

KAJIAN KUALITAS LAYANAN, HARGA, LOKASI, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG

(Studi Kasus Pada *Water Boom* Niagara Ambulu Jember)

Oleh:

**Miya Ramadhani Triasmawan
NIM. 10.10.411.012**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan, harga, lokasi, dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung secara simultan dan parsial. Teori yang dipakai pada penelitian ini adalah teori manajemen pemasaran, kualitas layanan, harga, lokasi, fasilitas dan kepuasan pengunjung. Penelitian dilakukan pada pengunjung *Water Boom* Niagara Ambulu Jember. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel 40 orang responden. Adapun sifat dari penelitian adalah penjelasan (*explanatory*). Alat uji yang digunakan adalah regresi linier berganda, dengan perangkat lunak SPSS versi 20.00. Hasil Uji t dan uji F menunjukkan bahwa kualitas layanan (0,008), harga (0,038), lokasi (0,000), dan fasilitas (0,016) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung secara parsial, dan kualitas layanan, harga, lokasi, dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung secara simultan (0,000). Uji regresi menunjukkan bahwa kualitas layanan (0,196), harga (0,121), lokasi (0,433), dan fasilitas (0,214) berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung dan uji koefisien determinasi sebesar 86% kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh kualitas layanan, harga, lokasi, dan fasilitas sedangkan 14% sisanya dipengaruhi variable lain di luar penelitian.

Kata Kunci: kualitas layanan, harga, lokasi, fasilitas, dan kepuasan pengunjung

ABSTRACT

The research objective was to determine and analyze the effect of the influence of service quality, price, location, and facility on visitors satisfaction. The theory used in this study is the theory of marketing management, service quality, price, location, facility and visitors satisfaction theory. The study was conducted at Water Boom Niagara Ambulu Jember visitors. This type of quantitative descriptive study using purposive sampling method with a sample of 40 respondent. The nature of the research is the explanation (explanatory). Testing analysis using multiple regression analysis, with the software SPSS 20.00 version. The result from t test and F test extended that service quality (0,008), price (0,038), location (0,000), and facility (0,016) significance influential toward visitors satisfaction, and service quality, price, location, and facility together toward visitors satisfaction (0,000). Regression test extended that service quality (0,196), price (0,121), location (0,433), and facility (0,214) positive influential toward visitors satisfaction and coefficient of determination test extended that 86%, visitors satisfaction influenced by service quality, price, location, and facility, precisely 14% influenced another variables from this reaserch.

Keywords: service quality, price, location, facility and visitors satisfaction

2. Pendahuluan

Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Timur terus menyiapkan para pelaku wisata untuk siap bersaing dalam rangka menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) pada tahun 2015. Para pelaku wisata ini merupakan salah satu faktor terpenting untuk menghadapi MEA tahun 2015. Yang paling penting adalah peningkatan sumber daya manusia, karena faktor sumber daya manusia sangat menentukan siap tidaknya dalam menghadapi MEA. Salah satu bentuk persiapan yang dilakukan untuk meningkatkan kemampuan sumber daya manusia yaitu dengan memberikan pelatihan dan juga sertifikasi dari lembaga standar profesi supaya kemampuan mereka bisa meningkat (Kompas, 11 Oktober 2014).

Kegiatan rekreasi atau wisata digunakan masyarakat sebagai sarana melepas stres. Pola dan gaya hidup masyarakat yang semakin sibuk dalam rutinitasnya, sempitnya waktu membuat banyak orang yang membutuhkan wisata untuk melepaskan ketegangan dan memperoleh suasana baru yang menyegarkan dan menghibur. Konsumen diibaratkan seorang raja yang harus dilayani, namun hal ini bukan berarti menyerahkan segala-galanya kepada konsumen. Usaha memuaskan kebutuhan konsumen harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat “win-win situation” yaitu suatu kondisi di mana kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan. Kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan konsumennya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha (Tjiptono dan Chandra, 2001).

Menurut Tjiptono (2001) pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan konsumen yang merasa puas. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan konsumennya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi terciptanya kepuasan konsumen dan pembelian ulang, baik melalui rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) atau promosi langsung yang menguntungkan bagi perusahaan dan mengarah pada semakin meningkatnya jumlah konsumen baik dengan melakukan upaya pemasaran yang ekspansif maupun secara intensif. Melihat dari sisi perusahaan selaku penyedia produk atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen, dalam rangka memperoleh kemajuan dalam usaha dan mempertahankan kelangsungan bisnis maka perlu bagi perusahaan untuk menjaga agar konsumen yang memanfaatkan produk atau jasanya memperoleh tingkat kepuasan yang tinggi.

