

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN TARIF MASUK
TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG**

(Studi Kasus di Planetarium UIN Walisongo Semarang)

SKRIPSI

Program Sarjana (S-1)

Jurusan Manajemen Dakwah



Oleh:

SHOVIA RAHAYU

2001036086

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

2025



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185
Telepon (024) 7606405, Faksimili (024) 7606405, Website : www.fakdakom.walisongo.ac.id

NOTA PEMBIMBING

Lampiran : 5 (Lima) ekslembar
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Walisongo Semarang

Di Semarang.

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi, dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Shovia Rahayu

NIM : 2001036086

Jurusan : Manajemen Dakwah

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tarif Masuk Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus di Planetarium UIN Walisongo Semarang)

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan. Demikian atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Semarang, 11 Februari 2025

Pembimbing,

Enia Mutiara Savitri, S.E, M.M.

NIP: 199005072019032011



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK
INDONESIA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
WALISONGO SEMARANG FAKULTAS DAKWAH DAN
KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185
Telepon (024) 7606405, Faksimili (024) 7606405, Website : www.fakdakom.walisongo.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tarif Masuk Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus di Planetarium UIN Walisongo Semarang)

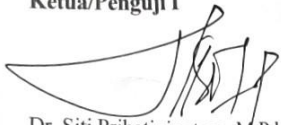
Oleh:

Shovia Rahayu

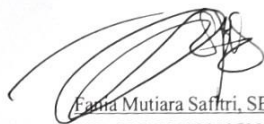
2001036086

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 24 Maret 2025 dan dinyatakan
LULUS memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Susunan Dewan Penguji

Ketua/Penguji I


Dr. Siti Prihatiningtyas, M.Pd.
NIP. 196708231993032003

Sekretaris/Penguji II


Fania Mutiara Safitri, SE., MM
NIP. 199005072019032011

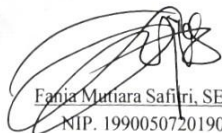
Penguji III


Drs. H. Nurbini, M.S.I.
NIP. 196809181993031004

Penguji IV


Zainurrahmah, M.A.
NIP. 199206242020122008

Mengetahui,
Pembimbing


Fania Mutiara Safitri, SE., MM
NIP. 199005072019032011

Disahkan Oleh
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi


Prof. Dr. Mohs Fauzi, M.Ag.
NIP. 197205171998031003

PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Shovia Rahayu

NIM : 2001036086

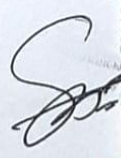
Program : S1 Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Program studi : Manajemen Dakwah

Judul Skripsi : Pengaruh kualitas pelayanan dan tarif masuk terhadap kepuasan pengunjung (studi kasus di Planetarium UIN Walisongo Semarang)

Dengan demikian penuh tanggung jawab dan kejujuran, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak pernah ditulis oleh orang lain. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pemikiran-pemikiran lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 11 Februari 2025

 
Shovia Rahayu

NIM. 2001036086

NASKAH MUNAQOSAH

Judul Skripsi	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tarif Masuk Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus di Planetarium UIN Walisongo Semarang)
Hari, Tanggal Ujian	Senin, 24 Maret 2025
Tempat Ujian	R. Sidang Utama FDK
Dosen Pembimbing	Fania Mutiara Safitri, SE., MSI.
Dosen Penguji 1	Dr. Hj. Siti Prihatiningtyas, M.Pd.
Dosen Penguji 2	Fania Mutiara Safitri, SE., MSI.
Dosen Penguji 3	Drs. H. Nurbini, M.S.I.
Dosen Penguji 4	Zainurrakhmah, M.A.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrahim

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji Syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tarif Masuk Terhadap Kepuasan Pengunjung (Study Kasus di Planetarium UIN Walisongo Semarang)”. Sholawat serta salam peneliti haturkan kepada baginda agung Nabi Muhammad SAW intannya Kota Mekkah dan mutiaranya Kota Madinah, yang bergelar Al-Amin, yang berjalan diatas darah dan bernafas diujung tombak untuk menyelamatkan umatnya dari kebodohan hingga menjadi umat yang memiliki pengetahuan dan intelektual.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial SI (S.Sos) pada jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan Syukur atas Rahmat dan karunia Allah SWT dan berbagai pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap penulis dalam menyelesaikan skripsi ini hingga selesai. Untuk itu, penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Nizar, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang beserta staf dan jajarannya yang telah memberikan izin pada peneliti untuk menimba ilmu dan menyelesaikan karya ilmiah ini.
2. Prof. Dr. H. Moh Fauzi, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, serta semua dosen dan staf di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk menyelesaikan karya ilmiah ini.
3. Bapak Dr. Dedy Susanto S.Sos.I., M.S.I selaku ketua jurusan manajemen dakwah dan bapak Lukmanul Hakim, M.Sc. selaku sekretaris jurusan manajemen dakwah, yang telah memotivasi peneliti.

4. Ibu Fania Mutiara Savitri, M.M. Sebagai pembimbing dan juga wali studi mulai dari semester 1 hingga pada penulisan skripsi, yang telah membimbing penulis dengan sabar dan teliti dalam mengerjakan skripsi ini.
5. Kedua orang tua penulis, Bapak Haryono dan Ibu Endang Susilowati yang telah memberikan begitu banyak dukungan moril dan materil kepada penulis dan senantiasa memberikan doa. Kasih sayang, motivasi yang sangat berharga.
6. Adikku tersayang Siti Yumaeroh terimakasih telah memberikan motivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Pakde Dede Hamdhan dan budeku Wahyuningsih, budeku Molyani, pakde Waryanto, mas Saeful, mbak Regita, mas Syahrul. Yang selalu memberi motivasi, semangat doa pada penulis.
8. Teruntuk diriku sendiri, Shovia Rahayu terimakasih untuk segala kerja keras dan semangatnya, apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang dimulai. Dirimu sangat berarti dan layak bahagia, jangan pernah padam.
9. Teman-temanku, Dwi Tri Wahyuni, Septy, Ninis, Kamal, Ammar, Bayu Ade, Ghofur dan seluruh teman kelas MDC 20, terimakasih karena telah menjadi teman selama penulis di UIN Walisongo.
10. Kepada Pengurus dan Volunter Planetarium UIN Walisongo yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di Planetarium UIN Walisongo Semarang.
11. Untuk calon imamku yang masih dirahasiakan Allah semoga kita cepat dipertemukan.
12. Serta seluruh pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis sangat berterimakasih dengan dukungan dan do'a yang telah mereka berikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. penulis hanya bisa berdoa semoga kebaikan mereka mendapat balasan dari Allah SWT. Dengan balasan yang lebih dari yang sudah

mereka berikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu penulis meminta masukan untuk perbaikan. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Semarang, 25 Desember 2024
Penulis

Shovia Rahayu
NIM. 2001036086

PERSEMBAHAN

Selesainya penyusunan skripsi yang dilakukan oleh penulis pastinya tidak terlepas dari bantuan spiritual, formal dan materil kepada penulis. Maka dari itu dengan kebanggaan yang tak terhingga penulis mempersembahkan karya ini untuk orang yang luar biasa:

1. Untuk kedua orang tuaku, Bapak Haryono dan Ibu Endang Susilowati yang selalu memberikan seluruh cinta kasih dan sayang serta do'a, motivasi, ilmu, dan selalu memberikan yang terbaik kepadak saya sehingga saya mendapatkan pendidikan sampai saat ini.
2. Adikku Siti Yumaeroh yang secara tidak langsung memotivasi penulis untuk menjadi sosok yang tangguh dalam keadaan apapun.
3. Guru-guru dan dosen-dosen penulis yang telah memberikan ilmunya yang tidak dapat disebutkan satu persatu
4. Almamater tercinta UIN Walisongo Semarang dan seluruh civitas Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

MOTTO

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ (٧) وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ (٨)

”Barang siapa yang mengerjakan kebaikan seberat biji dzarrah, dia akan melihat (balasan)nya, dan barang siapa yang mengerjakan kejahatan sebesar biji dzarrah, niscaya ia akan melihat balasannya pula”

(QS. Az-Zalzalah ayat 7 dan 8)

ABSTRAK

Shovia Rahayu. (2001036086). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tarif Masuk Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus di Planetarium UIN Walisongo Semarang). Skripsi. Semarang: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan tarif masuk terhadap kepuasan pengunjung di Planetarium UIN Walisongo Semarang. Planetarium sebagai salah satu destinasi edukasi dan wisata memegang peranan penting dalam memberikan pengalaman yang berkualitas kepada pengunjung, sehingga kepuasan mereka dapat terjaga. Kualitas pelayanan dan tarif masuk yang sesuai menjadi faktor krusial yang menentukan tingkat kepuasan pengunjung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 99 responden yang merupakan pengunjung Planetarium UIN Walisongo Semarang. Analisis data dilakukan menggunakan metode regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan dan tarif masuk terhadap kepuasan pengunjung, baik secara parsial maupun simultan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengunjung. Tarif masuk juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, yang menunjukkan bahwa tarif yang terjangkau dan sesuai dengan fasilitas yang diberikan dapat meningkatkan kepuasan. Secara simultan, kualitas pelayanan dan tarif masuk berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Planetarium UIN Walisongo Semarang.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, tarif masuk, kepuasan pengunjung.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
NOTA PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN MUNAQOSAH.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
NASKAH MUNAQOSAH.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
PERSEMBAHAN.....	ix
MOTTO.....	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Tinjauan Pustaka.....	10
BAB II KERANGKA TEORI	
A. Deskripsi Teori.....	14
1. Kepuasan Pengunjung.....	14
a. Pengertian Kepuasan Pengunjung.....	14
b. Faktor - faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung.....	15
c. Indikator kepuasan pelanggan.....	
2. Kualitas Pelayanan.....	17
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	17
b. Unsur- unsur kualitas pelayanan.....	19
c. Indikator Kualitas Pelayanan.....	22
3. Tarif Masuk.....	23

a. Pengertian Tarif Masuk.....	23
b. Indikator Tarif Masuk.....	24
B. Kerangka Berfikir.....	25
C. Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Pendekatan Penelitian.....	28
B. Definisi Konseptual.....	29
C. Definisi Operasional.....	30
D. Data, Jenis Data dan Sumber Data.....	30
E. Populasi dan Sampel.....	31
F. Teknik Pengumpulan Data.....	33
G. Uji Keabsahan Data.....	35
H. Uji Asumsi Klasik.....	36
BAB IV GAMBARAN UMUM PLANETARIUM UIN WALISONGO	
i. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	40
1. Planetarium UIN Walisongo Semarang.....	40
2. Pelayanan Pengunjung Planetarium Uin Walisongo.....	42
3. Gambaran Umum Kualitas Pelayanan, Tarif Masuk Kepuasan Pengunjung.....	43
BAB V ANALISIS HASIL PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN TARIF MASUK TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG	
i. Gambaran Umum Responden.....	45
1. Jenis Kelamin.....	45
2. Usia.....	45
3. Pekerjaan.....	46
ii. Hasil Pengujian Instrument Penelitian.....	47
1. Uji Validitas.....	47
2. Uji Reliabilitas.....	47
iii. Uji Asumsi Klasik.....	48
1. Uji Normalitas.....	48

2. Uji Multikolinearitas.....	49
3. Uji Heteroskedastitas.....	50
iv. Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
v. Uji Hipotesis.....	
1. Uji T.....	52
2. Uji F.....	52
3. Koefisien Determinasi.....	53
vi. Pembahasan.....	54
BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	58
B. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Jumlah Kunjungan Wisatawan Menurut Jenis Wisatawan di Kota Semarang Pada Tahun 2020-2022.....	1
Tabel 3.1	Definisi Operasional.....	30
Tabel 3.2	Skala Likert.....	34
Tabel 4.1	Statistik Deskriptif.....	43
Table 5.1	Klasifikasi Berdasarkan Gender.....	45
Table 5.2	Klasifikasi Berdasarkan Usia.....	45
Table 5.3	Klasifikasi Berdasarkan Pekerjaan.....	46
Table 5.4	Uji Validitas.....	47
Tabel 5.5	Uji reliabilitas.....	48
Tabel 5.6	Uji Normalitas.....	49
Tabel 5.7	Uji Multikolinearitas.....	50
Tabel 5.8	Uji Heterokedasitas.....	51
Tabel 5.9	Regresi Linear Berganda.....	52
Tabel 5.10	Uji T.....	52
Tabel 5.11	Uji F.....	53
Tabel 5.12	Uji Koefisien Determinasi.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berfikir.....	25
Gambar 4.1	Lokasi planetarium UIN Walisongo.....	41
Gambar 4.2	Resepsionis.....	42
Gambar 4.3	Ruang Optik.....	42
Gambar 4.4	Proyektor.....	43
Gambar 4.5	Komputer Digistar 6.....	43
Gambar 4.6	Audio Digistar 6.....	44
Gambar 4.7	Tempat duduk di ruang show.....	44
Gambar 4.8	Dome.....	46
Gambar 4.9	Ruang Optik.....	46
Gambar 5.1	Uji Normalitas P-Plot.....	47
Gambar 5.2	Uji Scatterplot Heteroskedastisitas.....	51

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Objek wisata merupakan tempat yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga memiliki daya tarik bagi orang untuk mengunjungi tempat tersebut.¹ Pengelolaan objek wisata ini meliputi banyak aspek pendukung industri pariwisata, oleh karena itu penilaian wisatawan bukan hanya terletak pada fasilitas tetapi beberapa faktor lain yang berhubungan dengan keberadaan sebuah objek wisata. Seluruh kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan akan berakhir pada nilai yang diberikan oleh pengunjung mengenai kepuasan yang dirasakan. Setiap daerah akan menunjukkan potensi dan keunggulan yang dimiliki untuk menarik wisatawan berkunjung. Salah satunya daerah yang berusaha memperlihatkan potensi dan keunggulannya adalah kota Semarang.

**Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Menurut Jenis Wisatawan
di Kota Semarang Pada Tahun 2020-2022²**

Jenis Wisatawan	Jumlah Pengunjung (Jiwa)		
	2020	2021	2022
Kota Semarang	3 266 931	2 663 761	5 343 151
Wisatawan Mancanegara	6 628	77	4 918
Wisatawan Nusantara	3 260 303	2 663 684	5 338 233

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Semarang

Data di atas adalah data dari BPS jumlah wisatawan pada tahun 2020-2022. Menunjukkan bahwa pada tahun 2020 memiliki jumlah wisatawan

¹ Kadek Suarnayasa and Iyus Ahmad Haris, 'Persepsi Wisatawan Terhadap Keberadaan Objek Wisata Air Terjun Di Dusun Jembong', *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9.2 (2019), 473., hal 447

² Dilihat pada :Tim Badan Pusat Statistik, www.bps.go.id diakses pada 2 Mei 2023 jam 13.29

sejumlah 3.266.931 dengan jumlah wisatawan mancanegara sebanyak 6.628 jiwa dan wisatawan nusantara sebanyak 3.260.303 jiwa, di tahun 2021 mengalami penurunan jumlah wisatawan menjadi 2.663.761 jiwa dengan jumlah wisatawan mancanegara sebanyak 77 jiwa dan wisatawan nusantara sebanyak 2.663.684 jiwa, pada tahun 2023 mengalami kenaikan jumlah wisatawan menjadi 5.343.151 jiwa dengan wisatawan mancanegara sebanyak 4.918 jiwa dan wisatawan nusantara sebanyak 5.338.233 jiwa.

Minat wisatawan yang semakin meningkat membuat banyak perusahaan maupun swasta berlomba-lomba membuat tempat wisata untuk dijadikan sumber pendapatan yang menggiurkan. Banyak organisasi menggunakan berbagai strategi untuk meningkatkan pangsa pasar, salah satunya melalui strategi kualitas. Perusahaan saling berkompetisi meningkatkan kualitas produknya dengan tujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan pelanggan sasaran. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen, pengelola tempat wisata harus memperhatikan beberapa faktor seperti pelayanan, obyek dan daya tarik wisata serta fasilitas. Pemberian pelayanan yang baik kepada wisatawan oleh suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan wisatawan. Apabila wisatawan merasa puas, mereka akan berkunjung ulang dan merekomendasikan kepada orang lain untuk berkunjung di tempat yang sama.

Menurut Kotler dan Keller bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan³. Dari pandangan tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan sangatlah diperlukan untuk membuat pengunjung ataupun pelanggan merasa senang dan dapat berkunjung kembali ke sana, artinya kepuasan konsumen ialah sejauh mana kinerja produk atau jasa memenuhi harapan pembeli, konsumen akan merasa puas bila produk atau jasa yang digunakan sesuai yang diharapkan dan

³ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1* (PT Indeks, 2008), hal 177

sebaliknya konsumen akan tidak puas bila produk atau jasa yang digunakan tidak sesuai harapan konsumen.

Kepuasan pengunjung memberikan dampak yang besar bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa karena perusahaan jasa berhubungan langsung dengan pengunjung. Pengunjung menentukan kelangsungan hidup perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Karena semakin banyak pengunjung maka semakin banyak pula pendapatan perusahaan dan juga sebaliknya semakin sedikit pengunjung akan semakin sedikit juga pendapatan perusahaan.

Menurut Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti Aksa, menyebutkan ada beberapa faktor pendorong dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, antara lain: (1) Kualitas produk, konsumen akan puas bila produk yang mereka gunakan berkualitas baik. (2) Kualitas pelayanan, konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. (3) Emosional, yaitu konsumen akan merasa puas dan yakin bahwa orang lain akan mengaguminya bila menggunakan merek tertentu, sehingga membuatnya mengalami tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk, tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap suatu merek tertentu (4) Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang lebih murah akan memberi nilai yang tinggi kepada pelanggannya. (5) Biaya dan Kemudahan, konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu untuk mendapatkan produk, cenderung puas terhadap produk atau jasa.⁴

Kelima faktor tersebut memiliki peran penting untuk memberikan kepuasan konsumen sehingga akan berdampak baik bagi perusahaan, dengan konsumen yang merasa puas akan membuat pengguna jasa menjadi pelanggan setia perusahaan dan akan merekomendasikan perusahaan tersebut kepada orang di sekitarnya untuk menggunakan jasa pada tempat yang sama.⁵ Untuk itu perusahaan ataupun perseorangan pemilik tempat wisata tentunya harus

⁴ Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti Aksa, *Teori Dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*, ed. by Risma Sikumbang (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011)., hal 117-118

⁵ Hendy Irawan Juwandi, *Kepuasan Pelayanan Jasa*, (Jakarta: Erlangga, 2004)., hal 97

tanggap atas apa yang akan dilakukan agar pelanggan merasa puas dan dapat mengunjungi kembali.

