekonomi daerah. Salah satu cara untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah melalui pemungutan retribusi objek wisata. Retribusi ini merupakan sumber pendapatan yang diperoleh dari pengunjung yang menikmati fasilitas wisata yang disediakan pemerintah daerah. Dalam hal ini, tarif retribusi ditetapkan oleh pemerintah daerah berdasarkan potensi dan kualitas objek wisata.

Pembangunan sarana dan prasarana wisata yang memadai sangat penting dalam meningkatkan daya tarik suatu destinasi wisata. Kualitas pelayanan yang baik menjadi faktor kunci dalam menciptakan pengalaman wisata yang memuaskan bagi konsumen. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik, pengunjung tidak hanya merasa puas, tetapi juga cenderung akan kembali dan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain. Oleh karena itu, perhatian terhadap fasilitas dan pelayanan menjadi prioritas dalam pengembangan sektor pariwisata.

Cicalengka Dreamland merupakan salah satu destinasi wisata yang menyajikan perpaduan antara keindahan alam dan unsur religi. Terletak di kawasan perbukitan di Kabupaten Bandung, tempat wisata ini menawarkan berbagai fasilitas menarik seperti spot foto yang bertemakan surga dan neraka, balon udara, serta wahana petualangan seperti flying fox, berkuda, dan memanah. Selain itu, pengunjung juga dapat menikmati suasana alam yang asri dan sejuk. Hal yang menarik dari tempat ini adalah adanya nilai-nilai religius yang ditawarkan melalui spot foto yang menggambarkan kehidupan setelah mati serta tulisan besar "I Love Al-Quran."

Selain fasilitas wisata yang menarik, Cicalengka Dreamland juga menawarkan berbagai layanan penunjang seperti mobil wisata, pemandu wisata, kios makan dan minum, pusat informasi, hingga area parkir dan tempat berkemah. Fasilitas-fasilitas ini menjadi penting dalam memberikan kenyamanan kepada pengunjung. Namun, meskipun memiliki banyak potensi, Cicalengka Dreamland menghadapi berbagai tantangan dalam mempertahankan jumlah pengunjung yang terus menurun sejak beberapa tahun terakhir.

Berdasarkan data kunjungan yang tercatat selama periode 2021 hingga 2023, terlihat adanya penurunan jumlah pengunjung yang signifikan di Cicalengka Dreamland. Pada tahun 2021, objek wisata ini mencatatkan 182.521 kunjungan, namun angka ini menurun drastis menjadi hanya 18.053 kunjungan pada tahun 2023. Penurunan jumlah pengunjung ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah kualitas pelayanan dan aksesibilitas lokasi yang semakin buruk.

Lokasi Cicalengka Dreamland yang berada di kawasan perbukitan memang menyajikan keindahan alam yang luar biasa, namun juga membawa tantangan tersendiri dalam hal aksesibilitas. Jalan menuju lokasi wisata ini cukup sempit dan menanjak, sehingga hanya bisa dilalui oleh kendaraan pribadi seperti mobil atau motor. Kondisi jalan yang berlubang, serta kurangnya petunjuk arah yang jelas, membuat pengunjung kesulitan untuk menemukan lokasi tersebut, terutama bagi yang baru pertama kali berkunjung. Selain itu, perjalanan menuju lokasi juga melewati area permukiman warga yang dapat menambah kesulitan, terutama saat ada aktivitas di sepanjang jalan yang membuat jalur semakin sempit.

Sebagian besar pengunjung yang datang ke Cicalengka Dreamland mengeluhkan kesulitan akses ini. Akses yang tidak memadai untuk kendaraan umum seperti bus atau angkutan umum membuat wisatawan yang tidak memiliki kendaraan pribadi kesulitan untuk menjangkau tempat ini. Beberapa pengunjung juga mengungkapkan bahwa mereka merasa bingung dan kesulitan mencari lokasi wisata ini karena kurangnya papan petunjuk yang dapat dilihat dengan jelas dari jalan utama.

Selain masalah akses, kualitas pelayanan di Cicalengka Dreamland juga menjadi salah satu faktor penyebab menurunnya jumlah pengunjung. Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan pada tahun 2023, banyak pengunjung yang mengeluhkan kurangnya pelayanan dari petugas yang berjaga di wahana atau area wisata lainnya. Banyak fasilitas yang tidak terawat dengan baik, dan beberapa wahana yang tidak dapat digunakan atau tidak sesuai dengan yang dipromosikan di media sosial. Selain itu, beberapa petugas juga terlihat tidak responsif terhadap kebutuhan pengunjung dan tidak memberikan informasi yang jelas mengenai fasilitas dan wahana yang tersedia.

