

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN
PADA MIFAN (MINANG FANTASI) *WATER PARK* PADANG PANJANG**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Pendidikan (S.Pd) Pada Departemen Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang*



Nizia Marnila Sari

2019/19053015

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN PADA
MIFAN (MINANG FANTASI) WATER PARK PADANG PANJANG"

Nama : Nizia Marnila Sari
BP/NIM : 2019/19053015
Keahlian : Tata Niaga
Departemen : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas : Universitas Negeri Padang

Disetujui oleh
Kepala Departemen Pendidikan Ekonomi

Padang, Desember 2023
Pembimbing



Dr. Frivatmi, S.Pd, M.Pd
NIP. 19820514 200604 2 001



Dr. Rino, S.Pd, M.Pd, MM
NIP. 19801004 200501 1 002

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI


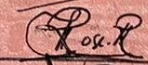

*Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi
Departemen Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Negeri Padang*

**"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN PADA
MIFAN (MINANG FANTASI) WATER PARK PADANG PANJANG"**

Nama : Nizia Marnila Sari
BP/NIM : 2019/19053015
Keahlian : Tata Niaga
Departemen : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas : Universitas Negeri Padang

Padang, Desember 2023

Tim Penguji

No	Jabatan	Nama	Tanda Tangan
1.	Ketua	Dr. Rino, S.Pd, M.Pd. MM	
2.	Anggota	Rose Rahmidani, S. Pd, M.M	
3.	Anggota	Dr. Yulhendri, S.Pd, M. Si	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nizia Marnila Sari
Nim/ Tahun Masuk : 19053015/2019
Tempat/Tanggal Lahir : Mahat/ 14 Maret 2000
Jurusan/Keahlian : Pendidikan Ekonomi/ Tata Niaga
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Nomor Handphone : 082283848829
Judul :PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN
PELNAGGAN PADA MIFAN (MINANG FANTASI) *WATER PARK*
PADANG PANJANG

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis (skripsi) saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (sarjana), baik di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang maupun Program Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali secara eksplisit dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka
4. Karya tulis/skripsi ini sah apabila telah ditanda tangani Asli oleh Tim Pembimbing, Tim Penguji dan Ketua Jurusan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Padang, November 2023
Yang menyatakan



Nizia Marnila Sari
NIM. 19053015

ABSTRAK

Nizia Marnila Sari (19053015/2019) : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan Pada Mifan (Minang Fantasi) *Water Park* Padang Panjang
Pembimbing : Dr. Rino, S.Pd, M.Pd, MM

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan Pada Mifan (Minang Fantasi) *Water Park* Padang Panjang. Jenis penelitian ini adalah penelitian kausatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Mifan (minang fantasi) *Water Park* Padang Panjang yang sudah pernah berkunjung lebih dari 2 kali dan penetapan jumlah sampel menggunakan rumus Cochran yaitu sebanyak 97 sampel. Penelitian menggunakan teknik *Purposive Sampling* dengan pertimbangan yaitu pengunjung Mifan (Minang Fantasi) *Water Park* Padang Panjang yang berkunjung lebih dari 2 kali. Data yang digukan adalah jenis data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner google form secara online kepada pengunjung Mifan (Minang Fantasi) *Water Park* Padang Panjang dengan kriteria yang sudah ditetapkan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis SEM dengan menggunakan SmartPLS 4.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Keandalan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, (2) Daya Tanggap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, (3) Jaminan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, (4) Empati memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, (5) Bukti Fisik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, (6) Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, (7) Keandalan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan, (8) Daya Tanggap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan, (9) Jaminan tidak memiliki pengaruhi yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan, (10) Empati memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan, (11) Bukti Fisik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci : keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan Pada Mifan (Minang Fantasi) *Water Park* Padang Panjang”. Shalawat dan salam penulis ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan perubahan kepada umat manusia untuk menjadi manusia yang berilmu dan berakhlak mulia seperti saat ini.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan bantuan yang banyak dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Rino S.Pd., M.Pd., MM selaku pembimbing yang telah banyak memberikan ilmu, pengetahuan, waktu, serta masukan dengan penuh kesabaran dalam mengarahkan dan membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
2. Ibu Dr. Friyatmi, S.Pd., M.Pd selaku Kepala Departemen Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Dr. Rino S.Pd., M.Pd., M.M selaku pembimbing dalam penelitian ini.
4. Ibu Rose Rahmidani S.Pd, M.M selaku penguji I dalam penelitian ini.
5. Bapak Dr. Yulhendri, S.Pd., M.Si selaku penguji II dalam penelitian ini.

