

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS, DAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA
OBJEK WISATA KOLAM RENANG JEDONG CANGKRING
PRAMBON SIDOARJO**

SKRIPSI

Oleh :

AURA FITRIANI

NIM: G73218039



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
SURABAYA
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aura Fitriani

NIM : G73218039

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung pada Objek Wisata Kolam Renang Jedong Cangkring

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil dari penelitian saya/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Sidoarjo, 20 Oktober 2022

Saya yang menyatakan


AURA FITRIANI

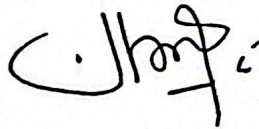
NIM. G73218039

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Proposal Skripsi yang ditulis oleh Aura Fitriani NIM G73218039 ini telah
diperiksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan.

Surabaya, 28 Desember 2022

Pembimbing



Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM
NIP. 196212141993031002

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA OBJEK WISATA KOLAM RENANG JEDONG CANGKRING PRAMBON SIDOARJO

Oleh
Aura Fitriani
NIM: G73218039

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada
tanggal 10 Januari 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat
untuk diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM
NIP. 196212141993031002
(Penguji 1)
2. Dr. H. Akh. Yunan Atho'illah, M.Si
NIP. 198101052015031003
(Penguji 2)
3. Dr. H. Thayib, S.Ag, M.Si
NIP. 197011161999031001
(Penguji 3)
4. Riska Ayu Setiawati, S.E., M.SM
NIP. 199305032019032020
(Penguji 4)

Tanda Tangan:

.....
.....
.....
.....

Surabaya, 13 Januari 2023



Dr. Sitajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 196905142000031001 ✓

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Aura Fitriani
NIM : G73218039
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Manajemen
E-mail address : aurafitriani2000@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada
Objek Wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 03 Desember 2023

Penulis



(Aura Fitriani)

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Objek Wisata Kolam Renang Jedong Cangkring” bertujuan untuk menjawab pertanyaan tentang pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dengan mengumpulkan data primer melalui metode survei melalui penyebaran kuisioner pada pengunjung yang pernah berkunjung di Kolam Renang Jedong Cangkring. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah acak atau random sampling/probability sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada 366 responden. Kuisioner diolah menggunakan bantuan statistik 25. Analisis data menggunakan regresi linier berganda yang terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik.

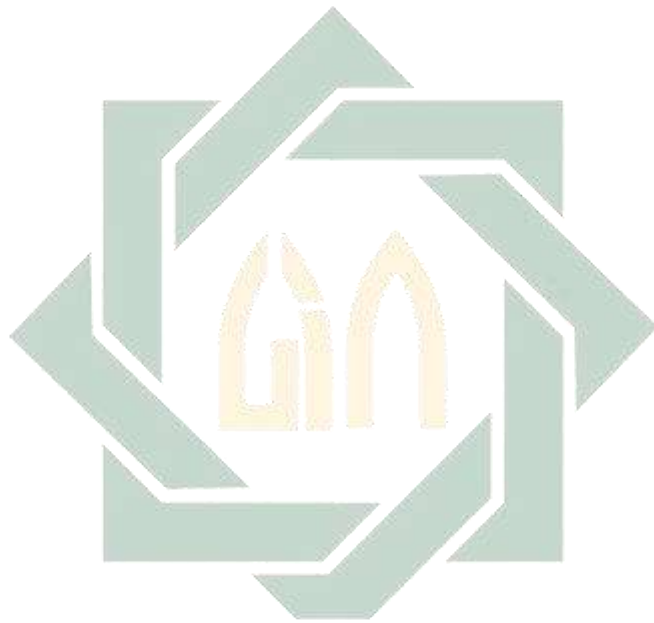
Berdasarkan hasil penelitian Uji t atau secara parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring. Harga tidak berpengaruh signifikan secara parsial kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring. Hasil Uji F atau simultan diketahui bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga, dan Kepuasan Pengunjung.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	Error! Bookmark not defined.
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	17
C. Tujuan Penelitian	18
D. Kegunaan Penelitian	19
BAB II.....	21
KAJIAN PUSTAKA.....	21
A. Landasan Teori.....	21
B. Penelitian Terdahulu	39
C. Kerangka Konseptual.....	44
D. Hipotesis	45
BAB III.....	47
METODE PENELITIAN	47
A. Jenis Penelitian	47
B. Waktu dan Tempat Penelitian	48
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	48
D. Variabel Penelitian.....	50
E. Definisi Operasional	51
F. Uji Validitas dan Reliabilitas	52

G.	Sumber Data.....	53
H.	Teknik Pengumpulan Data.....	54
I.	Teknik Analisis Data.....	56
BAB IV.....		61
HASIL PENELITIAN.....		61
DAFTAR PUSTAKA		94
BIODATA PENULIS.....		100



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Objek Wisata Kolam Renang di Sidoarjo Tahun 2021	10
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 3. 1 Penentuan Jumlah Sampel Issac dan Michael.....	50
Tabel 3. 2 Definisi Operasional.....	51
Tabel 3. 3 Instrumen Skala Likert	55
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	68
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	69
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Pernah Berkunjung di Kolam Renang Jedong Cangkring	70
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	71
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas (X2)	71
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X3)	72
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)	72
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas	73

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Domestik di Sidoarjo dalam 10 Tahun Terakhir	9
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	44
Gambar 4. 1 Logo Kolam Renang Jedong Cangkring	61
Gambar 4. 2 Kolam Renang Dewasa.....	62
Gambar 4. 3 Kolam Renang Anak-Anak.....	63
Gambar 4. 4 Kamar Mandi / WC	63
Gambar 4. 5 Gazebo.....	64
Gambar 4. 6 Kantin.....	64
Gambar 4. 7 Arena Berkuda	65
Gambar 4. 8 Outbond Kids	65
Gambar 4. 9 Playground	66
Gambar 4. 10 Selfie Area	66
Gambar 4. 11 Tempat Parkir.....	67
Gambar 4. 12 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	74
Gambar 4. 13 Hasil Uji Multikolinieritas	75
Gambar 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	76
Gambar 4. 15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	77
Gambar 4. 16 Hasil Uji T	78
Gambar 4. 17 Hasil Uji F.....	81
Gambar 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	82

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang terdiri dari beberapa pulau, oleh karena itu Indonesia sering disebut sebagai Negara kepulauan sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa banyak kekayaan yang dimiliki oleh Indonesia baik itu sumber daya alam, sumber daya non hayati dan sumber daya buatan yang melimpah. Sumber daya alam dan sumber daya buatan ini dapat dijadikan sebagai objek dan daya tarik wisata yang meliputi flora dan fauna, hasil karya manusia, serta peninggalan sejarah dan budaya, semua ini merupakan modal untuk mengembangkan dan meningkatkan pembangunan kepariwisataan di Indonesia. Kepariwisataannya sebagaimana kedudukannya sekarang ini, merupakan salah satu sektor unggulan dalam perekonomian nasional yang senantiasa perlu dikembangkan dan ditingkatkan (Novrianti Rizkia, 2017).

Perkembangan kegiatan ekonomi mengakibatkan banyaknya persaingan dalam dunia bisnis. Keberhasilan pengusaha untuk menarik dan mempertahankan pelanggan membutuhkan usaha dan kerja keras dari pihak perusahaan, karena dengan berjalannya waktu maka dalam memasarkan produk/jasa harus melakukan perbaikan, perubahan, terobosan dan juga mengoptimalkan kegiatannya terutama aspek pemasaran. Manajemen

perusahaan dituntut untuk mempunyai konsep pemasaran yang tepat agar senantiasa mampu mengatasi persaingan dalam dunia bisnis (Yazid, 1999).

Indonesia sebagai negara kepulauan, mempunyai potensi untuk mengembangkan industri pariwisata sangat besar, karena industri pariwisata di Indonesia khususnya dan dunia umumnya juga telah berkembang pesat. Perkembangan industri pariwisata tersebut tidak hanya dapat berdampak pada pendapatan devisa negara saja, namun juga telah mampu untuk memperluas kesempatan berusaha serta menciptakan suatu lapangan pekerjaan yang baru bagi masyarakat yang tidak memiliki pekerjaan dan mengatasi pengangguran di daerah (Rahma, Femi Nadia, dan Herniwati Retno Handayani, 2013).

Kegiatan pariwisata terjadi bila ada daerah tujuan wisata dan wisatawan, yang membentuk suatu sistem. Bekerjanya sistem kepariwisataan yang utama terdiri dari sisi permintaan dan sisi penyediaan. Sisi permintaan merupakan masyarakat yang mempunyai keinginan untuk berwisata, orang yang melakukan perjalanan berwisata disebut wisatawan. Sisi penyediaan meliputi komponen transportasi, daya tarik wisata, pelayanan dan informasi/promosi (Warpani, 2007).

Oleh sebab itu, sektor pariwisata salah satu sektor yang paling berkembang sehingga menciptakan peluang bagus bagi bisnis pariwisata. Pesatnya perkembangan pariwisata mempengaruhi kemajuan sektor jasa di Indonesia saat ini. Objek wisata merupakan segala sesuatu yang menjadi

daya tarik di suatu daerah tujuan wisata, sehingga orang-orang ingin berkunjung ke tempat tersebut untuk melihat keindahan yang ada di tempat wisata. Meningkatnya minat wisatawan telah mendorong banyak perusahaan yang berlomba-lomba untuk menjadikan tempat wisata sebagai sumber pendapatan yang sangat menggiurkan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pengusaha perlu menetapkan orientasi pada kepuasan sebagai tujuan utama.

