



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI
MAHA VIHARA DUTA MAITREYA BATAM**

Oleh

Jeniffer¹, Zahara Fatimah^{2*}, Arina Luthfini Lubis³

^{1,2*,3}Prodi Manajemen Divisi Kamar; Politeknik Pariwisata Batam, Batam

e-mail: ¹jenifferxie09@gmail.com, ^{2*}zaravirgo2579@gmail.com,

³a.luthfinilubis@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini membahas pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengunjung di Maha Vihara Duta Maitreya Batam. Pelayanan melibatkan beberapa aspek yang bisa di evaluasi, tidak hanya dari keterampilan teknis, tetapi juga dengan faktor-faktor lain, seperti komunikasi dan berpenampilan yang rapi. Kepuasan pengunjung merupakan hasil emosional yang dirasakan oleh seseorang terhadap pelayanan yang diberikan dalam suatu tempat. Tujuan dari penelitian untuk mengetahui kualitas layanan yang diberikan dari pihak vihara, kepada para wisatawan yang berkunjung juga pelanggan yang datang dan untuk mengukur kepuasan pengunjung yang datang ke Maha Vihara Duta Maitreya Batam. Penelitian ini akan menggunakan metode kuantitatif, dengan membahas dua variabel yaitu kualitas layanan (x) dan kepuasan pengunjung (y). Adapun dengan populasi pengunjung selama 8 bulan dan mengambil sampel selama satu minggu. Dari penelitian ini menghasilkan hipotesis alternatif uji regresi linear sederhana dengan $Y = 0,457 (a) + 0,907X$ menunjukkan bahwa setiap peningkatan satuan dalam kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan pengunjung secara positif dan signifikan. Hasil uji koefisien determinasi (r square), sebesar 0,862 menunjukkan bahwa kualitas layanan menjelaskan 86,2% variabilitas dalam kepuasan pengunjung. Hasil yang didapat dari penelitian ini sudah memberikan nilai yang baik untuk Maha Vihara Duta Maitreya Batam, namun dibutuhkan pengembangan dan strategi untuk mempublikasi dan membangun produktivitas di Maha Vihara Duta Maitreya Batam.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan, Pengunjung, Vihara

PENDAHULUAN

Indonesia dipercaya dan dikenal memiliki sikap ramah tamah terhadap semua orang, baik sesama masyarakat Indonesia maupun pendatang. Tata krama yang dimiliki bangsa Indonesia, yang menarik perhatian banyak negara-negara lainnya dari belahan dunia untuk datang Indonesia dan merasakan keramah tamahan yang diberikan dari segala aspek. Juga didukung dengan keanekaragaman baik dari kehidupan sosial budaya, bahasa, adat istiadat, maupun keagamaan, keramahan dan tata krama dapat dinilai dari sikap ramah, senyum dan sapa, sikap sabar dan toleransi antar sesame (A. S. Putri, 2020).

Kota Batam merupakan kota terbesar keempat di wilayah Sumatera, dimana memiliki wilayah yang strategis dekat dengan negara-negara tetangga, juga sebagai pusat perindustrian, perdagangan maupun sebagai jalur *international*. Kualitas layanan yang dimiliki kota Batam sangat signifikan terhadap kepuasan masyarakat Batam, mulai dari fasilitas yang disediakan pemerintah kota (pemko) Batam hingga pelayanan-pelayanan yang disediakan, semua cukup memuaskan (Zulfa, 2024).

Vihara merupakan salah satu pusat kegiatan keagamaan dan spiritual bagi umat yang menganut agama buddha di berbagai



negara. Terutama, pada benua Asia, seperti China mencapai 254,7 juta, Thailand 66,1 juta, Myanmar 41,44 juta dan lain sebagainya (CNN Indonesia, 2022). Beberapa rumah ibadah dalam agama Buddha, adapun, Vihara, Arama, Kuil, maupun cetiya. Beberapa rumah ibadah ini berbeda-beda artinya. Masing-masing dari nama rumah ibadah itu memiliki arti yang berbeda. Salah satu nya vihara, merupakan rumah ibadah yang memiliki bangunan yang cukup besar dengan isi dari bangunan tersebut memiliki berbagai macam buddha dan *bodhisattva*. Salah satu nya Vihara yang ada di Batam, Kepulauan Riau adalah Maha Vihara Duta Maitreya. Vihara ini terletak di Kompleks Bukit Beruntung, Sungai Panas, Kota Batam. Vihara ini didirikan pada tahun 1991 dengan luas mencapai 4 hektar, yang bisa menampung hingga kapasitas kurang lebih mencapai 6.000 orang (Riandi, 2018).

Pelayanan memiliki kualitas yang harus dijaga, karena dalam segala aspek, dipercaya bahwa kualitas layanan merupakan faktor penting dalam dunia bisnis dan non bisnis (Goetsch & Davis, 2005). Dikutip dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) (E. Setiawan, 2023) kualitas dapat diartikan sebagai penilaian baik atau buruknya sesuatu yang akan di nilai. Pelayanan melibatkan beberapa aspek yang bisa di evaluasi, tidak hanya dari keterampilan teknis, tetapi juga dengan faktor-faktor lain, seperti komunikasi dan berpenampilan yang rapi. Berbagai penelitian sebelumnya telah menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pengunjung (Giovani et al., 2023).