6. Teristimewa untuk ayah, ibu dan kakak penulis serta keluarga besar yang selalu memberikan doa beserta dorongan moril, material dan motivasi hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Untuk diri sendiri, terima kasih telah bisa dan mau berjuang sampai saat ini, terima kasih telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang sudah dimulai dan dilalui dengan baik. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi banyak orang.
8. Terkhusus untuk para sahabat dan teman-teman semuanya yang sudah memberikan semangat dan menemani penulis selama penulisan skripsi.
9. Teman-teman departemen Pendidikan Ekonomi angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang yang sama-sama berjuang dalam menyelesaikan skripsi.

Semoga segala bentuk bantuan dan dukungan dari segala pihak dinilai ibadah oleh Allah SWT. Penulis menyadari dengan segala kekurangan dan keterbatasan penulis, skripsi ini jauh dari kesempurnaan, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan masukan berupa kritikan dan saran. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan tambahan ilmu bagi penulis khususnya dan teman-teman pada umumnya.

Padang, November 2023

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	11
C. Batasan Masalah	12
D. Rumusan Masalah	12
E. Tujuan Penelitian	13
F. Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
A. Kajian Teori	16
B. Penelitian Terdahulu	38
C. Kerangka Konseptual.....	41
D. Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Jenis Penelitian.....	46
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	46
C. Populasi dan Sampel	46
D. Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	48
E. Teknik Pengumpulan Data.....	49
F. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	49
G. Instrumen Penelitian	53
H. Uji Coba Instrumen Penelitian.....	53
I. Teknik Analisis Data.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66

A. Gambaran Umum Penelitian.....	66
B. Hasil Penelitian.....	68
C. Hasil Analisis Data.....	95
D. Pembahasan.....	112
E. Temuan Penelitian.....	132
F. Keterbatasan penelitian.....	134
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	136
A. Kesimpulan.....	136
B. Saran.....	138
DAFTAR PUSTAKA.....	141
LAMPIRAN.....	147

