

TINGKAT KEPUASAN PENGUNJUNG TERHADAP KUALITAS SARANA HIBURAN DALAM PENCITRAAN TRANS STUDIO THEME PARK MAKASSAR

Syarifuddin

Abstract

This study aims to determine the effect of Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Physical Evidence, to the level of visitor satisfaction Trans Studio Theme Park Makassar. Effect of simultaneous and variable partial effect of Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Physical Evidence of the level visitor satisfaction Trans Studio Theme Park Makassar. The study was conducted of randomly selected visitors with a convenience sampling technique. Data collection methods are surveys and questionnaires. The results and discussion show the free variable Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Tangible had significant impact on the variable bound by the satisfaction of visitors Trans Studio Theme Park as evidenced by the value of R Square (R^2) of 0.082 and adjusted Square of 0.058, this shows the contribution of independent variable (X1, X2, X3, X4, and X5) to the bound variable Y (customer satisfaction) of 8.2%. From the simultaneous and variable partial-known independent variable reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible has a significant influence on the dependent variable ie, the satisfaction of visitors with a t value of 4.676 and the value of f calculated at 3.491.

Keywords: Visitor, Image, Entertainment Facility

Abstrak

Studi ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variable reliabilitas, respons, jaminan, empatik, dan bukti fisik terhadap tingkat kepuasan para pengunjung di Trans Studio Theme Park Makassar. Studi ini dilaksanakan dengan metode memilih pengunjung secara random. Pengumpulan data dilakukan dengan metode survey dengan angket. Hasilnya menunjukkan bahwa variable bebas reliabilitas, respons, jaminan, empatik, dan bukti fisik yang nyata memiliki dampak yang signifikan terhadap tingkat kepuasan para pengunjung Trans Studio Theme Park. Tingkat kepuasan ini ditunjukkan dengan nilai R Square (R^2) of 0.082 dan Square of 0.058, yang kontribusinya terlihat pada variable bebas (X1, X2, X3, X4, dan X5) terhadap variable Y (kepuasan pelanggan) yakni 8.2%. Dari analisis yang dilakukan secara keseluruhan maupun secara parsial terhadap variable bebas yakni reliabilitas, respons, jaminan, empatik, dan bukti nyata infrastruktur yang ada menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap variable tergantung yakni kepuasan pengunjung dengan nilai t dari 4,676 dengan nilai perhitungan pada 3.491.

Kata Kunci: Pengunjung, Citra, Fasilitas Hiburan.

Pendahuluan

Perkembangan kota Makassar yang semakin pesat dengan tingkat pertumbuhan ekonomi mencapai 7,2% (persen) pada tahun 2009 diatas tingkat pertumbuhan ekonomi nasional yang hanya 5% (persen) membawa angin segar bagi pertumbuhan ekonomi di kota ini. Perkembangan Sarana dan prasarana hiburan di Makassar meningkat pesat seiring dengan pembangunan kawasan

pusat-pusat perbelanjaan dan perumahan yang semakin maju yang mengindikasikan Makassar sebagai kota Metropolitan. Untuk Itu sudah menjadi keharusan bagi kota Makassar menyediakan sarana hiburan wisata sehingga bisa menjadi daya tarik baik bagi masyarakat Makassar sendiri maupun orang yang berkunjung ke daerah ini.

Karena itu pemerintah daerah Provinsi Sulawesi Selatan khususnya Pemerintah Kota Makassar harus memiliki

kemampuan guna menarik investor agar mau berbisnis di sarana hiburan di kota Makassar. Kemampuan Pemerintah Daerah tersebut sudah dibuktikan dengan hadirnya sarana hiburan kelas dunia yang dibangun oleh PT Trans Studio Kalla dimana di tahun 2009, telah membuka *Trans Studio Theme Park* yang merupakan wahana hiburan indoor terbesar di dunia sebagai jawaban bahwa Makassar merupakan kota metropolitan yang layak untuk dikunjungi bukan hanya masyarakat sekitarnya tetapi juga dari daerah lain di Indonesia dan juga masyarakat dari Mancanegara.