Untuk itu dalam menjalani pelayanan dapat memberikan kualitas yang baik dengan menunjukkan skill efektifitas dengan dibantu dengan penampilan yang profesional. Tingkat profesionalisme karyawan dapat ditingkatkan melalui peningkatan pengetahuan di bidang hospitality (Lubis, Supardi, Fatimah, & Wibowo, 2024) serta mengikuti pelatihan kerja yang relevan (Andriyatno et al., 2023), sehingga mereka dapat memberikan layanan

yang lebih berkualitas dan memuaskan. Penelitian sebelumnya telah membuktikan bahwa pelatihan kerja efektif dalam meningkatkan kinerja karyawan secara signifikan (Parhusip et al., 2023). Dengan memberikan kualitas layanan yang baik maka akan membawakan dampak yang baik dan berkualitas dalam suatu organisasi maupun suatu usaha juga mempengaruhi pengalaman dari keseluruhan dan kepuasan pelanggan atau pengunjung (Perdanakusuma, 2013).

Kualitas layanan dapat mempengaruhi suatu kepuasan yang dapat dirasakan oleh penerima pelayanan. Kepuasan memiliki beragam makna yang dapat dinilai dari beberapa sisi atau aspek tetapi dalam hal ini, kepuasan lebih merujuk pada pemenuhan perasaan seseorang. Menurut Lupiyodi dalam (Perdanakusuma, 2013) kepuasan juga memiliki beberapa faktor pendorong yang berkaitan dengan kepuasan konsumen maupun pengunjung seperti, kualitas produk, fasilitas atau efektivitas (kemudahan) maupun kualitas pelayanan yang diberikan. Menurut Lewis dan Booms (B.Booms, 1983) kualitas layanan adalah seberapa tingkat layanan yang diberikan apakah sesuai dengan harapan pelanggan, juga dengan menyediakan layanan yang berkualitas dapat memenuhi harapan dengan stabil.

Penelitian sebelumnya sudah diteliti oleh (Risma Maya Agustina, 2023) dengan menggunakan indikator komunikasi, dan (Agnes Monica et al., 2023) membahas indikator pelayanan dalam *social media e-commerce*. Tidak dapat dipungkiri bahwa penggunaan media sosial terutama instagram telah terbukti efektif dalam menarik pengunjung ke suatu destinasi wisata (Asikin et al., 2024) (Mabruroh et al., 2023), terutama ketika dipadukan dengan strategi branding yang tepat (Amalia et al., 2023). Dengan demikian, vihara dapat dijadikan sebagai pilihan destinasi wisata religi yang menarik bagi umat Buddha. Berdasarkan argumentasi di atas, diperlukan analisis kepuasan pengunjung untuk



meningkatkan minat mereka dalam berkunjung ke destinasi tersebut (Nurliza et al., 2024).

LANDASAN TEORI

Pariwisata merupakan peristiwa sosial, budaya maupun ekonomi yang melibatkan pergerakan seseorang dari suatu tempat keluar dari lingkungan mereka untuk tujuan tertentu (UNWOT, 2020). Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009, Pasal 1 tentang pariwisata (Kemenko RI, 2021), pariwisata merupakan aktivitas-aktivitas yang bermacam-macam dengan tujuan wisata, yang didukung dengan berbagai layanan dan fasilitas yang disediakan oleh daerah, baik pengusaha, pemerintah, and masyarakat.

Menurut Spillane dalam (Siallagan, 2011), terdapat berbagai jenis pariwisata dengan tujuan yang ingin dicapai. Pertama, pariwisata untuk menikmati perjalanan merupakan kegiatan yang dilakukan dengan tujuan untuk bersantai, biasanya dilakukan di tempat wisata yang tenang seperti pantai, gunung, maupun wisata alam lainnya. Kedua, pariwisata untuk kebudayaan, dengan tujuan untuk mempelajari adat istiadat maupun budaya dari suatu daerah yang dikunjungi. Ketiga, pariwisata untuk urusan usaha dagang, pariwisata ini bersifat professional, memiliki tujuan untuk bekerja, yang bersangkutan dengan pengembangan jaringan bisnis. Keempat, yaitu pariwisata religious, pariwisata ini merupakan perjalanan ke tempat-tempat suci dengan konteks agama, tujuannya untuk mencari nilai-nilai keagamaan, menikmati perjalanan dengan keindahan dan infrastruktur dari tempat suci tersebut.

Menurut (Yoeti, 1995) daya tarik wisata merupakan segala suatu yang menjadi daya tarik seseorang, mungkin dikarenakan adanya ketertarikan sebelumnya. Sehingga membuat seseorang mau untuk berkunjung ke wilayah tersebut. Menurut (Yoeti, 2016) berpendapat bahwa dalam keberhasilan suatu tempat wisata hingga tercapainya suatu kawasan yang bergantung kepada 4 A. Pertama, attraction atau daya tarik, yang mempengaruhi motivasi

wisatawan untuk mengunjungi lokasi tersebut (S. K. I. Setiawan et al., 2023), baik itu berupa wisata alam, budaya, atau tempat hiburan. Kedua, accessibility, yang mencakup sarana dan prasarana serta infrastruktur yang memudahkan akses ke tempat wisata, termasuk akomodasi bagi pengunjung. Aksesibilitas suatu destinasi wisata sangat dipengaruhi oleh lokasi yang strategis, karena hal ini menjadi salah satu faktor penting bagi pengunjung dalam menentukan keputusan untuk mengunjungi tempat tersebut (Winy et al., 2024). Ketiga, amenity, yaitu fasilitas pendukung di sekitar tempat wisata seperti restoran dan tempat ibadah (Morysa & Lubis, 2023). Keempat, ancillary service, yakni organisasi yang memberikan pelayanan wisata dan mendukung sistem pariwisata di wilayah tersebut. Pelayanan wisata yang berkualitas adalah yang mampu menggunakan bahasa internasional, seperti bahasa Inggris, untuk memastikan komunikasi yang efektif dan memuaskan bagi pengunjung dari berbagai negara (Supardi et al., 2023).