Kepuasan konsumen didefinisikan (Swastha, 2000) sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan oleh konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Kepuasan konsumen setelah menggunakan produk suatu perusahaan merupakan suatu kondisi yang tercapai setelah melalui suatu proses yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang merupakan variabel-variabel pemasaran seperti kualitas pelayanan, perusahaan harus mempunyai kelebihan lain seperti penetapan harga yang kompetitif, memiliki fasilitas pendukung atau kelebihan lain yang mendukung eksistensi perusahaan seperti lokasi usaha. Biasanya konsumen dalam menggunakan produk suatu perusahaan akan membanding-bandingkan harga, memilih layanan yang terbaik dan memilih penyedia produk yang dilengkapi dengan fasilitas yang nyaman dan lengkap.

Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Dampak positif dari pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan serta keinginan untuk melakukan pembelian kembali (*re-buying*), yang tentunya akan meningkatkan pendapatan yang diterima dari produk yang telah terjual. Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas, maka dengan begitu pelanggan akan merasa mendapat kepuasan tersendiri dan merasa dihargai sehingga mereka senang dan bersedia untuk menjadi pelanggan tetap (Kotler, 2005).

Dalam proses penentuan dimana seorang akan berwisata akan terlihat bahwa faktor lokasi dan harga akan ikut menentukan. Keputusan biasanya memerlukan pertimbangan yang benar-benar mendukung dan dapat menguntungkan seperti faktor lokasi dan harga. Para calon pengunjung cenderung akan memilih tempat yang memiliki lokasi yang strategis. Tjiptono (2004) menjelaskan dalam pemilihan lokasi diperlukan pertimbangan-pertimbangan yang cermat meliputi kemudahan (akses) atau kemudahan untuk dijangkau dengan sarana transportasi umum, (*visibilitas*) yang baik yaitu keberadaan lokasi yang dapat dilihat dengan jelas, lokasi berada pada lalu lintas (*traffic*) atau berada pada daerah yang banyak orang berlalu lalang yang dapat memberikan peluang

terjadinya *impulse buying*, lingkungan sekitar mendukung barang dan jasa yang ditawarkan dan jauh dari lokasi pesaing. Pemilihan lokasi usaha perlu mempertimbangkan faktor lingkungan masyarakat, kedekatan dengan pasar atau konsumen, kedekatan dengan tenaga kerja, kedekatan dengan *supplier*, dan kedekatan dengan fasilitas transportasi umum (Manullang, 1991).

Faktor lainnya yang memberikan pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam berwisata adalah faktor harga. Menurut Swastha dkk (2003), harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap proses penentuan dimana seorang akan berwisata. Penetapan harga itu sendiri cukup kompleks dan sulit. Harga, nilai, dan faedah (*utility*) merupakan konsep-konsep yang sangat berkaitan. *Utility* adalah atribut suatu produk yang dapat memuaskan kebutuhan.

Secara umum ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga yaitu faktor internal perusahaan dan faktor lingkungan eksternal. Faktor internal perusahaan meliputi tujuan pemasaran perusahaan, strategi bauran pemasaran, biaya, dan organisasi. Sedangkan faktor lingkungan eksternal menyangkut persaingan dan sifat pasar serta permintaan. Penetapan harga memegang peranan penting dalam mempengaruhi selera dan preferensi pelanggan atau konsumen. Swastha dan Handoko (2000) menjelaskan, untuk mencapai tujuan perusahaan pemasaran yang baik maka perlu strategi pemasaran yang tepat termasuk di dalamnya adalah penetapan harga dengan memperhatikan perubahan perilaku konsumen.

Jumlah konsumen baik besar maupun kecil sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup bagi perusahaan, khususnya yang bergerak dalam bidang penjualan jasa, karena bagi perusahaan jasa, konsumen merupakan sumber pemasukan. Semakin banyak konsumen, maka semakin besar pemasukan yang dapat diraih perusahaan, sebaliknya semakin sedikit konsumen maka pemasukan yang dapat diraih perusahaan akan semakin sedikit pula. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan konsumen, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumennya (Kotler dan Armstrong, 2001).

Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Taman rekreasi merupakan salah satu alternatif pemenuhan kebutuhan akan rekreasi dan wisata. Dalam hal ini, taman rekreasi keluarga yang menyediakan produk berupa wahana hiburan khususnya bagi keluarga dengan *setting* pemandangan (*view*), suasana asri dan nyaman, lingkungan yang sejuk dengan berbagai produk tambahan seperti wahana permainan, *food court* (stand makanan), pembelian oleh-oleh, atau sekedar perjalanan singkat di lingkungan yang ditata. Salah satu dari bentuk wisata semacam ini adalah wisata rekreasi pemandian keluarga yang menyediakan berbagai fasilitas permainan anak-anak, hiburan di luar ruangan (*out bond*) dengan nuansa alam pedesaan yang sejuk dan menyenangkan. Taman rekreasi Niagara yang terletak di wilayah Ambulu di bagian selatan Kabupaten Jember dengan nuansa alam pedesaan yang masih asri dengan lingkungan yang sejuk dan hijau termasuk salah satu tujuan wisata rekreasi bagi warga kota Jember. Dengan area seluas kurang lebih 3 hektar, Water Boom Niagara Ambulu Jember menyediakan

fasilitas rekreasi yang bertemakan air. Tingkat kunjungan ke Water Boom Niagara Ambulu Jember sangat tinggi, terlebih pada masa liburan. Hal tersebut terlihat pada tabel jumlah kunjungan bulan Juni tahun 2014 - 2015 sebagai berikut:

Tabel 2.1: Jumlah Pengunjung Water Boom Niagara Ambulu Jember Periode 2014 -2015

| No | Bulan | Jumlah Pengunjung | Persentase |
|----|----------------|-------------------|------------|
| 1 | September 2014 | 903 | - |
| 2 | Oktober 2014 | 963 | +6,64% |
| 3 | November 2014 | 898 | -6,75% |
| 4 | Desember 2014 | 1.127 | +25,51% |
| 5 | Januari 2015 | 953 | -14,55% |
| 6 | Februari 2015 | 942 | -1,15% |

Sumber: Water Boom Niagara Ambulu Jember 2014 - 2015

Dari tabel 1.1 dapat diketahui jumlah pengunjung Water Boom Niagara Ambulu Jember pada bulan September tahun 2014 berjumlah 903 orang. Bulan Oktober tahun 2014 jumlah pengunjung tercatat berjumlah 963 orang atau naik 6,64% dari jumlah pengunjung pada bulan September tahun 2014. Jumlah pengunjung pada bulan November tahun 2014 tercatat berjumlah 898 orang atau turun 6,75% dari jumlah pengunjung pada bulan Oktober tahun 2014. Bulan Desember tahun 2014 jumlah pengunjung tercatat berjumlah 1.127 orang atau naik 25,51% dari jumlah pengunjung pada bulan November tahun 2014. Pengunjung pada bulan Januari tahun 2015 berjumlah 953 orang atau turun 14,55% dari jumlah pengunjung pada bulan Desember tahun 2014. Untuk bulan Februari tahun 2015 jumlah pengunjung tercatat berjumlah 942 orang atau turun 1,15% dari jumlah pengunjung pada bulan Januari tahun 2015.

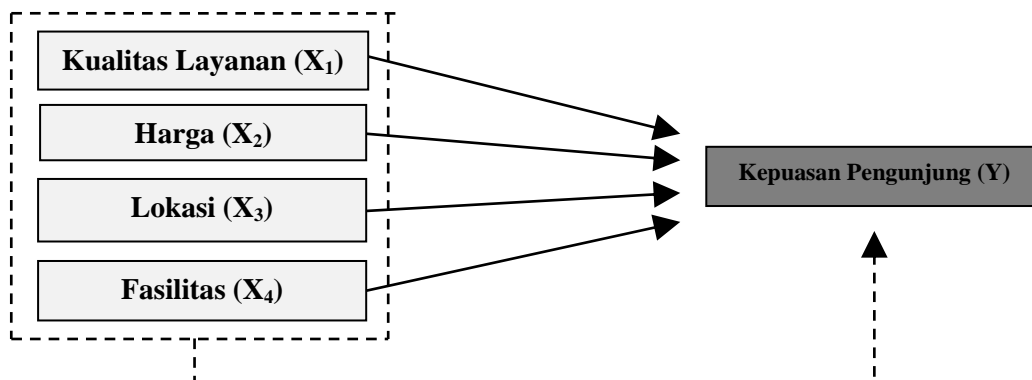
Berdasarkan survey awal yang dilakukan dengan wawancara terhadap sejumlah pengunjung di Water Boom Niagara Ambulu Jember diketahui bahwa dari sekian banyak pengunjung yang menjadi konsumen merasakan adanya sejumlah kekurangan pada saat mereka melakukan kunjungan wisata ke Water Boom Niagara Ambulu Jember. Berbagai kekurangan tersebut dapat dikelompokkan dalam beberapa hal yang berkaitan dengan kelengkapan sarana dan prasarana, kemampuan para karyawan dalam memberikan pelayanan, dan berkaitan dengan persepsi atas harga yang dicantumkan pada produk yang ditawarkan oleh Water Boom Niagara Ambulu Jember. Ketidakpuasan konsumen dalam bentuk komplain tersebut tentu menjadi catatan negatif yang jika tidak segera diatasi akan dapat berakibat pada menurunnya jumlah konsumen dan secara tidak langsung akan mengancam kelangsungan usaha.