Sebagian besar pengunjung juga merasa tidak puas dengan kurangnya fasilitas yang mendukung kenyamanan mereka selama berkunjung, seperti minimnya tempat duduk atau tempat berteduh yang tersedia. Hal ini membuat banyak pengunjung merasa tidak nyaman dan akhirnya memutuskan untuk tidak kembali. Salah satu indikator penting dalam kepuasan pelanggan adalah apakah mereka bersedia untuk merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain. Hasil survei menunjukkan bahwa banyak pengunjung yang tidak merasa puas dengan pengalaman mereka di Cicalengka Dreamland dan tidak bersedia untuk merekomendasikan tempat tersebut kepada teman atau kerabat mereka.

Kondisi lingkungan juga menjadi masalah serius yang mempengaruhi pengalaman pengunjung di Cicalengka Dreamland. Banyak pengunjung yang mengeluhkan adanya rumput liar yang tumbuh di area sekitar wahana dan jalur pejalan kaki, serta kondisi jalan yang licin, terutama saat hujan. Hal ini menunjukkan kurangnya perhatian terhadap kebersihan dan perawatan lingkungan wisata yang dapat menciptakan kesan yang buruk bagi pengunjung. Kebersihan dan kenyamanan merupakan aspek yang sangat penting dalam industri pariwisata, karena dapat mempengaruhi persepsi pengunjung terhadap tempat wisata tersebut.

Salah satu faktor penting yang memengaruhi minat berkunjung kembali adalah kesesuaian antara harapan pengunjung dan kenyataan yang mereka temui di lapangan. Banyak pengunjung yang merasa kecewa karena fasilitas dan pemandangan yang mereka lihat di media sosial tidak sesuai dengan apa yang mereka temui saat berkunjung. Hal ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara promosi yang dilakukan dengan kenyataan yang ada di lapangan. Dalam hal ini, penting bagi pengelola Cicalengka Dreamland untuk meningkatkan kualitas layanan dan fasilitas yang ada, serta memastikan bahwa informasi yang disampaikan melalui media sosial atau iklan mencerminkan kondisi yang sebenarnya di lapangan. Dengan demikian, pengunjung tidak akan merasa kecewa dan dapat menikmati pengalaman wisata yang memuaskan.

Berdasarkan uraian di atas, ada beberapa aspek yang masih perlu diteliti lebih lanjut terkait dengan penurunan jumlah pengunjung di Cicalengka Dreamland, terutama dalam hal

pengaruh aksesibilitas, kualitas pelayanan, dan kesesuaian antara promosi dengan kenyataan di lapangan. Beberapa area yang dapat menjadi fokus penelitian lebih lanjut adalah: Pengaruh Aksesibilitas terhadap Kepuasan Pengunjung: Meskipun banyak penelitian yang telah membahas tentang pentingnya aksesibilitas dalam pariwisata, belum banyak yang mengkaji secara mendalam bagaimana faktor aksesibilitas memengaruhi tingkat kunjungan dan kepuasan pengunjung, terutama untuk objek wisata yang terletak di lokasi yang sulit dijangkau seperti Cicalengka Dreamland. Peran Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Pengunjung: Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk mengetahui secara lebih rinci faktor-faktor spesifik dalam kualitas pelayanan yang paling memengaruhi kepuasan pengunjung, serta strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen. Keterkaitan antara Promosi dan Kesesuaian Realitas: Penelitian mengenai kesenjangan antara promosi yang dilakukan oleh pengelola dan kenyataan yang dihadapi pengunjung juga sangat penting untuk dilakukan. Hal ini dapat memberikan wawasan bagi pengelola dalam menyusun strategi promosi yang lebih realistis dan tidak mengecewakan pengunjung. Studi Perilaku Konsumen dalam Menghadapi Ketidaknyamanan: Mengingat banyaknya keluhan terkait ketidaknyamanan di lokasi wisata, penelitian tentang perilaku konsumen dalam menghadapi ketidaknyamanan ini dapat memberikan gambaran lebih jelas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengunjung untuk tidak kembali berkunjung.

