

## 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*