Berpijak pada latar belakang tersebut, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “Kajian Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Water Boom Niagara Ambulu Jember”

3. Metode Penelitian

Ada dua hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu:

- Kualitas Layanan (X_1), Harga (X_2), Lokasi (X_3), dan Fasilitas (X_4) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y).
- Kualitas Layanan (X_1), Harga (X_2), Lokasi (X_3), dan Fasilitas (X_4) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pengunjung (Y).



Keterangan :

———— = Secara Parsial

----- = Secara Simultan

Gambar 3.1: Kerangka Pemikiran Penelitian

Sumber: Data yang diolah, 2016

Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh kualitas layanan, harga, lokasi, dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung. Jika dilihat dari variabelnya yaitu variabel bebas dan terikat, penelitian ini adalah penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas bertujuan mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel bebas dan terikatnya. Dengan kata lain penelitian kausalitas mempertanyakan masalah sebab akibat (Kuncoro 2009). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Water Boom Niagara dan jumlah sampel yang digunakan adalah 40 pengunjung Water Boom Niagara dengan teknik *purposive sampling*.

Alat analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda (*multiple regression*). Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

b. Uji F

Uji F yaitu suatu uji untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

c. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dari setiap variable independen, apakah benar-benar berpengaruh secara parsial (terpisah) terhadap variabel dependennya.

4. Hasil Dan Pembahasan

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan estimasi regresi linier berganda dengan program IBM SPSS versi 20,0 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.1: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

| No | Variabel | Koefisien Regresi | t hitung | Signifikansi |
|----|-----------------------|-------------------|----------|--------------|
| 1 | Konstanta | 0,549 | 0,419 | 0,677 |
| 2 | Kualitas Layanan (X1) | 0,196 | 2,799 | 0,008 |
| 3 | Harga (X2) | 0,121 | 2,154 | 0,038 |
| 4 | Lokasi (X3) | 0,433 | 5,979 | 0,000 |
| 5 | Fasilitas (X4) | 0,214 | 2,543 | 0,016 |

Sumber: Hasil Olah Data Dengan SPSS 20.0

Berdasarkan tabel 4.1 yaitu hasil analisis regresi linier berganda dapat diketahui persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$Y = 0,549 + 0,196 X_1 + 0,121 X_2 + 0,433 X_3 + 0,214 X_4 + e$$

Keterangan:

- Y = Kepuasan Pengunjung
- X₁ = Kualitas Layanan
- X₂ = Harga
- X₃ = Lokasi
- X₄ = Fasilitas
- e = Kesalahan dalam model

Dari persamaan tersebut dapat diartikan bahwa:

1. Konstanta = 0,549 menunjukkan besaran kepuasan pengunjung 0,549 satuan pada saat kualitas layanan, harga, lokasi dan fasilitas sama dengan nol.
2. b₁ = 0,196 artinya meningkatnya kualitas layanan per 0,196 satuan akan meningkatkan kepuasan pengunjung apabila harga, lokasi dan fasilitas sama dengan nol. Hal ini juga mengindikasikan bahwa kualitas layanan

berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung yang berarti semakin baik kualitas layanan akan berdampak pada semakin baiknya kepuasan pengunjung dengan asumsi harga, lokasi dan fasilitas konstan.