Kualitas pelayanan menurut J. Supranto merupakan sebuah kata yang berarti sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik bagi penyedia jasa (J. Supranto, 2006). Jadi semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula kepuasan pengunjung atau pelanggan. Hal ini berdasarkan pada penelitian Resty Avita Haryanto yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Resty Avita Haryanto, 2013).

Kepuasan pelanggan atau konsumen adalah suatu bentuk pemenuhan kebutuhan atau keinginan pelanggan. Perusahaan di bidang jasa juga harus berupaya untuk memberikan kualitas pelayanan dengan baik dalam menghadapi persaingan mengenai kepuasan pelanggan. Menurut Zeithaml dalam Andriasan, "Kualitas layanan adalah manfaat yang dapat dirasakan berdasarkan penilaian pelanggan atau konsumen atas suatu interaksi yang dibandingkan dengan manfaat yang diharapkan sebelumnya" (Andriasan, 2012). Oleh karena itu, kualitas pelayanan merupakan tingkat

kesempurnaan pelayanan yang ditunjukkan dan menciptakan rasa kepuasan kepada pelanggan.

Tingkat kesempurnaan pelayanan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dapat memenuhi kebutuhan dari para pelanggan. Menurut Tjiptono dan Chandra dalam Andrian, “Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai upaya untuk memenuhi atau membuat sesuatu yang memadai”. Secara keseluruhan kualitas pelayanan dapat dikaitkan indikatornya dalam karakteristik, yaitu “(Tangibles) adalah bukti secara langsung dari kemampuan perusahaan untuk memperlihatkan eksistensinya kepada pihak luar” (Rully Tri, 2010). “(Reliability) merupakan kehandalan untuk menunjukkan suatu janji yang tepat dan memuaskan”. “(Responsiveness) merupakan ketanggapan untuk dapat memberikan pelayanan dengan baik” (Zurni, 2005). (Assurance) merupakan keyakinan, kepastian atau kemampuan untuk dapat memberikan jaminan pelayanan” (Sulaiman, 2014). Dapat diketahui bahwa, “peran dari kualitas pelayanan yang baik sangat penting dan dapat diteruskan dengan fasilitas” (Farid Siddiq Permana, 2020).

Fasilitas merupakan suatu faktor yang sangat menunjang dalam usaha memasarkan produk jasa kepada konsumen pengguna jasa. Fasilitas yang baik dan lengkap atau komplit merupakan suatu daya tarik tersendiri bagi konsumen dalam menentukan pilihannya terhadap pembelian suatu jasa. Dan sebaliknya fasilitas yang tidak memadai yang tidak disesuaikan dengan harga mendorong, kearah kegagalan perusahaan karena konsumen

dapat mengurungkan niatnya untuk menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Dalam banyak hal, penyediaan sarana dan fasilitas ini memang diperlukan untuk memacu usaha kolam renang sehingga benar-benar menjadi usaha yang mampu melayani masyarakat luas. Fasilitas-fasilitas tersebut antara lain Gazebo, Kantin, playground, meja, kursi, dan toilet (Mita Novitasari, 2020).

Fasilitas dan kualitas pelayanan memiliki hubungan yang sangat erat dengan pengguna atau pelanggan jasa. Penyediaan fasilitas yang lengkap dan baik merupakan suatu hal terpenting untuk menunjang suatu kegiatan dalam pelaksanaan usaha bisnis, kualitas pelayanan juga menjadi harapan pelanggan atau konsumen sebagai bukti mengenai kepercayaan masyarakat untuk membeli kembali produk atau tersebut.

Dalam pasar persaingan bisnis, harga merupakan peranan yang sangat penting bagi kepuasan pelanggan. “Harga merupakan sejumlah nilai uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa atau sejumlah nilai yang dapat ditukarkan untuk mendapat manfaat dalam penggunaan produk atau jasa”. Supriadi mengatakan bahwa, “harga adalah alat penting dalam kegiatan jual beli, jika harga yang diberikan sesuai dengan mekanisme pasar atau sesuai dengan aturan yang berlaku maka akan terjadi kewajaran harga dalam suatu proses kegiatan jual beli” (Supriadi, 2012). Harga suatu produk adalah ukuran nilai kepuasan dari seseorang terhadap produk atau jasa yang dibelinya. Jadi, harga adalah salah satu faktor yang dapat menentukan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan menjadi semakin beragam dan kompleks pada saat ini, semua pemimpin dan pengelola perusahaan atau organisasi perlu mengerti dan memahami apa yang terjadi dan apa yang diinginkan oleh pelanggan atau konsumen, yang akan membuat pelanggan atau konsumen merasa senang menggunakan produk atau jasa yang telah mereka beli. Pelanggan atau konsumen yang merasa puas akan membeli lagi dan akan memberi tahu pada orang lain tentang pengalaman yang baik mengenai produk atau jasa tersebut (Aulia Lucky dan Yuriansyah, 2013).

Kepuasan pelanggan itu sendiri merupakan respon emosional terhadap evaluasi pada pengalaman mengkonsumsi suatu produk atau jasa (Habib, 2011). Kepuasan pelanggan akan menjadi peluang besar untuk melakukan pembelian ulang atau membeli produk lain dari perusahaan yang sama di masa mendatang. Ada faktor-faktor yang perlu diperhatikan, selain memperhatikan faktor-faktor juga perlu memperhatikan kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran dan merupakan salah satu tujuan penting bagi aktivitas bisnis (Fandy Tjiptono, 2014).

Kepuasan pelanggan menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, merupakan perasaan senang atau kecewa dari seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk atau jasa yang dipikirkan dengan kinerja yang diharapkan (Philip Kotler, 2007). Dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan diperlukan untuk membuat para pengunjung atau pelanggan merasa nyaman dan ingin berkunjung

kembali. Menurut Irawan, ada lima faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu: kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosional, harga, dan kenyamanan. Untuk hal tersebut perorangan atau perusahaan yang memiliki tempat wisata tentu harus selalu tanggap terhadap apa yang akan terjadi agar pelanggan dapat merasa puas dan ingin berkunjung kembali.

Pelanggan atau konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan secara keseluruhan, yaitu jika kinerja turun di bawah harapan pelanggan maka pelanggan akan merasa kecewa, tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas, dan jika kinerja lebih dari harapan pelanggan maka pelanggan akan merasa sangat puas, senang, atau bahagia (Moha, Sartika, & Loindong, Sjendry, 2016). Kualitas pelayanan, fasilitas dan harga menjadi hal yang penting untuk memenuhi kepuasan pelanggan agar dapat mencapai kebutuhan pelanggan.

Objek wisata adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi seorang wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat atau daerah tertentu. Hal yang dimaksud dapat berupa alam, budaya, kegiatan atau aktivitas wisata, dan lain-lain. Dalam kedudukannya yang sangat menentukan, maka objek wisata harus dirancang dan dibangun atau dikelola secara profesional, sehingga dapat menarik wisatawan yang datang. Objek wisata dapat berupa wisata alam dan wisata buatan. Wisata alam dapat berupa pantai, gunung, sungai, danau, laut, dan lain-lain. Sedangkan wisata buatan dapat berupa

taman rekreasi, taman nasional, pusat-pusat perbelanjaan, dan lain-lain (Sri Wahyuningsih, 2018).

Kualitas objek wisata tidak hanya dapat dinilai dari kondisi objek wisata itu sendiri, namun dilihat juga dari fasilitas, pelayanan, jasa, pemasaran, dan aksesibilitas yang mendukung objek wisata tersebut. Penilaian pengunjung terhadap objek wisata yang ada dapat digunakan sebagai acuan untuk pengembangan objek wisata dimasa yang akan datang. Dalam pengembangan pariwisata hendaknya sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pengunjung agar pengunjung merasa puas dengan apa yang diberikan dan membuat pengunjung lebih lama bertahan ditempat tersebut dan juga ingin berkunjung kembali ke tempat tersebut (Suhendra Catur Saputra, 2021).

Menurut data Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo, jumlah kunjungan wisatawan domestik di Sidoarjo selama sepuluh tahun terakhir yaitu sebagai berikut:

Gambar 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Domestik di Sidoarjo dalam 10 Tahun Terakhir

Tahun Year	Wisatawan Visitors		Jumlah Wisatawan Total Visitors
	Foreign	Indonesian	
(1)	(2)	(3)	(4)
2010	1 717	599 694	601 411
2011	101	517 583	517 684
2012	622	880 674	881 296
2013	1 305	1 735 762	1 737 067
2014	750	1 749 403	1 750 153
2015	1 004	1 793 427	1 794 431
2016	11 513	1 837 109	1 848 622
2017	12 222	1 929 857	1 942 079
2018	11 207	1 976 442	1 987 649
2019	11 727	1 986 473	1 998 200
2020	5 130	838 942	844 072
2021	5 950	1 039 875	1 045 825

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui perkembangan jumlah wisatawan domestik di Sidoarjo pada tahun 2010-2019 cenderung meningkat, yakni terdapat 599.694 wisatawan domestik di 2010 dan meningkat di tahun 2019 menjadi 1.986.473 wisatawan domestik. Namun, akibat pandemi Covid-19 yang melanda seluruh provinsi dan kabupaten di Indonesia, jumlah wisatawan domestik di Kabupaten Sidoarjo tahun 2020 mengalami penurunan secara drastis menjadi 838.942. Di 2021, adanya wacana perubahan status dari pandemi menjadi endemi turut meningkatkan potensi pariwisata di Kabupaten Sidoarjo, terlihat dari meningkatnya

jumlah wisatawan sebanyak 200.933 sehingga menjadi 1.039.875 wisatawan.