Menurut Kasmir dalam (Caron & Markusen, 2016) pelayanan dapat diartikan sebagai organisasi yang memberikan kepuasan kepada pelanggan atau sesama pekerja (karyawan). Pelayanan tidak hanya berlaku dalam hal pelanggan yang membeli produk, tetapi juga berlaku sesama pekerja baik teman kerja atau juga atasan kerja. Kemampuan karyawan dalam melayani pelanggan dapat ditingkatkan secara signifikan melalui pelatihan kerja (Lubis, Supardi, Fatimah, & Rajin, 2024) (Supardi et al., 2024), sehingga mereka akan lebih siap dan responsif dalam berkomunikasi dengan tamu (Wulanda et al., 2023) serta menghadapi berbagai keluhan yang mungkin timbul (M. Putri et al., 2024).

Menurut Kotler dalam (Cahyono et al., 2020) suatu pengunjung maupun konsumen akan memberikan kualitas layanan yang baik berdasarkan beberapa tolak ukur yaitu pertama, reliability, kemampuan dari para karyawan atau penyalur pelayanan untuk dapat memberikan



.....
 pelayanan secara tepat sesuai dengan apa yang dijanjikan kepada penerima pelayanan atau tamu. Kedua, responsiveness, ialah kesadaran penyalur pelayanan dalam memberikan pelayanan dengan bertindak cepat, dan benar. Sehingga dapat memberikan kepuasan kepada penerima pelayanan. Ketiga, assurance yang dimaksud dengan kepastian atau jaminan, pengetahuan atau kesopanan santunan yang diberikan seseorang dalam pelayanan dengan aspek kepercayaan diri juga. Keempat, empathy merupakan memposisikan diri sebagai tamu sehingga jika terjadi hal buruk yang dialami tamu, sebagai penyalur pelayanan harus mengerti perasaan dari tamu tersebut. Dan kelima, tangibles adalah dengan sesuatu yang tampak nyata. Baik dari penampilan karyawan, fasilitas-fasilitas yang dimiliki, juga perlengkapan yang bisa menyalurkan pelaksanaan pelayanan.

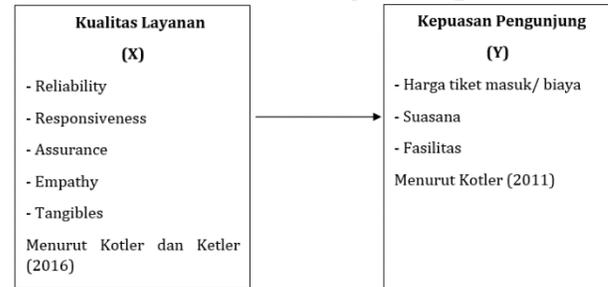
Menurut Kotler, kepuasan merupakan suatu perasaan bahagia maupun kecewa atas perbandingan antara hasil dengan harapan tersendiri. Adapun hal-hal yang mempengaruhi keputusan pengunjung, diantaranya yaitu harga, menetapkan harga yang relatif murah dengan kualitas yang sama, biaya, pengunjung tidak perlu mengeluarkan biaya untuk mendapatkan suatu jasa maupun produk, cita emosional atau suasana, yang merupakan perasaan konsumen baik senang, bangga maupun puas (Sopiah, 2020).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kuantitatif menurut (Sugiyono, 2019) merupakan metode ilmiah yang berlandaskan kepada filsafat positivisme, yang meneliti populasi dan sampel yang diambil, dan menggunakan instrumen penelitian yang bersifat analisis data, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kuantitatif, untuk mengetahui masalah yang akan dibahas yaitu pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengunjung di Maha Vihara Duta Maitreya Batam. Terdapat 2 variabel yang akan dibahas yaitu

Kualitas Layanan (X) dan Kepuasan Pengunjung (Y).

Gambar 1. Kerangka Berpikir



Sumber: Diolah peneliti, 2024

Hipotesis searah umumnya dirumuskan sebagai pernyataan yang menunjukkan arah hubungan antar dua variabel, baik hubungan yang menghasilkan positif maupun negative, hipotesis harus dilakukan uji kebenarannya menggunakan teknik analisis statistic, maka dari itu dibutuhkan penerapan metode analisis statistic yang mandalam (Hipo, 2015). Hipotesis penelitian merupakan dugaan yang masih diteliti dan belum terbukti dalam artian penelitian tersebut masih bersifat tentative (Qotrun A, 2021). Hipotesis penelitian dijadikan dasar dalam pengumpulan data untuk menguji terbukti atau tidaknya, adapun terdapat hipotesis penelitian, yakni, H_0 : tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung dan H_1 : adanya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengunjung.