DAFTAR TABEL

Tabel 1. <i>Water Park</i> Paling Hits di Sumatera Barat	3
Tabel 2. Data Jumlah Pengunjung Mifan <i>Water Park</i> pada Tahun 2021 – Februari 2023	5
Tabel 3. Survey Awal Mengenai Gambaran Loyalitas Pelanggan yang Berkunjung ke Mifan <i>Water Park</i> Padang Panjang.....	5
Tabel 4. Penelitian Terdahulu	38
Tabel 5. Daftar Skor Setiap Item Pertanyaan	53
Tabel 6. Hasil Uji Validitas Keandalan	55
Tabel 7. Hasil Uji Validitas Daya Tanggap	55
Tabel 8. Hasil Uji Validitas Jaminan.....	55
Tabel 9. Hasil Uji Validitas Empati.....	55
Tabel 10. Hasil Uji Validitas Bukti Fisik	56
Tabel 11. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	56
Tabel 12. Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	56
Tabel 13. Hasil Analisis <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	57
Tabel 14. Hasil Uji Relibilitas.....	58
Tabel 15. Kriteria TCR.....	60
Tabel 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	68
Tabel 17. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 18. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	70
Tabel 19. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
Tabel 20. Data Deskriptif Keseluruhan Variabel	72
Tabel 21. Distribusi Frekuensi Keandalan	72
Tabel 22. Distribusi Frekuensi Daya Tanggap	76
Tabel 23. Distribusi Frekuensi Jaminan.....	79
Tabel 24. Distribusi Frekuensi Empati.....	82
Tabel 25. Distribusi Frekuensi Bukti Fisik	85
Tabel 26. Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan	88
Tabel 27. Distribusi Frekuensi Loyalitas Pelanggan.....	91
Tabel 28. Outer Loading dan Cross Loading	96
Tabel 29. Hasil Analisis <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	97
Tabel 30. Hasil Analisis <i>Composite Reliability</i>	98
Tabel 31. Hasil Analisis R-square	100
Tabel 32. Hasil Analisis Inner Model	102
Tabel 33. Efek Tidak Langsung Spesifik	106
Tabel 34. Pengaruh Total keandalan (X1), daya tanggap(X2), jaminan (X3), empati(X4), bukti fisik (X5), loyalitas pelanggan (Y), dan kepuasan pelanggan (M)	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Riview Pengunjung Mifan <i>Water Park</i>	8
Gambar 2. Kerangka Konseptual	43
Gambar 3. Logo Mifan <i>Water Park</i>	66
Gambar 4. Wahana Mifan <i>Water Park</i>	67
Gambar 5. <i>Inner Model</i>.....	Error! Bookmark not defined.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin maju, menimbulkan pertumbuhan teknologi, bisnis, dan sistem perekonomian yang begitu pesat. Sehingga perusahaan yang bergerak dalam dunia bisnis bersaing dengan ketat. Persaingan yang tidak hanya berasal dari perusahaan dalam negeri tetapi juga dari perusahaan asing. Meningkatnya persaingan dalam dunia bisnis membuat perusahaan sulit mendapatkan dan mempertahankan pelanggan.

Salah satu bisnis yang tidak pernah habis untuk masa akan datang yaitu bisnis pariwisata (Williandani, M.,dkk 2023). Bisnis pariwisata adalah bisnis yang bergerak dalam menyediakan barang atau jasa untuk kebutuhan wisatawan dan penyelenggara pariwisata. Pariwisata bisa mengisi waktu luang untuk bersantai, bersenang-senang, dan aktivitas olahraga. Kegiatan tersebut memiliki banyak manfaat fisik dan psikis bagi pelakunya, dan diharapkan potensi wisata tersebut dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan pariwisata.

Pembangunan pariwisata daerah secara regional lebih mudah dilaksanakan melalui pengembangan pariwisatanya, terutama dalam menghadapi gejala urbanisasi yang seringkali disebabkan oleh padatnya penduduk kota, yang menimbulkan masalah sosial dan ekonomi (Is Darmanto, 2017). Pembangunan pariwisata diharapkan dapat memberikan kepuasan bagi masyarakat dan sekitarnya melalui keberadaan

daya tarik wisata serta menjadi sumber pendapatan daerah. Salah satu daerah yang memiliki beraneka ragam tempat wisata adalah Provinsi Sumatera Barat.

Provinsi Sumatera Barat mempunyai potensi sumber daya alam yang tergolong cukup banyak. Keindahan alam yang menjanjikan dapat dijadikan sebagai objek pengembangan industri di masa depan. Provinsi Sumatera Barat berada di sebelah barat Pulau Sumatera yang memiliki banyak destinasi menarik seperti pantai, laut, pulau, flora dan fauna, kuliner hingga adat istiadat.

Salah satu kota di Provinsi Sumatera Barat yang menjadi tujuan wisata yaitu Kota Padang Panjang. Kota Padang Panjang memiliki lokasi yang sangat strategis pada jalur lintas Kota Padang dengan Kota Bukittinggi, Kabupaten Tanah Datar, dan Kabupaten Solok. Pengembangan wisata yang ada di Kota Padang Panjang diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran akan sektor pariwisata. Salah satu objek wisata yang terkenal di Kota Padang Panjang adalah Minang Fantasi (Mifan) *Water Park*.