KAJIAN LITERATUR

Lokasi

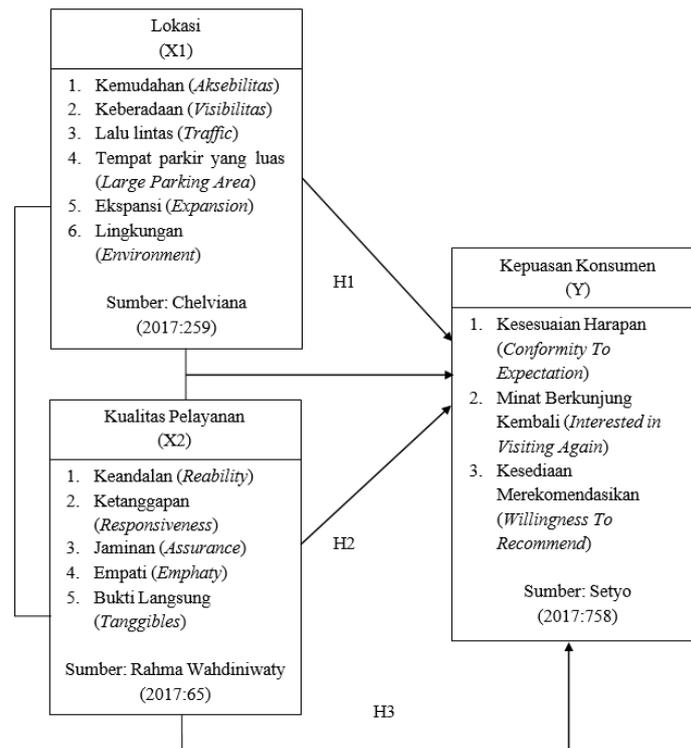
Menurut Rasyid, (2017:124) lokasi yaitu posisi toko atau pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba. Keberhasilan usaha dimasa yang akan datang ditentukan dengan pemilihan lokasi usaha yang tepat. Alasan utama adanya perbedaan dalam penentuan lokasi ialah adanya perbedaan kebutuhan setiap perusahaan. Menurut Hanggita (2018:167) lokasi adalah tempat bisnis bergerak atau tempat bisnis melakukan aktifitas untuk menghasilkan barang dan jasa yang penting secara ekonomi. Kesesuaian letak lokasi menjadi salah satu faktor yang diperhitungkan oleh pelaku bisnis sebelum memulai usahanya, hal ini dilakukan karena penentuan lokasi yang sesuai seringkali menjadi penentu dalam penjualan suatu usaha. Lokasi yaitu tempat suatu bisnis berdiri yang menentukan seorang konsumen untuk berkunjung dan bertransaksi. Lokasi akan menentukan posisi suatu pelaku usaha dalam persaingan bisnis dan kelangsungan hidup bisnis tersebut (Chelviana et al., 2017:259). Kesalahan dalam memilih lokasi akan berakibat buruk bagi pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya.

Kualitas Pelayanan

Menurut Arianto (2018:83) kualitas Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan. Menurut Kasmir (2017:47) kualitas Kualitas Pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan. Sedangkan menurut Aria dan Atik (2018:16) kualitas Kualitas Pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan Kualitas Pelayanan prima. Kualitas Kualitas Pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen akan muncul apabila kualitas Kualitas Pelayanan yang diberikan dengan baik.

Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2017:78) kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa Latin “*satis*” artinya cukup baik, memadai dan “*facio*” artinya melakukan atau membuat. Kepuasan bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”. Dalam penelitian ini upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah pemberian pelayanan, harga dan lokasi yang memadai sehingga diharapkan mampu meningkatkan kepuasan pada pengguna. Sedangkan Kotler (2017:34), mengatakan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Menurut Oliver (2017:78) kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih bisa kurang. Menurut Kotler (2017:56) kepuasan konsumen merupakan salah satu cara strategi dalam persaingan perusahaan guna mendapatkan pelanggan dengan cara memaksimalkan kepuasan konsumen atas produk yang ditawarkan oleh perusahaan.