Populasi menurut (Sugiyono, 2010) populasi merupakan suatu kelompok umum yang terdiri atas objek maupun subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dianalisis dan digunakan sebagai pengambilan kesimpulan. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil populasi pengunjung yang datang ke Maha Vihara Duta Maitreya Batam selama 8 bulan yaitu mulai dari bulan Januari 2024 hingga Agustus 2024 sebanyak 10.126 pengunjung. Sehingga dalam perbulan mencapai sekitar 1.265 pengunjung, rata-rata per minggunya sebanyak 294 pengunjung yang berkunjung ke Maha Vihara Duta Maitreya Batam. Dengan memahami karakteristik pengunjung suatu



tempat wisata, pengelola dapat lebih mudah menyediakan layanan yang sesuai dan memenuhi kebutuhan mereka secara optimal (Safira et al., 2023).

Sampel menurut (Sugiyono, 2010), sampel merupakan bagian dari populasi, yang merupakan bagian yang diambil dari jumlah dan karakteristik yang terdapat dalam populasi. Pengambilan sampel akan lebih mempermudah peneliti untuk mendapatkan hasil penelitian juga dengan waktu yang singkat tidak perlu menganalisis banyak subjek maupun objek. Penentuan dalam jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus Slovin. Menurut Aloysius Ranga Aditya Nalendra dkk dalam (Aryanto, 2017), rumus slovin merupakan formula atau rumus yang digunakan untuk menghitung jumlah sampel jika perilaku dari sebuah populasi belum terbukti secara pasti.

$$170 = \frac{294}{1 + (294 \times (0.05)^2)} = \frac{294}{1.73} = 170 \text{ responden}$$

Dalam proses penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu survey, pengisian kuesioner, dokumentasi, juga studi pustaka. Survey dilakukan dengan mengunjungi lokasi penelitian untuk mengamati subjek atau objek secara langsung, guna untuk mendapatkan hasil yang lebih mendalam. Kuesioner adalah metode yang dilakukan dengan menyebarkan pertanyaan, tetapi dalam bentuk tertulis atau media digital guna memudahkan pengumpulan informasi dari banyak responden secara virtual (Handayani & Ririn, 2020). Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dari catatan sejarah seperti gambar, tulisan, atau karya lain yang sudah ada sebelumnya dan relevan (Ariana, 2019). Dan studi pustaka dilakukan dengan meninjau literatur relevan yang berkaitan dengan hal yang ingin diteliti baik melalui sumber online maupun dengan mengunjungi perpustakaan, untuk menemukan referensi yang sesuai dengan penelitian (Dika Ade Nuryani, 2018).

Pengolahan data pada penelitian ini akan menggunakan Software SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*). SPSS merupakan program aplikasi yang digunakan untuk menganalisis ilmu sosial, atau program yang membantu penelitian, SPSS memiliki kemampuan untuk analisis statistik penelitian, dengan menu-menu statistik, deskriptif yang dimiliki (Handayani et al., 2023). Penggunaan sistem SPSS akan membantu peneliti dalam menguji validitas, uji reliabilitas, juga uji regresi linear sederhana yang menghasilkan hipotesis yang positif maupun negatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 170 responden yang memiliki karakteristik beragam, khususnya dalam hal rentang usia. Responden dibagi menjadi beberapa kelompok umur, mulai dari remaja, dewasa muda, hingga kelompok usia lanjut. Pengelompokan ini bertujuan untuk memahami bagaimana kepuasan pengunjung bervariasi di berbagai usia, serta mengeksplorasi preferensi dan kebutuhan khusus dari masing-masing kelompok umur. Hasil analisis terhadap karakteristik usia ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam bagi pengelola dalam menyusun strategi pelayanan yang lebih tepat sasaran dan sesuai dengan ekspektasi pengunjung dari berbagai kalangan usia.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah Responden	Persentase
1	< 17 Tahun	11	6,5 %
2	>17 Tahun	159	93,5%

Dari pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun oleh peneliti, berbagai jawaban yang diterima dari para responden memiliki kriteria yang beragam, disesuaikan dengan tujuan penelitian. Setiap jawaban dianalisis berdasarkan kategori tertentu, seperti tingkat kepuasan, pengalaman, dan preferensi pribadi. Kriteria jawaban tersebut dijelaskan dengan keterangan yang mencakup beberapa dimensi,



seperti sangat puas, puas, cukup puas, tidak puas, hingga sangat tidak puas. Selain itu, jawaban-jawaban ini juga disertai dengan alasan atau faktor-faktor yang mempengaruhi penilaian responden, baik yang berkaitan dengan kualitas layanan, fasilitas, lokasi, hingga aspek personal seperti harapan atau persepsi terhadap destinasi wisata. Melalui analisis mendalam dari berbagai kriteria jawaban ini, peneliti dapat memahami secara lebih komprehensif faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung serta area mana yang memerlukan peningkatan atau pengembangan lebih lanjut.

Dalam penelitian ini, responden memberikan jawaban berdasarkan lima kategori penilaian yang telah disusun, yaitu: Sangat Tidak Setuju (STS) untuk responden yang benar-benar tidak setuju dan merasa pernyataan tidak relevan dengan pandangan mereka; Tidak Setuju (TS) bagi mereka yang cenderung tidak setuju namun tidak sekeras STS; Netral (N) untuk responden yang tidak condong setuju atau tidak setuju, mencerminkan ketidakpastian atau ketidakpedulian; Setuju (S) bagi responden yang merasa pernyataan sesuai dengan pengalaman mereka dan menunjukkan kepuasan moderat; serta Sangat Setuju (SS) untuk mereka yang sangat puas dan merasa pernyataan benar-benar mencerminkan kondisi yang ideal. Kategori-kategori ini memfasilitasi pemahaman yang lebih jelas mengenai persepsi dan tingkat kepuasan responden terhadap berbagai aspek yang dievaluasi dalam penelitian ini.