Mifan *Water Park* dibangun pada tahun 2006 dan dibuka pada tahun 2008 dengan luas 9,8 Ha. Mifan *Water Park* merupakan objek wisata terbesar di Sumatera dan terlengkap kedua di Indonesia setelah Dunia Fantasi (Dufan) di Ancol, Jakarta (Putri, dkk., 2017). Mifan memiliki beberapa wahana *Water Park* dan *Dry Park*. Wahana yang sangat diandalkan Mifan *Water Park* sendiri yaitunya kolam ombak. Wahana ini jarang ditemui di wisata air lainnya. Dan ini merupakan keunggulan

tersendiri bagi Mifan *Water Park*. Akan tetapi untuk drypark sendiri sudah tidak aktif lagi.

Perusahaan sadar bahwasannya persaingan pada bisnis wisata semakin ketat karena banyaknya objek wisata air yang ada di Sumatera Barat dengan keunggulan tersendiri. Berikut enam *Water Park* paling hits di Sumatera Barat :

Tabel 1. *Water Park* Paling Hits di Sumatera Barat

No	Nama <i>Water Park</i>
1	Christine Hakim <i>Water Park</i>
2	Imelda <i>Water Park</i> Padang
3	Mifan <i>Water Park</i>
4	Arau Mini <i>Water Park</i>
5	Solok <i>Water Park</i>
6	Batang Tabik <i>Water Park</i>

Sumber: www.harianhaluan.com

Berdasarkan tabel 1. Menunjukkan bahwa Mifan *Water Park* telah termasuk dalam *Water Park* paling hits di Sumatera Barat. Namun Mifan *Water Park* masih kalah bersaing dengan para pesaingnya. Hal ini dapat dilihat dari keunggulan yang dimiliki oleh masing-masing pesaing. Dimana Christine Hakim *Water Park* menyediakan kolam renang yang disesuaikan dengan generasi usia dan menyediakan fasilitas slider dan ember tumpah serta foodcourt. Imelda *Water Park* Padang mempersembahkan wahana permainan sekaligus konservasi alam. Arau Mini *Water Park* menyediakan tiga kolam renang untuk dewasa, anak-anak dan bayi dengan bagian tengah kolam terdapat ember tumpah yang sering kali menyedot perhatian pengunjung. Solok *Water Park* selain fasilitas untuk berenang dan seluncuran air pengunjung juga bisa menikmati pemandangan yang

sangat menakjubkan dan juga pengunjung juga bisa menikmati pemandangan gunung talang dan bukit barisan. Batang Tabik *Water Park* menawarkan sejumlah fasilitas permainan air seperti perosotan dan persewaan ban renang untuk anak-anak. Keunggulan yang dimiliki yaitu air yang digunakan langsung dari mata air alami, bukan buatan yang menggunakan kaporit.

Dalam menghadapi persaingan tersebut, loyalitas pelanggan sangat penting bagi perusahaan. Menurut Kastalani, K. (2023) Pelanggan yang loyal secara teratur melakukan pembelian kembali pada suatu penyedia jasa dan juga keinginan untuk merekomendasikan penyedia jasa tersebut kepada orang lain. Perusahaan pasti ingin mempertahankan pelanggan untuk jangka panjang, bahkan jika memungkinkan selamanya, karena banyak ditemui sekarang ini objek wisata yang baru dibuka dengan keunggulan tersendiri yang sangat menarik. Setiap objek wisata memiliki ciri khas yang berbeda-beda baik dari segi pelayanan bahkan dari fasilitas yang disediakan. Sehingga perusahaan harus mengetahui keinginan pengunjung agar tidak berpaling ke tempat lain. Berikut adalah data jumlah pengunjung Mifan *Water Park* Padang Panjang pada tahun 2021 – Februari 2023.