Kabupaten Sidoarjo memiliki destinasi yang cukup beragam mulai dari wisata alam, wisata air, wisata kuliner, wisata belanja, taman, dll. Salah satu destinasi unggulan yang ada di Sidoarjo adalah Kolam Renang. Kota Sidoarjo memiliki beberapa rekomendasi kolam renang yang cocok untuk mengisi waktu libur atau waktu senggang untuk sekedar bermain air atau bahkan bisa dijadikan sarana olahraga air. Kolam renang di Sidoarjo sangat bervariasi mulai dari harga tiket yang murah hingga nuansa yang berbeda di setiap tempatnya.

Beberapa daftar objek wisata kolam renang yang ada di Sidoarjo tahun 2021 menurut data Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo, sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Daftar Objek Wisata Kolam Renang di Sidoarjo Tahun 2021

No.	Tempat Wisata	Jumlah Pengunjung
1.	Kolam Renang Kategan Waterpark	2.485
2.	Kolam Renang Candi Pari	5.529
3.	Kolam Renang Waterpark Suncity	Tutup
4.	Kolam Renang Jedong Cangkring	19.790
5.	Kolam Renang Puri Surya Jaya	2.999
6.	Permata Waterpark Tanggulangin	235
7.	Kolam Renang Sendang Delta GOR	3.791
8.	Kolam Renang Citra Garden	Tutup
9.	Keraton Waterpark Krian	Tutup

Berdasarkan pada tabel di atas, jumlah pengunjung objek wisata kolam renang yang ada di Sidoarjo tahun 2021 jika dibandingkan dengan

kolam renang yang lain Kolam Renang Jedong Cangkring termasuk yang paling banyak di kunjungi dengan jumlah 19.790 pengunjung. Kolam Renang Jedong Cangkring termasuk wisata yang baru saja didirikan tetapi dengan waktu yang singkat, Kolam Renang Jedong Cangkring dapat menarik perhatian para pengunjung.

Laju perekonomian membuat masyarakat memiliki aktivitas dan rutinitas yang cukup kompleks. Rutinitas tersebut membuat masyarakat merasa jenuh dan lelah. Hal tersebut pada akhirnya mendorong mereka untuk mengalihkan perhatian dan menciptakan suasana yang dapat membuat mereka lebih rileks. Kebutuhan untuk rileks tersebut terjawab dengan timbulnya bisnis hiburan yang sekarang banyak hadir di tengah masyarakat. Salah satu alternatif hiburan untuk masyarakat tersebut adalah kolam renang. Tempat tersebut memungkinkan orang untuk sejenak melepaskan dan melupakan kejenuhannya dengan cara berenang dan bersosialisasi dengan rekan atau kerabat (Yineu Nur Layaalin, 2017).

Membangun usaha kolam renang merupakan hal mulai dilirik untuk dijadikan bisnis. Melihat peluang pasar yang menjanjikan, banyak pelaku bisnis yang mulai ikut meramaikan dunia renang ini, khususnya pada usaha kolam renang. Renang adalah salah satu cabang yang sedang populer yang membuat para pelaku bisnis untuk memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing. Ketatnya persaingan dalam industri jasa khususnya jasa pelayanan kolam renang saat ini mengalami perkembangan yang sangat

pesat, sekarang ini sudah semakin banyak kolam renang di Sidoarjo membuat para pelaku usaha harus belom-bela untuk dapat bersaing.

Dengan demikian perusahaan kolam renang harus dituntut untuk berorientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Tidak lepas dari tujuan utama para pengunjung yang datang ke kolam renang adalah untuk berenang maka pengusaha kolam renang harus memiliki keunggulan serta tujuan yang berbeda dari kolam renang lainnya. Daya tarik utamanya tentu adalah kolam renang, jadi perusahaan harus memberikan harga yang murah, lokasi yang strategis, fasilitas yang memadai dan kualitas layanan yang lebih baik dari pesaingnya. Hal ini dilakukan agar pengunjung lebih tertarik dengan kolam renang yang ditawarkan oleh pengusaha kolam renang, jika pelanggan merasa puas akan suatu tempat dari suatu perusahaan, maka yang umum yang terjadi adalah pelanggan akan terus datang dan menjadi pelanggan tetap di kolam renang tersebut.

Kolam renang menjadi pilihan menarik untuk mengisi waktu liburan, terutama buat yang hobi bermain air, berenang, mengajak anak untuk bersenang-senang. Di Sidoarjo ada salah satu kolam renang yang bisa dijadikan tempat untuk berlibur bersama keluarga yaitu Kolam Renang Jedong Cangkring. Wisata Kolam Renang Jedong Cangkring ini dibuka pada tanggal 24 Desember 2017. Kolam renang ini terletak di Gempol, Jedong Cangkring Rt 16 Rw 04 Prambon, Sidoarjo. Berdiri di atas lahan seluas 6800 meter persegi. Kolam renang yang berada di sebelah selatan Kabupaten Sidoarjo ini terkenal dengan lokasi wisata yang bersih, indah,

dan nyaman. Apalagi di lokasi tersebut banyak tumbuhan rindang, sehingga suasana pedesaan masih sangat terasa dan membuat pengunjung semakin betah. Kolam renang ini buka setiap hari, dan jam pelayanan loket dimulai pukul 08.00 WIB dan akan tutup jam 16.00 WIB. Tarif masuk ke dalam wisata kolam renang Jedongcangkkring ini juga bisa terbilang murah dan terjangkau untuk semua kalangan. Pengunjung hanya perlu membayar sebesar Rp 10.000 untuk weekday, dan Rp 12.000 untuk *weekend*. Meskipun tak sepopuler seperti kolam renang di daerah Sidoarjo lainnya, tetapi kolam renang ini juga memiliki fasilitas yang cukup memadai.

Kolam Renang Jedong Cangkring ini memiliki 5 petak kolam renang, satu kolam renang dewasa dan empat kolam renang untuk anak-anak. Untuk kolam renang dewasa, kedalamannya sekitar 170 cm, sementara kolam anak sekitar 30-50 cm saja. Di kolam renang anak, dilengkapi juga dengan perosotan dan wahana bermain air lainnya yang akan membuat anak-anak semakin betah (Imam Fuadi, 2022).

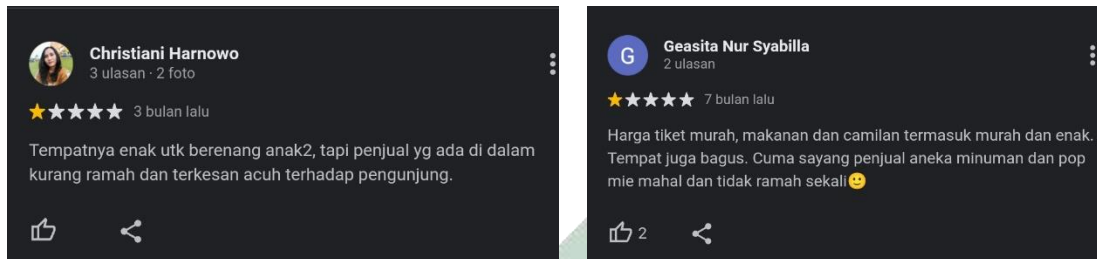
Kolam Renang Jedong Cangkring juga lebih menonjolkan sisi fasilitas wisata keluarga karena lokasinya cukup luas. Hal ini terbukti dengan konsep yang dibuat yaitu tersediannya pertemuan dan aktivitas luar ruangan. Banyak pengunjung yang mengadakan kegiatan sekolah, kantor, dan keluarga di kolam renang ini. Tidak hanya kolam renang dengan segala fasilitas dan aktivitas berenangnya saja yang menjadi daya tarik, kolam renang ini juga menyajikan pertunjukan live music. Setiap satu minggu

sekali digelar live music yang tentu saja menambah suasana kolam renang semakin ceria.

Di awal pembukaan hingga beberapa waktu setelahnya, tempat parkir di kolam renang ini agak terbatas. Terutama untuk parkir mobil, agak susah buat parkir. Tetapi sekarang sudah ada tempat parkir mobil yang lebih luas. Jadi untuk area depan halaman kolam renang hanya untuk parkir sepeda motor, sedangkan area samping kolam renang untuk parkir mobil. Mengenai kebersihan kolam renang Jedong Cangkring sangat menjaga agar selalu tetap terlihat bersih. Bisa dilihat dari beberapa petugas kebersihan yang aktif membersihkan area kolam renang di waktu-waktu tertentu. Di beberapa sudut kolam renang juga ada petugas yang duduk menjaga dan mengawasi jika tiba-tiba ada anak yang tenggelam.