Sarana hiburan wisata seperti *Trans Studio World* merupakan salah satu wahana permainan kelas dunia dengan luas (24 hektar), *Trans Studio World* terdiri dari *Trans Studio Theme Park* (sarana hiburan indoor) dengan fasilitas rekreasi pantai (Marina), *Trans Studio Walk* (Pusat Perbelanjaan) yang direncanakan beroperasi mulai bulan juni 2010. Kemudian akan diikuti dengan fasilitas berikutnya yaitu, *Trans Hotel dan Residential*.

Sebagai Pengelola dan penyedia jasa hiburan *Trans Studio Theme Park*, PT Trans Kalla Makassar harus bisa menciptakan image/citra positif *Trans Studio World* dengan tujuan wisata, melalui pelayanan yang berkualitas bagi pengunjung. Agar nantinya pengunjung yang datang tidak hanya sekali tetapi selalu punya keinginan untuk mengunjungi *Trans Studio World*. Peran inilah yang perlu dibangun oleh *Public Relations Trans Studio World* melalui strategi *Marketing Public Relations* (MPR).

Tingkat kepuasan pengunjung dan Citra positif perusahaan inilah yang perlu dibangun oleh *Trans Studio World* agar nantinya berdampak pada eksistensi PT Trans Studio Kalla Makassar itu sendiri. Melalui penelitian ini dapat diketahui bagaimana strategi *Marketing Public Relations Trans Studio World* dilaksanakan

melalui pelayanan yang diberikan oleh *Trans Studio World* kepada pengunjung yang datang.

Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas diperoleh rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik terhadap tingkat kepuasan pengunjung Trans Studio Theme Park Makassar?
2. Apakah secara simultan variable Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik, berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pengunjung Trans Studio Theme Park Makassar?
3. Apakah secara parsial variable Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik, berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pengunjung Trans Studio Theme Park Makassar?

Kajian dan Konsep Teori

Teori/Model yang mendukung dalam penelitian ini adalah Two Way Asymmetrical menurut Gruning (1983:26). Tahapan model ini, PR/Humas melakukan kampanye melalui komunikasi dua arah, dan menyampaikan pesan-pesan berdasarkan hasil riset serta strategi komunikasi persuasive public secara ilmiah (scientific persuasive). Unsur kebenaran informasi diperhatikan untuk membujuk public agar mau bekerja sama, bersikap terbuka sesuai harapan organisasi.

Pada dasarnya proses pembentukan citra menurut Delozier (1976:49) berawal dari opini publik yang terbentuk berdasarkan persepsi yang dimiliki oleh publik terhadap lembaga/perusahaan. Proses pembentukan citra pada khalayak dapat diamati melalui Teori Image Building. Sementara Model

Kualitas Pelayanan dari Brady dan Cronin (2001:212) ini menjelaskan bahwa konseptualisasi dari suatu asumsi pemikiran mengenai pengukuran kualitas pelayanan yang kontroversial dalam memahami adanya konsep-konsep yang bersifat multi tingkatan dan multi dimensi, sehingga dapat digambarkan bahwa suatu konsep kualitas layanan pada dasarnya ditentukan oleh adanya jasa yang diharapkan dan jasa yang dipersepsikan, tergantung pada citra yang terbentuk. Dan kepuasan pelanggan terhadap suatu jasa ditentukan oleh tingkat kepentingan pelanggan terhadap jasa tersebut setelah pelanggan merasakan kinerja jasa tersebut. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi pelayanan yang dipersepsikan (*perceived Service*) dan pelayanan yang diharapkan (*expected service*) (Rangkuti 2008: 40).

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan kepada pengunjung yang datang ke Trans Studio Theme Park Makassar yang berlokasi di Tanjung Bunga Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan yang selanjutnya disebut responden. Penelitian akan dilakukan selama dua bulan mulai bulan April hingga Mei 2010. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan pendekatan statistik inferensial untuk mengetahui pengaruh antara variabel penelitian baik secara simultan maupun parsial.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang datang ke Trans Studio Theme Park Makassar. Populasi diambil berdasarkan rata-rata pengunjung orang dewasa sebanyak 480 orang per hari, dari jumlah pengunjung sekitar 800 s/d 1200 pengunjung per hari. Dengan tingkat presisi yang ditetapkan sebesar 5% teknik sampel yang digunakan adalah “convenience sampling”.