Tabel 2. Data Jumlah Pengunjung Mifan Water Park pada Tahun 2021 – Februari 2023

Tahun	Jumlah pengunjung
2021	59.762
2022	57.389
2023 (Januari- Februari)	9.240
Jumlah	126.391

Sumber : Dinas Pemuda dan Olahraga, Budaya dan Pariwisata Kota Padang Panjang (2023)

Berdasarkan Tabel 2. Menunjukkan bahwa dari tahun 2021 ke tahun 2023 pengunjung Mifan *Water Park* Padang Panjang mengalami penurunan. Hal ini tidak dapat dipungkiri karena beberapa faktor yang mempengaruhi pengunjung untuk memutuskan sikap mereka dalam berwisata, dalam hal ini pesaing atau faktor lain mempengaruhi keputusannya untuk berwisata.

Berdasarkan survey awal mengenai loyalitas pelanggan yang peneliti lakukan terhadap 20 responden yang berkunjung ke Mifan *Water Park* Padang Panjang secara acak memperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Survey Awal Mengenai Gambaran Loyalitas Pelanggan yang Berkunjung ke Mifan *Water Park* Padang Panjang

Pertanyaan	Jawaban			Presentasi jawaban	
	Ya	Tidak	Σ	Ya	Tidak
Apakah anda pernah liburan ke Mifan <i>Water Park</i> Padang Panjang	20	-	20	100%	
Saya selalu menjadikan Mifan <i>Water Park</i> Padang Panjang sebagai tempat liburan akhir pekan maupun akhir semester	7	13	20	35%	65%
Saya sangat senang berliburan di Mifan <i>Water Park</i> Padang Panjang	11	9	20	55%	45%
Saya tetap liburan ke Mifan <i>Water Park</i> Padang Panjang walaupun mendapatkan promo menarik dari tempat wisata lain	6	14	20	30%	70%
Saya merekomendasikan Mifan <i>Water Park</i> Padang Panjang sebagai tempat liburan kepada teman saya	8	12	20	40%	60%

Sumber: Data Primer, diolah 20 Maret 2023

Tabel 3 di atas menunjukkan bahwa pengunjung yang selalu menjadikan Mifan *Water Park* Padang Panjang sebagai tempat liburan akhir pekan maupun akhir semester sebanyak 7 orang atau 35% dan 13 orang atau 65% tidak selalu menjadikan Mifan *Water Park* Padang Panjang sebagai tempat liburan akhir pekan maupun akhir semester, pengunjung yang senang liburan di Mifan *Water Park* Padang Panjang sebanyak 11 orang atau 55% dan 9 orang atau 45% tidak senang berliburan di Mifan *Water Park* Padang Panjang, pengunjung yang tetap liburan ke Mifan *Water Park* Padang Panjang walaupun mendapatkan promo menarik dari tempat wisata lain sebanyak 6 orang atau 30% dan pengunjung yang berpindah ke wisata lain jika mendapatkan promo yang menarik sebanyak 14 orang atau 70% sedangkan pengunjung yang merekomendasikan Mifan *Water Park* Padang Panjang sebanyak 8 orang atau 40% dan yang tidak merekomendasikan sebanyak 12 orang atau 60%. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada pengunjung Mifan *Water Park* Padang Panjang yang belum loyal terhadap wisata Mifan *Water Park* Padang Panjang dalam berliburan. Hal ini tentunya dapat menimbulkan masalah kepada Mifan *Water Park* Padang Panjang sendiri, karena loyalitas pelanggan merupakan sebuah keunggulan kompetitif tertinggi yang dimiliki oleh perusahaan, hal ini sesuai yang dikatakan oleh Kishada & Wahab (2015:111) yaitu "*Loyalty is one of the competitive advantages of organizations a highly competitive and dynamic environment*" yang artinya loyalitas merupakan salah satu keunggulan kompetitif suatu

lingkungan organisasi atau perusahaan yang sangat kompetitif dan dinamis.