3. $b_2 = 0,121$ artinya meningkatnya harga per 0,121 satuan akan meningkatkan kepuasan pengunjung apabila kualitas layanan, lokasi dan fasilitas sama dengan nol. Hal ini juga mengindikasikan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung yang berarti semakin baik harga akan berdampak pada semakin baiknya kepuasan pengunjung dengan asumsi kualitas layanan, lokasi dan fasilitas konstan.
4. $b_3 = 0,433$ artinya meningkatnya lokasi per 0,433 satuan akan meningkatkan kepuasan pengunjung apabila kualitas layanan, harga, dan fasilitas sama dengan nol. Hal ini juga mengindikasikan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung yang berarti semakin baik lokasi akan berdampak pada semakin baiknya kepuasan pengunjung dengan asumsi kualitas layanan, harga, dan fasilitas konstan.
5. $b_4 = 0,214$ artinya meningkatnya fasilitas per 0,214 satuan akan meningkatkan kepuasan pengunjung apabila kualitas layanan, harga, dan lokasi sama dengan nol. Hal ini juga mengindikasikan bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung yang berarti semakin baik fasilitas akan berdampak pada semakin baiknya kepuasan pengunjung dengan asumsi kualitas layanan, harga, dan lokasi konstan.
6. e = tingkat kesalahan dalam model yang diajukan.

b. Uji F

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama diuji dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik pada tabel 4.11, menunjukkan nilai signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, signifikansi lebih kecil dari batas signifikansi dan $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka hipotesis yang menyatakan kualitas layanan, harga, lokasi dan fasilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung secara simultan diterima.

Tabel 4.2: Hasil Uji F

| No | Kriteria | | Keterangan |
|----|-------------------------------|------------------------------|------------|
| 1 | F hitung (60,908) | F tabel (2,4851) | Signifikan |
| 2 | Nilai signifikansi (0,000) | Taraf signifikansi (0,05) | Signifikan |

Sumber: Hasil Olah Data Dengan SPSS 20.0

c. Uji t

Hipotesis dalam penelitian ini diuji kebenarannya dengan menggunakan uji parsial. Pengujian dilakukan dengan melihat statistik t_{hitung} dengan nilai statistik t_{tabel} dan taraf signifikansi (p -value), jika taraf signifikansi yang dihasilkan dari perhitungan di bawah 0,05 maka hipotesis diterima, sebaliknya jika taraf signifikansi hasil hitung lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak..

Tabel 4.3: Hasil Uji t, dan Uji F

| No | Variabel | Uji t | | | Keterangan | |
|----|------------------|---------------------|--------------------|----------|------------|-------------------|
| | | Signifikansi Hitung | Taraf Signifikansi | t hitung | | t tabel |
| 1 | Kualitas Layanan | 0,008 | 0,05 | 2,799 | 1,6896 | Signifikan |
| 2 | Harga | 0,038 | 0,05 | 2,154 | 1,6896 | Signifikan |
| 3 | Lokasi | 0,000 | 0,05 | 5,979 | 1,6896 | Signifikan |
| 4 | Fasilitas | 0,016 | 0,05 | 2,543 | 1,6896 | Signifikan |

Sumber: Hasil Olah Data Dengan SPSS 20.0

Dari tabel 4.3, diketahui perbandingan antara taraf signifikansi dengan signifikansi tabel adalah sebagai berikut:

1. Hasil uji kualitas layanan mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,008 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (2,799) > t tabel (1,6896) yang berarti bahwa hipotesis kualitas layanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung diterima.
2. Hasil uji harga mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,038 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (2,154) > t tabel (1,6896) yang berarti bahwa hipotesis harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung diterima.
3. Hasil uji lokasi mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (5,979) > t tabel (1,6896) yang berarti bahwa hipotesis lokasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung diterima.
4. Hasil uji fasilitas mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,016 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (2,543) > t tabel (1,6896) yang berarti bahwa hipotesis fasilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung diterima.

d. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat dengan jelas bahwa secara parsial, semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Pengaruh yang diberikan keempat variabel bebas tersebut bersifat positif artinya semakin baik kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga maka mengakibatkan semakin tinggi pula kepuasan pengunjung. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya. Penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh secara parsial kualitas layanan, harga, lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung.
 - a. Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengunjung. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,008 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (2.540) > t tabel (1,6896) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Artinya bahwa ada pengaruh kualitas layanan yang meliputi Keramahan petugas

di Water Boom Niagara Ambulu Jember sangat bagus, Petugas di Water Boom Niagara Ambulu Jember selalu cekatan dalam melayani pengunjung, Petugas Water Boom Niagara Ambulu Jember selalu menanggapi permintaan maupun menanggapi keluhan pengunjung, dan Water Boom Niagara Ambulu Jember memberikan jaminan pada pelayanan pada pengunjung berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