Data primer dalam penelitian bersumber dari informasi yang diberikan oleh para informan melalui wawancara mendalam dan observasi. Dan data hasil kuisioner yang dibagikan kepada responden, sedangkan data sekunder diperoleh dari pengelola Trans Studio Theme Park Makassar berupa data jumlah pengunjung, profil perusahaan dan data lain yang diperoleh dari sumber penelitian seperti buku, internet, serta literature-literatur yang berkaitan dengan masalah penelitian.

Penelitian ini terdiri dari variabel bebas (X) atau variabel *Independent*, adalah kualitas layanan Sarana Hiburan Trans Studio Theme Park dengan indikator terdiri dari (X1) reliabilitas, daya tanggap (X2), jaminan (X3), empatik (X4), bukti fisik (X5). Dan variabel terikat (Y) atau variabel *Dependent* adalah Kepuasan Pengunjung Trans Studio Theme Park Makassar.

Variabel *Dependent* atau variabel terikat (Y) yaitu: Kepuasan Pengunjung, adalah harapan dari pengunjung terhadap kualitas layanan yang disediakan oleh Trans Studio Theme Park Makassar dari kualitas pelayanan yang diberikan. Dan variabel independent atau variabel bebas (X) kualitas layanan sarana hiburan Trans Studio Theme Park Makassar meliputi (X1) reliabilitas, daya tanggap (X2), jaminan (X3), empatik (X4), dan bukti fisik (X5).

Penelitian ini menggunakan pengukuran dengan menggunakan skala likert yang digunakan menelaah seberapa kuat subjek pada skala 5 kategori yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju, sangat setuju.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu interview kepada public relations Trans Studio Makassar, observasi lapangan untuk melihat gambaran umum objek penelitian, kuisioner dibagikan kepada responden, dan studi pustaka untuk melengkapi informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini seperti buku, internet,

dan lain-lain.

Penelitian ini menggunakan teknik analisa deskriptif dan analisa kuantitatif. Analisis deskriptif menggunakan pendekatan wawancara personal kepada narasumber dan mendeskripsikan data yang diperoleh dari lapangan. Analisis kuantitatif menggunakan teknik pengolahan data parametrik yaitu uji regresi berganda, uji F dan uji T dengan menggunakan program statistical product and service solution (SPSS) versi 15.0.

Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas layanan yang terdiri dari reliabilitas (X1), respons (X2), jaminan (X3), empatik (X4), dan bukti fisik (X5) berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pengunjung Trans Studio Theme Park di Makassar. Demikian pula secara parsial variabel independen tersebut di atas juga memberikan pengaruh terhadap variabel dependen yakni tingkat kepuasan pengunjung Trans Studio Theme Park di Makassar.

Pengaruh Variabel Independen terhadap Variabel Dependen.

Pembahasan mengenai besarnya pengaruh dari masing-masing variabel kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pengunjung Trans Studio Theme Park (Y) dapat dideskripsikan sebagai berikut:

- a. *Pengaruh variabel Reliability (Relibilitas) X1 terhadap tingkat kepuasan pengunjung Trans Studio Theme Park di Makassar.*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Reliability mempunyai pengaruh terhadap tingkat kepuasan pengunjung Trans Studio Theme Park di Makassar. Semakin tinggi perhatian perusahaan terhadap variabel reliability, maka kepuasan pengunjung Trans Studio Theme Park di Makassar. Zeithmal (2002) Reliability (Relibilitas), yaitu kemampuan perusahaan

untuk memberikan pelayanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

- b. *Pengaruh variabel Responsiveness (Daya Tanggap) X2 terhadap tingkat kepuasan pengunjung Trans Studio Theme Park di Makassar.*

Menurut Zeithmal (2002) Responsiveness (Daya Tanggap), merupakan respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, meliputi: kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan keluhan pelanggan. Sedangkan menurut Christopher Lovelock dalam Rangkuti (2004:18), responsiveness (cepat dan tanggap) merupakan kemampuan karyawan untuk membantu konsumen menyediakan jasa dengan cepat sesuai dengan yang diinginkan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel responsiveness mempunyai pengaruh terhadap tingkat kepuasan pengunjung Trans Studio Theme Park di Makassar. Dimana semakin tinggi perhatian perusahaan terhadap variabel responsiveness, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengunjung Trans Studio Theme Park di Makassar.