Sangadji dan Sopiah (2013:104) mengemukakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa di masa yang akan datang. Loyalitas pelanggan dijadikan tujuan utama rencana pemasaran dengan keunggulan yang dapat dilakukan melalui pemasaran.

Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, menurut Niqosiya (2021) menyatakan bahwa faktor-faktor yang membentuk loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan, harga, promosi, dan kepuasan pelanggan. Sedangkan Wati, D. W. R., Fatmawati, N., & Fauzan, N (2020) mengungkapkan faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu ikatan emosi, kepercayaan, kemudahan, pengalaman terhadap perusahaan dan kepuasan.

Loyalitas pelanggan terdiri dari pelanggan puas dengan produk dalam hal kualitas, manfaat, pelayanan dan harga yang ditawarkan. Hal ini didukung oleh pendapat Rai dan Medha (2013:141) yang mengatakan bahwa *“Customer Loyalty as the psychological character that is formed by the continuous customer satisfaction coupled with the emotional bond with the leading service provider to the state willingly and consistently”* artinya loyalitas pelanggan merupakan sifat psikologis yang muncul karena kepuasan pelanggan yang terus menerus meningkat dengan adanya

ikatan emosional yang berkelanjutan antara konsumen dan penyedia layanan. Review pengunjung setelah berkunjung ke Mifan *Water Park* Padang Panjang dapat dilihat pada gambar 1.

Ringkasan ulasan Google

4,3 ★★★★★
(4.015)

Beri Rating dan Tulis Ulasan di Google

☆ ☆ ☆ ☆ ☆

Ulasan

Semua liburan 118 dingin 71 cottage 29 ombak 24 +6

Urutkan menurut

Paling relevan Terbaru Tertinggi Terendah

Muhamad Rudi
Local Guide · 247 ulasan · 3140 foto
★★★★☆ · setahun lalu
Bagus, lokasi luas, ada antar jemput menggunakan kereta karena dari pintu masuk menuju lokasi pemandian lumayan jauh. Tapi sayangnya, toilet tersumbat di saluran air keluar dan air buat mandi bilas banyak yang mati. Aman, bersih, kolam panduan ...Selengkapnya

Inda Rahma
35 ulasan
★★★★☆ · 5 hari lalu **BARU**
Sudah tidak terawat dan kotor 😞, seharusnya bisa dikelola dengan sangat baik supaya pamornya kembali seperti 10 tahun yang lalu 😞, untuk jalan keluar mungkin rambu2nya perlu dipasang dengan jelas, soalnya tadi pas keluar kami malah nyasar jauh, putar balek lagi baru ketemu 😞

yulie mulyadi
1 ulasan
★★★★☆ · sebulan lalu
Tempatnya cukup menyenangkan.. tp kebersihannya sangat kurang. Mohon pengelola menjaga kebersihannya.. banyak sampah berserakan dan arena main anak yg tidak terawat dan rusak.. ...Selengkapnya

Ryan P
Local Guide · 623 ulasan · 107 foto
★★★★☆ · 2 bulan lalu
Tempat yang bagus untuk membawa keluarga liburan, khususnya untuk berenang. Banyak fasilitas yg sudah gak beroperasi seperti bianglala, dll. Kebersihan harus lebih ditingkatkan lagi

Roni Prinaldo Rusen, ST.
Local Guide · 112 ulasan · 469 foto
★★★★★ · 5 bulan lalu
Tingkatkan pelayanan dan kreatifitas, supaya pengunjung lebih rame

Reno Sutia Rini
Local Guide · 133 ulasan · 2122 foto
★★★★☆ · 4 tahun lalu
Seru nginap di resortnya bersih nyaman, gratis masuk waterpark, main2 air dan berenang, include sarapan pagi juga, tapi karyawan restorannya kurang cekatan semua meja penuh dg piring2 bekas org mkan gk di bersihkan. Tp, Soo fun lah liburan sama keluarga..