Tabel 2. Tanggapan responden Perihal Variabel Kualitas Layanan

Item	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Pada 0 %	Skor Ideal	Kategori
		5	4	3	2	1				
KL	Apakah staff memberikan pelayanan yang ramah? (Pertanyaan 2)	94	66	8	0	2	760	89,41%	850	Sangat Baik
KL	Apakah pelayanan yang diberikan oleh staff, sama dengan pelayanan di tempat ibadah lainnya? (Pertanyaan 5)	115	42	12	0	1	780	91,76%	850	Sangat Baik
KL	Apakah staff cepat tanggap dan peduli terhadap pengunjungnya? (Pertanyaan 6)	114	42	13	0	1	778	91,52%	850	Sangat Baik
KL	Apakah penyampaian informasi yang dijelaskan oleh para petugas jelas dan mudah dimengerti? (Pertanyaan 8)	118	37	14	0	1	781	91,88%	850	Sangat Baik
KL	Apakah tamu mendapatkan respon baik, jika terjadinya kendala atau complain? (Pertanyaan 9)	118	35	16	0	1	779	91,64%	850	Sangat Baik
KL	Apakah staff yang bertugas memiliki sikap toleransi antar sesama masyarakat? (Pertanyaan 10)	104	52	13	0	1	768	90,35%	850	Sangat Baik
Total							4.646	91,09%	5.100	Sangat Baik

Berdasarkan tabel 2 yang memuat tanggapan responden, untuk mengetahui persentase hasil dari suatu nilai, proses perhitungannya adalah dengan membagi jumlah skor aktual dengan skor ideal. Dalam contoh ini, hasil perhitungan menunjukkan bahwa skor aktual sebesar 4.646 dibagi dengan skor ideal sebesar 5.100, menghasilkan persentase sebesar 91,09%. Skor ideal sendiri diperoleh dengan mengalikan jumlah total responden, yaitu 170 orang, dengan skor tertinggi dari setiap pilihan jawaban, yang dalam hal ini adalah 5 (kategori "Sangat Setuju"). Sehingga, skor ideal dihitung sebagai $170 \times 5 = 850$. Skor ini kemudian dijumlahkan untuk seluruh pertanyaan yang ada, yang mencerminkan skor maksimal yang bisa dicapai jika seluruh responden memberikan jawaban tertinggi. Dengan demikian, persentase yang diperoleh memberikan gambaran mengenai seberapa dekat skor aktual dari tanggapan responden terhadap skor maksimal, menunjukkan tingkat kesetujuan



atau kepuasan yang diukur dalam penelitian ini. Persentase 91,09% menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan positif atau sangat setuju terhadap pernyataan yang diberikan.

Tabel 3. Tanggapan responden Perihal Variabel Kepuasan Pengunjung

Item	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Pada 0 %	Skor Ideal	Kategori
		5	4	3	2	1				
KP	Apakah kondisi lingkungan Maha Vihara Duta Maitreya bersih dan nyaman? (Pertanyaan 1)	109	50	9	0	2	774	91,05%	850	Sangat Baik
KP	Apakah fasilitas yang disediakan lengkap bagi para pengunjung untuk melakukan ibadah? (Pertanyaan 3)	120	40	8	1	1	787	92,58%	850	Sangat Baik
KP	Apakah alat-alat yang disediakan masih layak digunakan? (Pertanyaan 4)	119	40	10	0	1	786	92,47%	850	Sangat Baik
KP	Apakah wilayah vihara aman bagi para pengunjung? (Pertanyaan 7)	114	47	8	0	1	783	92,11%	850	Sangat Baik
KP	Apakah lahan parkir yang disediakan cukup luas untuk pdatang? (Pertanyaan 11)	109	43	17	0	1	769	90,47%	850	Sangat Baik
KP	Apakah anda akan merekomendasikan tempat ini kepada kerabat maupun keluarga? (Pertanyaan 12)	119	34	16	0	1	780	91,76%	850	Sangat Baik
KP	Apakah anda akan datang kembali ke tempat ibadah tersebut? (Pertanyaan 13)	118	36	15	0	1	780	91,76%	850	Sangat Baik
Total							5.459	91,74%	5.950	Sangat Baik

Berdasarkan tabel 3 tanggapan responden diatas untuk mengetahui hasil pada 0% adalah dengan menghitung jumlah yang dibagi dengan skor ideal. Yaitu $4.646:5.100 = 91,09\%$. Untuk mendapatkan skor ideal yaitu dengan 170 responden dikalikan dengan 5 pilihan $170 \times 5 = 850$ skor ideal.

Menurut (Ghozali, 2022), dalam sebuah penelitian dibutuhkan uji validitas, sebagai suatu pengukur dalam menilai kuesioner yang telah disebarakan apakah membuahkan hasil yang *valid* atau tidak *valid* atau membuktikan sah atau tidak sahnya dari kuesioner tersebut. Menurut Gunawan dalam (Zainuddin Iba, 2023), suatu pernyataan yang terdapat dalam kuesioner bisa dinyatakan *valid*, jika nilai $\text{sig} < 0,05$ maka dinyatakan *valid*, kebalikannya jika nilai $\text{sig} > 0,05$ maka dinyatakan tidak *valid* dan jika nilai r hitung lebih besar sama dengan r

tabel maka dinyatakan *valid*, kebalikannya jika nilai r hitung lebih kecil sama dengan r tabel maka dinyatakan tidak *valid*.