- c. *Pengaruh Variabel Assurance (Keamanan dan jaminan) X3 terhadap Tingkat Kepuasan Pengunjung Trans Studio Theme Park di Makassar*

Definisi jaminan dalam Zeithmal (2002) Assurance (Jaminan), yakni perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap

sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani pelanggan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain kredibilitas (credibility), keamanan (security), kompetensi (competency), dan kesopanan (courtesy).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel assurance mempunyai pengaruh terhadap tingkat kepuasan pengunjung Trans Studio Theme Park di Makassar. Semakin tinggi perhatian perusahaan terhadap variabel assurance, maka akan semakin tinggi pula tingkat Kepuasan Pengunjung Trans Studio Theme Park di Makassar.

d. Pengaruh variabel Emphaty (Empati) X4 terhadap Tingkat Kepuasan Pengunjung Trans Studio Theme Park di Makassar

Zeithmal (2002) menyatakan, Emphaty (Empati), yaitu perhatian individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya. Sementara Christopher Lovelock dalam Rangkuti (2004:18) menyatakan, karyawan harus memberikan perhatian secara individual kepada konsumen dan mengerti kebutuhan konsumen. Suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel emphaty mempunyai pengaruh terhadap tingkat kepuasan pengunjung Trans Studio Theme Park di Makassar. Yang berarti bahwa semakin tinggi perhatian perusahaan pada variabel emphaty, maka akan semakin meningkat pula nilai kualitas yang dirasakan dimana berdampak kepada nilai kepuasan

pengunjung Trans Studio Theme Park di Makassar.

e. Pengaruh variabel Tangible (Bukti Fisik) X5 terhadap Tingkat Kepuasan Pengunjung Trans Studio Theme Park di Makassar

Dimensi Tangible (bukti fisik) dalam penelitian ini mencakup kondisi fisik Trans Studio yang terdiri dari sarana dan prasarana yang tersedia bagi pengunjung. Bagi pengunjung penampilan bukti fisik yang langsung terlihat (tangible) merupakan kesan pertama yang pertama kali mereka lihat secara fisik apa yang ada dihadapannya. Dan kesan pertama ini merupakan daya tarik tersendiri yang akan selalu diingat pengunjung apakah pengunjung merasa nyaman dan senang dengan momen tersebut, untuk kemudian menikmati dimensi atau variabel lainnya.

Menurut Zeithmal (2002) Emphaty adalah perhatian individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya. Christopher Lovelock dalam Rangkuti (2004:18) mengatakan karyawan harus memberikan perhatian secara individual kepada konsumen dan mengerti kebutuhan konsumen.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tangible mempunyai pengaruh terhadap Tingkat Kepuasan Pengunjung Trans Studio Theme Park di Makassar. . Yang berarti bahwa semakin tinggi perhatian perusahaan pada variabel tangible, maka akan semakin meningkat pula nilai kualitas yang dirasakan dimana berdampak kepada nilai kepuasan pengunjung Trans Studio Theme Park di Makassar.

Dari kelima variabel bebas (Realibility, Responsiveness, Assurance, Emphaty, dan Tangible) yang digunakan

dalam penelitian ini, variabel Tangible (X5) adalah variabel bebas yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap variabel terikat (kepuasan pengunjung) dibandingkan dengan variabel lainnya (X1, X2, X3, X4). Hal ini terbukti dari kombinasi hasil perhitungan SPSS 15.0 sebagai berikut: 1). Besarnya koefisien regresi variabel bebas X5 (0.155) lebih besar dari koefisien regresi variabel bebas lainnya. 2). Besaran t_{hitung} (1.898) lebih besar dari t_{hitung} variabel bebas lainnya. 3). Tingkat probabilitas (p -level) dengan nilai 0.49.

Dengan demikian maka variabel Tangible merupakan factor penting yang harus mendapat perhatian utama bagi manajemen Trans Studio Theme Park di Makassar, disamping juga variabel lain yang perlu juga mendapat perhatian dalam rangka memberikan pelayanan yang semakin memuaskan kepada pengunjung.