Harga merupakan salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan. Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Selain dalam memberikan harga yang murah, tentunya faktor dari pada kualitas pelayanan juga harus diperhatikan mengingat kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini didasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Resty Avita Haryanto yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan⁶. Pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan⁷ Menurut J. Supranto kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik.⁸ Pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. Artinya pelanggan akan merasa puas dan menjadi pelanggan, lebih dari itu pelanggan akan merekomendasikan kepada pihak lain, sehingga menjadi ajang promosi gratis bagi perusahaan.⁹ Jadi semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin besar pula kepuasan dari pengunjung atau pelanggan.

Kualitas pelayanan erat hubungannya dengan kepuasan pelanggan ini sesuai definisi secara sederhana sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui jasa yang dikonsumsi. Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang maupun jasa. Jangan

⁶ Resty Avita Haryanto, 'Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mcdonald's Manado', *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1.4 (2013), 1465–73 .

⁷Kasmir, "Customer Services Excellent." *Depok: Raja Grafindo Persada* (2017)., hal 64

⁸ J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2006)., hal 230

⁹ Khasmir, Jakfar, *Study Kelayakan Bisnis: Edisi Revisi*, (Jakarta: Kencana, 2003), hal. 62

memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Al-Qur'an dalam surah Al Baqarah ayat 267 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya : *Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Ketahuilah bahwa Allah Mahakaya lagi Maha Terpuji.*¹⁰

Dari ayat di atas menyampaikan pesan yang mendalam mengenai kualitas pelayanan dan pemberian yang dilakukan oleh seorang mukmin. Dalam ayat ini, Allah memerintahkan orang-orang beriman untuk menginfakkan sebagian dari harta terbaik yang mereka peroleh, baik dari usaha pribadi maupun hasil bumi yang telah Allah limpahkan kepada mereka. Allah menegaskan bahwa sedekah atau pemberian yang dilakukan tidak boleh berasal dari sesuatu yang buruk, jelek, atau rendah mutunya, yaitu sesuatu yang bahkan mereka sendiri enggan menerimanya kecuali dengan menutup mata atau enggan. Ayat ini mengajarkan bahwa pelayanan kepada orang lain harus dilandasi oleh keikhlasan, rasa hormat, dan kepedulian terhadap orang yang menerimanya. Memberikan sesuatu yang berkualitas rendah atau tidak layak menunjukkan kepuasan yang diberikan kepada orang lain dan rezeki yang Allah berikan. Allah mengingatkan bahwa Dia Maha Kaya dan tidak perlu memberi manusia, sehingga memberikan yang asal-asal. Kesimpulannya, ayat ini menjadi pedoman bagi setiap mukmin dalam memberikan pelayanan dan sedekah kepada sesama. Allah mengajarkan agar pelayanan dilakukan dengan penuh kesungguhan dan kualitas yang baik, mencerminkan keikhlasan hati,

¹⁰ Dilihat pada aplikasi My Qur'an versi 5.3.99 Q.S Al-Baqarah ayat 267, diakses pada Kamis, 9 Mei 2024 pukul 09.40 WIB di Semarang.

rasa syukur atas nikmat yang diberikan, dan keinginan untuk memberikan manfaat yang nyata kepada orang lain. Dengan memberikan yang terbaik, seorang mukmin tidak hanya mendapatkan keberkahan dalam hartanya tetapi juga meningkatkan kualitas ibadahnya serta mempererat hubungan sosial dengan masyarakat. Ayat ini juga mengingatkan bahwa pelayanan yang dilakukan mencerminkan nilai dan karakter seseorang.

Kepuasan wisatawan juga dipengaruhi oleh tarif masuk objek wisata. Menurut Sulistyana tarif adalah jumlah komponen-komponen dari biaya atraksi wisata, biaya angkutan dan biaya fasilitas.¹¹ Menurut Zeithmal, semakin murah harga, semakin besar nilainya.¹² Harga yang murah maka wisatawan akan merasa dengan mengkonsumsi jasa tersebut akan mampu memberikan kepuasan.¹³

Planetarium sebagai wadah edukasi dapat meningkatkan minat masyarakat untuk mempelajari benda langit dan fenomena alam. Sekaligus sebagai objek wisata yang tidak hanya sebagai sarana hiburan namun juga dapat menambah ilmu pengetahuan, Planetarium UIN Walisongo Semarang merupakan planetarium universitas terbesar peringkat tiga di dunia, setelah planetarium di Afrika Selatan dan Oman, Uni Emirat Arab (UEA) dengan diameter mencapai 18m. Lokasi planetarium ini terletak di UIN Walisongo. Gedung planetarium UIN Walisongo sekaligus menggabungkan fungsi observatorium dan planetarium, sebagai tempat edukasi sekaligus destinasi wisata, di Jawa Tengah, di Indonesia, bahkan dunia.¹⁴

Planetarium merupakan bangunan berkubah setengah lingkaran untuk memperlihatkan susunan dan Gerakan bintang-bintang di langit. Layaknya

¹¹ Rezki Teguh Sulistiyana, Djamhur Hamid, Devi Farah Azizah, Pengaruh fasilitas wisata dan harga terhadap kepuasan konsumen (Studi pada Museum Satwa). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 25(2). (2015)

¹² Zeithaml dkk, *Services Marketing : Integrating Customer Focus Across the Firm* (4th edition). (Singapore : Mcgraw Hill, 2006), hal. 235

¹³ Mawaddah, 'Pengaruh Aksesibilitas Dan Tarif Masuk Objek Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Objek Wisata Danau Cibogas', *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 03.02 (2021), 230–49.

¹⁴ Universitas Islam Negeri Walisongo. (2024). Laboratorium dan Planetarium. Diakses pada 20 September 2024 dari <https://walisongo.ac.id/laboratorium-planetarium/>

sebuah gedung bioskop, sebagai tempat menonton pertunjukan film dengan menggunakan layar lebar. Sehingga penonton seolah-olah berada di tengah-tengah bola langit. Sedangkan observatorium merupakan bangunan yang dilengkapi alat-alat seperti teleskop, teropong bintang, dan peralatan-peralatan lain untuk keperluan pengamatan dan penelitian ilmiah perbintangan. Planetarium merupakan sarana wisata pendidikan yang menyajikan pertunjukan atau menggambarkan peredaran dan letak planet-planet dalam tata surya, termasuk letak matahari yang menjadi pusat peredaran dengan menggunakan proyektor. Planetarium adalah sebuah ruang dengan sebuah alat proyeksi yang secara akurat menggambarkan bintang-bintang dan planet-planet di setiap waktu baik masa lalu, masa sekarang maupun masa yang akan datang dari bagian bumi atau angkasa manapun. Planetarium merupakan tempat yang dirancang khusus, berkubah dan dilengkapi dengan peralatan optikal-mekanik untuk memperagakan suatu pertunjukan tentang luar angkasa untuk tujuan pendidikan.¹⁵ Planetarium dan observatorium juga tak hanya bersifat edukasi melainkan bersifat rekreasi dimana kita bisa rekreasi sambil belajar, konsep ini dinamakan *edutainment* atau *educative and entertainment*.¹⁶

Planetarium UIN Walisongo Semarang merupakan salah satu destinasi wisata edukatif yang menawarkan pengalaman unik dalam bidang astronomi. Sebagai bagian dari universitas, planetarium ini tidak hanya melayani kebutuhan akademik, tetapi juga terbuka untuk umum. Dalam upaya meningkatkan kunjungan dan kepuasan pengunjung, penting bagi pengelola planetarium untuk memahami bagaimana kualitas pelayanan dan tarif masuk yang ditetapkan dapat mempengaruhi persepsi dan tingkat kepuasan pengunjung. Kualitas pelayanan mencakup berbagai aspek seperti keramahan staf, fasilitas yang tersedia, kebersihan, serta informasi yang disediakan mengenai atraksi yang ditampilkan. Pelayanan yang prima diharapkan dapat

¹⁵ Ketut Gede Turangga, I Gede Mahendra Darmawiguna, and Dewa Gede Hendra Divayana, 'Pengembangan Aplikasi Planetarium Berbasis Virtual Reality', *Jurnal Nasional Pendidikan Teknik Informatika (JANAPATI)*, 7.2 (2018), 207.

¹⁶ Kawinda Trya Estherlita, Pierre H. Gosal, and Hendrick H. Karongkong, 'Planetarium Dan Observatorium Di Manado "Konsepsi Tata Surya Dalam Gubahan Bentuk Dan Ruang Arsitektural', *Jurnal Arsitektur Daseng*, 6.1 (2017), 61–70.

memberikan kenyamanan dan pengalaman berkesan bagi pengunjung. Di sisi lain, tarif masuk yang kompetitif dan terjangkau menjadi faktor penting yang dapat menentukan keputusan pengunjung dalam memilih destinasi wisata.

Penelitian ini dilakukan untuk mengeksplorasi bagaimana kualitas pelayanan dan tarif masuk memengaruhi kepuasan pengunjung di Planetarium UIN Walisongo Semarang. Planetarium ini memiliki peran penting sebagai sarana edukasi dan rekreasi, yang tidak hanya menyajikan hiburan, tetapi juga memberikan nilai pendidikan, khususnya dalam bidang astronomi. Terlebih, terdapat peran lain planetarium yang dijadikan sarana promosi lembaga islam khususnya UIN Walisongo semarang agar dapat dikenal masyarakat luas. Sebagai sebuah institusi pendidikan yang memiliki status wisata edukasi, menjaga kepuasan pengunjung menjadi hal yang sangat penting untuk memastikan planetarium tetap relevan dan diminati oleh masyarakat, terutama dalam mendukung peningkatan literasi ilmiah.

Dalam era modern, dakwah tidak hanya disampaikan melalui ceramah atau kegiatan keagamaan semata, tetapi juga melalui berbagai media dan institusi edukatif yang dapat menjangkau masyarakat luas. Salah satu contohnya adalah Planetarium UIN Walisongo Semarang yang menjadi sarana edukasi sekaligus media dakwah kontemporer. Sebagai bagian dari lembaga keislaman, planetarium ini tidak hanya memiliki fungsi ilmiah, tetapi juga mengemban misi dakwah melalui pendekatan sains dan teknologi. Oleh karena itu, penting untuk mengelola lembaga ini secara profesional, terutama dalam hal pelayanan kepada pengunjung. Kualitas pelayanan dan kebijakan tarif masuk menjadi dua aspek yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, yang pada gilirannya mencerminkan keberhasilan lembaga dalam menjalankan fungsinya sebagai media dakwah.

Penelitian yang ini relevan dengan jurusan Manajemen Dakwah karena mencerminkan penerapan ilmu manajemen dalam konteks lembaga dakwah. Fokus penelitian ini sejalan dengan tujuan Manajemen Dakwah, yaitu menciptakan sistem pengelolaan yang efektif, efisien, dan berorientasi pada pelayanan publik berbasis nilai-nilai Islam. Melalui penelitian ini, diharapkan

dapat ditemukan strategi pengelolaan yang tepat untuk meningkatkan kualitas layanan dan memperkuat peran planetarium sebagai sarana dakwah edukatif yang menyenangkan dan membangun.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas penulis memandang penting untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan tarif masuk terhadap kepuasan pengunjung. Karena hal ini didasarkan pada hasil wawancara saya dan ulasan google bahwa teori dengan fakta di lapangan berbeda. Untuk itu penelitian ini mengambil judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tarif Masuk Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus di Planetarium UIN Walisongo Semarang)**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Planetarium UIN Walisongo Semarang?
2. Apakah tarif masuk berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Planetarium UIN Walisongo Semarang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Planetarium UIN Walisongo Semarang.
2. Untuk mengetahui pengaruh tarif masuk terhadap kepuasan pengunjung Planetarium UIN Walisongo Semarang.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan di atas yang telah dijelaskan, maka manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Secara teoritis. Dari penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam ilmu manajemen dakwah, khususnya kepariwisataan, dan sumber referensi agenda penelitian mendatang
2. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam mengembangkan aspek-aspek mengenai kualitas pelayanan dan tarif masuk dalam meningkatkan kepuasan terhadap pengunjung Planetarium UIN. Manfaat Praktis :
 - a. Bagi pengelola, penelitian ini diharapkan mampu dijadikan bahan acuan sebagai bahan evaluasi kedepannya untuk terus mengembangkan Planetarium UIN Walisongo sebagai tempat yang menarik dan ramai pengunjungnya.
 - b. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan memberikan suatu wawasan atau gagasan dalam pemilihan produk untuk memenuhi kepuasan konsumen tersebut.

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian dengan judul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tarif Masuk Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus Di Planetariu UIN Walisongo Semarang)*”, Belum ada yang melakukan penelitian sebelumnya. Peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang ada persamaannya dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Maka dari itu peneliti ini mengacu pada penelitian terdahulu yaitu:

Pertama Penelitian Fahmy Wijaya dan Sujana Tahun 2020 yang berjudul: “*Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Word Of Mouth (Studi Kasus Pada The Jungle Waterpark Bogor)*.” Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan serta dampaknya terhadap *Word of Mouth* pada *The Jungle Waterpark*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survey yaitu pengambilan metode dengan cara mengambil sampel dari satu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data pokok. Hasil dari penelitian ini menunjukkan: (1) variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *the jungle waterpark*. (2) persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *the jungle waterpark*. (3) kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap *word of mouth*.

Penelitian ini memiliki perbedaan dan persamaan terhadap penelitian yang akan dilakukan. Persamaan antara penelitian yang ditulis oleh Fahmy Wijaya dan Sujana dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama meneliti terkait kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pengunjung. Sedangkan pebedaannya ialah objek atau tempat penelitian yang akan diteliti terhadap kepuasan pengunjung.

Kedua, Penelitian Taufiek Hendri Setyawan tahun 2021 yang berjudul: “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung (Study Kasus Padaunit Usaha Taman Ria Demak)*”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitaif dengan pendekatan survey yaitu

pengambilan metode dengan cara mengambil sampel dari satu populasi dengan menggunakan kuisisioner sebagai alat pengumpulan data pokok, model skala kuesioner yang digunakan adalah model likert. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa kualitas pelayanan merupakan variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga secara bersama-sama kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Taman Ria Demak. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti terkait kualitas pelayanan harga, perbedaannya yaitu obyek penelitian yang dilakukan.

Ketiga, Penelitian Ilham Masda Priotomo pada tahun 2020 yang berjudul *“Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung (Studi Kasus di Museum Motor Antik dan Kolam Renang Cak Soen kabupaten Ngawi)”* Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, instrumen penelitian dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Teknik analisis datanya menggunakan regresi linier sederhana dan regresi linier berganda. Teknik untuk memperoleh data menggunakan penyebaran kuesioner dan dengan gambar analisis data menggunakan bantuan software SPSS versi 21. Metode analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, korelasi, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F. Penelitian ini memperoleh hasil ; 1. Variabel Harga (X1) bertanda positif, artinya Harga (X1) berbanding lurus atau searah terhadap Kepuasan Pengunjung. Hasil uji t diketahui nilai signifikansi adalah $0,000 < 0,05$ artinya Harga berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pengunjung. Nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,126 artinya kontribusi variabel (X1) mempengaruhi (Y) sebesar 12,6%, sehingga hipotesis pertama diterima. 2. variabel Kualitas Pelayanan (X2) bertanda positif, artinya Kualitas Pelayanan (X2) berbanding lurus atau searah terhadap Kepuasan Pengunjung. Hasil uji t diketahui nilai signifikansi adalah $0,000 < 0,05$ artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pengunjung. Nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,143 artinya kontribusi variabel (X2) mempengaruhi (Y) sebesar 14,3% sehingga hipotesis

kedua diterima. 69 3. Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai signifikansi adalah $0,000 < 0,05$ artinya Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pengunjung. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,204 artinya kontribusi variabel (X_2) mempengaruhi (Y) sebesar 20,4%, sehingga hipotesis ketiga juga diterima.

Penelitian dari Iham Masda Priotomo pada tahun 2020 memiliki persamaan dalam penelitian yang akan peneliti lakukan. Persamaannya yaitu sama-sama meneliti mengenai kualitas pelayanan dan harga. Sedangkan perbedaannya yaitu Obyek atau tempat yang diteliti.

Keempat, Penelitian Hasanudin pada tahun 2022 yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Paket Wisata Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Agrowisata Eptilu Garut*”. Penelitian ini menggunakan tiga metode pengambilan data yaitu observasi, wawancara dan kuesioner. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dengan menggunakan software spss 25.00 maka diperoleh persamaan regresi linear berganda yaitu: $Y = 5,398 + 0,256X_1 + 0,464X_2 + 0,380X_3$ hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga paket wisata dan fasilitas berpengaruh positif secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pengunjung dengan dengan persentase kepuasan 58.3% masuk kedalam kategori sedang karena berada pada range angka 0,40-0,599.

Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti terkait kualitas pelayanan harga, perbedaannya yaitu obyek atau tempat yang akan di teliti dan penelitian yang akan dilakukan tidak berfokus pada fasilitas obyek penelitian.

Kelima, Penelitian Eki Rizdiyanti, Hendri Sucipto, Nur Aisyah, yang berjudul “*Analisis Pengaruh Harga Tiket, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Desa Wisata Hutan Mangrove Pandansari Brebes*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga tiket, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu dengan cara melakukan observasi dan membagikan kuesioner secara langsung maupun online kepada pengunjung Desa wisata hutan mangrove pandansari brebes. Data tersebut

selanjutnya akan diolah dengan menggunakan aplikasi analisis data statistic atau diolah dengan SPSS 22. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel harga tiket, fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan hal ini dilihat dari hasil uji F yaitu sebesar 15.548.dengan nilai probabilitas $0,000 < 0,05$. Dalam uji t pada variabel harga tiket berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebesar $t_{hitung} 2.690 > t_{tabel} 1.660$. Variabel Fasilitas juga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebesar $t_{hitung} 3.546 > t_{tabel} 1.660$. Dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar $t_{hitung} 3.363 > t_{tabel} 1.660$.