suparman bukan supermen
Local Guide · 42 ulasan · 113 foto
★★★★☆ · seminggu lalu **BARU**
Tempatnya nyaman, bersih, cuma sayang tdk ada perbaikan wahana yg SDH ada, tinggalah kolam renang seperti biasanya. Pasahal klo tdk salah mifan ini PT, kok tdk ada dana reparasi ya.. 😞 #entahlah

Hendra Soenarko
Local Guide · 261 ulasan · 1478 foto
★★★★☆ · 7 bulan lalu

Gambar 1. Riwiew Pengunjung Mifan *Water Park*

Sumber: <https://g.co/kgs/BwS1Rx>

Gambar 1 menunjukkan bahwa rating bintang objek wisata Mifan berada pada 4.3. Dan pada komentar tersebut pengunjung merasa pelayanan yang kurang, kebersihan yang kurang dan banyak fasilitas yang sudah tidak beroperasi lagi. Sedangkan pada komentar selanjutnya pengunjung merasa puas berkunjung ke Mifan *Water Park* karena tempatnya bagus untuk membawa keluarga liburan khususnya untuk berenang. Berdasarkan rating dan komentar-komentar tersebut menunjukkan bahwa ada pengunjung yang merasa puas berkunjung ke Mifan *Water Park* namun ada juga pengunjung yang merasa tidak puas berkunjung ke Mifan *Water Park*.

Kepuasan pelanggan merupakan persepsi yang dirasakan pelanggan apakah harapan yang diinginkan terpenuhi atau tidak. Hal ini didukung oleh penelitian Abadi & Syamsuddin (2020), memperoleh hasil bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan merupakan salah satu variabel intervening yang dapat menciptakan pelanggan yang loyal. Faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan, pengunjung memiliki peran penting dalam menciptakan pelanggan yang loyal.

Menurut Kotler & Philip (2007:61) faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu: bukti fisik (tangible), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy).

Berdasarkan ulasan pengunjung pada gambar 1 dan pengamatan peneliti selama magang di Mifan *Water Park* terdapat beberapa permasalahan yaitu Bukti fisik dapat dilihat dari ulasan pengunjung mengenai beberapa fasilitas Mifan *Water Park* tidak terawat dengan baik dan renovasi yang kurang bahkan ada beberapa fasilitas yang sudah tidak bisa digunakan lagi. Selanjutnya keandalan dimana terdapat beberapa karyawan yang kurang menguasai secara detail tentang Mifan *Water* sehingga pengunjung kurang mendapatkan informasi yang lengkap saat berkunjung.

Dalam daya tanggap dimana karyawan kurang cepat dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung pada saat pengunjung ramai sehingga karyawan kesulitan memberikan pelayanan, selanjutnya jaminan dimana pengunjung merasa tidak puas akan sikap dan pengetahuan sebagian karyawan yang kurang luas mengenai Mifan *Water Park*, dari sudut empati yaitu kurangnya rasa empati yang diberikan seorang karyawan kepada pengunjung. Hal ini akan mengganggu kenyamanan pengunjung dalam berkunjung.

Kualitas pelayanan yang optimal harus dapat memenuhi harapan pelanggan untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas perusahaan. Pelanggan yang loyal merupakan aset berharga untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan di pasar yang sangat kompetitif. Dilihat dari data keluhan pengunjung bahwasannya pengunjung tidak puas karena kualitas pelayanan yang diberikan kurang memuaskan bagi pengunjung

sehingga akan menyebabkan pengunjung tidak loyal. Hal ini didukung dengan penelitian Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017), memperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Mifan (Minang Fantasi) *Water Park* Padang Panjang”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Masih ada pengunjung yang belum loyal dalam berkunjung ke Mifan *Water Park* Padang Panjang.
2. Pertumbuhan jumlah objek wisata yang membuat peningkatan persaingan yang tinggi di Sumatera Barat .
3. Masih ada pengunjung Mifan *Water Park* yang tidak puas dengan kualitas pelayanan dari Mifan *Water Park* Padang Panjang.
4. Pengalaman pengunjung yang kurang berkesan karena Fasilitas yang kurang terawat dan beberapa tempat yang kurang bersih di Mifan *Water Park* Padang Panjang.
5. Masih ada pengunjung yang beralih dari Mifan *Water Park* ke tempat wisata lain.