Dalam upaya pencapaian keberhasilan suatu perusahaan jasa, kualitas pelayanan adalah salah satu faktor terpenting yang mempengaruhi kepuasan pengunjung. Berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa mayoritas kualitas pelayanan yang diberikan Kolam Renang Jedong Cangkring sudah cukup baik, tetapi terdapat beberapa pelanggan yang memberikan tanggapan negatif pada ulasan google Kolam Renang Jedong Cangkring. Pelanggan yang memberikan tanggapan negatif tersebut menganggap bahwa kehandalan dan ketanggapan pegawai dalam melayani pengunjung kurang memuaskan. Hal ini ditunjukkan dengan pegawai yang selalu sibuk sendiri dan kurang memperhatikan keselamatan pengunjung,

dan pegawai yang kurang ramah dalam melayani pengunjung Kolam Renang Jedong Cangkring.



Selain kualitas pelayanan, fasilitas juga merupakan salah satu faktor yang mampu menciptakan kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil observasi Kolam Renang Jedong Cangkring juga memiliki fasilitas seperti meja dan kursi untuk menunggu atau istirahat atau bersantai dengan jumlah banyak atau bisa dibilang gazebo (tempat istirahat). Model meja dan kursinya pun bervariasi, ada juga yang model lesehan. Gazebo yang di mana-mana ini dipayungi oleh pepohonan yang jadinya adem, rindang dan asri. Di setiap sudut gazebo juga banyak terdapat stop kontak untuk *charge handphone* jadi pengunjung tidak merasa kesulitan jika kehabisan baterai handphonenya. Untuk menemani saat istirahat, di kolam renang Jedong Cangkring juga menyediakan kantin yang ada beberapa penjual jajanan seperti : bakso, mie ayam, macam-macam gorengan, dll. Meskipun sudah ada kantin di dalamnya kolam renang Jedong Cangkring ini juga tidak ada larangan untuk membawa makanan dan minuman dari luar. Jadi, jika

penunjung ingin membawa makanan dan minuman dari luar juga diperbolehkan.



Selain kualitas pelayanan dan fasilitas, hal yang tidak kalah penting agar jasa dapat disampaikan dengan baik oleh perusahaan yaitu ketetapan harga. Berdasarkan hasil obsevarsi diketahui bahwa harga yang diterapkan pada Kolam Renang Jedong Cangkring mampu bersaing dengan tempat kolam renang lainnya. Harga tiket masuk Kolam Renang Jedong Cangkring yaitu untuk *weekday* 10.000 dan untuk *weekend* 12.000. harga tiket masuk tersebut di nilai lebih murah dari pada kolam renang lain yang ada di Sidoarjo. Seperti Kolam Renang Candi Pari yang menetapkan harga tiket masuk untuk *weekday* 15.000 dan untuk *weekend* 20.000, kemudian Kolam Renang KTG Tanggulangin yang menetapkan harga tiket masuk untuk *weekday* 25.000 dan untuk *weekend* 30.000. Dengan perbandingan harga tersebut maka pengunjung lebih memilih Kolam Renang Jedong Cangkring. Namun, harga yang ditetapkan Kolam Renang Jedong Cangkring

diharapkan sesuai dengan kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan sehingga dapat memengaruhi kepuasan pengunjung.

Alasan memilih variabel dan objek Kolam Renang Jedong Cangkring karena peneliti ingin mengetahui apakah kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung. Karena berdasarkan pendapat pengunjung yang di telusuri dari ulasan google dari 2.583 orang ada beberapa yang memberikan bintang 1 dan 2 karena pengunjung merasa kecewa dengan pegawai yang kurang ramah dan kurang memperhatikan pengunjung. Pengunjung juga merasa kecewa dengan kebersihan kolam yang kurang. Dan dilihat dari perbandingan variabel yang sama dari hasil penelitian terdahulu ada yang tidak berpengaruh signifikan dari hasil tersebut dapat sebagai acuan peneliti mengambil penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Objek Wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo”.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas maka dapat di rumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung secara parsial pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo?

2. Apakah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung secara parsial pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo?
3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung secara parsial pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo?
4. Apakah kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung secara parsial pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh signifikan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung secara parsial pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo.
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan pengunjung secara parsial pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo.
4. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga secara simultan terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini berisi kesimpulan dan saran sehingga dapat digunakan sebagai sarana untuk mengembangkan teori-teori ilmiah di bidang manajemen pemasaran, yang didapat dari masa pendidikan perguruan tinggi untuk kemudian diterapkan pada dunia kerja.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga. Penelitian ini juga merupakan aplikasi dari ilmu yang diperoleh penulis selama pada masa perkuliahan di jurusan Manajemen.

b. Bagi Mahasiswa

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo.

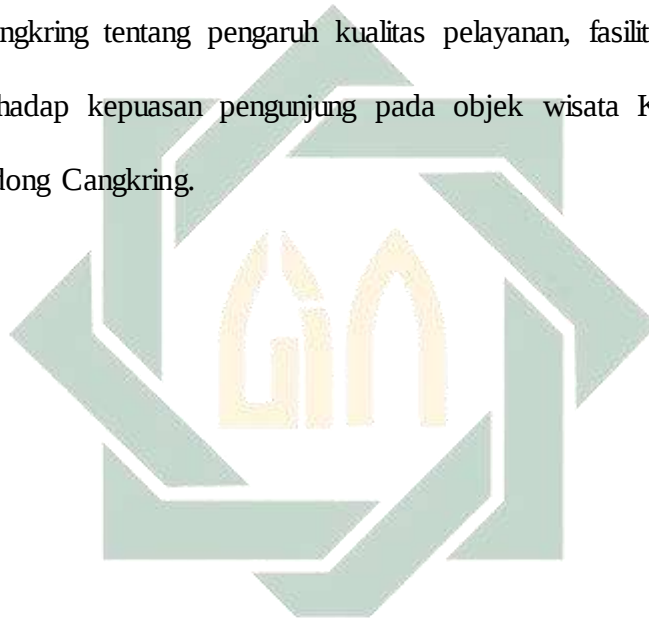
c. Bagi Kolam Renang Jedong Cangkring

Penelitian ini berfokus pada pengunjung Kolam Jedong Cangkring sebagai objek penelitian dan hasilnya diharapkan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk mengembangkan kebijakan yang lebih baik lagi kedepannya yang sesuai dengan apa yang diinginkan pengunjung

dan juga diharapkan dapat meningkatkan pendapatan dari Kolam Renang Jedong Cangkring.

d. Bagi Pengunjung Kolam Renang

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi manfaat sebagai informasi bagi pengunjung Kolam Renang Jedong Cangkring tentang pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kasmir, pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan pimpinan (Kasmir, 2017). Menurut Armistead dan Clark, pelayanan dan dukungan kepada pelanggan adalah kemampuan karyawan untuk melakukan tugasnya, yaitu memberikan layanan dan dukungan dengan penuh komitmen serta kemampuan untuk menyelesaikan masalah pada saat layanan diberikan (Armisted, C. G., & Clark, G, 1999). Rusydi berpendapat bahwa kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang terbaik dibandingkan dengan para pesaingnya (Rusydi, 2017).

Kualitas adalah totalitas dari setiap ciri dan karakteristik suatu produk atau jasa yang bergantung pada masing-masing kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas layanan dapat dijelaskan sebagai konsep multidimensi yang dibangun dengan mengevaluasi konstruksi sejumlah atribut yang terkait dengan layanan (Utami, 2006). Tjiptono mengemukakan bahwa kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai ukuran seberapa

baik tingkat pelayanan yang diberikan dapat memenuhi ekspektasi atau harapan dari pelanggan (Fandy Tjiptono, 2017).

Persepsi tentang kualitas didasarkan dalam waktu jangka panjang, evaluasi kognitif, dan proses pemberian layanan. Manfaat kualitas pelayanan terakumulasi dari waktu ke waktu atau dapat dikatakan dalam jangka panjang sehingga perusahaan jasa harus mengidentifikasi upaya untuk memberikan kualitas pelayanan yang tepat dan menerapkannya secara efektif. Perspektif kualitas dalam lima pengertian yang berbeda tergantung pada konteksnya, salah satu diantaranya adalah definisi dalam kacamata konsumen, yang artinya kualitas diawali dengan jaminan bahwa kualitas ada di mata orang yang melihatnya. Perspektif ini biasanya bersifat subjektif, karena didorong oleh permintaan dan mengakui bahwa pelanggan yang berbeda memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda.