Penelitian ini memiliki persamaan dan perbedaan yang akan dilakukan. Persamaanya ialah sama-sama meneliti pada kualitas pelayanan dan harga, dan menggunakan teknik analisis data regresi linier berganda. Sedangkan perbedaanya terletak pada lokasi penelitian yang akan dilakukan.

BAB II

KERANGKA TEORI

A. DESKRIPSI TEORI

Kerangka teori adalah pemaparan teori-teori yang relevan dengan masalah yang di teliti dan menjadikerangka rujukan untuk memahami dan menjelaskan data atau informasi tentang objek penelitian. Sebagai bahan penilaian berlandaskan pada hasil dari penelitian.

1. Kepuasan Pengunjung

a. Pengertian Kepuasan Pengunjung

Menurut Kotler dan Keller¹⁷ kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Sedangkan menurut Sumarwan, kepuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan nasabah sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut.¹⁸

Menurut Suharto kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau harapan. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika melebihi harapan, pelanggan amat puas.¹⁹ P.J. Johnson mengemukakan kepuasan seorang pelanggan dapat terlihat dari tingkat penerimaan pelanggan yang didapatkan.²⁰ Kepuasan merupakan suatu hal yang menjadi harapan perusahaan khususnya *hospitality*. Kepuasan diperoleh apabila kebutuhan dan

¹⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13*. (Jakarta: Erlangga, 2014), hal. 42.

¹⁸ Ujang, Sumarwan *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), hal. 27

¹⁹ Suharto Abdul Majid, *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*, (Yogyakarta: Rajawali Pres, 2011), hal. 64

²⁰ Purwoko, *Kepuasan dan Loyalitas: Perspektif Kualitas Layanan*. (Jakarta: Komunika Jaya Pratama, 2000), hal. 37

keinginan pelanggan terpenuhi, sedangkan keinginan manusia selalu berubah dan tidak ada batasnya²¹

Menurut Mohajerani dan Miremadi kepuasan konsumen tercipta apabila kualitas jasa yang diharapkan sesuai dengan keinginannya, artinya apabila jasa yang diterima oleh konsumen melebihi atau sama dengan harapan mereka, kondisi ini mampu menciptakan memuaskan, demikian pula sebaliknya.²² Kepuasan inilah yang mampu menciptakan loyalitas konsumen untuk datang kembali dan melakukan pembelian ulang. Kepuasan juga mampu membentuk kepercayaan dan memperkecil niat konsumen untuk komplain kepada perusahaan.²³

2. **Faktor - faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung**

Menurut Daryanto dan Ismanto Setyabudi, terdapat lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung, yaitu:

1) Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Konsumen rasional selalu menuntut produk yang berkualitas pada setiap pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini kualitas produk yang baik akan memberikan nilai tambah di benak konsumen.

2) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya. Elemen ini mempengaruhi konsumen dari segi biaya yang dikeluarkan,

²¹ Elvera, *Pemasaran Pariwisata: Kepuasan Dan Loyalitas Wisatawan*, Dr. Elvera. (Surabaya: PT Scopindo Media Pustaka, 2020), hal. 36

²² Mohajerani, Pardis and Alireza, Miremadi, 2012, Customer Satisfaction Modeling in Hotel Industry : A Case Study of Kish Island in Iran. *International Journal of Marketing Studies* Vol.4 No.3

²³ Gusti Ngurah Joko Adinegara, *Anteseden dan konsekuensi Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung ke Bali* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2021), hal. 53

biasanya semakin mahal harga suatu produk atau jasa, maka pelanggan atau konsumen memiliki nilai ekspektasi yang lebih tinggi. Untuk pelanggan yang sensitif, harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapat *value of money* yang tinggi, bagi pelanggan yang tidak sensitif terhadap harga, komponen harga relatif tidak penting bagi mereka.

3) Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan di bidang jasa akan membuat pelanggan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang mereka harapkan. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk atau jasa yang sama. Pelanggan yang puas cenderung akan memberikan persepsi terhadap produk atau jasa sebuah perusahaan.

4) Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau *self-esteem* yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.

5) Kemudahan

Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.²⁴

3. Indikator kepuasan pelanggan

²⁴ Daryanto dan Ismanto Setyabudi, *Konsumen Dan Pelayanan Prima*, ed. by MT. Bintoro,. (yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2014)., hal 53-54

1) Konfirmasi Harapan (*Confirmation of Expectations*).

Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.

2) Niat Kunjung Ulang (*Revisit Intention*).

Keinginan seseorang untuk kembali ke destinasi wisata yang telah dilihat sebelumnya dikenal dengan istilah minat untuk mengunjungi kembali. Perspektif seseorang tentang kejadian sebelumnya mempengaruhi keinginan untuk melakukan perjalanan lagi di masa depan atau tidak. Pengalaman positif masa lalu dengan sedikit bahaya adalah indikator paling umum mengapa wisatawan memilih untuk mengulang pengalaman liburan. Pengunjung yang senang dengan pengalamannya akan kembali di masa mendatang dan merekomendasikan layanan yang direkomendasikan kepada orang lain.²⁵

3) Kesiediaan untuk merekomendasi (*Willingness to Recommend*).

Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama atau bahkan hanya terjadi satu kali pembelian (seperti pembelian mobil, broker rumah, asuransi jiwa, tour keliling dunia, dan sebagainya), kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting.²⁶

4. Kualitas Pelayanan

²⁵ Putri Izzatul Islam dan Fania Mutiara Savitri, 'Pengaruh Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary Terhadap Minat Kunjung Ulang Peziarah Di Makam Syekh Abu Bakar Jepara', *Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 3.1 (2023), 67–83.

²⁶ B. Setyaleksana, S. Suharyono, and E. Yulianto, 'Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan GraPARI Telkomsel Di Kota Malang)', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 46.1 (2017), 45–51.

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan organisasi harus berkualitas. Istilah kualitas sendiri mengandung berbagai macam penafsiran, karena kualitas memiliki sejumlah level: universal (sama di manapun), kultural (tergantung sistem nilai budaya), sosial (dibentuk oleh kelas sosial ekonomi, kelompok etnis, keluarga, teman sepergaulan), dan personal (tergantung preferensi atau selera setiap individu). Secara sederhana, kualitas bisa diartikan sebagai produk yang bebas cacat. Dengan kata lain, produk sesuai dengan standar (target, sasaran atau persyaratan yang bisa didefinisikan, diobservasi dan diukur). Namun, definisi berbasis manufaktur ini kurang relevan untuk sektor jasa. Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran yang menghasilkan manfaat (*benefit*) bagi pelanggan. Istilah nilai (*value*) seringkali digunakan untuk mengacu pada kualitas relatif suatu produk dikaitkan dengan harga produk bersangkutan²⁷

Menurut Lovelock-Wright yang diterjemahkan oleh Tjiptono mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan produk maupun jasa yang diharapkan atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.²⁸ Jasa akan diterima oleh konsumen apabila sesuai dengan yang diharapkan. Menurut Tjiptono, menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan konsumen baik dari produk maupun jasa serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan yaitu pemenuhan kebutuhan konsumen berdasarkan tingkat keunggulan dari produk dan jasa yang sesuai dengan harapan sehingga dapat memenuhi keinginan para konsumen.²⁹

²⁷ Phillip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran* jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2016), hal 87

²⁸ Lovelock Wright, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Terj. Fandy Tjiptono (Yogyakarta: Cv Andi, 2011, hal. 37

²⁹ Fandy Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service (TQS)*..... hal. 38

Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan kendali atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan, yaitu layanan yang diharapkan dan layanan yang dirasakan atau kualitas layanan yang diharapkan dan kualitas layanan yang dapat diterima. Jika layanan yang diterima sesuai dengan harapan pelanggan, maka kualitas layanan yang dirasakan baik dan memuaskan. Jika layanan yang diterima melebihi harapan pelanggan, maka kualitas layanan yang dirasakan sebagai kualitasnya ideal. Sebaliknya, jika layanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas layanan dianggap sebagai kualitas layanan yang buruk. Kualitas layanan adalah salah satu tindakan yang dapat menjadi ciri suatu perusahaan dengan perusahaan pesaing baik dalam satu industri maupun dalam industri yang berbeda dengan memberikan layanan yang lebih totalitas daripada pesaing mereka untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan meningkatkan kepercayaan diri yang diungkapkan oleh konsumen atau tersirat. Kualitas layanan digambarkan sebagai bentuk sikap, tetapi tidak sama dengan kepuasan, yang dihasilkan dari perbandingan antara harapan konsumen dan kemampuan perusahaan. Kualitas berfokus pada manfaat yang dibuat untuk pelanggan dan produktivitas mengacu pada biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Dimana kualitas layanan sangat berpengaruh dalam menciptakan nilai bagi pelanggan dan perusahaan, dengan memberikan pengalaman kualitas yang lebih efisien untuk meningkatkan keuntungan jangka panjang perusahaan.³⁰

b. Unsur- unsur kualitas pelayanan

1) Penampilan

³⁰ Anggrayani Keysy, Ahmad Yani, dan Erwin Masud. "Pengaruh Unsur-Unsur Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Mega First pada PT. Bank Mega, TBK Propinsi Kepulauan Bangka Belitung." *JEM Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 5.2 (2019): 20-33.

Personal dan fisik sebagaimana layanan kantor depan (resepsionis) memerlukan persyaratan seperti berpenampilan menarik, familiar dalam berperilaku, penampilan penuh percaya diri, busana harus rapi dan menarik.

2) Tepat waktu dan janji

Secara utuh dan prima petugas pelayanan dalam menyampaikan perhitungan janji yang disampaikan kepada pelayanan bukan sebaliknya selalu ingkar janji. Demikian juga waktu jika mengutarakan 2 hari selesai harus betul-betul memenuhinya.

3) Kesiediaan melayani

Sebagaimana fungsi dan wewenang harus melayani kepada para pelanggan, konsekuensi logis petugas harus benar-benar bersedia melayani kepada pelanggan.

4) Pengetahuan dan keahlian

Sebagai syarat untuk melayani dengan baik, petugas harus mempunyai atau keahlian. Di sini petugas pelayanan harus memiliki tingkat pendidikan tertentu dan pelatihan tertentu yang disyaratkan dalam jabatan serta memiliki pengalaman yang luas dibidangnya.

5) Kesopanan dan Ramah Tamah.

Masyarakat pengguna jasa pelayanan itu sendiri dan lapisan masyarakat baik tingkat status ekonomi dan sosial rendah maupun tinggi terdapat perbedaan karakternya maka petugas pelayanan masyarakat dituntut adanya keramahan yang standar dalam melayani, sabar, tidak egois dan santun dalam bertutur kepada pelanggan.

6) Kejujuran dan Kepercayaan.

Pelayanan ini oleh pengguna jasa dipergunakan berbagai aspek, maka dalam penyelenggaraannya harus transparan dari aspek kejujuran, jujur dalam bentuk aturan, jujur dalam

pembiayaan dan jujur dalam penyelesaian waktunya. Dari aspek kejujuran ini petugas pelayanan tersebut dapat dikategorikan sebagai pelayanan dipercaya dari segi sikapnya, dapat dipercaya dari tutur katanya, dapat dipercayakan dalam penyelesaian akhir pelayanan sehingga otomatis pelanggan menjadi puas. Unsur pelayanan prima dapat ditambah unsur yang lain.

7) Kepastian hukum.

Secara sadar bahwa hasil pelayanan terhadap masyarakat yang berupa surat keputusan, harus mempunyai legitimasi atau mempunyai kepastian hukum. Bila setiap hasil yang tidak mempunyai kepastian hukum jelas akan mempengaruhi sikap masyarakat, misalnya pengurusan Kartu Tanda Penduduk (KTP), Kartu Keluarga (KK) dan lain-lain bila ditemukan cacat hukum akan mempengaruhi kredibilitas instansi yang mengeluarkan surat legitimasi tersebut.

8) Keterbukaan

Perusahaan yang berurusan dengan izin harus terbuka karena menyangkut kejelasan informasi kepada pelanggan. Secara pasti bahwa setiap urusan atau kegiatan yang memerlukan izin, maka ketentuan keterbukaan perlu ditegakkan. Keterbukaan itu akan mempengaruhi unsur-unsur kesederhanaan, jelas informasi kepada masyarakat.

9) Efisien

Dari setiap pelayanan dalam berbagai urusan, tuntutan masyarakat adalah efisiensi dan efektifitas dari berbagai aspek sumber daya sehingga menghasilkan biaya yang murah, waktu yang singkat dan tepat serta kualitas yang tinggi. Dengan demikian efisiensi dan efektifitas merupakan tuntutan yang harus diwujudkan dan perlu diperhatikan secara serius.

10) Biaya

Pemantapan pengurus dalam pelayanan diperlukan kewajaran dalam penentuan pembiayaan, pembiayaan harus disesuaikan daya beli masyarakat dan pengeluaran biaya harus transparan sesuai dengan ketentuan peraturan perundangan-undangan.

11) Tidak Rasial

Pengurusan dalam pelayanan dilarang membedakan kesukuan, agama, aliran dan politik dengan demikian segala urusan harus memenuhi jangkauan yang luas dan merata.

12) Kesederhanaan

Prosedur dan tata cara pelayanan kepada masyarakat untuk diperhatikan kemudahan, tidak berbelit-belit dalam pelaksanaan.³¹

c. Indikator Kualitas Pelayanan

- 1) Reliabilitas, yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Contohnya, dokter mampu mendiagnosis penyakit pasien dengan akurat.
- 2) Responsivitas, yaitu keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap. contohnya, sistem reservasi dan penanganan bagasi maskapai penerbangan yang cepat.
- 3) Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan; bebas dari bahaya fisik, risiko atau keragu-raguan. Contohnya, mekanik di bengkel yang berpengetahuan dan berpengalaman luas.
- 4) Empati, meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas

³¹ Daryanto dan Ismanto Setyabudi, *Konsumen Dan Pelayanan Prima*, MT. Bintoro. (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2014)., hal 59-61

kebutuhan individual para pelanggan. Contohnya, seorang dokter mengenal pasiennya dengan baik, mengingat masalah (penyakit, keluhan, dan sejenisnya) sebelumnya, dan bersikap sabar serta menjadi pendengar yang baik.

- 5) Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi. Contoh: fasilitas reparasi, seragam karyawan, kelengkapan peralatan, dan ruang tunggu yang representatif di bengkel.³²

5. Tarif Masuk

c. Pengertian Tarif Masuk

Menurut Stanton menyatakan bahwa tarif adalah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.³³ Menurut Yoeti tarif adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran atau transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa.³⁴ Menurut Armstrong dan Kotler tarif adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang dan jasa.³⁵ Tarif adalah harga satuan jasa, atau pungutan, dan daftar bea masuk. Dalam skala pemerintahan, tarif didefinisikan sebagai pungutan yang dibebankan atas barang yang melewati negara, baik keluar ataupun masuk dan diatur dalam perundang-undangan.³⁶ Tarif merupakan salah satu kebijakan pemerintah dalam mengatasi perdagangan dalam negeri dan sebagai salah satu devisa negara. Secara keseluruhan definisi tarif

³² Nur Dwo Jayanti, 'Kualitas Pelayanan (Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangibles) Di Legend Premium Coffee (Yogyakarta)', *Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta Untuk*, 2016) 1–97.

³³ William Stanton, *Prinsip Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga, 2001), hal. 46

³⁴ Yoeti. *Pemasaran*. (Jakarta: Salemba Empat, 2012), hal. 21

³⁵ Neil Alden Armstrong dan Philip Kotler. *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kesembilan*, (Jakarta: PT. Indeks Gramedia, 2003), hal. 48

³⁶ Muhammad Sood, *Hukum Perdagangan Internasional*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hal. 39.

ialah, pembebanan pajak atau *custom duties* terhadap barang-barang yang melewati batas suatu negara.³⁷

Tarif yang dimaksud dalam konteks pembahasan ini merupakan tarif biaya masuk yang harus dibayarkan oleh para wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat wisata. Hal ini merupakan harga akses untuk ke lokasi wisata tersebut.³⁸ Pada dasarnya sebuah tempat wisata tidak memiliki nilai pasar yang pasti, sehingga penilaian tempat wisata dapat dilakukan dengan cara mengevaluasi kesediaan individu dalam mengeluarkan biaya, yang tentunya juga para wisatawan yang berkunjung ke lokasi tersebut datang dari berbagai jarak yang berbeda. Secara pokok, hal ini mengkaji biaya yang harus dikeluarkan oleh tiap-tiap individu dalam rangka mengunjungi tempat wisata, ditambah lagi dengan biaya parkir, dan biaya lainnya yang masuk dalam kegiatan wisata dalam satu kali kunjungan.

d. Indikator Tarif Masuk

Menurut Stanton adapun indikator dari tarif dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Keterjangkauan tarif, Aspek penetapan tarif yang dilakukan oleh pengelola objek wisata yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen atau pengunjung.
- 2) Kesesuaian tarif dengan kualitas produk, Aspek penetapan tarif yang dilakukan oleh pengelola objek wisata yang sesuai dengan kualitas objek wisata yang dapat diperoleh konsumen/pengunjung.
- 3) Daya saing tarif, penawaran tarif yang diberikan oleh pengelola objek wisata berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh objek wisata lain, pada satu jenis objek wisata yang sama.³⁹

³⁷ Migie Handayani, *Bahan Ajar Perdagangan Internasional*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2004), hal. 3.