Gambar 1 Kerangka Berpikir

Hipotesis Penelitian

- $H_1 : \rho_1 \neq 0$ Diduga terdapat pengaruh secara signifikan antara lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Cicalengka Dreamland secara parsial.
- $H_2 : \rho_2 \neq 0$ Diduga terdapat pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Cicalengka Dreamland secara parsial.
- $H_3 : \rho_3 \neq 0$ Diduga terdapat pengaruh secara signifikan antara lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Cicalengka Dreamland secara simultan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif, menurut I Made Laut Mertha Jaya (2021:51) penelitian asosiatif bertujuan mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini dapat juga digunakan untuk menjelaskan suatu gejala. Dengan pendekatan kuantitatif, Menurut I Made Laut Mertha Jaya (2021:12) penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan temuan-temuan baru yang dapat dicapai

(diperoleh) dengan menggunakan prosedur- prosedur secara statistik atau cara lainnya dari suatu kuantifikasi (pengukuran). Penelitian ini dilaksanakan di PT. Kampung Tahfidz Cicalengka Kawasan Wisata Cicalengka Dreamland yang beralamat di Desa Tanjuwangi, Kecamatan Cicalengka Kabupaten Bandung. Jawa Barat 40395, Telepon : (085793379155). Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel diantaranya variabel bebas (independen variabel) yaitu lokasi (X1) dan kualitas pelayanan (X2) sedangkan variabel terikat (dependen variabel) yaitu kepuasan konsumen (Y). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh konsumen Cicalengka Dreamland yang berjumlah 18.053 konsumen pada periode tahun 2023 dilihat dari data realisasi jumlah kunjungan konsumen selama satu tahun tersebut. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 99 responden. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk memperkirakan hubungan lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Ghozali (2021:8) analisis regresi linear berganda adalah suatu metode statistik untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap suatu variabel dependen. Pada regresi berganda jumlah variabel independent yang diperhitungkan pengaruhnya terhadap variabel dependent jumlahnya lebih dari satu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 1. Regresi Linear Sederhana Lokasi (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25.872	3.867		6.690	0,000
	Lokasi	0.469	0.077	0.525	6.083	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output SPSS 26

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi sebesar $Y = 25,872 + 0,469 X1$. Dari persamaan diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Nilai konstanta sebesar 25,872 diartikan bahwa jika variabel Lokasi (X1) tidak ada maka telah terdapat nilai Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 25,872 *point*. Nilai koefisien regresi Lokasi (X1) sebesar 0,469 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Kualitas Pelayanan (X2), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Lokasi (X1) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,469 *point*.

Tabel 2 Regresi Linear Sederhana Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.984	3.360		7.139	0,000
	KualitasPelayanan	0.504	0.066	0.610	7.574	0,000

Sumber: Output SPSS 26

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi sebesar $Y = 23,984 + 0,504 X2$. Dari persamaan diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Nilai konstanta sebesar 23,984 diartikan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan (X2) tidak ada maka telah terdapat nilai Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 23,984 *point*. Nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,504 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Lokasi (X1), maka setiap

perubahan 1 unit pada variabel Kualitas Pelayanan (X2) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Kepuasan Konsumen sebesar 0,504 *point*.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3. Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.302	3.739		5.697	0.000
	Lokasi	0.162	0,102	0.182	2.584	0.000
	KualitasPelayanan	0.396	0.095	0.479	4.181	0.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi sebesar $Y = 21,302 + 0,162 X1 + 0,396 X2$. Dari persamaan diatas dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 21,302 diartikan bahwa jika variabel Lokasi (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) tidak ada atau konstan atau bernilai nol maka telah terdapat nilai Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 21,302 point.
2. Nilai 0,162 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Kualitas Pelayanan (X2), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Lokasi (X1) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,162 point.
3. Nilai 0,396 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Lokasi (X1), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Kualitas Pelayanan (X2) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,396 point.

Analisis Koefisien Korelasi (r)

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Korelasi (X1) Terhadap (Y)

Correlations			
		Lokasi	Kepuasan Konsumen
Lokasi	Pearson Correlation	1	.525**
	Sig. (2-tailed)		0.000
	N	99	99
KepuasanKonsumen	Pearson Correlation	.525**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	99	99

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

Sumber: Output SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai Koefisien Korelasi sebesar 0,525 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,400 – 0,599 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang **Sedang**.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Korelasi (X2) Terhadap (Y)

Correlations			
		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
KualitasPelayanan	Pearson Correlation	1	.610**
	Sig. (2-tailed)		0.000
	N	99	99
KepuasanKonsumen	Pearson Correlation	.610**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	99	99

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

Sumber: Output SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai Koefisien Korelasi 0,610 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,600 - 0,799 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang **Kuat**.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Simultan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.623 ^a	0.388	0.375	3.801
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi				