- b. Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pengunjung. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,038 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (2,154) > t tabel (1,6896) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa adanya pengaruh harga terhadap kepuasan pengunjung. Artinya bahwa ada pengaruh harga yang meliputi Adanya kesesuaian antara harga dengan kualitas pelayanan petugas Water Boom Niagara Ambulu Jember, Harga tiket masuk Water Boom Niagara Ambulu Jember terjangkau dengan daya beli calon konsumen, Harga tiket masuk Water Boom Niagara Ambulu Jember bersaing dengan harga tiket di tempat lain, dan Harga tiket sudah sesuai dengan manfaat dan nilai yang diperoleh pengunjung berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.
- c. Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh lokasi terhadap kepuasan pengunjung. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (5,979) > t tabel (1,6896) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa adanya pengaruh lokasi terhadap kepuasan pengunjung. Artinya bahwa ada pengaruh lokasi yang meliputi Lokasi Water Boom Niagara Ambulu Jember mudah dijangkau dengan kendaraan pribadi maupun angkutan umum, Water Boom Niagara Ambulu Jember dapat terlihat dari jalan raya terdekat, Lalu lintas di sekitar Water Boom Niagara Ambulu Jember lancar terkendali, dan Area parkir di Water Boom Niagara Ambulu Jember memadai untuk parkir roda dua maupun roda empat berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.
- d. Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengunjung. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,016 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (2,543) > t tabel (1,6896) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa adanya pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengunjung. Artinya bahwa ada pengaruh fasilitas yang meliputi Desain secara keseluruhan di Water Boom Niagara Ambulu Jember tergolong bagus, Tata ruang di Water Boom Niagara Ambulu Jember baik, Tempat duduk untuk istirahat memadai, dan Musholla, toilet maupun lokasi parkir representatif berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

2. Pengaruh kualitas layanan, harga, lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung.

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh kualitas layanan, harga, lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($60,908 > 2,4851$) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa kualitas layanan, harga, lokasi dan fasilitas mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

5. Kesimpulan Dan Saran

a. Kesimpulan

Dari pengujian secara statistik yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan, harga, lokasi dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Hasil ini mendukung hipotesis yang menyatakan kualitas layanan, harga, lokasi dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.
2. Kualitas layanan, harga, lokasi dan fasilitas secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Hasil ini mendukung hipotesis yang menyatakan kualitas layanan, harga, lokasi dan fasilitas secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

b. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka saran yang dapat diberikan kepada Water Boom Niagara Ambulu Jember dari penelitian ini, yaitu hendaknya perusahaan dalam upaya meningkatkan kepuasan pengunjung lebih menitikberatkan pada harga, dilihat dari hasil pengolahan data yang didapat melalui kuesioner yang telah diisi oleh pengunjung Water Boom Niagara Ambulu Jember tersebut diperoleh data bahwa peranan harga mempunyai pengaruh yang lebih kecil dari pada kualitas layanan, lokasi dan fasilitas, sehingga dengan lebih memerhatikan harga diharapkan akhirnya akan dapat meningkatkan kepuasan pengunjung sehingga memperoleh hasil yang lebih baik lagi.

Adapun yang perlu diperhatikan oleh Water Boom Niagara Ambulu Jember terkait aspek-aspek motivasi kerja yang mengacu pengisian kuesioner oleh pengunjung Water Boom Niagara Ambulu Jember meliputi:

1. Adanya kesesuaian antara harga dengan kualitas pelayanan petugas Water Boom Niagara Ambulu Jember
2. Harga tiket masuk Water Boom Niagara Ambulu Jember harus terjangkau dengan daya beli calon konsumen
3. Harga tiket masuk Water Boom Niagara Ambulu Jember harus bersaing dengan harga tiket di tempat lain
4. Harga tiket disesuaikan dengan manfaat dan nilai yang diperoleh pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Kompas, 11 Oktober 2014. *Pemprov Jatim Siapkan Pelaku Wisata Hadapi MEA 2015*, Halaman Travel, Kompasiana.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajat. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Erlangga. Jakarta.
- Manullang. 1991. *Manajemen Personalia*. Ghalia Indonesia, Medan.
- Swastha, Basu. 2007. *Azas – Azas Marketing Modern Revisi V*. Liberty
- Swastha, Basu. 2009. *Manajemen Penjualan*. BPFE, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran, Edisi ke dua*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2005. *Service Quality Satisfaction*. Penerbit Andi, Yogyakarta.