Kepuasan Pengunjung (Y) Trans Studio Theme Park di Makassar

Dari hasil analisis diperoleh nilai R Square (R^2) sebesar 0.082 dan setelah disesuaikan didapatkan nilai adjust Square sebesar 0.058. Hal ini menunjukkan sumbangan atau kontribusi variabel bebas (X1, X2, X3, X4, dan X5) terhadap perubahan variabel terikat Y (Kepuasan pengunjung) sebesar 8.2% dan sisanya sebesar 91.8% disebabkan oleh faktor lain yang tidak masuk dalam indicator penelitian ini.

Kepuasan konsumen menurut Kotler dalam Rangkuti (2008 : 23) merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja yang berada di bawah harapan, sehingga panggan tidak puas. Tapi jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas dan senang. Sedangkan pengertian kepuasan konsumen menurut Engsel dan Pawitra dalam Rangkuti (2008:24), mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Dan salah satu faktor yang

menentukan kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi pelayanan yang dipersepsikan (*perceived service*).

Pembahasan

Konsep *Marketing Public Relations* (MRP) diciptakan untuk menambah atau memberikan nilai bagi produk melalui kemampuan yang unik untuk menunjukkan kredibilitas pesan produk (Ruslan, 2002, p.254). Konsep MPR adalah konsep pemasaran dengan public relations yang dipadukan untuk tujuan pemasaran produk/jasa. Sementara fungsi *Marketing Public Relations* adalah menanamkan kepercayaan pada masyarakat dan pada konsumen akan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Public Relations bekerja sebelum barang diproduksi. Memberikan masukan dan rekomendasi kepada bagian produksi atas kehendak konsumen dan pelayanan yang diberikan. Kemudian public relations akan membuat program yang menjadikan konsumen sebagai pusat kegiatan bisnis perusahaan.

Berkaitan dengan citra, menurut Effendy (2002) "Citra adalah sebagai perwakilan atau representasi secara mental dari sesuatu, baik manusia, benda atau lembaga yang mengandung arti tertentu". Selain itu menurut Sutojo (2004:3), citra perusahaan yang baik dan yang kuat mempunyai manfaat sebagai berikut: a) *Mid and long term sustainable competitive position* (daya saing jangka menengah dan jangka panjang yang mantap). b) *And ins trance for adverse times* (Memberi proteksi selama masa krisis) c) *Attracting the best executive available* (menjadi daya Tarik eksekutif handal). d) *Increasing the affectiveness of marketing instrument* (meningkatkan efektivitas strategi perusahaan). e) *Cost saving* (Penghematan biaya operasional).

Citra dari suatu perusahaan sangat ditentukan oleh perilaku perusahaan sebagai

organisasi (*Organizational Behavior*) dan kinerja perusahaan (*Corporate Performance*). Citra perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan citra atas produk dan layanannya. Citra perusahaan terbentuk atas banyak hal. Hal-hal positif dapat meningkatkan citra perusahaan antara lain adalah sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, keberhasilan-keberhasilan di bidang keuangan yang pernah diraihinya, hubungan industry yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan pekerjaan yang dalam jumlah besar, kesediaan memikul tanggung jawab sosial, komitmen mengadakan riset dan sebagainya. Kuncinya adalah citra perusahaan akan semakin baik apabila kepuasan pengunjung terpenuhi.

1. Pengaruh simultan variabel Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik, terhadap tingkat kepuasan pengunjung Trans Studio Theme Park Makassar

Dari hasil uji statistic diketahui bahwa nilai F_{hitung} dari hasil perhitungan regresi adalah sebesar 2,37. Sehingga dari perhitungan tersebut diketahui bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($3,491 > 2,37$). Maka hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima dengan kata lain bahwa variable bebas reliabilitas (X1), responsiveness (X2), jaminan (X3), emphaty (X4), dan variabel tangible (X5) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y (tingkat kepuasan pengunjung). Besarnya pengaruh dari ke-5 variabel tersebut dapat diketahui dari besarnya nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,082 dengan nilai adjust R square sebesar 0,058. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas tersebut secara bersama (simultan) mempengaruhi variabel terikat sebesar 8,2%.