C. Batasan Masalah

Untuk mencegah terjadinya pembahasan masalah yang terlalu luas maka penelitian ini hanya berfokus pada “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan pada Mifan (Minang Fantasi) *Water Park* Padang Panjang”

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah dapat dirumuskan beberapa pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah keandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Mifan (Minang Fantasi) *Water Park* Padang Panjang?
2. Apakah daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Mifan (Minang Fantasi) *Water Park* Padang Panjang?
3. Apakah jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Mifan (Minang Fantasi) *Water Park* Padang Panjang?
4. Apakah empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Mifan (Minang Fantasi) *Water Park* Padang Panjang?
5. Apakah bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Mifan (Minang Fantasi) *Water Park* Padang Panjang?
6. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Mifan (Minang Fantasi) *Water Park* Padang Panjang?
7. Apakah keandalan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada Mifan (Minang Fantasi) *Water Park* Padang Panjang?

8. Apakah daya tanggap berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada Mifan (Minang Fantasi) *Water Park* Padang Panjang?
9. Apakah jaminan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada Mifan (Minang Fantasi) *Water Park* Padang Panjang?
10. Apakah empati berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada Mifan (Minang Fantasi) *Water Park* Padang Panjang?
11. Apakah bukti fisik berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada Mifan (Minang Fantasi) *Water Park* Padang Panjang?

E. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh keandalan terhadap kepuasan pelanggan pada Mifan (Minang Fantasi) *Water Park* Padang Panjang.
2. Mengetahui pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan pada Mifan (Minang Fantasi) *Water Park* Padang Panjang.
3. Mengetahui pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan pada Mifan (Minang Fantasi) *Water Park* Padang Panjang.
4. Mengetahui pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan pada Mifan (Minang Fantasi) *Water Park* Padang Panjang.
5. Mengetahui pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan pada Mifan (Minang Fantasi) *Water Park* Padang Panjang.

6. Mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Mifan (Minang Fantasi) *Water Park* Padang Panjang.
7. Mengetahui pengaruh keandalan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada Mifan (Minang Fantasi) *Water Park* Padang Panjang.
8. Mengetahui pengaruh daya tanggap terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada Mifan (Minang Fantasi) *Water Park* Padang Panjang.
9. Mengetahui pengaruh jaminan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada Mifan (Minang Fantasi) *Water Park* Padang Panjang.
10. Mengetahui pengaruh empati terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada Mifan (Minang Fantasi) *Water Park* Padang Panjang.
11. Mengetahui pengaruh bukti fisik terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada Mifan (Minang Fantasi) *Water Park* Padang Panjang.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta wawasan serta menambah khasanah kepustakaan bagi mahasiswa Universitas Negeri Padang terkhusus di Fakultas Ekonomi Jurusan Pendidikan Ekonomi keahlian Tata Niaga. Hasil penelitian diharapkan dapat

berkontribusi dalam menambah teori mengenai loyalitas pelanggan terutama dalam pariwisata.

2. Manfaat Praktis

- 1) Bagi peneliti untuk menambah dan memperdalam ilmu pengetahuan dan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
- 2) Bagi pengembangan akademis, sebagai referensi bagi ilmu pengetahuan tata niaga dan penunjang lainnya.
- 3) Bagi perusahaan, sebagai bahan pertimbangan dan informasi yang bermanfaat bagi perusahaan dalam menetapkan kebijakan dan strategi di bidang pemasaran untuk pengembangan usaha bisnis khususnya bidang wisata.
- 4) Bagi peneliti selanjutnya, dapat dijadikan sebagai referensi yang akan mengadakan kajian lebih luas dalam bahasan ini.