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah tindakan dan kemampuan karyawan dalam suatu perusahaan yang dilakukan dengan penuh komitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas kepada konsumen, sesama karyawan, dan pimpinan perusahaan.

b. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut Utami, Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan untuk memberikan pelayanan yang melebihi standar adalah:

- 1) Memberi informasi dan pelatihan: karyawan toko atau penyedia jasa harus memahami barang dagangan yang ditawarkan, maupun kebutuhan pelanggan sehingga dengan informasi ini karyawan dapat menjawab pertanyaan dan menyarankan produk ke pelanggan.
- 2) Menyediakan dukungan emosional: layanan penyedia jasa harus mempunyai pendukung untuk menyampaikan layanan yang diinginkan oleh pelanggan.
- 3) Meningkatkan komunikasi internal dan menyediakan pendukung: ketika melayani pelanggan, karyawan sering harus mengatur konflik antara kebutuhan pelanggan dan kebutuhan perusahaan. Ketika karyawan yang bertanggung jawab diberi untuk menyediakan layanan diberi hak untuk membuat keputusan penting, biasanya kualitas layanannya justru meningkat.
- 4) Menyediakan perangsang: beberapa ritel menggunakan perangsang, seperti membayar komisi pengawas, memberikan komisi untuk target penjualan untuk memotivasi karyawan, dan perangsang ini dapat memotivasi tingginya kualitas layanan.

c. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Jasfar, terdapat lima dimensi kualitas pelayanan/jasa diantaranya adalah (Jasfar, 2005):

- 1) *Reliability* (kehandalan)

Yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan kemampuan untuk dapat dipercaya, serta memberikan jasa secara tepat waktu, dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan setiap saat.

2) *Responsiveness* (daya tanggap)

Yaitu keinginan atau kemauan karyawan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang dibutuhkan konsumen. Membuat konsumen menunggu, apalagi tanpa alasan yang jelas akan menimbulkan kesan negatif yang seharusnya tidak terjadi. Kecuali ada respon yang cepat terhadap kesalahan ini, maka itu akan menjadi pengalaman yang tak terlupakan dan menyenangkan.

3) *Assurance* (jaminan)

Yaitu meliputi pengetahuan, kompetensi, keramahan, kesopanan dan kepercayaan dari kontak personal untuk menghilangkan keraguan konsumen dan merasa bebas dari bahaya dan resiko.

4) *Emphaty* (empati)

Yaitu meliputi sikap kontak personal dan perusahaan untuk memahami kebutuhan dan kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan.

5) *Tangible* (berwujud)

Yaitu tersedianya fasilitas fisik, peralatan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang dapat diperluas dalam bentuk hubungan dengan konsumen lain yang menggunakan jasa.

2. Fasilitas

a. Pengertian Fasilitas

Salah satu hal terpenting untuk mengembangkan pariwisata adalah melalui fasilitas (kemudahan). Tidak jarang wisatawan berkunjung ke suatu tempat atau daerah atau negara, karena tertarik dengan kemudahan yang dapat diperoleh melalui fasilitas tersebut (Sammeng, Andi Mappi, 2001).

Fasilitas merupakan sarana atau prasarana untuk memudahkan dan memperlancar pelaksanaan fungsi. Fasilitas adalah komponen individu dari penawaran yang dapat dengan mudah diperluas atau dikurangi tanpa perlu mengubah kualitas atau model layanan. Fasilitas juga membantu untuk membedakan program lembaga yang satu dengan pesaing lainnya. Wujud fisik (*Tangible*) merupakan kebutuhan pelanggan yang terfokus pada fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan, tempat parkir yang tersedia, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan, sarana komunikasi dan penampilan karyawan.

Fasilitas-fasilitas pelayanan sama seperti yang ada di rumah tangga, tidak ada yang memikirkannya selama semua fasilitas berfungsi dengan baik. Tetapi ketika menyimpang dari yang seharusnya, fasilitas-fasilitas ini menjadi sangat penting dan menarik perhatian, bangunan dan fasilitas-fasilitasnya biasanya tidak terstruktur dengan baik, sehingga dapat mengurangi efisiensi operasi (T. Hani Handoko, 2003).

Fasilitas fisik dapat mencakup penampilan fasilitas atau elemen fisik, peralatan, personel dan material komunikasi. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesan tentang kualitas, kenyamanan dan keamanan layanan yang diberikan kepada konsumen. Wujud fisik meliputi fasilitas fisik, peralatan karyawan dan sarana komunikasi. Fisik nyata tercermin dari indikator penggunaan peralatan dan teknologi dalam operasional (Yazid, 2003).

Fasilitas yang ditawarkan tidak hanya lengkap, tetapi juga harus dilihat dari beberapa faktor karena fasilitas memiliki fungsinya masing-masing. Fasilitas fisik yang disediakan oleh manajemen perusahaan secara langsung mempengaruhi pengguna layanan, oleh karena itu perusahaan yang menyediakan fasilitas fisik perlu untuk memperhatikan fungsi dan fasilitasnya. Fasilitas yang bekerja dengan baik akan mendapatkan keuntungan tersendiri bagi pengguna layanan.

b. Indikator-Indikator Fasilitas

Menurut Tjiptono dan Gregorius Chandra, ada lima faktor yang harus diperhatikan perusahaan dalam mewujudkan kualitas fasilitas, yaitu (Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2016):

1) Perencanaan Spasial

Berkaitan dengan unsur jarak, lokasi, bentuk, dan ukuran, hal ini erat kaitannya dengan pemanfaatan waktu.

2) Perencanaan Ruang

Unsur yang meliputi perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapan di dalam ruangan.

3) Perlengkapan

Sebagai sarana tambahan yang dapat memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai sarana penunjang dalam penggunaan barang pelanggan.

4) Tata Cahaya dan Warna

Pengaturan cahaya dan warna ruangan sesuai dengan aktivitas yang dilakukan dan suasana yang ingin diciptakan di dalam ruangan.

5) Pesan-Pesan yang Disampaikan Secara Grafis

Tampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan, dan pemilihan tampilan simbol yang ingin digunakan untuk tujuan tertentu.

3. Harga

a. Pengertian Harga

Harga adalah salah satu hal yang penting dalam pemasaran yang mengkomunikasikan posisi produk atau jasa yang dimaksud dari pelanggan atau konsumen. Secara umum, harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap kualitas produk atau jasa. Dalam arti sempit, harga adalah pokok utama yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa, sedangkan harga dalam arti luas harga adalah jumlah seluruh nilai yang ditukarkan pelanggan atau konsumen untuk mendapatkan manfaat dari menggunakan produk atau jasa tersebut (Novi Sulistyawati, 2016).

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Samsul Anam dkk, harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa atau jumlah nilai yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan manfaat dari produk tersebut (Samsul Anam, dkk, 2013). Menurut William J Stanton dalam Marius, harga adalah uang yang diperlukan untuk memperoleh beberapa kombinasi dari suatu produk dan jasa dalam produk tersebut (Marius P. Angipora, 1999). Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong harga adalah kesediaan pelanggan atau konsumen untuk membayar sejumlah uang yang sesuai dengan daya beli dan sesuai dengan kualitas serta membandingkan dengan produk atau jasa sejenis (Philip Kotler, 1997). Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong harga adalah

sejumlah uang yang diminta untuk memiliki atau mendapatkan suatu produk atau jasa. Secara historis, harga termasuk salah satu faktor utama atau faktor yang penting bagi pelanggan atau konsumen untuk menentukan keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Armstrong, harga merupakan nilai yang dibebankan pelanggan atau konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang diinginkan dan menjadi pemilik dari produk atau jasa tersebut. Pelanggan atau konsumen juga memiliki batasan yang jelas pada harga yang dapat mereka terima. Pelanggan atau konsumen tidak ingin membeli suatu produk atau jasa jika harga di atas batas wajar dan akan meragukan kualitas dari suatu produk atau jasa jika harga di bawah batas wajar.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga

Perusahaan harus menetapkan harga berdasarkan nilai yang ditawarkan yang dapat dipahami oleh pelanggan atau konsumen. Apabila suatu harga lebih tinggi dari nilai yang diterima, maka perusahaan akan kehilangan kesempatan untuk memperoleh keuntungan. Namun apabila harga terlalu rendah dari nilai yang diterima, maka perusahaan akan gagal untuk memperoleh keuntungan.

Menurut Basu Swastha dan Irawan, faktor-faktor yang mempengaruhi harga, adalah (Irawan, Basu Swastha, 2005):

1) Keadaan Perekonomian

Keadaan perekonomian merupakan salah satu dari faktor yang dapat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku. Dalam periode resesi, harga berada pada tingkat yang cukup rendah.

2) Penawaran dan Permintaan

Penawaran merupakan jumlah yang ditawarkan oleh penjual kepada pelanggan atau konsumen dengan harga tertentu, jika dengan harga yang lebih tinggi akan membuat jumlah yang ditawarkan lebih besar. Sedangkan permintaan merupakan jumlah barang atau jasa yang diminta pelanggan atau konsumen dengan harga tertentu.

3) Elastisitas Permintaan

Apabila suatu produk atau jasa mengalami kenaikan harga maka penjual akan menurunkan harganya.

4) Persaingan

Penjual yang menawarkan suatu produk atau jasa dengan harga yang rendah dan memiliki kualitas yang bagus akan mengalami penjualan yang lebih tinggi.

5) Biaya

Penetapan harga dalam keputusan pembelian produk atau jasa adalah dasar dari biaya, karena tingkat dari harga sangat berpengaruh. Harga yang rendah membuat penjual tidak dapat untuk menutupi kerugian.

6) Tujuan Manajer

Penentuan harga dari suatu produk atau jasa seringkali berkaitan dengan tujuan yang ingin dicapai. Tidak semua perusahaan selalu mempunyai tujuan yang sama.