Dalam penelitian ini, peneliti memiliki dua variabel yang akan di uji satu arah yaitu kualitas layanan (X) terhadap kepuasan pengunjung (Y), diketahui tingkat signifikan uji satu arah dengan nilai 0.05 menunjukkan nilai kritis sebesar 0.1258 yang disebut dengan r tabel (Junaidi, 2010). Berikut merupakan hasil uji validitas menggunakan sistem SPSS yang sudah diolah, juga dengan menyesuaikan kuesioner yang telah disebarakan oleh peneliti. Dari hasil yang didapat seluruh kuesioner mendapatkan nilai r hitung yang lebih besar dari pada r tabel yang menyatakan bahwa seluruh kuesioner *valid*.

Tabel 4. Uji validitas variabel X dan variabel Y

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Kepuasan Layanan (X)	X1	0.754	0.1258	Valid
	X2	0.870	0.1258	Valid
	X3	0.884	0.1258	Valid
	X4	0.839	0.1258	Valid
	X5	0.881	0.1258	Valid
	X6	0.805	0.1258	Valid
Kepuasan Pengunjung (Y)	Y1	0.757	0.1258	Valid
	Y2	0.818	0.1258	Valid
	Y3	0.838	0.1258	Valid
	Y4	0.835	0.1258	Valid
	Y5	0.830	0.1258	Valid
	Y6	0.855	0.1258	Valid
	Y7	0.863	0.1258	Valid

Hasil dari uji validitas terhadap seluruh pertanyaan yang ada di kuesioner yang menyangkut 2 variabel antara Kualitas Layanan (X) dan Kepuasan Pengunjung (Y), dikatakan *valid* seluruhnya. Hal ini dibuktikan dengan r hitung memiliki nilai yang > besar atau r tabel yang lebih < dari 0.1258 pada taraf signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, semua pernyataan dalam kuesioner bisa dijadikan sebagai alat ukur untuk variabel yang diteliti.

Adapun setelah menguji validitas, lanjut ke tahap selanjutnya yaitu uji reliabilitas yang menggunakan sistem *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS). Menurut Sugiyono



(2017) dalam (Sesaria, 2019) uji reliabilitas adalah seberapa konsisten hasil pengukuran jika menggunakan objek yang sama yang akan mempengaruhi kesamaan data yang didapat. Ukuran dalam uji reliabilitas disebut dengan *cronbach's alpha*, digunakan terutama untuk instrumen dengan skala likert. Variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai *cronbach's alpha* > dari 0,60 (Anggraini et al., 2022). Sehingga dalam proses penelitian yang baik harus adanya valid dan reliabel dengan menggunakan koefisien reliabilitas *alpha cronbach's*.

Tabel 5. Uji reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items	Keterangan
Kualitas Layanan (X)	0,916	6	RELIABEL
Kepuasan Pengunjung (Y)	0,923	7	RELIABEL

Hasil uji reliabilitas dari kedua variabel X dan Y, menyatakan bahwa dari 13 item pertanyaan kuesioner variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pengunjung (Y) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang memiliki nilai lebih besar > dari 0,60. Hal ini juga menyatakan, bahwa kedua variabel tersebut bisa digunakan sebagai instrumen alat ukur penelitian.

Tabel 6. Uji regresi linear sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.457	.128		3.560	.000
	X	.907	.028	.929	32.429	.000

a. Dependent Variable: Y

Hasil uji regresi linear sederhana, terhadap 2 variabel kualitas pelayanan (X) independent dan kepuasan pengunjung (Y) dependent, yang memiliki persamaan model regresi yang dirumuskan sebagai $Y = 0,457 (a) + 0,907 (x)$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, *constant* (a), memiliki nilai tetap sebesar 0,457 dan koefisien arah regresi / B (x), sebesar 0,907 yang bernilai positif, sehingga mengalami peningkatan sebesar satuan.

Hasil pengujian hipotesis, dapat dilihat dari gambar yang sama, dengan nilai signifikansi $0,000 <$ dari 0,05, sedangkan t hitung $32,429 >$ t tabel 0,1258. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Tabel 7. Uji koefisien determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.929 ^a	.862	.861	.21089

a. Predictors: (Constant), X

Dari hasil uji menggunakan sistem SPSS, dapat diketahui R Square yang bernilai 0,862 bermakna bahwa kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pengunjung sebesar 86,2% sedangkan 13,8% lainnya dipengaruhi oleh faktor lainnya, yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Dari beberapa uji yang dilakukan, menunjukkan bahwa semua kuesioner terbukti valid dengan nilai r hitung > r tabel, sehingga dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.
2. Dari hasil uji reliabilitas, menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X) 0,916 > 0,60 dan kepuasan pengunjung (Y) 0,923 > 0,60. Uji regresi linear sederhana dengan $Y = 0,457 (a) + 0,907X$ menunjukkan bahwa setiap peningkatan satuan dalam kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan pengunjung secara positif dan signifikan.
3. Dari hasil uji koefisien determinasi (r square), nilai R Square sebesar 0,862 menunjukkan bahwa kualitas layanan menjelaskan 86,2% variabilitas dalam kepuasan pengunjung, sementara 13,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.
4. Dari pengujian hipotesis disimpulkan bahwa H_1 : dapat diterima karena adanya



pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengunjung di Maha Vihara Duta Maitreya Batam, diterima.