Sebagaimana diungkapkan Cangara (2008), Komunikasi massa berfungsi untuk menyebarkan informasi, meratakan

pendidikan, merangsang pertumbuhan ekonomi, dan menciptakan kegembiraan dalam hidup seseorang. Sebab itu komunikasi yang dilakukan oleh public relations Trans Studio Theme Park dalam rangka memberikan kepuasan pengunjung dengan indicator Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik, diharapkan mampu memberikan hubungan yang timbal balik baik dari perusahaan sebagai penyedia jasa hiburan maupun pengunjung yang menjadi sasaran dari jasa hiburan yang disediakan oleh Trans Studio Theme Park di Makassar.

Hal ini ditegaskan pula oleh Gruning (1983:26) dimana public relations melakukan kampanye melalui komunikasi dua arah, dan menyampaikan pesan-pesan berdasarkan hasil riset serta strategi komunikasi persuasive public secara ilmiah (scientific persuasive). Unsur kebenaran informasi diperhatikan untuk membujuk public agar mau bekerja sama, bersikap terbuka sesuai harapan organisasi. Sementara teori image building menurut Deloizer (1976), pada dasarnya proses pembentukan citra berawal dari opini public yang terbentuk berdasarkan persepsi yang dimiliki oleh public terhadap lembaga/perusahaan. Sedangkan Effendy (1968:172) mengartikan bahwa Citra adalah sebagai perwakilan atau representasi secara mental dari sesuatu baik manusia benda atau lembaga yang mengandung arti tertentu.

2. Pengaruh secara parsial variabel Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik terhadap tingkat kepuasan pengunjung Trans Studio Theme Park Makassar.

Berdasarkan table statistic t_{tabel} dengan signifikansi (α) = 0,05 dan jumlah data (n) = 202 serta jumlah variabel independent (k) = 5, dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ atau $202 - 5 - 1 = 196$, maka diperoleh $t_{tabel} = 1.645$. Sedangkan t_{hitung} dengan

menggunakan model analisis melalui program SPSS 15.0 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,676. Maka dapat dikatakan bahwa uji t antara variabel bebas dengan variabel terikat signifikan karena nilai t_{hitung} ($4,676 > 1,645$) t_{tabel} .

Sedangkan nilai variabel reabilitas (X1) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,813, variabel responsiveness (X2) nilai t_{hitung} 1,670, variabel assurance (X3) nilai t_{hitung} sebesar 1,808, variabel empathy (X4) nilai t_{hitung} sebesar 1,751, dan variabel tangible (X5) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,898. Nilai t_{hitung} sebesar 1,898. Nilai t_{hitung} dari variabel reabilitas, responsiveness, assurance, empathy dan variabel tangible jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} yang diperoleh sebesar 1,645 maka dapat disimpulkan bahwa nilai t_{hitung} dari variabel reabilitas, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible memiliki nilai lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} sebesar 1,645.

Hal ini berarti bahwa secara parsial (sendiri-sendiri) variabel reabilitas, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible yang merupakan kualitas layanan Trans Studio Theme Park di Makassar berpengaruh terhadap variabel terikat yakni kepuasan pengunjung. Kepuasan konsumen menurut Zeithmal (2002 : 75), dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, situasi, dan faktor pribadi/individu konsumen. Demikian halnya kepuasan yang didapatkan oleh pengunjung Trans Studio Theme Park ditentukan pula oleh pengelola sebagaimana ditegaskan Rangkuti (2008 : 26) bahwa, jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari satu pihak kepada pihak lain.

Sukses suatu industri jasa tergantung pada sejauh mana perusahaan mampu mengelola ketiga aspek diantaranya: 1) Janji perusahaan mengenai jasa yang akan disampaikan kepada pelanggan. 2)

Kemampuan perusahaan untuk membuat karyawan mampu memenuhi janji tersebut. 3) Kemampuan karyawan untuk menyampaikan janji tersebut kepada pelanggan.