7) Pengawasan Pemerintah

Faktor utamanya merupakan pengawasan dari pemerintah yang diberikan dalam bentuk penetapan diskriminasi harga, harga minimum dan maksimum, serta praktik-praktik yang mendorong atau mencegah perusahaan untuk kearah monopoli.

c. Penetapan Harga

Tujuan penetapan harga dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu:

- 1) Penetapan harga untuk mencapai penghasilan atas investasi. Biasanya besar keuntungan dari suatu investasi telah ditetapkan persentasenya dan diperlukan penetapan harga tertentu dari barang yang dihasilkannya.
- 2) Penetapan harga untuk kestabilan harga. Hal ini biasanya dilakukan untuk perusahaan yang kebetulan memegang kendali atas harga. Usaha pengendalian harga diarahkan terutama untuk mencegah terjadinya perang harga, khususnya bila menghadapi permintaan yang sedang menurun.
- 3) Penetapan harga untuk mempertahankan atau meningkatkan bagiannya dalam pasar. Apabila perusahaan mendapatkan bagian pasar dengan luas tertentu, maka harus berusaha

mempertahankannya atau justru mengembangkannya. Untuk itu kebijaksanaan dalam penetapan harga jangan sampai merugikan usaha mempertahankan atau mengembangkan bagian pasar tersebut.

- 4) Penetapan harga untuk menghadapi atau mencegah persaingan. Apabila perusahaan baru mencoba-coba memasuki pasar dengan tujuan mengetahui pada harga berapa ia akan menetapkan penjualan. Ini berarti bahwa perusahaan tersebut belum memiliki tujuan dalam menetapkan harga coba-coba tersebut.
- 5) Penetapan harga untuk memaksimalkan laba. Tujuan ini biasanya menjadi anutan setiap usaha bisnis. Kelihatannya usaha mencari untung mempunyai makna yang kurang enak seolah-olah menindas konsumen. Padahal sesungguhnya hal yang wajar saja. Setiap usaha untuk bertahan hidup memerlukan laba (Susi Susanti, 2019).

d. Indikator Harga

Ada empat indikator harga menurut Kotler dan Armstrong, yaitu (Philip Kotler, Gary Armstrong, 2012):

1) Keterjangkauan harga

Aspek penetapan harga yang dibuat oleh produsen atau penjual untuk suatu produk atau jasa sesuai dengan daya beli pelanggan atau konsumen.

2) Daya saing harga

Penawaran harga yang ditawarkan oleh produsen atau penjual yang satu dengan produsen atau penjual yang lain berbeda dan bersaing dengan jenis produk atau jasa yang sama.

3) Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Kualitas produk yang didapatkan oleh pelanggan atau konsumen dari produk atau jasa yang dibeli sesuai dengan aspek penetapan harga yang dibuat oleh produsen atau penjual.

4) Kesesuaian harga dengan manfaat

Manfaat yang didapatkan oleh pelanggan atau konsumen dari produk atau jasa yang dibeli sesuai dengan aspek penetapan harga yang dibuat oleh produsen atau penjual.

4. Kepuasan Pengunjung

a. Pengertian Kepuasan Pengunjung

Kepuasan pengunjung adalah pemahaman individu terhadap kinerja barang atau jasa yang berhubungan dengan harapan pelanggan. Persepsi individu yang dimiliki oleh seseorang dapat dianggap sebagai gambaran perasaan atau pikiran yang terjadi sebagai akibat dari suatu aktivitas yang dijalani, sehingga membuat kesimpulan sendiri dengan pengaruh sebab yang berbeda-beda.

Pemahaman yang diperoleh akan menciptakan suatu ungkapan atau keputusan dalam menghadapi masalah yang sama atau masalah yang lain. Manfaat atau keunggulan suatu barang atau jasa yang diciptakan oleh produsen mulai dari individu hingga

organisasi yang besar dapat dirasakan ketika seseorang mengalami secara langsung saat menggunakan atau mengkonsumsinya sehingga konsumen dapat menikmati manfaatnya dan ungkapan yang keluar dari konsumen diakibatkan dari manfaat atau keuntungan yang diterimanya. Definisi kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang didapatkan dari membandingkan kinerja produk atau jasa yang dirasakan dengan harapan mereka. Jika kinerja produk atau jasa tidak memenuhi harapan, pelanggan merasa tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan merasa puas. Namun jika kinerja melebihi harapan, pelanggan merasa sangat puas atau senang (Jessica J. Lenzun, James D.D. Massie, Decky Adare, 2014).

Adapun metode yang digunakan untuk dapat mengukur kepuasan pelanggan atau konsumen adalah sebagai berikut: Keluhan dan Saran, Ghost Shopping, Analisa Mantan Pelanggan, dan Survei Kepuasan Pelanggan, yaitu (Adam Reyhan, 2013):

- 1) Keluhan dan Saran, perusahaan atau organisasi yang berpusat pada pelanggan atau konsumen menyediakan dan memberikan kesempatan yang praktis dan nyaman bagi pelanggan atau konsumen untuk dapat menyampaikan saran, pendapat, atau keluhan mereka. Media yang dapat digunakan berupa penyampaian langsung kepada produsen atau penyedia jasa, tetapi juga dapat melalui kotak saran, kertas atau kartu komentar,

media sosial, media komunikasi yang telah disediakan dan lain-lain.

- 2) Ghost Shopping, informasi untuk memperoleh gambaran dari kepuasan pelanggan dengan mempekerjakan banyak orang (ghost shoppers) untuk menyamar atau berperan sebagai calon pelanggan dari produk atau layanan perusahaan dan pesaing. Mereka diminta untuk berkomunikasi dengan staf penyedia layanan dan menggunakan produk atau layanan perusahaan, dan kemudian melaporkan apa yang mereka temukan tentang kekuatan dan kelemahan dari produk atau layanan perusahaan dan pesaing.
- 3) Analisis Mantan Pelanggan, perusahaan atau organisasi seperti produsen atau pemasok produk atau jasa seharusnya menghubungi para pelanggan atau konsumen yang telah berhenti membeli produk atau jasa atau yang telah beralih ke pemasok lain untuk dapat mengetahui hal apa yang membuat ini bisa terjadi dan agar mereka dapat mengambil kebijakan untuk melakukan perbaikan atau melakukan peningkatan selanjutnya.
- 4) Survei Kepuasan Pelanggan, yaitu survei perusahaan yang mendapat reaksi dan *feedback* secara langsung dan juga memberikan tanda yang positif bahwa perusahaan memperhatikan pelanggannya.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pengunjung

Ada lima faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan menurut Irawan, yaitu (Irawan, Handi, 2002):

1) Kualitas Produk

Pelanggan atau konsumen akan merasa puas ketika hasil review mereka menunjukkan bahwa produk atau jasa yang mereka gunakan mempunyai kualitas tinggi. Pelanggan atau konsumen yang rasional selalu menuntut produk atau jasa yang berkualitas dengan segala cara yang dilakukan untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut. Dalam hal ini, kualitas produk atau jasa yang baik akan membawa nilai tambah bagi konsumen.

2) Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan di bidang jasa memastikan bahwa pelanggan akan merasa puas ketika menerima pelayanan yang baik atau sesuai dengan apa yang diharapkan. Pelanggan yang merasa puas akan menunjukkan kesempatan untuk membeli kembali produk atau jasa yang sama. Pelanggan yang merasa puas cenderung akan memberikan gambaran tentang produk atau jasa perusahaan.

3) Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan percaya diri bahwa orang lain akan kagum ketika mereka menggunakan produk yang memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi dari merek

tertentu. Kepuasan yang didapat bukan karena kualitas dari produk, melainkan dari nilai sosial atau harga diri yang membuat pelanggan tertarik pada merek tertentu.

4) Harga

Sebuah produk yang dengan kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif rendah akan menawarkan nilai lebih kepada konsumen. Faktor ini mempengaruhi konsumen dalam hal biaya yang dikeluarkan, pada umumnya semakin mahal harga suatu produk atau jasa, maka semakin tinggi nilai yang diharapkan oleh pelanggan atau konsumen.

5) Kemudahan

Pelanggan akan merasa lebih puas jika suatu produk atau jasa relatif mudah, nyaman dan efisien untuk didapatkan.

c. Indikator Kepuasan Pengunjung

Dalam penelitian ini indikator kepuasan pelanggan dijelaskan oleh karakteristik pembentukan kepuasan menurut Tjiptono, yang terdiri dari (Fandy Tjiptono, 2004):

- 1) Kesesuaian harapan, adalah tingkat kesesuaian antara kinerja produk atau jasa yang diharapkan dengan apa yang dirasakan pelanggan atau konsumen. Tingkat kesesuaian meliputi produk, pelayanan dari karyawan, dan fasilitas pendukung yang didapatkan sesuai atau bahkan melebihi dengan apa yang diharapkan pelanggan atau konsumen.