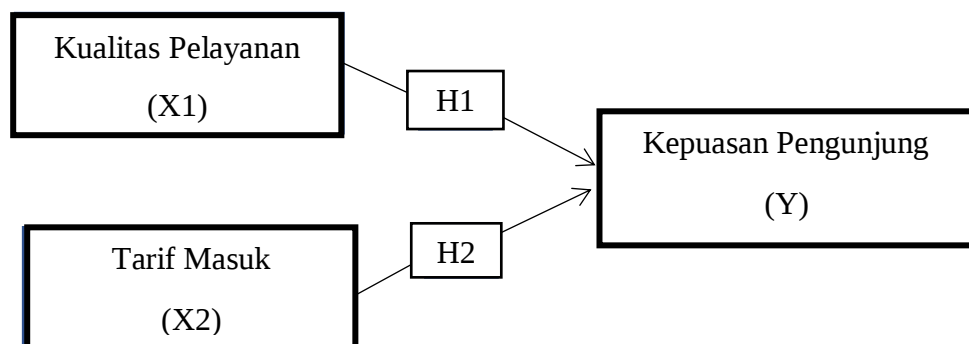
³⁸Salma, Irma Afia, and Indah Susilowati. "Analisis permintaan objek wisata alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan pendekatan travel cost." *Jurnal Dinamika Pembangunan (JDP)* 1.Nomor 2 (2004): 154.

³⁹ Wiliam J Stanton, *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga, 2012), hal 16

2. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir adalah perpaduan antara konsep dan teori. Dasar utama menyusun kerangka berfikir adalah tinjauan pustaka dan latar belakang⁴⁰. Dari apa yang telah dijelaskan diatas, maka selanjutnya akan diuraikan kerangka berfikir mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan tarif masuk terhadap kepuasan pengunjung (studi kasus di planetarium UIN Walisongo Semarang). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen dan satu variabel dependen. Dua variabel independen adalah kualitas pelayanan dan tarif masu, sedangkan variabel dependen adalah kepuasan pengunjung. Model konsep dari penelitian ini di jelaskan melalui gambar dibawah ini :

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir



3. Hipotesis

Pengujian hipotesis, yang akan diuji adalah apakah hipotesis benar adanya, dalam arti sesuai dengan fakta yang ada dipopulasi atau tidak. Dalam kaitan ini maka hipotesis dipandang sebagai pernyataan tentang karakteristik populasi yang akan diuji kebenarannya, dengan menggunakan data sampel hasil penelitian. Oleh karena itu, hipotesis dirumuskan dalam bentuk pernyataan yang merupakan jawaban sementara atas masalah penelitian yang telah dirumuskan⁴¹

⁴⁰ Nur Asnawi dn Masyhuri, Metodologi Riset Manajemen Pemasaran, (Malang : UIN-MALIki PRESS, 2011), 107

⁴¹ Djaali, *Metodolog Penelitian Kuantitatif*, ed. by Bunga Sari Fatmawati, 1st edn (Jakarta: Bumi Aksara, 2020), hal. 15

Berdasarkan kerangka teori dan tinjauan pustaka diatas maka kerangka befikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Variabel Dependen (Y) : Kepuasan pengunjung

Variabel Independen (X1) : Kualitas pelayanan

(X2) : Tarif masuk

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Planetarium UIN Walisongo Semarang

Kualitas pelayanan merupakan pemenuhan kebutuhan konsumen berdasarkan tingkat keunggulan dari produk dan jasa yang sesuai dengan harapan sehingga dapat memenuhi keinginan para konsumen. Kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan. Kualitas pelayanan juga harus diperhatikan mengingat kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Jadi semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin besar pula kepuasan dari pengunjung atau pelanggan. Menurut penelitian Ilham Masda Priotomo⁴² yaitu membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung, Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, baik dari segi keramahan petugas, kenyamanan fasilitas, serta kecepatan dan ketepatan dalam melayani pengunjung, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang optimal berperan penting dalam meningkatkan pengalaman positif dan kepuasan secara keseluruhan bagi pengunjung.. Berdasarkan uraian di atas maka diambil hipotesis sebagai berikut.

⁴² Ilham Masda Priotomo, Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Studi Kasus di Museum Motor Antik dan Kolam Renang Cak Soen kabupaten Ngawi, (Skripsi, S1 Ekonomi Syari'ah IAIN Ponorogo, 2020)

H_1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap
Kepuasan Pengunjung

2. Pengaruh tarif masuk terhadap kepuasan pengunjung Planetarium UIN
Walisongo Semarang

Menurut Kotler dan Armstrong tarif merupakan sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang dan jasa.⁴³ Menurut penelitian Hasanudin⁴⁴ membuktikan bahwa tarif masuk atau harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Semakin sesuai tarif masuk maka semakin tinggi kepuasan pengunjung. Karena mereka dapat menikmati layanan dan fasilitas yang disediakan dengan rasa nyaman tanpa harus khawatir mengeluarkan biaya yang terlalu tinggi dan sebaliknya semakin kurang sesuai tarif masuk maka semakin rendah kepuasan pengunjung. Berdasarkan uraian diatas maka diambil hipotesis sebagai berikut

H_2 : Tarif masuk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung

⁴³ Armstrong dan Kotler Philip, *Prinsip-Prinsip Marketing. Edisi kedelapan*, (Jakarta: Erlangga, 2011), hal. 57

⁴⁴ Hasanudin, Pengaruh kualitas pelayanan, harga paket wisata dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung Agrowisata Eptilu Garut, (Skripsi, S1 Ekonomi Syari'ah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019)

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data yang dicari dengan tujuan dan kegunaan tertentu Metode penelitian ilmiah sangat diperlukan dalam sebuah penelitian untuk mempermudah arah dan menjamin kebenaran serta ketepatan materi yang dibuat dalam penulisan tersebut, sehingga desain penelitian dapat dipahami oleh para pembaca. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

A. Jenis Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel tersebut diukur menggunakan instrument penelitian sehingga data yang terkumpul, berupa angka-angka, dapat dianalisis melalui prosedur-prosedur statistik.

Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis variabel utama :

Variabel Bebas (*Independent Variable*) dan Variabel Terikat (*Dependent Variable*) :

- a. Variabel bebas (*Independent Variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). dalam konteks ini variable lain yang dimaksud adalah variabel terikat. Dalam penelitian ini, variabel bebas disimbolkan dengan “X”. Dalam penelitian ini variabel independennya adalah kualitas pelayanan (X1) dan tarif masuk (X2).
- b. Variabel Terikat (*Dependent Variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen atau disebut juga dengan variabel respons atau *output*.⁴⁵ Variabel terikat disimbolkan dengan “Y”. Dalam penelitian ini, variabel terikatnya adalah kepuasan pengunjung.

⁴⁵ Sugiono, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D (Bandung : Alfabeta, 2019). Hal 39

B. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan konsepsi peneliti atas variabel atau aspek utama tema penelitian, yang disusun atau dibuat berdasarkan teori-teori yang telah ditetapkan.

- a. Kepuasan pengunjung merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. kepuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan pengunjung sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh pengunjung dari produk atau jasa yang dibeli tersebut.⁴⁶
- b. Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan konsumen baik dari produk maupun jasa serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan yaitu pemenuhan kebutuhan konsumen berdasarkan tingkat keunggulan dari produk dan jasa yang sesuai dengan harapan sehingga dapat memenuhi keinginan para konsumen.⁴⁷
- c. Tarif masuk merupakan sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang dan jasa. Tarif merupakan nilai suatu jasa pelayanan yang ditetapkan dengan ukuran sejumlah uang berdasarkan pertimbangan bahwa dengan nilai uang tersebut sebuah perusahaan bersedia memberikan jasa kepada pelangganya.⁴⁸

⁴⁶ Ima Wardani, Jumain, and Muharifin, 'Pengaruh Harga, Free WiFi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kedai Coffee JMP Pahlawan Lamongan', *Jurnal Melati*, 35.2 (2020)., hal 2 .

⁴⁷ Steven Darwin, Yohanes Sondang, and et Al, 'Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia-Surabaya', *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2.1 (2019)., hal 2

⁴⁸ Hari Wijaya and Hani Sirine, 'Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok Di Cilacap', *Ajie*, 1.3 (2016), hal 181.

C. Definisi Oprasional

Definisi (Batasan) oprasional merupakan penjelasan praktis atas masing-masing variabel yang diteliti. Definisi operasional dibuat untuk memudahkan dan menjaga konsistensi pengumpulan data, menghindarkan perbedaan interpretasi serta membatasi ruang lingkup variabel.⁴⁹

Tabel 3.1 Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
1.	Kepuasan pengunjung	Tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapanya	1. Konfirmasi harapan 2. Niat berkunjung ulang 3. Kesiediaan untuk merekomendasikan	Setyaleksana dkk (2017)
2.	Kualitas pelayanan	Usaha untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan	1. Reliabilitas 2. Responsibilitas 3. Jaminan 4. Empati 5. Bukti fisik	Jayanti (2016)
3.	Tarif masuk	Sejumlah uang yang dibayarkan sebelum pergi ke suatu tempat	1. Keterjangkauan tarif 2. Kesesuaian tarif dengan kualitas produk 3. Daya saing tarif	Mawaddah (2021)

D. Data, Jenis Data dan Sumber Data

Data adalah segala fakta dan angka yang dapat dijadikan bahan menyusun sesuatu informasi didalam penelitian. Data penelitian merupakan keterangan atau bahan yang bisa dijadikan sebagai dasar kajian atau analisis data dalam suatu penelitian. Data dalam penelitian kuantitatif

⁴⁹ Purwanto, Nfn 'Variabel Dalam Penelitian Pendidikan', *Jurnal Teknodik*, 6115 (2019)., hal 350

berupa data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, dan disajikan dalam bentuk angka atau numerik. Menurut Sugiyono data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan positivistic (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan.⁵⁰ Dalam penelitian ini sumber data yang diperoleh dari objek penelitian dilakukan dengan memperoleh, mengambil dan mengumpulkan melalui 2 (dua) kategori sumber data yaitu:

1. Sumber data primer adalah sumber data pertama di mana sebuah data dihasilkan. Data primer diperoleh secara langsung dengan memberikan kuesioner atau daftar pertanyaan kepada pengunjung planetarium UIN Walisongo Semarang.
2. Sumber data sekunder adalah sumber data kedua sesudah sumber data primer. Sumber data sekunder yang berasal dari buku-buku pendukung, hasil penelitian yang terdahulu, jurnal, artikel dan sebagainya yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat serta dapat membantu mengembangkan penelitian ini.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang dapat ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga benda-benda alam lainnya. Populasi bukan hanya sekadar jumlah yang ada pada objek atau subjek penelitian, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek penelitian.⁵¹ Dalam penelitian ini populasinya adalah pengunjung Planetarium UIN

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung:Alfabeta Bandung, 2019), hal 16-17

⁵¹ Bambang Sudaryana dan Ricky Agusiady, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Grup Penerbitan CV Budi Utama, 2022), hal 34

Walisongo Semarang dengan rata-rata perbulan pada bulan November dan Desember sejumlah 9.707 pengunjung

**Tabel 3.1 Rekapitulasi Penjualan Tiket Planetarium KH.
Zubair Umar Al-Jailani Bulan Januari – Desember 2024⁵²**

NO	BULAN	JUMLAH PENGUNJUNG
1	JANUARI	5,270 orang
2	FEBRUARI	7,502 orang
3	MARET	2,596 orang
4	APRIL	2,555 orang
5	MEI	5,300 orang
6	JUNI	3,433 orang
7	JULI	1,206 orang
8	AGUSTUS	266 orang
9	SEPTEMBER	1,556 orang
10	OKTOBER	4,379 orang
11	NOVEMBER	4,946 orang
12	DESEMBER	4,761 orang
JUMLAH		43,770 orang

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, peneliti tidak memungkinkan melakukan penelitian terhadap populasi tersebut. Hal ini disebabkan keterbatasan dana, waktu, dan tenaga. Maka peneliti akan menggunakan sampel dari populasi tersebut sebagai objek atau subjek penelitiannya.⁵³ Sampel yang diambil harus dipilih untuk memastikan representativitas, yaitu kemampuannya untuk mencerminkan variasi karakteristik dari populasi secara keseluruhan. Representativitas memastikan bahwa hasil dari sampel dapat secara akurat diterapkan pada populasi asal.

⁵² Data hasil wawancara bersama kepala Planetarium Bapak Syifaul Anam tanggal 26 Maret 2025

⁵³ Bambang Sudaryana dan Ricky Agusiady, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Grup Penerbitan CV Budi Utama, 2022), hal 34

Sugiyono menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁵⁴ Sejumlah 9.707 populasi dari pengunjung planetarium UIN Walisongo diketahui maka teknik sampel dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan menggunakan Convenience sampling, menurut sugiyono *convenience sampling* adalah suatu teknik pengambilan sampel yang dilakukan peneliti bebas memilih individu siapa saja yang bertemu peneliti dan sesuai kriteria penulis maka mereka dapat digunakan sebagai sampel⁵⁵. Karena populasi dalam penelitian ini diketahui maka dalam pengambilan jumlah sampel penulis menggunakan Slovin:

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

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir

Apabila dilakukan perhitungan menggunakan rumus, maka jumlah minimum yang di peroleh adalah:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{9.707}{1 + 9.707(10\%)^2} = \frac{9.707}{98,07} = 98,980 = 99$$

Jadi setelah dihitung menggunakan rumus slovin menurut Sugiyono⁵⁶ 2011 didapatkan sampel sebanyak 99 sampel.

⁵⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta Bandung, 2019) , hal 81

⁵⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2019), hal 85

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2017), hal. 58

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan instrumen penting dalam proses penelitian, karena berhasil atau tidaknya penelitian tergantung dari proses pengumpulan data. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dua instrumen dalam pengumpulan data sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan mengamati dan mencatat sebuah fenomena yang terjadi tidak hanya satu persatu namun juga terjadi secara bersamaan.⁵⁷ Dalam penelitian ini penulis melakukan observasi secara langsung di Planetarium UIN Walisongo Semarang sebagai objek penelitian yang akan diamati. Observasi ini bertujuan untuk mengumpulkan data secara akurat, sistematis, serta objektif mengenai kejadian dan perilaku dari objek yang diamati.

2. Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pemberian berbagai pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk diisi. Tujuan kuesioner ini adalah untuk mengukur dan menentukan solusi atas masalah yang diangkat.⁵⁸ Kuesioner dipilih oleh peneliti dikarenakan subjek yang diberikan pertanyaan lebih mengerti dirinya sendiri sehingga subjek tersebut dapat dipercaya. Responden dalam penelitian ini ialah pengunjung planetarium UIN Walisongo Semarang sebanyak 99 orang pengunjung.

Adapun skala yang digunakan skala *likert*. Skala ini digunakan untuk mengukur respon subjek kedalam lima poin skala dengan interval yang sama. Maka demikian tipe data yang digunakan adalah tipe interval. Untuk itu skor yang diberikan sebagai berikut:

⁵⁷ Prof. Ma'ruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015).

⁵⁸ Prof. Dr. Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013).

Tabel 3.2
Skala Likert

No	Jawaban	Skor
1.	STS : Sangat tidak setuju	1
2.	TS : Tidak setuju	2
3.	CS : Cukup setuju	3
4.	S : Setuju	4
5.	SS : Sangat setuju	5

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode penelitian dengan cara mengumpulkan serta menganalisis dokumen tertulis, visual, maupun elektronik yang bertujuan untuk memperoleh informasi yang diperlukan pada saat penelitian. Pada penelitian kuantitatif, dokumentasi merupakan salah satu hal terpenting pada suatu penelitian dikarenakan dapat bermanfaat dalam mengidentifikasi dan meminimalkan kesalahan saat pengumpulan data.⁵⁹ Dokumentasi dipilih oleh peneliti dalam melakukan penelitian yang bertujuan untuk memberi informasi mengenai gambaran umum pada lokasi planetarium UIN Walisongo Semarang.

G. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data kuantitatif menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, yang digunakan untuk menguji daftar pertanyaan untuk

⁵⁹ Deassy Aretya Saksitha dan MSyahrani Jailani, 'Ragam Pendekatan Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Tahapan Dalam Penelitian', *Journal Genta Mulia*, 15.1 (2024), 15–22.

melihat pertanyaan dalam kuesioner yang diisi responden sudah layak atau belum yang digunakan untuk mengambil data⁶⁰

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan ketepatan dalam mengolah data. Suatu data dapat dikatakan valid apabila alat ukurnya harus sesuai dengan apa yang akan diukur. Pengujian dapat dilakukan dengan membandingkan hasil dari R hitung dengan R tabel. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai signifikansi (α) 0,05 (5%) maka instrumen dianggap valid. Sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dan nilai signifikansi (α) 0,05 (5%) maka instrumen dianggap tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas merupakan suatu pengujian dengan alat ukur yang bertujuan untuk memberikan hasil yang akurat apabila diterapkan pada waktu yang berbeda. Sebuah kuesioner dapat dikatakan bisa diandalkan apabila menunjukkan stabilitas serta konsistensi sepanjang waktu. Pengujian reabilitas dilakukan dengan aplikasi SPSS dengan mempertimbangkan elemen-elemen sebagai berikut :

- a) Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ menunjukkan bahwa kuesioner tersebut dianggap reliabel atau konsisten.
- b) Jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$ menunjukkan bahwa kuesioner tersebut tidak akurat atau tidak konsisten.

H. Teknik Analisis

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk menguji regresi yang dikatakan baik serta sudah memenuhi asumsi klasik. Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik terdiri dari :

⁶⁰ Sujahwenli, Wiratnla, buku: SPSS Untuk Paramedis, (Yogyakarta:Gava Media, 2012), Hlm. 172.

a. Uji Normalitas.

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai residual terstandarisasi tersebut sebagian besar mendekati nilai rata-ratanya. Nilai residual terstandarisasi yang berdistribusi normal jika digambarkan dengan bentuk kurva akan membentuk gambar lonceng (*bellshaped curve*) yang kedua sisinya melebar sampai tidak terhingga. Uji Normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal, Uji kolmogorov - Smirnov dan perangkat lunak SPSS 25 digunakan untuk uji normalitas data penelitian ini. Uji normalitas dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka nilai residual berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka nilai residual tidak berdistribusi normal.⁶¹

b. Uji Multikolinearitas

Tujuan uji multikolinearitas adalah menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (tidak terjadi multikolinearitas). Jika variabel bebas saling berkorelasi maka variabel-variabel ini tidak ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antara sesama variabel bebas yang nilai korelasi antara sesama variabel bebas sama dengan nol. Syarat pengambilan keputusan multikolinearitas:

- a. Dengan melihat koefisien korelasi antar variabel bebas : jika koefisien korelasi antar variabel bebas $\geq 0,7$ maka terjadi multikolinear.