Saran

Berdasarkan simpulan yang sudah dibahas di atas, peneliti memiliki saran untuk penelitian selanjutnya, yaitu penelitian selanjutnya bisa membahas pengembangan yang baik untuk mengenalkan Maha Vihara Duta Maitreya Batam lebih dikenal wisatawan-wisatawan asing dan dengan memberikan beberapa strategi-strategi untuk mempublikasi, dan bisa dikenal lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agnes Monica, Fauzia, Y., & Achmad. (2023). Literature Review: Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Pada Produk E-Commerce. *Jeb*, 29(2), 78–89.
- [2] Amalia, E., Supardi, & Lubis, A. L. (2023). Strategi Branding “Terpikat Pulau Penyengat” Sebagai Destinasi Wisata Sejarah, Budaya & Religi di Kepulauan Riau. *DIMENSI*, 12(01), 212–229.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33373/dms.v12i1.5000>
- [3] Andriyatno, V. D., Lubis, A. L., & Fatimah, Z. (2023). The Influence of Internship on The Professionalism of Students Departement of Room Division at Batam Tourism Polytechnic. *Media Wisata*, 21(2), 314–328.
<https://doi.org/10.36276/mws.v21i2.535>
- [4] Anggraini, F. D. P., Aprianti, A., Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6491–6504.
<https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3206>
- [5] Ariana, R. (2019). Metode Teknik Pengumpulan Data Kualitatif. *STKIP PGRI Pacitan*, 4(9), 1–23.
- [6] Aryanto, Iola urip. (2017). *Populasi dan Sampel*. 26–37.
- [7] Asikin, N., Pristiwasa, I. W. T. K., & Lubis, A. L. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Penjualan Kamar di Beverly Hotel Batam. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama Dan Budaya*, 9(1), 101–116.
- [8] B.Booms, C. L. and. (1983). The Marketing Aspects of Service Quality. C. Lewis and B. Booms, “The Marketing Aspects of Service Quality,” In: Berry, L.L., Shostack, G. and Upah, G., Eds., *Emerging Perspectives in Service Marketing*, American Marketing Association, Chicago, 1983, Pp. 99-107.
- [9] Cahyono, D., Qomariah, N., & Perusahaan, C. (2020). 5. Penelitian dilakukan oleh Mexano Hans Gery. Dengan judul. XX(Xx), 1–5.
- [10] Caron, J., & Markusen, J. R. (2016). Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Berastagi Cottage. 1–23.
- [11] CNN Indonesia. (2022). 7 Agama Terbesar di Dunia Berdasarkan Jumlah Pemeluknya. CNN Indonesia.
- [12] Dika Ade Nuryani. (2018). *Repository Universitas Ngudi Waluyo Sumber Data Primer*. 01, 1–23.
- [13] Ghozali. (2022). Metodologi Penelitian. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(April), 49–58.
- [14] Giovani, Wibowo, A., & Lubis, A. L. (2023). Implikasi Tingkat Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Masjid Jabal Arafah Destinasi Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 12(2), 655–666.
<https://doi.org/10.47492/jih.v12i2.2984>.
- [15] Goetsch, & Davis. (2005). Pengendalian Kualitas. *Angewandte Chemie International Edition*, 4(March), 20–23.
- [16] Handayani & Ririn, 2020. (2020). Bab Iii Metode Penelitian. *Suparyanto Dan Rosad (2015*, 5(3), 248–253.