- 2) Minat berkunjung kembali, adalah kesediaan dari pelanggan atau konsumen untuk berkunjung kembali atau membeli kembali produk atau jasa. Minat untuk berkunjung kembali disebabkan karena pelayanan yang memuaskan yang diberikan oleh karyawan, karena nilai yang didapatkan setelah mengonsumsi produk atau jasa, dan karena fasilitas pendukung yang disediakan memadai.
- 3) Kesediaan merekomendasikan, adalah kesediaan pelanggan atau konsumen untuk merekomendasikan suatu produk atau jasa yang telah dirasakan dan didapatkan kepada teman, keluarga, dan kerabat karena produk atau jasa yang disediakan, dan karena fasilitas pendukung yang memadai juga karena nilai atau manfaat yang didapatkan setelah mengonsumsi produk atau jasa tersebut.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Hendy Tannady (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan First Media di Pondok Aren Tangerang Selatan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, variabel harga tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan First Media di Pondok Aren Tangerang Selatan	1. Sama-sama menggunakan variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan 2. Sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif	1. Objek penelitian 2. Responden Penelitian 3. Pada penelitian saya menggunakan variabel fasilitas, sedangkan dalam penelitian ini tidak menggunakan variabel tersebut
2.	Mutiara Nur dan Dadan Ahmad Fadili (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Travellers Hotel Jakarta	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial maupun simultan antara fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Travellers Hotel Jakarta	1. Sama-sama menggunakan variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan kepuasan pelanggan 2. Sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif	1. Objek penelitian 2 Responden penelitian 3. Pada penelitian saya menggunakan variabel harga, sedangkan dalam penelitian ini tidak menggunakan variabel tersebut

No.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
3.	Tri Melda Mei Liana (2021)	Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Okejek (Studi Kasus: Pada Kecamatan Medan Perjuangan Kota Medan)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Okejek	1. Sama-sama menggunakan variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan 2. Sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif	1. Objek Penelitian 2. Responden Penelitian 3. Pada penelitian saya menggunakan variabel fasilitas, sedangkan dalam penelitian ini tidak menggunakan variabel tersebut.
4.	Peggy Rahma Alana dan Tanto Askriyandoko Putro (2020)	Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan berkunjung pada wisatawan Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek	1. Sama-sama menggunakan variabel fasilitas, kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung 2. Sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif	1. Objek penelitian 2. Responden penelitian 3. Pada penelitian saya menggunakan variabel harga, sedangkan dalam penelitian ini tidak menggunakan variabel tersebut

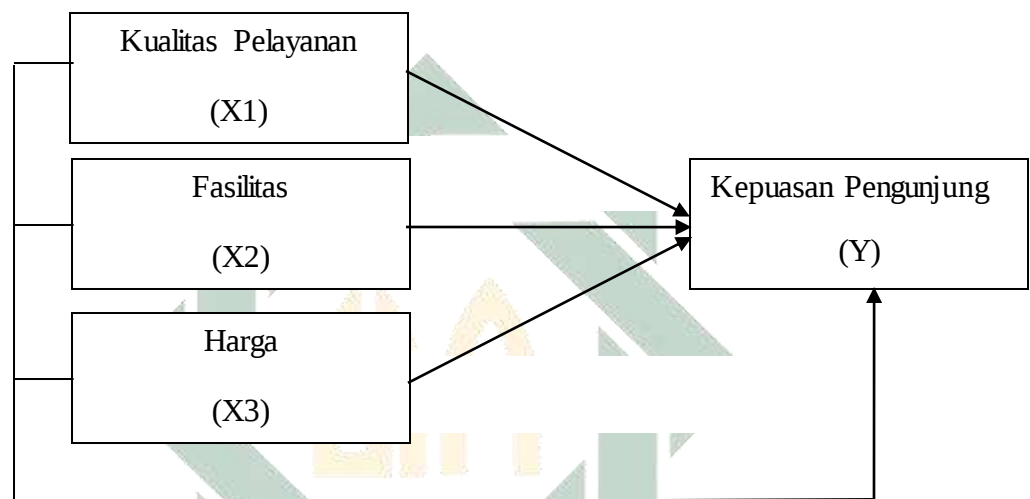
No.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
5.	William, Tiurniari Purba (2020)	Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Mazda di Kota Batam	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan variabel kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Mazda di Kota Batam	1. Sama-sama menggunakan variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan kepuasan pelanggan 2. Sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif	1. Objek penelitian 2. Responden penelitian 3. Pada penelitian saya menggunakan variabel harga, sedangkan di dalam penelitian ini tidak menggunakan variabel tersebut
6.	Putri Nafra Berliana (2020)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada JNE Cabang Corolet, Daerah Tangerang Selatan)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan	1. Sama-sama menggunakan variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan 2. Sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif	1. Objek penelitian 2. Responden penelitian 3. Penelitian saya menggunakan variabel fasilitas, sedangkan di dalam penelitian ini tidak menggunakan variabel tersebut

No.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
7.	Feni Maryati, Nur Elfi Husda (2020)	Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Holiday Hotel di Kota Batam	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Holiday Hotel di Kota Batam	1. Sama-sama menggunakan variabel fasilitas, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan 2. Sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif	1. Objek penelitian 2. Responden Penelitian 3. Penelitian saya menggunakan variabel harga, sedangkan di dalam penelitian ini tidak menggunakan variabel tersebut
8.	Rizal Bakti, Nadya Oktafiani (2019)	Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Suasana Lingkungan Terhadap Kepuasan Pengunjung Kebun Raya Bogor	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas dan suasana lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Kebun Raya Bogor	1. Sama-sama menggunakan variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan kepuasan pengunjung 2. Sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif	1. Objek penelitian 2. Responden penelitian 3. Penelitian saya menggunakan variabel harga, sedangkan di dalam penelitian ini tidak menggunakan variabel tersebut 4. Pada penelitian ini menggunakan variabel lokasi dan suasana lingkungan, sedangkan dalam penelitian saya tidak menggunakan variabel tersebut.

No.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
9.	Anton (2019)	Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Leisure Benefit Terhadap Kepuasan Pengunjung Kolam Renang Taman Palem Indah Serang Baru Cikarang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari setiap variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, leisure benefit tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung	1. Sama sama menggunakan variabel fasilitas, kualitas pelayanan, dan kepuasan pengunjung 2. Sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif.	1. Objek penelitian 2. Responden penelitian 3. Pada penelitian ini menggunakan variabel Leisure Benefit, sedangkan dalam penelitian saya tidak menggunakan variabel tersebut. 4. Pada penelitian saya menggunakan variabel fasilitas, sedangkan dalam penelitian ini tidak menggunakan variabel tersebut
10.	Luthfia Maydiana (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Cuci Motor Mandiri	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Jasa Cuci Motor Mandiri	1. Sama sama menggunakan variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan pelanggan. 2. Sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif	1. Objek penelitian 2. Responden Penelitian 3. Pada penelitian saya menggunakan variabel harga, sedangkan dalam penelitian ini tidak menggunakan variabel tersebut

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian ini merupakan pengembangan dari model perilaku konsumen menurut Kotler dan Assael, yang dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

Proses kepuasan pengunjung di Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo dapat dipengaruhi oleh persepsi pengunjung (proses penilaian pengunjung terhadap stimuli) dan stimuli (kualitas pelayanan, fasilitas dan harga). Ketiga faktor tersebut saling berkaitan sehingga membentuk suatu pilihan terhadap kepuasan pengunjung yang dipilih. Pilihan-pilihan tersebut akan mempengaruhi sikap yang pada akhirnya akan mempengaruhi perilaku yaitu kepuasan pengunjung. Kepuasan pengunjung setelah berkunjung di Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo akan menghasilkan suatu respon positif atau negatif yang akan menentukan kepuasan atau ketidakpuasan.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah yang diajukan, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan (Suryani, Hendryadi, 2015). Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru di dasarkan pada teori yang relevan, belum di dasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris. Maka dari itu hipotesis yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo.

H0 : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo.

H2 : Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo.

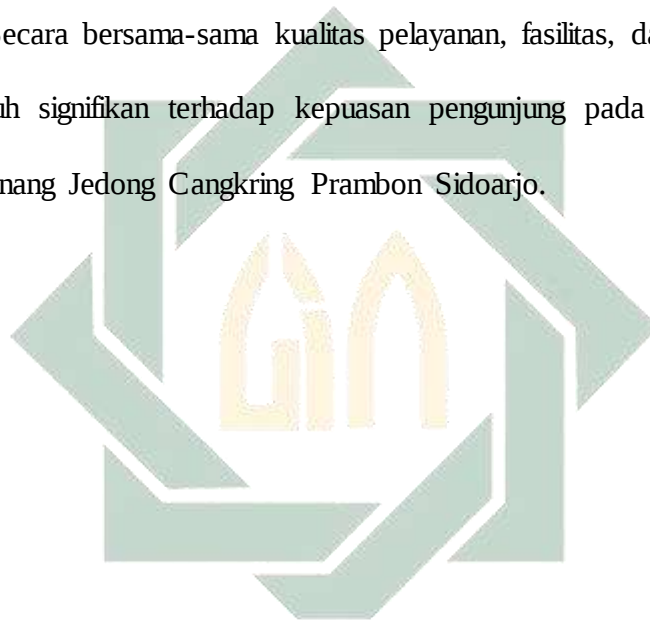
H0 : Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo.

H3 : Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo.

H0 : Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo.

H4 : Secara bersama-sama kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo.

H0 : Secara bersama-sama kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dan bersifat deskriptif, penelitian kuantitatif adalah suatu jenis penelitian yang menghasilkan sekumpulan data. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian kuantitatif yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif/statistik (Sugiyono, 2011). Menurut Arikunto penelitian bersifat deskriptif adalah suatu penelitian yang memiliki tujuan untuk menggambarkan atau menjelaskan sesuatu hal, misalnya keadaan, situasi, kondisi, peristiwa, kegiatan dan lainnya.