⁶¹ Sihabudin, dkk., *Ekonometrika Dasar Teori dan Praktik Berbasis SPSS*, (Purwokerto: Penerbit CV. Pena Persada, 2021) hal 75-76

- b. Jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang di uji. Sebaliknya jika nilai tolerance lebih kecil dari 0,10 maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
- c. Dengan melihat nilai VIF (varian inflating faktor) : jika nilai $VIF \leq 10,00$ maka tidak terjadi multikolinearitas, sebaliknya jika nilai VIF lebih besar dari 10, maka artinya terjadi multikolonearitas terhadap data yang diuji.⁶²
- c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Heteroskedastisitas merupakan salah satu faktor yang menyebabkan model regresi linier sederhana tidak efisien dan akurat, juga mengakibatkan penggunaan metode kemungkinan maksimum dalam mengestimasi parameter (koefisien) regresi akan terganggu. Dalam pegujian ini, penliti menggunakan glejser dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka terdapat heteroskedastisitas
- 2) jika nilai signifikan $> 0,05$, maka tidak terdapat heteroskedastisitas.⁶³

2. Analisis Regresi Linier Ganda

Regresi Berganda adalah metode analisis yang terdiri lebih dari dua variabel yaitu dua/lebih variabel independen dan satu variabel dependen. Rumus persamaan Regresi Berganda dapat dijabarkan sebagai berikut:

⁶² Sihabudin, dkk., *Ekonometrika Dasar Teori dan Praktik Berbasis SPSS*, (Purwokerto: Penerbit CV. Pena Persada, 2021) hal 141

⁶³ Sihabudin, dkk., *Ekonometrika Dasar Teori dan Praktik Berbasis SPSS*, (Purwokerto: Penerbit CV. Pena Persada, 2021) hal 126-136

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = kepuasan

α = Kostanta

X_1, X_2 = kualitas

β_1 = Koefisien Regresi X_1

β_2 = Koefisien Regresi X_2

e = error⁶⁴

3. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara untuk mengetahui kebenaran maka diperlukan pengujian terhadap hipotesis yang ada, hipotesis terdiri dari hipotesis nol dan hipotesis alternatif. Hipotesis umumnya diuji secara simultan atau keseluruhan dan dengan cara parsial atau satu persatu, dengan hipotesis sebagai berikut:

a. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap nilai variabel dependen (Y). pengujian ini untuk membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , dengan ketentuan sebagai berikut:

1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 ditolak

2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 diterima

b. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Uji parsial atau uji t merupakan pengujian kepada koefisien regresi secara parsial, untuk mengetahui signifikansi secara parsial atau masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

⁶⁴ Sahir Hafni Syafrida, *Metodologi Penelitian*, (Penerbit KBM Indonesia, 2021), hal 52

H0 : $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh antara variabel dependent terhadap variabel independent.

H1 : $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka terdapat pengaruh antara variabel dependent terhadap variabel independent.⁶⁵

BAB IV

GAMBARAN UMUM PLANETARIUM UIN WALISONGO

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Planetarium UIN Walisongo Semarang

Planetarium UIN Walisongo didirikan pada tahun 2015 dengan tujuan untuk menjadi pusat pembelajaran astronomi dan ilmu falak (ilmu perbintangan dalam Islam) bagi mahasiswa dan masyarakat umum. Fasilitas ini merupakan salah satu yang terbesar dan tercanggih di Indonesia, dengan kubah berdiameter 12 meter dan sistem proyeksi digital terkini.

Salah satu keunikan dari Planetarium UIN Walisongo adalah penggabungan antara sains modern dan nilai-nilai keislaman dalam penyajian materinya. Selain menampilkan fenomena alam semesta secara ilmiah, planetarium ini juga mengeksplorasi hubungan antara astronomi dan ajaran-ajaran Islam, seperti penentuan arah kiblat, perhitungan waktu shalat, dan penentuan awal bulan Hijriah

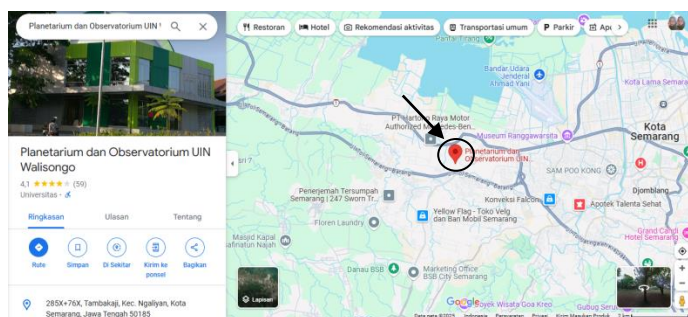
Planetarium UIN Walisongo Semarang merupakan fasilitas edukasi yang diinisiasi oleh Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo sebagai sarana pembelajaran dan penelitian dalam bidang astronomi. Sebagai salah satu planetarium yang berada di bawah institusi pendidikan, keberadaannya bertujuan untuk memberikan pengalaman praktis dalam memahami konsep-konsep dasar ilmu astronomi dan kosmologi, terutama bagi mahasiswa dan masyarakat di sekitar Semarang. Fasilitas ini menawarkan pengalaman yang mendalam dan visual mengenai berbagai fenomena alam semesta, mulai dari tata surya hingga galaksi dan struktur kosmos lainnya.

Planetarium UIN Walisongo Semarang merupakan salah satu fasilitas yang didirikan untuk mendukung pendidikan dan penelitian dalam bidang astronomi di Indonesia, khususnya di lingkungan akademis UIN Walisongo Semarang. Planetarium ini menyediakan

pengalaman edukatif mengenai ilmu perbintangan dan kosmologi, dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat, mahasiswa, dan pelajar mengenai alam semesta. Fasilitas ini dilengkapi dengan peralatan modern, seperti proyektor bintang, sistem tata suara, dan kursi yang nyaman, memberikan pengalaman simulasi langit malam yang realistis.⁶⁶

Selain untuk kalangan akademisi, Planetarium UIN Walisongo juga terbuka bagi masyarakat umum yang ingin memahami lebih lanjut tentang astronomi. Kegiatan-kegiatan di dalamnya mencakup pemutaran film edukasi tentang antariksa, sesi observasi benda langit, serta seminar dan workshop yang menghadirkan pakar-pakar astronomi. Dengan adanya planetarium ini, UIN Walisongo mendukung perkembangan ilmu pengetahuan di Indonesia, sekaligus menjadi destinasi edukasi bagi masyarakat sekitar.

Gambar 4.1 lokasi planetarium UIN Walisongo Semarang



Planetarium ini terletak di Jl Prof Dr. Hamka, Tambakaji, Kec. Ngaliyan, Kota Semarang, Jawa Tengah tepatnya di kampus 3 UIN Walisongo. Secara geografis, planetarium berada di 110°20'53"BT dan 6°59'31" LS65. Luas bangunan ini sekitar 1,3 hektar⁶⁷

Planetarium UIN Walisongo merupakan objek rancang bangun yang mengakomodasikan kebutuhan ruang untuk aktivitas para penggemar astronomi, civitas akademika dan masyarakat disekitarnya

⁶⁶ Alifiano Rezka Adi, Space Syntax Based Accessibility Optimization: Case Study of Pedestrian around UIN Walisongo Planetarium. *Arsir*, 2023, 7.1: hal 15.

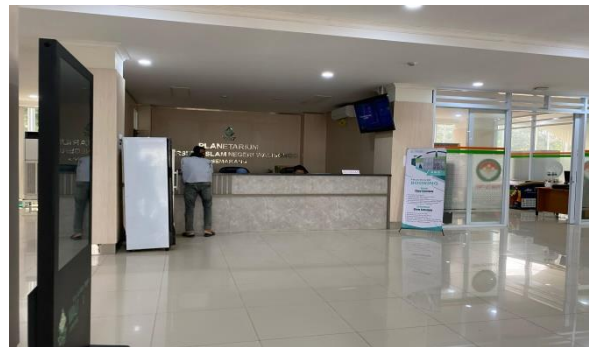
⁶⁷ Google earth, diakses pada tanggal 20 Januari 2025

dengan memadukan kedua aspek yaitu tempat edukasi kampus dan hiburan pada satu tempat sehingga perancangan galeri planetarium tidak meninggalkan ciri khas kampus yaitu, *paradigm unity of science*. Planetarium UIN Walisongo menerima pelayanan mulai pukul 08.00-16.00, hari senin-jum'at khusus hari sabtu dan minggu (opsional).

Bangunan ini terdiri dari 3 (tiga) lantai. Lantai pertama terdiri dari: resepsionis, ruang kantor dosen, ruang optic, musola, kamar mandi serta dapur. Lantai kedua terdiri dari: ruang teater dan ruang show planetarium. Lantai ketiga merupakan tempat observasi.

Lantai pertama terdiri dari: resepsionis, ruang kantor dosen, ruang optik, musola, kamar mandi serta dapur.

Gambar 4.2 Resepsionis



Resepsionis berfungsi sebagai penerimaan tamu. Bagi para pengunjung atau pihak luar yang ingin bertanya mengenai informasi terkait planetarium, dapat mengunjungi bagian resepsionis.

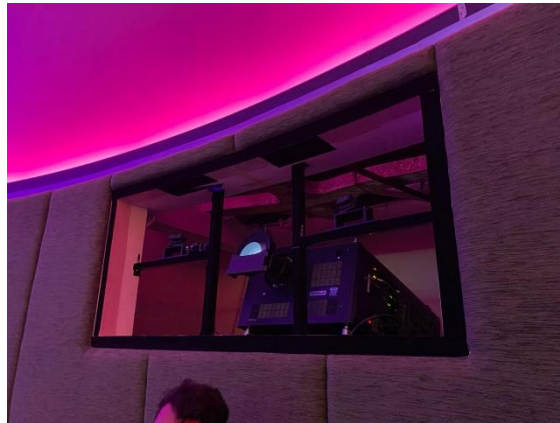
Gambar 4.3 Ruang optik



Ruangan ini berfungsi untuk menyimpan alat-alat optik serta sebagai ruangan transit tim magang planetarium.

Lantai kedua terdiri dari: ruang teater dan ruang show planetarium. Di dalam ruang show planetarium terdapat beberapa alat pendukung, diantaranya:

Gambar 4.4 Proyektor



Gambar diatas adalah proyektor. Ruang show, Ruang show, terdapat 2 (dua) proyektor yang digunakan untuk menampilkan tayangan edukasi. Kualitas proyektor sudah mencapai 4k.

Gambar 4.5 Komputer Digistar 6



Salah satu software planetarium yang dapat menampilkan visualisasi dengan baik adalah Digistar 6. Beberapa penelitian terkait planetarium diantaranya terkait efek perjalanan menuju ruang angkasa. Planetarium berbasis Digistar 6 ini menjadi salah satu media edukasi untuk memudahkan pengunjung memahami tentang posisi matahari dalam system koordinat horizontal. Aplikasi ini

menyediakan berbagai simulasi benda langit, seperti: matahari, bulan, planet, galaksi berbagai fitur untuk menayangkan banyak edukasi, banyak subtema yang sudah terinstal di dalamnya, seperti: biologi, tabel kimia, fisika, dan yang terpenting ialah astronomi

Operasi ruang show UIN Walisongo menggunakan system digital. Tiap planetarium yang meggunakan system digital saling berhubungan. Jika dari perusahaan memberikan data terbaru, secara otomatis akan terhubung di aplikasi digistar 6 computer tersebut. Komputer ini sudah disistem anti mati listrik. Jika listrik mati, otomatis genset akan hidup dan tayangan tetap berjalan. Untuk menjaga keseimbangan alat, server harus selalu aktif dengan suhu maksimal 19 derajat Celcius.

Gambar 4.6 Audio Digistar 6



Gambar diatas merupakan audio. Saat penayangan video, audio yang dibunyikan sangat jelas dan keras. Audio ini dibeli satu set dengan computer dari perusahaan yang sama.

Gambar 4.7 Tempat Duduk di Ruang Show



Gambar diatas merupakan kursi. Tempat yang disediakan di ruang show sejumlah 190 kursi. Kursi yang disediakan berwarna merah dan sangat empuk dengan sandaran. Susunan kursi tersebut ditata melingkar mengelilingi dome (kubah). Daerah yang paling nyaman saat melihat tayangan video adalah di bagian depan operator.

Gambar 4.8 Dome



Gambar diatas merupakan bentuk Dome (kubah) dilihat dari dalam yang berada di planetarium UIN Walisongo Semarang. Adapun diameter dome tersebut sebesar 18 m. Ukuran ini membuat planetarium UIN Walisongo Semarang menempati planetarium terbesar ke-3 di dunia (naungan perguruan tinggi) serta menempati urutan pertama di Asia Tenggara.

Lantai ketiga merupakan rooftop yaitu sebagai tempat observasi dan ruang optic.

Gambar 4.9 Ruang Optik



Gambar diatas merupakan ruang optic. Di lantai 3 terdapat dua ruangan. Ruangan pertama terdiri dari perlengkapan teleskop rakit dan robotik. Ruangan kedua terdapat terdapat satu teleskop. Teleskop terbesar berukuran 17 inc. Kapasitas orang yang bisa masuk sangat terbatas. Teleskop ini digunakan khusus untuk pengamatan benda langit bagian dalam (*Deep sky*).⁶⁸

2. Struktur Organisasi Planetarium

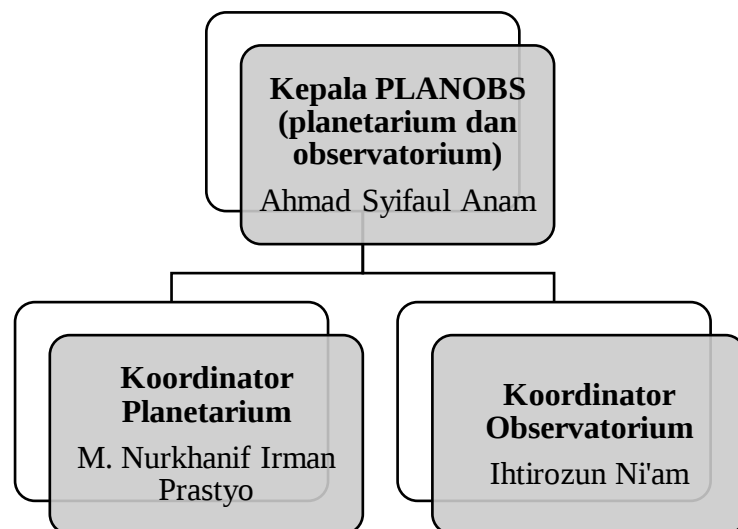
Planetarium KH. Zubair Umar Al-Jailani merupakan salah satu fasilitas astronomi modern yang dimiliki oleh UIN Walisongo Semarang. Keberadaannya tidak hanya menjadi sarana penunjang akademik, tetapi juga sebagai pusat edukasi dan pelayanan publik dalam bidang ilmu falak dan astronomi.

Struktur organisasi planetarium ini berada di bawah naungan Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang. Secara struktural, planetarium dipimpin oleh seorang Kepala Planetarium dan Observatorium yang memiliki tanggung jawab atas keseluruhan kegiatan, mulai dari perencanaan hingga evaluasi program. Kepala planetarium dibantu oleh beberapa unit pendukung, yang terdiri dari unit administrasi, tim teknis yang mengoperasikan peralatan

⁶⁸ Ghaida Sophia Khairiyyah, Perancangan Interior Galeri Planetarium Uin Walisongo Semarang Berbasis Uos (Unity Of Science), (Skripsi, S1 Ilmu Syariah dan Hukum UIN Walisongo Semarang, 2023)

astronomi, serta tenaga edukatif yang berperan dalam penyampaian materi dan pelayanan kepada masyarakat. Struktur organisasi ini mendukung keberfungsian planetarium sebagai lembaga edukatif yang melibatkan interaksi antara akademisi, mahasiswa, dan masyarakat umum dalam mempelajari fenomena astronomi secara langsung maupun melalui simulasi.

Gambar 4.10 Struktur Organisasi Planetarium UIN Walisongo



3. Mekanisme Pelayanan Pengunjung Planetarium UIN Walisongo

Planetarium UIN Walisongo merupakan objek rancang bangun yang mengakomodasikan kebutuhan ruang untuk aktivitas para penggemar astronomi, civitas akademika dan masyarakat disekitarnya dengan memadukan kedua aspek yaitu tempat edukasi kampus dan hiburan pada satu tempat sehingga perancangan galeri planetarium tidak meninggalkan ciri khas kampus yaitu, *paradigm unity of science*. Planetarium UIN Walisongo menerima pelayanan mulai pukul 08.00-16.00, hari senin-jum'at khusus hari sabtu dan minggu (opsional).

Harga tiket masuk Planetarium UIN Walisongo ditetapkan berdasarkan kategori pengunjung dan hari kunjungan. Pada hari Senin-Jumat, tarif tiket untuk pengunjung anak-anak adalah sebesar Rp30.000, sedangkan untuk pengunjung dewasa dikenakan biaya

sebesar Rp40.000. Sementara itu, pada akhir pekan Sabtu-Minggu, tarif tiket anak-anak meningkat menjadi Rp40.000 dan untuk dewasa menjadi Rp50.000. Selain itu, pihak pengelola memberikan potongan harga sebesar 50% kepada civitas akademika UIN Walisongo, yang mencakup mahasiswa, dosen, dan tenaga kependidikan, dengan syarat menunjukkan identitas resmi institusi saat melakukan pembelian tiket. Kebijakan ini dimaksudkan untuk memberikan kemudahan akses dan mendorong partisipasi aktif dari lingkungan internal kampus dalam kegiatan edukatif yang diselenggarakan di planetarium

Untuk mengunjungi Planetarium UIN Walisongo Semarang, terdapat dua ketentuan yang dibedakan berdasarkan jenis kunjungan, yaitu kunjungan rombongan dan kunjungan individu. Bagi rombongan, seperti sekolah, instansi, komunitas, maupun kelompok belajar, diwajibkan untuk mengajukan surat permohonan kunjungan resmi yang ditujukan kepada Kepala Laboratorium dan Observatorium UIN Walisongo Semarang terdahulu. Dalam surat permohonan, perlu dicantumkan beberapa informasi penting, seperti nama lembaga atau instansi, jumlah peserta, hari dan tanggal kunjungan yang diinginkan, serta kontak penanggung jawab yang bisa dihubungi. Kunjungan rombongan ini hanya dilayani sesuai jadwal operasional yang telah ditentukan oleh pihak pengelola planetarium. Setelah surat permohonan diterima, pihak pengelola akan menghubungi untuk konfirmasi jadwal dan teknis pelaksanaan kunjungan.