- [17] Handayani, M., Jayadilaga, Y., Fitri, A. U., Rachman, D. A., Fajriah Istiqamah, N., Diah, T., Pratiwi, A. P., & Kas, R. (2023). Sosialisasi dan Pengenalan Aplikasi Pengolahan Data SPSS pada Mahasiswa Administrasi Kesehatan Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan. *JIPM: Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 25–31.
- [18] Hipo, S. (2015). Ragam Dan Prosedur Tindakan Penelitian. *Ragam Dan Prosedur Tindakan Penelitian*, 49–56.
- [19] Junaidi. (2010). R Tabel Product Moment. *Art &Photos*, 4.
- [20] Kemenko RI. (2021). *Pariwisata Menurut UUD*. Kemenko RI.
- [21] Lubis, A. L., Supardi, Fatimah, Z., & Wibowo, A. (2024). Sosialisasi Ilmu Pengetahuan Hospitality Agar Menjadi Hotelier Profesional di SMAN 19 Batam. *Jurnal Keker Wisata*, 2(2), 224–236. <https://doi.org/https://doi.org/10.59193/jkw.v1i1.93x>
- [22] Lubis, A. L., Supardi, S., Fatimah, Z., & Rajin, G. (2024). Pelatihan Peningkatan Kualitas Layanan Pelanggan Restoran RM. Sederhana Winsor Batam. *Jurnal Keker Wisata*, 2(2), 197–210. <https://doi.org/10.59193/jkw.v2i2.265>
- [23] Mabruroh, S. K., Supardi, & Lubis, A. L. (2023). Pengaruh Instagram Terhadap Keputusan Pengunjung Untuk Berwisata ke Mega Wisata Ocarina Kota Batam. *Jurnal Sistem Informasi & Manajemen*, 11(3), 388–398.
- [24] Morysa, J., & Lubis, A. L. (2023). Daya Tarik Wisata Puncak Beliung Batam : Pengaruh Amenitas , Pelayanan , dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas*, 7(2), 279–292.
- [25] Nurliza, Wibowo, A., & Lubis, A. L. (2024). Analisis Kepuasan Pengunjung Pada Objek Wisata Pantai Tanjung Pinggir Di Batam. *Jurnal Mekar*, 2(2), 43–51. <https://doi.org/10.59193/jmr.v2i2.238>
- [26] Parhusip, F. A., Wibowo, A., & Lubis, A. L. (2023). Kinerja Karyawan Departemen Housekeeping Di Swiss-Belhotel Harbor Bay Batam Hasil Pelatihan Kerja. *Jurnal Mekar*, 2(1), 15–20. <https://doi.org/10.59193/jmr.v2i1.153>
- [27] Perdanakusuma, A. (2013). Pengaruh Komunikasi Efektif Perawat-Pasien Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Wijayakusuma Purwokerto. *Universitas Muhammadiyah Purwokerto*.
- [28] Putri, A. S. (2020). *Bangga Sebagai Bangsa Indonesia*. 2020.
- [29] Putri, M., Wibowo, A., & Lubis, A. L. (2024). Implementasi Pelatihan Kerja dalam Menangani Guest Complaint Pada Front Office di OS Hotel Tanjung. *Jurnal Mekar*, 3(1), 6–13. <https://doi.org/https://doi.org/10.59193/jmr.v3i1.285>
- [30] Qotrun A. (2021). *3 Contoh Hipotesis Penelitian Berbeda Berdasarkan Bentuknya!* Gramedia.
- [31] Riandi, A. P. (2018). *Maha Vihara Duta Maitreya, Mengenal Lebih Dalam Vihara Terbesar di Asia Tenggara*. Oke Zone Lifestyle.
- [32] Risma Maya Agustina. (2023). *Pola Komunikasi Antarumat Beragama dalam Menciptakan Kerukunan di Maha Vihara Duta Maitreya Kota Batam*. Risma Maya Agustina.
- [33] Safira, P., Wibowo, A., & Lubis, A. L. (2023). Karakteristik Pengunjung Objek Wisata Piugus Resort Desa Belibak di Kepulauan Anambas Riau. *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies*, 3(2), 84–98. <https://jotis.triatmamulya.ac.id/index.php/jotis/article/view/122>
- [34] Sesaria, M. (2019). Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Strategi Asosiatif. *Repository STEI*, 2007, 45–61.



- [35] Setiawan, E. (2023). *Arti Kata Kualitas*. KBBI.
- [36] Setiawan, S. K. I., Lubis, A. L., & Supardi, S. (2023). The Influence of 3A (Attractions, Accessibility, and Amenities) on Tourists' Decisions to Visit Ciptaland Beach, Batam City. *E-Journal of Tourism*, 10(2), 287. <https://doi.org/10.24922/eot.v10i2.108066>
- [37] Siallagan, anthony fransisko. (2011). Analisis Permintaan Wisatawan Nusantara Objek Wisata Batu Kursi Siallagan, Kecamatan Simanindo, Kabupaten Samosir. *Skripsi, Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.*, 1–90.
- [38] Sopiah. (2020). *Pengaruh kualitas produk wisata, kualitas pelayanan dan citra emosional terhadap kepuasan wisatawan tangkahan kabupaten langkat. 2011*, 13–36.
- [39] Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- [40] Sugiyono, D. (2010). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*.
- [41] Supardi, Lubis, A. L., Fatimah, Z., & Muhammad Haikal, C. (2024). Pengembangan Kapasitas Karyawan Restoran Sederhana dalam Hygiene dan Sanitasi Melalui Pelatihan Praktis. *Jurnal Keker Wisata*, 2(2), 182–196. <https://doi.org/10.59193/jkw.v2i2.260>
- [42] Supardi, Lubis, A. L., Wibowo, A., & Zaharafatimah. (2023). Pelatihan Layanan Perjalanan Wisata Berbahasa Inggris Di SMK Negeri 2 Batam. *Jurnal Keker Wisata*, 1(2), 153–162. <https://doi.org/https://doi.org/10.59193/jkw.v1i2.172>
- [43] UNWOT. (2020). *UNWOT*.
- [44] Winny, Wibowo, A. E., & Lubis, A. L. (2024). The Influence of Location on the Decision To Stay at Swiss-Belhotel Harbor Bay. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel*, 08(01), 302–318. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.37484/jmph.080118> The
- [45] Wulanda, O. D., Wibowo, A., Lubis, A. L., & Fatimah, Z. (2023). Peran Komunikasi Interpersonal Front Office dalam Meningkatkan Pengalaman Tamu di Asialink Hotel By Prasanthy Batam. *Jurnal Mekar*, 3(1), 19–24. <https://doi.org/https://doi.org/10.59193/jmr.v3i1.287>
- [46] Yoeti. (1995). Pengantar Ilmu Pariwisata. *Yoeti, Oka. A. 1995. "Pengantar Ilmu Pariwisata". Jakarta; Angkasa.*
- [47] Yoeti. (2016). Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. *Yoeti, Oka. A. 2016. "Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata". Jakarta; Balai Pustaka.*
- [48] Zainuddin Iba, A. W. (2023). Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian Kualitatif*, 17, 43.
- [49] Zulfa, M. A. (2024). *Kualitas Pelayanan Publik Yang Ada di Kota Batam. 1(4)*.



.....
HALAMAN INI SENGAJA
DIKOSONGKAN