Sebab itu pelayanan Trans Studio Theme Park kepada pengunjung disamping dipengaruhi kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang baik kepada pengunjung, ditentukan pula kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan kriteria yang ditetapkan perusahaan, sehingga pengunjung mendapatkan tingkat kepuasan yang tinggi pula yang pada akhirnya memberikan citra yang baik kepada Trans Studio Theme Park di Makassar.

Kesimpulan

Berdasarkan analisis atas hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan yang dikemukakan pada bab terdahulu, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel bebas Reliability, Responsiveness, Assurance Empathy, dan Tangible mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yakni kepuasan pengunjung Trans Studio Theme Park yang dibuktikan dengan hasil analisis statistic regresi linier berganda. Yang ditunjukkan oleh koefisien regresi, nilai t_{hitung} dan F_{hitung} dan tingkat signifikansi yang ditunjukkan oleh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Kepuasan yang diperoleh pengunjung karena perusahaan mampu memberikan pelayanan/service yang baik sehingga mampu menjaga citra baik di mata masyarakat. Sebagaimana diungkapkan Delozier (1976:49) proses pembentukan citra berawal dari opini publik yang terbentuk berdasarkan persepsi yang dimiliki oleh public terhadap lembaga/perusahaan. karena citra baik

Trans Studio Theme Park dalam memberikan kualitas layanan kepada pengunjung, maka masyarakat tidak ragu untuk memanfaatkan jasa hiburan yang disediakan.

2. Secara simultan (bersamaan) terbukti bahwa variabel Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangible berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Trans Studio Theme Park di Makassar. Kualitas layanan Trans Studio Theme Park yang tercipta dengan baik kepada pengunjung senada pula dengan model Kualitas Pelayanan dari Brady dan Cronin yang menggambarkan bahwa suatu konsep kualitas layanan pada dasarnya ditentukan oleh adanya jasa yang diharapkan dan jasa yang dipersepsikan, tergantung pada citra yang terbentuk di masyarakat.
3. Secara parsial (sendiri-sendiri) terbukti bahwa variabel Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangible berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Trans Studio Theme Park di Makassar, Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji t_{hitung} (uji secara parsial) yang mempunyai nilai signifikan terhadap variabel bebas kepuasan pengunjung Trans Studio Theme Park di Makassar. Kualitas layanan yang baik ditentukan pula oleh peran public relations yang mampu mengomunikasikan antara kepentingan perusahaan dengan kepentingan pengunjung untuk mendapatkan pelayanan yang baik. Sebagaimana model Two Way Asymmetrical menurut Gruning (1983:26) dimana dalam model ini masalah feedback dan feedforward dari pihak public diperhatikan, serta berkaitan dengan informasi mengenai khalayak diperlukan sebelum melaksanakan komunikasi. Maka kekuatan, membangun hubungan (relationship) dan pengambilan

inisiatif selalu didominasi oleh si pengirim (source) yaitu pengelola Trans Studio Theme Park di Makassar.

Daftar Rujukan

- Abadi, Saka. 1996. *Marketing Public Relations*. Lembaga Manajemen UI. Jakarta.
- Anggoro, M. Linggar, 2002. *Teori dan Profesi Kehumasan serta aplikasinya Di Indonesia*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Brady and Cronin, 2001. *Perceived Service Quality*, McGraw Hill Companies, Inc. USA. (Diterjemahkan oleh Purwoko).
- Cangara, Hafied. 2008. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Dolozier, M. Wayne, the Communication Process, McGraw Hull inc., Kogekusha, 1976.
- Grunig, James E. 1992. *Excellent in Public Relations & Communication Management*. New Jersey: Lawrence Associate, Inc. Publisher.
- Kasali, Rhenald. 1994. *Management Public Relation Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Pustaka Utama Grafiti. Jakarta.
- Kotler, Philip, Keller Kevin Lane. 2006. *Marketing Manajemen*, 12th, edition. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Muhidin, Ali sambas. Maman Abdurahman, 2007. *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian*, Bandung. Pustaka.
- Mulayana, Deddy. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi. Contoh-contoh penelitian kualitatif dengan pendekatan praktis*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Nove, Firsan. 2009. *Crisis Public Relations*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta.
- Partino, HR. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Pustaka Mahasiswa. Jogjakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *The Power of Brand: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.