Sementara itu, bagi kunjungan individu yang dilakukan oleh perorangan, keluarga, atau kelompok kecil tanpa surat permohonan resmi, dapat dilakukan secara langsung dengan datang ke planetarium pada hari Jumat dan Sabtu. Kunjungan individu bersifat lebih fleksibel dan tidak memerlukan proses administrasi sebelumnya, namun disarankan untuk tetap menghubungi pihak Planetarium terlebih dahulu melalui kontak resmi guna memastikan jadwal kunjungan dan ketersediaan layanan pada hari tersebut. Hal ini penting untuk

mengantisipasi apabila pada hari yang sama terdapat kunjungan rombongan atau kegiatan internal planetarium. Planetarium UIN Walisongo Semarang menjadi salah satu fasilitas edukasi yang menarik untuk mengenal lebih dekat tentang ilmu falak, astronomi, dan fenomena langit, sehingga diharapkan pengunjung dapat mengikuti prosedur kunjungan dengan baik demi kenyamanan dan kelancaran bersama.

4. Gambaran Umum Responden

a. Jenis Kelamin

Karakteristik subjek penelitian yang terdiri dari jenis kelamin, usia dan pekerjaan dengan jumlah sampel sebanyak 99 orang. Berdasarkan jenis kelamin responden dapat dilihat pada Tabel berikut :

Table 5.1. Klasifikasi Berdasarkan Gender

Karakteristik Subjek	Jumlah	
	N	%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	32	32,3
Perempuan	67	67,7
Total	99	100

Berdasarkan karakteristik subjek penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden yang Berjenis Kelamin Perempuan Sebanyak Responden (68%).

b. Usia

Table 5.2. Klasifikasi Berdasarkan Usia

Karakteristik Subjek	Jumlah	
	N	%
Usia		
16-25	42	42,4
26-35	29	29,2
36-45	17	17,1
46<	11	11,3
Total	99	100

Berdasarkan table 5.2 dapat dilihat bahwa sebagian besar responden adalah yang berusia 16-25 tahun dengan persentase sebanyak 42,4 %, kemudian di rentang usia 26-35 sebanyak 29,2%, rentang usia 36-45 sebanyak 16,1% dan 46 keatas sebanyak 11,1%. Sehingga hasil dari penelitian ini diketahui bahwa responden palingbanyak adalah responden yang masih usia muda

c. Pekerjaan

Table 5.3. Klasifikasi Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik Subjek	Jumlah	
	N	%
Pekerjaan		
Pelajar/Mahasiswa	32	32,3
Pegawai Negeri	16	16,1
Pegawai Swasta	19	19,1
Wiraswasta	10	10,1
Lain-lain	22	22,4
Total	99	100

Berdasarkan tabel 5.3 jumlah responden terbesar adalah pelajar/mahasiswa dengan persentase 32,3% kemudian pekerja lain-lain sebesar 22,4%, pegawai negeri 16,1% wiraswasta 10,1%. Artinya wisata yang ditawarkan oleh Planetarium UIN Walisongo memiliki daya tarik paling besar oleh karyawan swasta dan pelajar. Yang dimana biasanya pada akhir pekan / *weekend* terjadi penumpukan pengunjung yang rata rata pengunjungnya mahasiswa pegawai swasta dll untuk menikmati hari libur bersama

5. Gambaran Umum Kualitas Pelayanan, Tarif Masuk Kepuasan Pengunjung

Statistik deskriptif digunakan guna memberikan informasi mengenai data variabel berdasarkan karakteristik variabel penelitian. Analisis deskriptif dalam penelitian ini adalah jumlah sampel, nilai

minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata dan standar deviasi. Penelitian ini menggunakan variabel Manajemen Laba sebagai variabel independen, Asimetri Informasi sebagai variabel intervening dan Biaya Modal Ekuitas sebagai variabel dependen.

Berikut adalah hasil data statistik deskriptif yang disajikan dalam bentuk tabel dibawah ini.

Tabel 4.1 . Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	99	12	25	20,49	2,276
Tarif masuk	99	10	15	12,43	1,308
Kepuasan Pengunjung	99	9	15	11,79	1,302
Valid N (listwise)	99				

Analisis statistik deskriptif pada tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 42, sehingga hasil yang dapat dijelaskan adalah sebagai berikut :

- Kualitas Pelayanan menunjukkan nilai minimum sebesar 12 dan nilai maksimum sebesar 25 dengan standar deviasi sebesar 2,276. Sedangkan rata-rata (*mean*) sebesar 20,49, artinya rata-rata dari semua sampel Kualitas Pelayanan adalah 20,49.
- Tarif Masuk menunjukkan nilai minimum sebesar 10 dan nilai maksimum sebesar 15 dengan standar deviasi sebesar 1,308. Sedangkan rata-rata (*mean*) sebesar 12,43, artinya rata-rata dari semua sampel Tarif Masuk adalah 12,43.
- Kepuasan Pengunjung menunjukkan nilai minimum sebesar 9 dan nilai maksimum sebesar 15 dengan standar deviasi sebesar 1,302. Sedangkan rata-rata (*mean*) sebesar 11,79, artinya rata-rata dari semua sampel Kepuasan Pengunjung adalah 11,79.

BAB V

ANALISIS HASIL PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN TARIF MASUK TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG

A. Hasil Pengujian Instrument Penelitian

1. Uji Validitas

Table 5.4.Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,715	0,361	Valid
	X1.2	0,785	0,361	Valid
	X1.3	0,771	0,361	Valid
	X1.4	0,823	0,361	Valid
	X1.5	0,859	0,361	Valid
Tarif Masuk (X2)	X2.1	0,776	0,361	Valid
	X2.2	0,946	0,361	Valid
	X2.3	0,877	0,361	Valid
Kepuasan Pengunjung (Y)	Y.1	0,682	0,361	Valid
	Y.2	0,854	0,361	Valid
	Y.3	0,868	0,361	Valid

Sumber : Data Primer Diolah (2024)

Pada Tabel 5.4 di atas menunjukkan hasil uji validitas dari variabel kualitas pelayanan, tarif masuk dan kepuasan pengunjung . Semua variabel antara kualitas pelayanan, tarif masuk dan kepuasan pengunjung semua pernyataan dikatakan valid. Oleh karena itu semua pertanyaan akan disebarkan kepada responden pertama.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui reliabel atau tidak sebuah kuestioner. Pengujian ini menggunakan metode *Alpha Cronbach's* untuk menguji instrumen penelitian yang digunakan. Jika

nilai Cronbach's Alpha > 0,6 maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel atau konsisten.

Table 5.5. Uji reliabilitas

Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
Kualitas pelayanan	0,822	Reliabel
Tarif masuk	0,833	Reliabel
Kepuasan pengunjung	0,728	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel di atas menunjukkan bahwa pernyataan yang terdapat dalam kuesioner semuanya reliabel atau konsisten, karena nilai *Cronbach's Alpha* dari ketiga variabel lebih besar dari 0,6

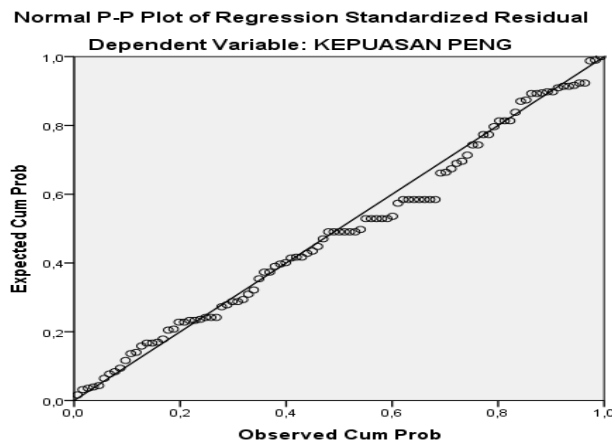
B. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk memperlihatkan bahwa ada sampel diambil dari populasi yang berdistribusi normal. Ada beberapa teknik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas, antara lain Uji Chi Kuadrat, Uji Lilliefors, Uji Kolgomorov-Smirnov dan dengan grafik.

Untuk mengetahui data yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak maka pada penelitian ini digunakan Uji Kolgomorov-Smirnov Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai Asymp Sig (2-tailed) $\geq 0,05$, jika nilai Asymp Sig (2-tailed) $\leq 0,05$ maka distribusi data tidak normal.

Gambar 5.1 Uji Normalitas P-Plot



Berdasarkan gambar diatas maka dapat dilihat bahwasannya kurva P-plot tersebut dikatakan normal karena titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Maka hal tersebut dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas

Berikut tabel hasil uji normalitas yang sudah dilakukan oleh peneliti :

Tabel 5.6 .Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-,1515152
	Std. Deviation	1,32277390
Most Extreme Difference	Absolute	,076
	Positive	,072
	Negative	-,076
Test Statistic		,076
Asymp. Sig. (2-tailed)		,186 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan tabel 5.4 diatas nilai dari signifikansi nya sebesar 0186, Dimana nilai tersebut lebih besar dari pada 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas memiliki tujuan untuk mengetahui adanya interkorelasi yang tinggi yang terjadi antar variabel bebas dalam suatu model regresi. Variabel yang di ujikan yaitu kualitas pelayanan, tarif masuk, kepuasan pengunjung. Interpretasi hasil uji multikolinearitas dapat diketahui dari nilai toleransi dan VIF (*Variance Inflation Factor*) serta kebebasan antar variabel bebas. Model regresi yang dinyatakan bebas multikolinearitas apabila nilai VIF dan nilai toleransi lebih dari 0,10

Tabel 5.7 .Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	KUALITAS PEL	,904	1,106
	TARIF MASUK	,904	1,106
a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG			

Sumber : Data Primer Diolah (2024)

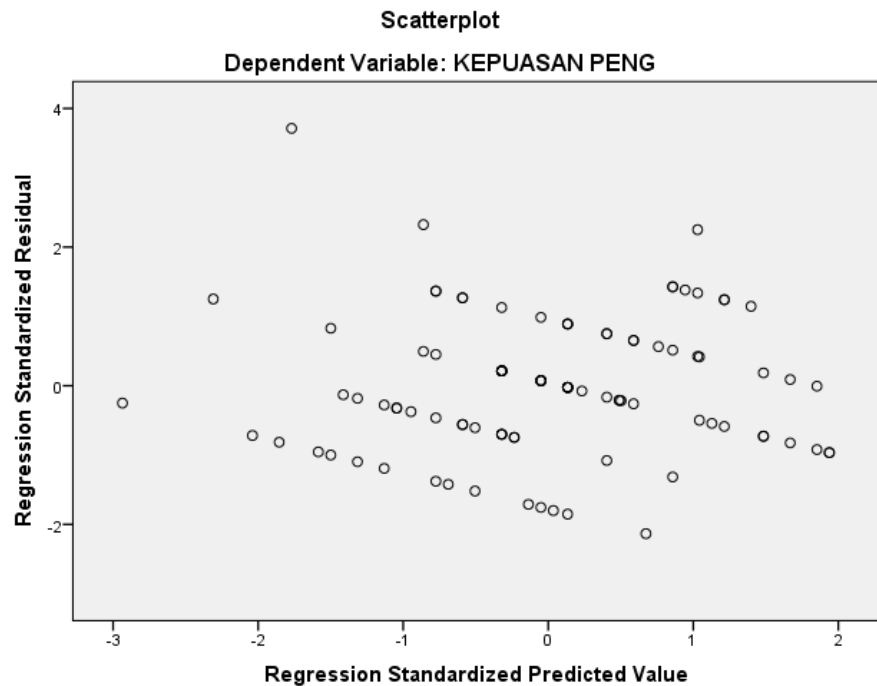
Berdasarkan tabel 5.7 diatas terlihat bahwa nilai tolerance lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, yang ditunjukkan dengan nilai tolerance untuk kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,904, tarif masuk (X2) sebesar 0,904. Sedangkan nilai VIF untuk kualitas pelayanan (X1) sebesar 1,106 obyek dan tarif masuk (X2) sebesar 1,106. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antara variabel bebas dalam model regresi

3. Uji Heteroskedastitas

Analisa uji heterokedastisitas dipergunakan untuk mengidentifikasi apakah model regresi penelitian terbukti bebas atau justru terjadi gejala heterokedastisitas. Apabila tidak terdapat pola tertentu dan tidak menyebar diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk model penelitian yang baik adalah

yang tidak terdapat heteroskedastisitas.

Gambar 5.2 Uji Scatterplot Heteroskedastisitas



Berdasarkan pada gambar 4.2 diatas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak berpola secara tertentu, serta tersebar baik dibagian atas maupun bagian bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini meyakinkan tidak terdapat heterokedastisitas

Tabel 5.8 . Uji Heterokedastisitas

Variable Bebas	Sig	Keterangan
Kualitas pelayanan (X1)	0,604	Tidak terjadi heteroskedastisitas.
Tiket Masuk (X2)	0,333	Tidak terjadi heteroskedastisitas.

Sumber : Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan tabel 5.8 di ketahui bahwa pada masing masing variable bebas di peroleh nilai sig $> 0,05$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

C. Analisis Linear Berganda.

Analisis linear berganda bertujuan untuk mengukur hubungan variabel pada persamaan garis regresi. Persamaan pada analisis ini adalah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Hasil dari regresi linear berganda yaitu sebagai berikut :

Tabel 5.9 Hasil Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,571	1,244		4,477	,000
KUALITAS PEL	,154	,049	,300	3,155	,002
TARIF MASUK	,259	,089	,277	2,913	,004

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENG

Sumber : Output IBM SPSS

Pada tabel diatas menunjukkan hasil model persamaan yang digunakan dalam uji regresi linear berganda yakni sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 5,571 + 0,154X_1 + 0.259X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pengunjung

α = Kostanta

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Tarif Masuk

β_1 = Koefisien Regresi X_1

β_2 = Koefisien Regresi X_2

e = error

Dari persamaan model regresi diatas maka dapat disimpulkan hasil interpretasi dari analisis linear berganda yakni sebagai berikut :

1. Konstanta (α)

Konstanta dalam analisis regresi ini sebesar 5,571 yang artinya bernilai positif sehingga dapat diartikan bahwa tidak terdapat variabel kualitas pelayanan (X_1) dan tarif masuk (X_2) mempunyai nilai yang sama dengan nol. Maka dapat disimpulkan bahwa besarnya nilai kepuasan pengunjung (Y) yakni sebesar 5,571.

2. Koefisien X_1 (Kualitas Pelayanan)

Nilai koefisien regresi variabel kompensasi sebesar 0,154 bernilai positif menyatakan bahwa jika variabel kompensasi mengalami kenaikan 1 satuan. Sedangkan variabel tarif masuk atau tidak ada / sebesar 0, maka nilai kepuasan pengunjung (Y) sebesar 0,154. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin sesuai nilai kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula kepuasan pengunjung.

3. Koefisien X_2 (Tarif Masuk)

Nilai koefisien regresi variabel tarif masuk sebesar 0,259 bernilai positif menyatakan bahwa jika variabel kompensasi mengalami kenaikan 1 satuan. Sedangkan variabel kualitas pelayanan atau tidak ada / sebesar 0, maka nilai kinerja karyawan (Y) sebesar 0,259. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin sesuai nilai Tarif masuk semakin tinggi pula kepuasan pengunjung.

D. Uji Hipotesis

1. Uji T

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel secara individual terhadap variabel dependen. jika nilai sig $< 0,05$ maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 5.9 .Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,571	1,244		4,477	,000
KUALITAS PEL	,154	,049	,300	3,155	,002
TARIF MASUK	,259	,089	,277	2,913	,004

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

Pada tabel 5.7 dikatakan terdapat pengaruh Dimana nilai sig X1 sebesar 0,43 dan nilai X2 sebesar 0,17, Dimana nilai tersebut lebih kecil dari pada 0,05 yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan tarif masuk terhadap kepuasan pengunjung.

2. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel bebas secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak signifikan terhadap variabel terikat (Y). Jika nilai sig dibawah 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji F-statistik digunakan untuk membuktikan ada pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan:

Tabel 5.10 .Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	31,933	2	15,966	13,350	,000 ^b
Residual	114,815	96	1,196		
Total	146,747	98			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

b. Predictors: (Constant), TARIF MASUK, KUALITAS PELAYANAN

Dari tabel 5.10 di atas nilai sig. sebesar $0.01 < 0,05$ yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan tarif masuk terhadap kepuasan pengunjung.