Sumber: Output SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai Koefisien Korelasi sebesar 0,623 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,600 – 0,799 artinya variabel Lokasi (X1) dan variabel Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan mempunyai tingkat hubungan yang **Kuat** terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Pengujian Determinasi Secara Parsial Lokasi (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.525 ^a	0.276	0.269	4.111
a. Predictors: (Constant), Lokasi				

Sumber: Output SPSS 26, 2024

Uji koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai R square. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,276 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebesar 27,6% sedangkan sisanya sebesar 72,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 8. Hasil Pengujian Determinasi Secara Parsial Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.610 ^a	0.372	0.365	3.831
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan				

Sumber: Output SPSS 26, 2024

Uji koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai R square. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,372 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebesar 37,2% sedangkan sisanya sebesar 62,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 9. Hasil Pengujian Determinasi Secara Simultan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.623 ^a	0.388	0.375	3.801
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi				

Sumber: Output SPSS 26, 2023

Uji koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai R square. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,388 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi dan variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebesar 38,8% sedangkan sisanya sebesar 61,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-T)

Tabel 10 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Lokasi (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25.872	3.867		6.690	0,000
	Lokasi	0.469	0.077	0.525	6.083	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Lampiran Output SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai positif t hitung > t tabel atau (6,083>1,985). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi 0,000<0,05. Dengan demikian maka H₀ ditolak dan H₁ diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen.

Tabel 11. Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.984	3.360		7.139	0,000
	KualitasPelayanan	0.504	0.066	0.610	7.574	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai positif hitung 7,574>1,985. Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi 0,000<0,05. Dengan demikian maka H₀ ditolak dan H₂ diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen.

Uji Kelayakan Model (Uji F) atau Uji Hipotesis Secara Simultan

Tabel 12 Hasil Uji Hipotesis (Uji F) Secara Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	878.064	2	439.032	30.385	,000 ^b
	Residual	1387.108	96	14.449		
	Total	2265.172	98			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Lokasi

Sumber: Output SPSS 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai positif F hitung > F tabel atau (30,385 < 3,09). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Lokasi dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Pembahasan Penelitian

Pengaruh Lokasi (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh persamaan regresi $Y = 25,872 + 0,469 X_1$, koefisien korelasi sebesar 0,525 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang Sedang. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruh Lokasi (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 0,276 atau 27,6% sedangkan sisanya sebesar 72,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji hipotesis diperoleh nilai positif thitung > ttabel atau (6,083>1,661). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai

signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kawasan Wisata Cicalengka Dreamland Kabupaten Bandung Jawa Barat.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh persamaan regresi $Y = 23,984 + 0,504 X_2$, koefisien korelasi sebesar 0,610 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang Kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 0,372 atau sebesar 37,2% sedangkan sisanya sebesar 62,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(7,574 > 1,985)$. Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kawasan Wisata Cicalengka Dreamland Kabupaten Bandung Jawa Barat.

Pengaruh Lokasi (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa Lokasi (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan diperoleh persamaan regresi $Y = 21,302 + 0,162 X_1 + 0,396 X_2$. Nilai koefisien korelasi atau tingkat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat diperoleh sebesar 0,623 artinya variabel Lokasi (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) mempunyai tingkat hubungan yang **Kuat** terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruh secara simultan sebesar 0,388 atau sebesar 38,8% sedangkan sisanya sebesar 61,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji Hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(30,385 > 3,09)$. Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Lokasi dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Kawasan Wisata Cicalengka Dreamland Kabupaten Bandung Jawa Barat.