3. Koefisien Determinasi

Analisa uji koefisien determinasi dipergunakan untuk mengidentifikasi seberapa tinggi kapabilitas variabel independen di dalam model regresi dalam menjelaskan serta memprediksi besarnya nilai variabel dependen

Tabel 5.11 .Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,466 ^a	,218	,201	1,094

a. Predictors: (Constant), TARIF MASUK, KUALITAS PEL

Pada tabel 5.11 Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,218 berarti secara simultan besarnya pengaruh antara variabel kualitas pelayanan, tarif masuk terhadap variabel kepuasan pengunjung yaitu sebesar 21,8 %. Sedangkan sebesar 78,2% dipengaruhi variabel lain selain variabel kualitas pelayanan dan tarif masuk. Nilai ini tergolong rendah, yang dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Pertama, kemungkinan terdapat variabel lain yang lebih berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, seperti fasilitas tambahan, kenyamanan tempat, daya tarik wisata, atau pengalaman sebelumnya. Kedua, hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Tarif Masuk dengan Kepuasan Pengunjung mungkin tidak terlalu kuat, terlihat dari koefisien regresi yang tidak terlalu besar. Ketiga, persepsi setiap pengunjung terhadap kepuasan dapat bervariasi, sehingga sulit dijelaskan hanya dengan dua variabel ini

a. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan, tarif masuk terhadap kepuasan pengunjung. Peneliti menggunakan metode kuesioner yang dilakukan pada pengunjung Planetarium UIN Walisongo. Dalam penelitian ini

peneliti menggunakan sebanyak 99 sampel. Sebelum peneliti menyebarkan kuestioner, peneliti melakukan pre test kepada 30 orang responden untuk melakukan uji validitas dan reabilitas terlebih dahulu untuk mengetahui apakah kuesioner dalam penelitian ini layak digunakan atau tidak. Setelah kuesioner dinyatakan valid dan reliabel, maka barulah peneliti menyebarkan kuesioner kepada 98 orang responden.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisis maka pembahasannya sebagai berikut :

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung. Dari hasil data yang sudah di analisis yang mana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Dapat pula disimpulkan bahwa semakin meningkatnya nilai pelayanan, maka akan meningkat pula kepuasan pengunjung. Hal ini berarti jika kualitas pelayanan yang baik di planetarium UIN Walisongo di berikan secara baik dan benar maka kepuasan pengunjung akan meningkat, dan akan dapat menarik pengunjung lebih banyak untuk datang. Begitupun sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diberikan buruk maka kepuasan pengunjung tidak akan terpenuhi dan semakin banyak pengunjung yang memilih untuk tidak datang dan memilih tempat lain.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang di lakukan oleh Ilham Masda Priotomo (2020) yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus di Museum Motor Antik dan Kolam Renang Cak Soen Kabupaten Ngawi)” dan penelitian yang di lakukan oleh Gofur (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan” yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pengunjung. Dalam sebuah bisnis, kualitas pelayanan selalu menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan perusahaan. Kualitas pelayanan ini didasarkan pada perbandingan dari tingkatan layanan

yang diterima oleh seorang konsumen atau pembeli dengan tingkatan pelayanan yang selama ini diharapkan atau diekspetasikan. Kualitas Pelayanan dianggap baik apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, sementara jika melebihi apa yang diharapkan konsumen, maka dapat dikatakan pelayanan sangat memuaskan.

Dalam konteks Planetarium UIN Walisongo, pelayanan yang diberikan sejauh ini sudah cukup baik, meskipun masih ada beberapa aspek yang memerlukan peningkatan. Sebagai contoh, setelah kegiatan selesai, diharapkan para karyawan dapat segera membersihkan kembali area yang telah digunakan. Langkah ini penting untuk menjaga kebersihan dan kenyamanan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan pengalaman pengunjung secara keseluruhan. Lebih lanjut, peningkatan kualitas pelayanan tidak hanya terbatas pada aspek kebersihan. Pelayanan yang lebih ramah, responsif, dan profesional juga diperlukan untuk menciptakan pengalaman yang berkesan. Penggunaan teknologi, seperti sistem pemesanan online atau informasi yang terintegrasi, dapat menjadi salah satu inovasi untuk mempermudah akses pengunjung. Selain itu, pelatihan rutin bagi karyawan terkait pelayanan pelanggan juga dapat menjadi langkah strategis untuk menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan secara berkelanjutan. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan, Planetarium UIN Walisongo tidak hanya dapat mempertahankan pengunjung setianya, tetapi juga menarik pengunjung baru dan menciptakan citra positif yang dapat memperkuat posisi Planetarium sebagai destinasi edukasi yang diminati di masa mendatang.

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung. Dari hasil data yang sudah di analisis yang mana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Dapat pula disimpulkan bahwa semakin sesuai harga yang di bayarkan dengan apa yang di

dapat, maka akan meningkat pula kepuasan pengunjung. Hal ini berarti apa bila harga yang di bayar kan sesuai maka kepuasan pengunjung akan terpenuhi sehingga pengunjung tertarik untuk datang kembali dan juga semakin banyak orang yang akan berkunjung. Begitupun sebaliknya apa bila tarif masuk yang sudah mereka bayar tidak sesuai dengan apa yang akan didapat maka kepuasan pengunjung tidak akan didapat.

Menentukan sebuah harga tidak mudah dilakukan. Di satu sisi, harga yang terlalu mahal bisa meningkatkan laba jangka pendek, tetapi disisi lain akan sulit dijangkau konsumen dan sukar bersaing dengan kompetitor. Sedangkan bila harga terlalu murah, pangsa pasar bisa melonjak, namun margin kontribusi dan laba bersih yang diperoleh akan berkurang. Selain itu, sebagian konsumen bisa saja mempersepsikan kualitasnya jelek. Disisi lain Harga merupakan ukuran yang relatif bagi setiap konsumen. Bagi konsumen yang sensitif biasanya harga murah menjadi sumber kepuasan yang penting, mereka cenderung akan mempertimbangkan besarnya harga dan kerap berkomentar negatif ketika membayar suatu produk atau jasa, padahal perusahaan menganggap harga yang diterapkan sudah sesuai. Sebaliknya konsumen yang tidak sensitif terhadap harga, cenderung tidak begitu mempertimbangkan harga ketika melakukan pembelian, konsumen lebih memikirkan kualitas yang diperolehnya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang di lakukan oleh Hasanudin (2022) "Pengaruh kualitas pelayanan, harga paket wisata, dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung Agrowisata Eptilu Garut" dan penelitian Ratih (2018) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Instrumen Penunjang Laboratorium (Studi Kasus Pada Pt. Laborindo Sarana Jakarta) yang mengatakan bahwa salah satu cara yang dilakukan untuk

menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk jasa yang terjual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas jasa, dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Hal ini sejalan dengan hasil yang sudah di dapatkan dimana tarif masuk yang tepat sangat mempengaruhi kepuasan pengunjung.

Harga paket wisata yang di tetapkan oleh planetarium sudah sesuai dan terjangkau, karena planetarium UIN Walisongo ini sendiri merupakan planetarium terbesar se indonesia.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, tarif masuk dengan kepuasan pengunjung. Responden dalam penelitian ini berjumlah 99 orang yang merupakan pengunjung Planetarium UIN Walisongo. Berdasarkan data yang dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan dengan menggunakan regresi linear berganda, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan, semakin meningkatnya nilai pelayanan, maka akan meningkat pula kepuasan pengunjung.
2. Tarif masuk berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung, semakin sesuai tarif masuk maka semakin meningkat kepuasan pengunjung

B. Saran

Berdasarkan Kesimpulan pada penelitian ini maka penulis mengajukan saran sebagai berikut :

1. Pengelola planetarium diharapkan untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan agar pengunjung merasa lebih nyaman dan puas. Hal ini dapat dilakukan dengan menjaga kebersihan dan kenyamanan fasilitas, seperti ruang pertunjukan, kursi pengunjung, serta area umum lainnya agar selalu dalam kondisi baik. Selain itu, staf perlu diberikan pelatihan agar lebih profesional, ramah, dan responsif dalam memberikan informasi serta pelayanan kepada pengunjung. Untuk meningkatkan kemudahan akses, pengelola juga dapat menyediakan sistem pemesanan tiket online serta informasi digital mengenai jadwal pertunjukan. Dengan peningkatan ini, diharapkan pengalaman pengunjung menjadi lebih baik, sehingga kepuasan mereka meningkat dan lebih banyak wisatawan tertarik untuk berkunjung.

2. Dalam aspek harga, pengelola dapat mempertimbangkan variasi tarif masuk agar lebih fleksibel dan terjangkau bagi berbagai kalangan. Misalnya, dengan menawarkan paket khusus seperti harga diskon untuk pelajar dan mahasiswa, tiket keluarga, atau promo khusus pada hari tertentu untuk menarik lebih banyak pengunjung. Selain itu, sistem penyesuaian harga berdasarkan fasilitas yang digunakan juga dapat diterapkan, sehingga pengunjung dapat memilih layanan sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan strategi harga yang lebih fleksibel, diharapkan Planetarium UIN Walisongo dapat menjangkau lebih banyak pengunjung dan meningkatkan kepuasan mereka terhadap layanan yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoiron dan Taifan Ali Achmadi, 2020, *Metode Penelitian Kuantitatif*, yogyakarta: Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA
- Adinegara, G. N. J. 2021. *Anteseden Dan Konsekuensi Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung Ke Bali*. Deepublish.
- Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., dan Istiqomah, R. R. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu.
- Bambang Sudaryana, D. E. A., Ak, M., Agusiady, H. R., dan SE, M. 2022. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Darma, B. 2021. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Diena M. Lemy. 2018. *Jasa Pariwisata*, yogjakarta: Explore
- Djaali. 2021. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara
- Elvera, S. E. 2020. *Pemasaran Pariwisata: Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan*. Scopindo Media Pustaka.
- Helmi, S. S., dan Lutfi, M. 2010. Analisis data untuk riset manajemen dan bisnis. *Medan. USU*.
- I Gde Pitana. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*, CV ANDI
- Jaya, I. M. L. M. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif: Teori, Penerapan, Dan Riset Nyata*. Anak Hebat Indonesia.
- Kotler dan Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2008. *Manajemen pemasaran jilid 1 (terjemahan)*, Edisi 12, PT. Indeks Jakarta.
- Majid, S. A. S. 2011. *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*, Yogyakarta: Rajawali Pres
- Purwoko. 2000. *Kepuasan dan Loyalitas: Perspektif Kualitas Layanan*. Jakarta: Komunika Jaya Pratama.
- Sahat, S. 2022. *Buku Referensi Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan*, CV. Bintang Semesta Media.

- Santoso, S. 2018. *Mahir statistik multivariat Dengan SPSS*. Elex Media Komputindo.
- Sarwono, J. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wirawan, P. E., dan Octaviany, V. 2022. *Pengantar Pariwisata*. Nilacakra.
- Wijaya, T. 2018. *Manajemen kualitas jasa*. Jakarta : PT Indeks

Artikel & Karya Ilmiah Lainnya

- Aliansyah, Helmi, and Wawan Hermawan, 2021, Peran Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten/Kota Di Jawa Barat, *Bina Ekonomi*, 23(1), 39–55
- Anggrayani, K., Yani, A., dan Masud, E. 2019. Pengaruh Unsur-Unsur Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Mega First pada PT. Bank Mega, TBK Propinsi Kepulauan Bangka Belitung. *JEM Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(2), 20-33.
- Daryanto, I. S. 2014. *Konsumen Dan Pelayanan Prima. Cetakan I. Yogyakarta: Gava Media*, 117-118.
- Darwin, S. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia-Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-12.
- Estherlita, K. T., Gosal, P. H., dan Karongkong, H. H. 2017. *Planetarium Dan Observatorium Di Manado. “Konsepsi Tata Surya Dalam Gubahan Bentuk Dan Ruang Arsitektural”* (Doctoral dissertation, Sam Ratulangi University).
- Haryanto, R. A. 2013. Strategi promosi, kualitas produk, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran McDonald’s manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).
- Islam, P. I., dan Savitri, F. M. 2023. Pengaruh Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary Terhadap Minat Kunjung Ulang Peziarah Di Makam Syekh Abu Bakar Jepara. *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 3(1), 67-83.
- Jayanti, N. D., dan Purwanti, S. 2017. Kualitas Pelayanan (Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangibles) Di Legend Premium Coffee Yogyakarta. *Journal of Culinary Education and Technology*, 6(1).
- Kasmir, D. 2017. *Customer Services Excellent*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Lake, A. O. V. S. A., dan Tourism, C. Pengaruh Aksebilitas Dan Tarif Masuk Objek Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Objek Wisata Danau Cibogas.

- Matantu, R. N., Tampi, D. L., dan Mangindaan, J. V. 2020. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Gran Puri Manado. *Productivity*, 1(4), 355-360.
- Nurjanah, N., Azka, A., dan Abdullah, A. 2012. Aktivitas antioksidan dan komponen bioaktif semanggi air (*Marsilea crenata*). *AJIE (Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship)*, 1(03), 152-158.
- Pradana, M., dan Reventiary, A. 2016. Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek Customade (studi di merek dagang Customade Indonesia). *Jurnal Manajemen*, 6(1).
- Purwanto, N. 2019. Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 6115, 196-215.
- Ririn, T. R., dan Mastuti, A. 2011. Teori dan kasus manajemen pemasaran jasa. *Bogor: Ghalia Indonesia*.
- Setyaleksana, B. Y., Suharyono, S., dan Yulianto, E. 2017. *Pengaruh customer relationship management (crm) terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (Survei pada pelanggan GraPARI Telkomsel di Kota Malang)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Suarnayasa, K., dan Haris, I. A. 2017. Persepsi wisatawan terhadap keberadaan objek wisata air terjun di Dusun Jembong. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(2), 473-484.
- Sugiyono, P. 2015. Metode penelitian kombinasi (mixed methods). *Bandung: Alfabeta*, 28(1), 12.
- Turangga, K. G., Darmawiguna, I. G. M., & Divayana, D. G. H. 2018. Pengembangan Aplikasi Planetarium Berbasis Virtual Reality. *Jurnal Nasional Pendidikan Teknik Informatika: JANAPATI*, 7(2), 207-218.
- Wardani, I. 2020. Pengaruh Harga, Free Wifi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kedai Coffee JMP Pahlawan Lamongan. *Melati Stiekhad*, 35(2), 1-1.

LAMPIRAN

Lampiran I

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruhi kualitas pelayanan dan tarif masuk terhadap kepuasan pengunjung (Studi kasus di planetarium UIN Walisongo Semarang)

Kepada Yth

Pengunjung Planetarium UIN Walisongo Semarang

Dengan hormat

Bersama dengan ini saya beritahukan bahwa saya :

Nama : Shovia Rahayu

NIM : 2001036086

Fakultas/Prodi : Fakultas Dakwah dan Komunikasi / Manajemen Dakwah

Sedang dalam tahap penyusunan skripsi, bermaksud untuk melakukan penelitian **“Pengaruh kualitas pelayanan dan tarif masuk terhadap kepuasan pengunjung (Studi kasus di planetarium UIN Walisongo Semarang)”**

Untuk mendukung penyusunan skripsi khususnya dalam pengumpulan data, saya mohon kesediaan anda untuk mengisi kuesioner berikut ini secara jujur: Penelitian ini dilakukan hanya bersifat keilmuan dan data yang terkumpul tidak digunakan untuk hal-hal yang merugikan.

Atas kesedian dan kerjasama anda, saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya

Shovia Rahayu

PETUNJUK PENGISIAN

1. Tulislah terlebih dahulu identitas anda
2. Angket terdiri dari 11 butir pernyataan dengan 5 butir pilihan jawaban
3. Bacalah setiap pertanyaan dengan teliti sebelum anda menjawab
4. Pilihlah salah satu jawaban dengan cara memberi tanda check (✓)
5. Jawablah soal pernyataan dengan benar sesuai keadaan yang anda alami
6. Waktu pengerjaan 30 menit
7. Arti dari pilihan
 - a. STS = Sangat Tidak Setuju
 - b. TS = Tidak Setuju
 - c. CS = Cukup Setuju
 - d. S = Setuju
 - e. SS = Sangat Setuju

Nama :

Usia :

Jenis kelamin :

Alamat :

Pekerjaan :

A. Variabel Kualitas Pelayanan

NO	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Petugas memberikan informasi kepada pengunjung dengan jelas					
2.	Petugas bersikap ramah kepada pengunjung					
3.	Pelayanan yang diberikan petugas sangat cepat					
4.	Petugas melayani pengunjung dengan tulus					
5.	Petugas menerima kritikan dengan santun					

B. Variabel Tarif Masuk

NO	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Tarif masuk cukup terjangkau					
2.	Tarif masuk sesuai dengan layanan yang diberikan					
3.	Tarif masuk cukup bersaing dengan obyek wisata lain					

C. Variabel Kepuasan Pengunjung

NO	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Saya akan berkunjung kembali ke Planetarium UIN Walisongo Semarang					
2.	Layanan yang diberikan sudah baik dan memuaskan					
3.	Saya akan merekomendasikan Planetarium UIN Walisongo Semarang kepada teman-teman					

Lampiran II

Hasil Penelitian

N o.	KUALITAS PELAYANAN						TARIF MASUK				KEPUASAN PENGUNJUNG			
	X1 .1	X1 .2	X1 .3	X1 .4	X1 .5	TOT AL	X2 .1	X2 .2	X2 .3	Tot al	Y. 1	Y. 2	Y. 3	Tot al
1	4	4	4	3	5	16	4	3	4	11	4	3	3	10
2	3	2	2	3	2	12	3	3	5	11	3	3	4	10
3	3	3	4	4	4	18	4	4	3	11	4	4	3	11
4	5	4	5	5	5	24	3	5	4	12	5	4	4	13
5	5	5	5	5	5	25	5	5	2	12	5	5	5	15
6	4	4	4	3	4	19	4	3	4	11	4	4	3	11
7	3	4	5	4	4	19	4	4	4	12	5	5	5	13
8	4	4	4	4	4	20	5	4	4	13	4	4	4	12
9	4	4	5	4	4	21	4	4	4	12	5	5	2	12
10	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	4	12
11	4	5	5	4	5	23	4	4	4	12	4	4	4	12
12	4	4	3	4	4	19	3	3	4	10	3	4	5	12
13	4	4	4	5	4	21	5	5	4	14	4	5	5	14
14	5	4	4	4	4	21	3	5	5	13	4	5	4	13
15	5	5	4	3	3	20	3	3	5	11	4	4	5	13
16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	4	12
17	5	5	4	5	5	24	4	4	5	13	4	5	5	14
18	4	4	4	5	5	22	4	3	4	11	4	3	4	11
19	4	4	4	5	4	21	4	5	4	13	4	4	3	11
20	5	5	5	5	5	16	3	3	4	10	5	5	2	12
21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	5	13
22	4	4	3	4	4	19	4	3	4	11	3	4	4	11
23	4	3	3	4	4	18	3	4	4	11	3	3	4	10
24	5	4	4	4	4	21	3	4	5	12	4	4	4	12
25	5	5	5	5	3	23	5	5	4	14	5	5	4	14
26	3	4	4	4	4	19	4	4	4	12	5	5	3	13
27	4	4	5	4	4	21	4	4	4	12	5	4	4	13
28	5	5	5	5	5	25	5	5	4	14	4	4	4	12
29	5	4	5	5	5	24	4	4	5	13	4	4	4	12
30	4	3	3	5	5	20	5	4	4	13	4	4	4	12
31	4	4	4	4	4	20	3	4	4	11	4	4	4	12
32	3	4	4	4	4	19	4	4	5	13	3	3	4	10
33	4	4	4	4	4	20	4	4	5	13	4	4	4	12

34	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	4	12
35	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	4	12
36	4	3	3	5	5	20	5	5	5	15	4	4	4	12
37	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	4	12
38	4	4	4	4	4	20	4	4	3	11	3	4	3	10
39	5	5	4	4	4	18	4	3	5	12	4	4	4	12
40	4	3	4	3	4	18	4	3	3	10	5	5	5	15
41	5	5	5	2	3	20	5	5	5	15	4	4	5	13
42	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	3	4	4	11
43	4	3	3	3	4	17	4	4	4	12	4	3	4	11
44	4	3	3	3	3	16	5	3	5	13	4	3	4	11
45	4	4	4	4	4	20	5	4	4	13	4	4	4	12
46	4	4	4	4	4	20	5	5	4	14	5	5	3	13
47	4	4	4	3	3	18	5	5	5	15	4	4	4	12
48	4	4	4	4	4	20	5	5	4	14	4	4	4	12
49	4	4	4	4	4	20	5	4	5	14	3	5	5	13
50	5	5	5	3	5	23	5	5	5	15	4	4	4	12
51	4	4	4	4	4	20	5	4	4	13	4	4	4	12
52	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	4	12
53	5	4	4	4	4	21	4	4	5	13	4	4	4	12
54	5	5	4	3	3	20	3	3	5	11	5	4	4	13
55	4	4	5	4	4	21	4	4	4	12	3	4	3	10
56	4	3	3	3	4	17	4	3	4	11	3	3	4	10
57	4	4	3	3	3	17	3	3	4	10	4	4	2	10
58	4	4	4	3	4	19	4	4	4	12	3	3	4	11
59	5	5	3	3	4	20	3	3	5	13	3	3	4	10
60	4	4	4	5	4	21	5	5	4	14	3	4	4	11
61	3	4	3	3	4	17	4	4	4	12	4	3	3	10
62	5	4	4	5	5	21	2	5	5	12	4	4	4	12
63	4	5	4	4	4	21	4	4	3	11	4	4	3	11
64	4	4	4	5	5	22	5	3	3	11	5	4	2	11
65	5	5	5	5	5	25	5	4	4	13	4	4	5	13
66	5	5	5	5	5	25	5	5	3	13	4	4	4	12
67	5	5	5	4	4	23	3	4	5	12	4	4	4	12
68	5	4	4	4	4	21	4	5	5	14	4	4	5	13
69	4	5	5	5	4	23	5	5	5	15	5	4	4	13
70	4	4	4	4	5	25	4	4	4	12	5	5	4	14
71	5	5	5	5	4	24	3	5	5	13	4	5	5	14
72	5	5	4	4	4	22	4	4	5	13	4	3	3	10

73	5	4	4	5	4	22	5	5	4	14	4	4	4	12
74	5	4	4	4	4	21	4	4	4	12	4	4	4	12
75	4	4	4	5	4	20	4	5	4	13	5	4	4	13
76	4	4	4	3	4	19	3	4	5	12	4	4	3	11
77	5	5	5	5	5	25	4	4	4	12	4	4	5	13
78	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	3	11
79	5	5	5	5	5	25	5	5	3	13	4	4	4	12
80	4	4	4	4	4	20	4	4	5	13	5	5	2	12
81	4	5	5	5	5	24	5	5	4	14	4	4	4	12
82	4	4	4	5	4	21	4	4	5	13	4	5	4	13
83	4	4	4	4	4	20	5	3	5	13	4	4	5	13
84	4	5	5	5	5	24	5	5	4	14	5	5	3	13
85	5	4	5	4	5	23	4	4	5	13	5	4	5	14
86	5	5	5	5	5	25	5	5	4	14	4	4	4	12
87	3	3	4	4	4	18	3	5	3	12	4	5	5	14
88	3	3	4	4	3	17	5	5	5	15	4	4	4	12
89	4	4	4	4	4	20	3	4	4	11	5	3	3	11
90	3	4	4	4	4	19	4	3	3	10	4	3	3	10
91	3	4	5	5	5	22	5	3	2	10	4	3	3	10
92	4	4	4	4	4	20	4	3	4	12	3	3	5	11
93	4	4	5	4	4	21	3	3	5	11	4	3	3	10
94	4	4	4	4	4	20	5	4	4	13	5	4	4	13
95	5	3	3	5	5	21	4	5	5	14	4	5	5	14
96	5	4	4	4	4	21	3	3	3	9	4	4	3	11
97	4	4	4	4	4	23	4	3	4	11	3	3	4	10
98	3	3	3	4	4	21	4	4	4	12	4	4	4	12
99	3	3	4	5	5	20	4	5	3	12	4	4	4	12

STATISTIK DESKRIPTIF

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.TOTAL	99	12	25	20,49	2,276
X2.TOTAL	99	10	15	12,43	1,308
Y.TOTAL	99	9	15	11,79	1,302
Valid N (listwise)	99				

VALIDITAS

Correlations

		X101	X102	X103	X104	X105	X1TOTAL
X101	Pearson Correlation	1	,389*	,309	,376*	,451*	,715**
	Sig. (2-tailed)		,033	,096	,040	,012	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X102	Pearson Correlation	,389*	1	,545**	,674**	,595**	,785**
	Sig. (2-tailed)	,033		,002	,000	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X103	Pearson Correlation	,309	,545**	1	,684**	,702**	,771**
	Sig. (2-tailed)	,096	,002		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X104	Pearson Correlation	,376*	,674**	,684**	1	,687**	,823**
	Sig. (2-tailed)	,040	,000	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X105	Pearson Correlation	,451*	,595**	,702**	,687**	1	,859**
	Sig. (2-tailed)	,012	,001	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30

X1TOTAL	Pearson Correlation	,715**	,785**	,771**	,823**	,859**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

RELIABILITAS

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	30	100,0
Excluded ^a	0	,0
Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	30	100,0
Excluded ^a	0	,0
Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	16,30	6,562	,452	,872
X1.2	16,10	7,334	,664	,775
X1.3	15,97	7,826	,669	,782
X1.4	16,03	7,551	,738	,765
X1.5	16,13	6,395	,749	,744

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,833	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	8,77	1,564	,518	,935
X2.2	8,73	1,168	,861	,587
X2.3	8,77	1,426	,731	,735

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,728	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	8,23	1,357	,405	,793
Y.2	8,30	,976	,641	,528
Y.3	8,47	,878	,635	,534

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-,1515152
	Std. Deviation	1,32277390
Most Extreme Differences	Absolute	,076
	Positive	,072
	Negative	-,076
Test Statistic		,076
Asymp. Sig. (2-tailed)		,186 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TARIF MASUK, KUALITAS PEL ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENG

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,466 ^a	,218	,201	1,094

a. Predictors: (Constant), TARIF MASUK, KUALITAS PEL

b. Dependent Variable: KEPUASAN PENG

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31,933	2	15,966	13,350	,000 ^b
	Residual	114,815	96	1,196		
	Total	146,747	98			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENG

b. Predictors: (Constant), TARIF MASUK, KUALITAS PEL

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,571	1,244		4,477	,000
	KUALITAS PEL	,154	,049	,300	3,155	,002
	TARIF MASUK	,259	,089	,277	2,913	,004

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENG

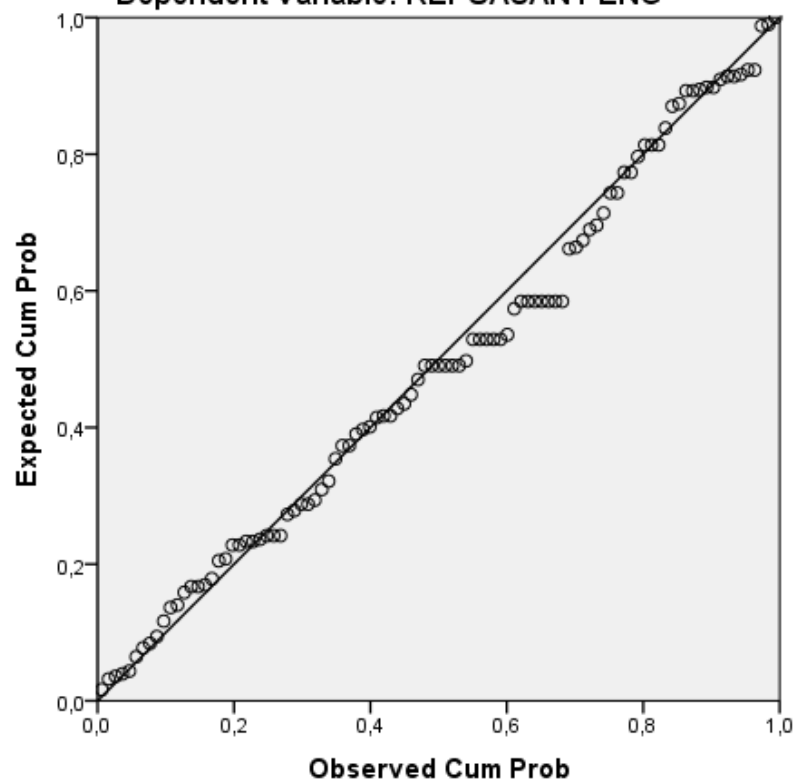
Residuals Statistics^a

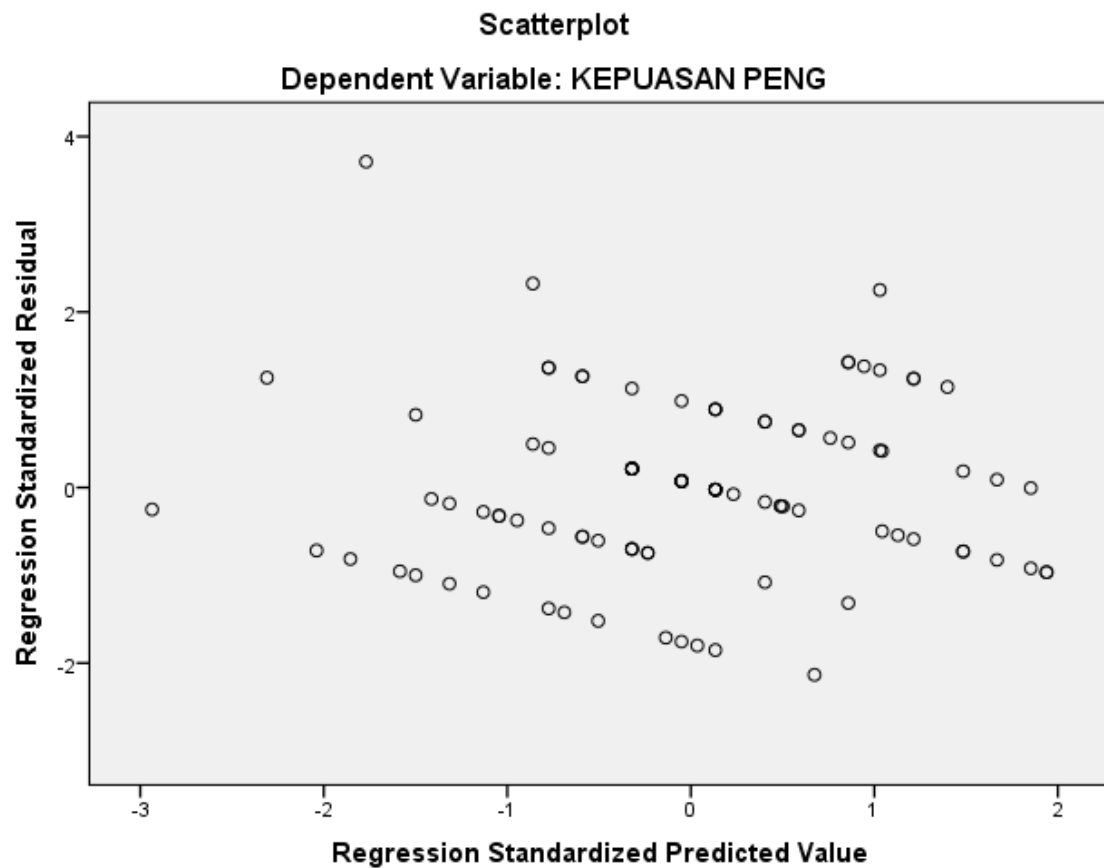
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	10,27	13,06	11,95	,571	99
Residual	-2,334	4,061	,000	1,082	99
Std. Predicted Value	-2,935	1,938	,000	1,000	99
Std. Residual	-2,134	3,713	,000	,990	99

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENG

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: KEPUASAN PENG





UJI MULTIKOLINIARITAS

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TARIF MASUK, KUALITAS PEL ^b		Enter

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENG

b. All requested variables entered.

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	KUALITAS PEL	,904	1,106
	TARIF MASUK	,904	1,106

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENG

Collinearity Diagnostics^a

Model Dimension		Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	KUALITAS PEL	TARIF MASUK
1	1	2,986	1,000	,00	,00	,00
	2	,008	18,851	,02	,84	,44
	3	,005	24,135	,98	,16	,56

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENG

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	10,27	13,06	11,95	,571	99
Residual	-2,334	4,061	,000	1,082	99
Std. Predicted Value	-2,935	1,938	,000	1,000	99
Std. Residual	-2,134	3,713	,000	,990	99

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENG

UJI HETEROKEDASITAS

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TARIF MASUK, KUALITAS PEL ^b		Enter

a. Dependent Variable: ABS_RES

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,102 ^a	,010	-,010	,90222

a. Predictors: (Constant), TARIF MASUK, KUALITAS PEL

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,814	2	,407	,500	,608 ^b
	Residual	78,145	96	,814		
	Total	78,959	98			

a. Dependent Variable: ABS_RES

b. Predictors: (Constant), TARIF MASUK, KUALITAS PEL

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,431	1,027		1,394	,167
KUALITAS PEL	,021	,040	,056	,520	,604
TARIF MASUK	-,071	,073	-,104	-,973	,333

a. Dependent Variable: ABS_RES

UJI HIPOTESIS

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TARIF MASUK, KUALITAS PEL ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENG

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,466 ^a	,218	,201	1,094

a. Predictors: (Constant), TARIF MASUK, KUALITAS PEL

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31,933	2	15,966	13,350	,000 ^b
	Residual	114,815	96	1,196		
	Total	146,747	98			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENG

b. Predictors: (Constant), TARIF MASUK, KUALITAS PEL

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,571	1,244		4,477	,000
	KUALITAS PEL	,154	,049	,300	3,155	,002
	TARIF MASUK	,259	,089	,277	2,913	,004

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENG

Lampiran III

Dokumentasi :



Dokumentasi : Wawancara dengan kepala Lab. Terpadu planetarium dan Observatrium Bapak Ahmad Syifaul Anam



Dokumentasi : Suasana show planetarium UIN Walisongo 08 November 2024



**Dokumentasi : Proses penyebaran kuesioner kepada pengunjung planetarium
UIN Walisongo Semarang**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185
Telepon (024) 7606405, Faksimili (024) 7606405, Website : www.fakdakom.walisongo.ac.id

Nomor : 194/Un.10.4/K/KM.05.01/02/2025
Hal : **Permohonan Ijin Riset**

Semarang, 18/02/2025

Kepada Yth.
Kepala Laboratorium Terpadu UIN Walisongo Semarang
di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

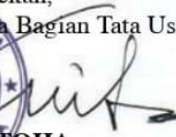
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang menerangkan bahwa dalam rangka penyusunan skripsi, mahasiswa berikut:

Nama : Shovia Rahayu
NIM : 2001036086
Jurusan : Manajemen Dakwah
Lokasi Penelitian : Planetarium UIN Walisongo Semarang
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN TARIF MASUK TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG (Studi Kasus di Planetarium UIN Walisongo Semarang)

Bermaksud melakukan Riset penggalan data di tempat penelitian pada instansi yang Bapak/Ibu pimpin. Sehubungan dengan itu kami mohonkan ijin bagi yang bersangkutan untuk melakukan kegiatan dimaksud.

Demikian atas perhatian dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An. Dekan,
Kepala Bagian Tata Usaha

MUNTOHA

Tembusan Yth. :
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang

Surat ini dicetak secara elektronik oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
LABORATORIUM TERPADU**

Alamat: Gd. Planetarium Observatorium Jl Prof. Hamka Kampus 3, Ngaliyan, Semarang, 50185
Telepon 0877 4884 1070, E-Mail : planetarium@walisongo.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: 1818/Un.10.0/P.9/SP.01.08/04/2025

Assalamualaikum Wr. Wb.

Berdasarkan Surat Nomor: 194/Un.10.4/K/KM.05.01/02/2025 tentang Permohonan Ijin Riset di Laboratorium Terpadu Planetarium Dan Observatorium KH. Zubair Al-Jailani UIN Walisongo Semarang, maka bersama ini disampaikan kepada mahasiswa berikut:

Nama : SHOZIA RAHAYU

NIM : 2001036086

Jurusan : MANAJEMEN DAKWAH

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN TARIF MASUK TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG (STUDI KASUS DI PLANETARIUM UIN WALISONGO SEMARANG).

Telah melaksanakan riset berupa wawancara dengan pihak pengelola dalam hal ini Kepala Laboratorium Terpadu Planetarium Dan Observatorium KH. Zubair Al-Jailani UIN Walisongo Semarang dan telah didapatkan data sesuai permohonan.

Demikian surat keterangan ini dibuat, supaya digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.



Semarang, 14 April 2025
Kepala Laboratorium Terpadu,

Ahmad Syifaul Anam