KESIMPULAN

Secara parsial, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kawasan Wisata Cicalengka Dreamland, dengan koefisien regresi 0,469 dan koefisien korelasi 0,525 yang menunjukkan hubungan sedang. Nilai determinasi 27,6% menunjukkan bahwa faktor lokasi mempengaruhi kepuasan konsumen, sedangkan 72,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan koefisien regresi 0,504 dan koefisien korelasi 0,610 yang menunjukkan hubungan kuat. Nilai determinasi sebesar 37,2% menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan 62,8% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima, yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Secara simultan, lokasi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan koefisien regresi 0,162 untuk lokasi dan 0,396 untuk kualitas pelayanan. Koefisien korelasi 0,623 menunjukkan hubungan yang kuat antara keduanya. Nilai determinasi sebesar 38,8% menunjukkan bahwa lokasi dan kualitas pelayanan bersama-sama mempengaruhi kepuasan konsumen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima, yang berarti lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Aditia, A. R., Wadud, M., & DP, M. K. (2020). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sepeda motor NMAX pada PT Yamaha A. Rivai Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(1).
- Algifari. (2017). *Analisis regresi untuk bisnis dan ekonomi* (Edisi pertama). Yogyakarta: BPFE.
- Andrew, F., & Sikula, L. (2019). *Manajemen sumber daya manusia dalam bisnis modern*. Bandung: Mandarmaju.
- Aria, M., & Atik, L. I. (2018). Tata kelola administrasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan administrasi di PT BAM Kabupaten Tegal. *Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Meda (Juripol)*, 1(1).
- Ariandi, M. Z. (2018). Pengaruh lokasi dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada restoran Garuda Medan.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pengunjung dalam menggunakan jasa hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2).
- Ariza, R. A., & Aslami, N. (2021). Analisis strategi pemasaran usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pada era digital di Kota Medan. *Visa: Journal of Visions and Ideas*, 1(2).
- Assauri, S. (2018). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Awang, M. Y., Peny, T. L., Maruli, E., & Anigomang, F. R. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Wong Jowo Kalabahi di Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(23), 767–778.
- Barata, A. A. (2003). *Dasar-dasar pelayanan prima*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Barus, Y. Y., Sinaga, R. V., & Sagala, R. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen (Studi Kasus pada Milala Service Station Medan). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 20(1).
- Chelviana, K., Made, A., & Iyus, A. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi toko modern di Kecamatan Bulelen. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(2).
- Firmansyah, A. (2018). *Perencanaan manajemen* (Edisi Ke-1). Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (Edisi 10). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanggita, A. T. (2018). Analisis faktor pemilihan lokasi usaha jasa pada UMKM di Kecamatan Paciran. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(2).
- Haryoko, U. B. (2020). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer). *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1).

- Hasibuan, M. S. P. (2017). *Manajemen: Dasar, pengertian, dan masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hestanto. (2023, Februari 12). Pengertian pariwisata menurut para ahli. Diambil September 2024, dari <https://www.hestanto.web.id/pengertian-pariwisata-menurut-para-ahli/>
- Hidayati, T., Handayani, I., & Ikasari, I. H. (2019). *Statistika dasar panduan bagi dosen dan mahasiswa*. Purwokerto: CV. Pena Persada.
- Imron, I. (2019). Analisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *IJSE (Indonesian Journal on Software Engineering)*, 5(1).
- Indrasari, Y. (2019). Analisis kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa pengiriman barang PT. Pos Indonesia Cabang Malang. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 11(1).
- Jaya, M. L. M. (2021). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Yogyakarta: Quadrant.
- Jumrotul, L. E. (2018). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(1).
- Kasmir. (2017). *Customer service excellent*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. (2017). *Manajemen pemasaran* (Edisi ke-13). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen pemasaran* (Edisi 1). Jakarta: Erlangga.
- Lie, D., Butarbutar, M., Simatupang, S., Efendi, Damanik, H. A., & Silaen, M. F. (2021). Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada kedai kopi Baravi Pematangsiantar. *Strategic: Journal of Management Sciences*, 1(2).
- Majid, A., V, A. F., Oktavianti, A. E., Rista, M. A., & Santika, D. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus pada Rocket Chicken Cabang Lamongan). *Journal of Economic, Management, and Business Research (JEMBER)*, 2(1).
- Mamonto, F. W., Tumbuan, W. J. F. A., & Rogi, M. H. (2021). Analisis faktor-faktor bauran pemasaran (4P) terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Podomoro Poigar di era normal baru. *Jurnal EMBA*, 9(2).
- Ningtiyas, T. S. (2019). Pengaruh persepsi harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman barang. *IQTISHADEquity Jurnal Manajemen*, 2(1).
- Persari, D., & Dkk. (2018). Implementasi strategi pengembangan kepariwisataan. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 15(1).
- Pio, J., Mamuaya, N. Ch., & Angmalisang, S. (2022). Pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen Kedai Kopi Janji Jiwa Jilid 667 Tomohon. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3).
- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan media video call dalam teknologi komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2).
- Purwanti, A., & Wahdiniwaty, R. (2017). Analisis kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kewajaran harga pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan pada Cinderella School of English for Children di Bandung. *JIMM Unikom*, 3.
- Ramdan, T., & Sufyani, M. A. (2019). *Manajemen*. Depok: Rajawali Press.