Menurut Margono Penelitian Kuantitatif merupakan suatu penelitian yang lebih banyak menggunakan logika hipotesis verifikasi yang dimulai dengan berfikir untuk menurunkan hipotesis dan kemudian melakukan pengujian dilapangan dan kesimpulan atau hipotesis akan ditarik berdasarkan data empiris. Menurut Sudyaharjo, penelitian kuantitatif merupakan metode pemecahan masalah yang terencana dan cermat, dengan desain yang terstruktur, pengumpulan data secara sistematis. Disimpulkan

secara induktif dalam pembuktian hipotesis secara empiris (Ahmad Tanzeh, 2009).

B. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian pada bulan Oktober-November 2022.
2. Tempat yang diteliti dalam melakukan penelitian ini yaitu di Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dapat dipelajari dan kemudian dapat ditarik kesimpulannya. Dengan demikian, populasi tidak hanya terdiri dari orang-orang, tetapi juga terdiri dari objek dan benda-benda alam lainnya. Populasi juga tidak hanya sekedar jumlah pada objek/subjek yang diteliti, tetapi mencakup semua karakteristik/sifat yang dimiliki oleh objek/subjek tersebut. Populasi di dalam penelitian ini adalah pengunjung kolam renang Jedong Cangkring pada bulan September 2022. Berdasarkan data hasil wawancara kepada pihak kolam renang Jedong Cangkring didapat hasil jumlah pengunjung pada bulan September 2022 sebanyak 10.000 pengunjung.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi. Jika populasi besar dan tidak mungkin peneliti mempelajari apa yang ada dalam populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih teknik pengambilan sampel acak atau *random sampling/probability sampling*. Dimana teknik dan sampel yang peneliti gunakan secara acak, tanpa memandang sampel atas dasar strata atau status sosial dari segi apapun. Sampel yang akan dijadikan obyek penelitian ini yaitu sebagian dari para pengunjung yang telah dipilih untuk dijadikan sampel pada Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo yang jumlahnya telah ditentukan berdasarkan tabel penentuan jumlah sampel Issac dan Michael untuk taraf signifikansi 0,05, jadi sampel yang diperoleh itu mempunyai tingkat kepercayaan 95% terhadap populasi. Jadi dalam penelitian ini sampel yang diambil berjumlah 336 pengunjung dengan populasi berjumlah 10.000 pengunjung.

Berikut ini tabel penentuan jumlah sampel Issac dan Michael dari populasi tertentu dengan taraf kesalahan 1%, 5%, 10% sebagai berikut (Jonathan Sarwano, 2006):

Tabel 3. 1 Penentuan Jumlah Sampel Issac dan Michael

N	s			N	s			N	s		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
75	67	62	59	550	301	213	182	30000	649	344	268
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	663	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1100	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1200	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1300	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1400	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1500	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1600	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1700	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1800	485	292	235	750000	663	348	270
230	171	139	125	1900	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	2000	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2200	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2400	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	663	348	271
									664	349	272

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut dan ditarik kesimpulannya (Juliansyah Noor, 2016). Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah:

- a. X1 : Kualitas Pelayanan
- b. X2 : Fasilitas
- c. X3 : Harga

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Kepuasan Pengunjung (Y).

E. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberi arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Pengertian operasional variabel ini kemudian diuraikan menjadi indikator empiris yang meliputi:

Tabel 3. 2 Definisi Operasional

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Kualitas Pelayanan	Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan, karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah keperusahaan lain. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk	1. <i>Reliability</i> (kehandalan) 2. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap) 3. <i>Assurance</i> (kepastian) 4. <i>Emphaty</i> (empati) 5. <i>Tangible</i> (berwujud)

		memenuhi keinginan pelanggan (Fandy Tjiptono, 2008).	
2.	Fasilitas	Menurut Yoeti fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata yang dikunjunginya, dimana mereka dapat santai menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut (Yoeti, O.A, 2003).	1. Perencanaan spasial 2. Perencanaan ruang 3. Perlengkapan 4. Tata cahaya dan warna 5. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis
3.	Harga	Harga merupakan nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya (Marius P. Angipora, 2002).	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat
4.	Kepuasan Pengunjung	Menurut Kotler kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya (Philip Kotler, 2005).	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tentang kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen dapat dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan dan mampu

mengungkap data dari variabel yang telah diteliti secara tepat (Suharsimi Arikunto, 2002). Kriteria validitas adalah sebagai berikut:

- a. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka pernyataan dari kuesioner dapat dinyatakan valid.
- b. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka pernyataan dari kuesioner dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas mengacu pada pemahaman bahwa suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena suatu instrumen tersebut sudah baik. Uji reliabilitas instrumen dapat dilihat dari besarnya nilai *cronbach alpha* pada masing-masing variabel. *Cronbach Alpha (α)* dapat digunakan untuk mengetahui atau menguji reliabilitas konsistensi responden dalam menjawab semua pernyataan. Tingkat nilai koefisien terendah dalam uji reliabilitas menurut Sugiyono, suatu instrumen akan reliabel dengan koefisien reliabilitas minimal 0,60 (Iredho Fani Reza, 2017).

G. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini yaitu terdiri dari data primer dan juga data sekunder:

1. Sumber Data Primer

Data diperoleh langsung dari sumber data primer oleh peneliti karena pada saat pengumpulan data primer, peneliti perlu untuk melakukan penggalan data dengan cara melibatkan para responden

yang sudah ditentukan pada objek penelitian. Peneliti juga dapat melakukan observasi dan membagikan kuesioner secara langsung kepada responden untuk menggali data.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh bersumber dari dokumentasi dan artikel-artikel. Data sekunder meliputi informasi dan teori-teori yang mendukung penelitian yang didapatkan dari buku, jurnal, dan internet yang menjelaskan mengenai kualitas pelayanan, fasilitas, harga, dan kepuasan pengunjung (Sugiyono, 2015).

H. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik yang begitu penting dalam penelitian karena data yang telah dikumpulkan akan digunakan untuk memecahkan suatu masalah yang sedang diteliti atau digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Dalam penelitian ini, ada dua teknik pengumpulan data, antara lain:

1. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tanya jawab langsung dan tatap muka antara pengumpul data dan peneliti kepada narasumber atau sumber data (Suryani dan Handryadi, 2015). Wawancara ini ditujukan kepada manager Kolam Renang Jedong Cangkring. Teknik wawancara dilakukan secara tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang disusun

secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan data. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan (Sugiyono, 2016).

2. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan dengan cara memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan yang tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner ini adalah teknik pengumpulan data yang dianggap efektif untuk mengukur variabel dengan menggunakan jumlah responden yang banyak yang tersebar di berbagai wilayah atau tempat (Tukiran Taniredja, Hidayati Mustafidah, 2014). Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Skala likert meminta kepada responden sebagai individu untuk menjawab suatu pertanyaan atau pernyataan. Tanggapan untuk setiap item instrumen yang menggunakan skala likert dinilai dari sangat positif hingga sangat negatif. Peneliti menggunakan lima kategori jawaban dalam penelitian ini, yaitu:

Tabel 3. 3 Instrumen Skala Likert

No.	Alternatif Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Penelitian yang skala pengukurannya menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk checklist atau pilihan ganda. Penyebaran

kuesioner dilakukan dengan cara peneliti menyebarkan kuesioner secara online dengan menggunakan “Google Form” kepada responden yang bertujuan untuk dapat memudahkan responden dalam mengakses kuesioner secara online.

I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses pengolahan data dan interpretasi hasil dari pengolahan data yang telah dibuat. Dari penelitian kuantitatif, analisis data meliputi pengolahan data dari penyajian data, melakukan perhitungan untuk mendeskripsikan data serta melakukan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik.

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Persamaan regresi menunjukkan bahwa suatu persamaan regresi memiliki satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen (Algifari, 2000). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk dapat mengetahui hubungan yang erat antara variabel dependen dengan faktor-faktor yang mempengaruhi.

Bentuk persamaannya adalah:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pengunjung

a = Konstansta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi parsial

X_1 = Kualitas Pelayanan
 X_2 = Fasilitas
 X_3 = Harga
 e = Pengganggu (error)

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian Asumsi Klasik dilakukan untuk mengetahui apakah data mengalami penyimpangan atau tidak. Uji ini dilakukan setelah melakukan analisa Regresi dan Koefisien Determinasi. Uji Asumsi Klasik terdiri dari:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian yang diperoleh berdistribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji Kolmogorov Smirnov. Jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka dapat dikatakan data tersebut berdistribusi normal atau terdapat hubungan secara linier, begitu juga sebaliknya (Imam Gunawan, 2016).

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi telah ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas adalah nol. Untuk

mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas pada model regresi, perlu dilihat dari nilai *tolerance* dan *lawannya variance inflation factor* (VIF). Nilai yang biasa digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $> 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF < 10$ (Imam Ghazali, 2013).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan alat uji yang bertujuan untuk menguji ada tidaknya ketidaksamaan *variance* dalam model regresi dari residual pengamatan yang satu ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji glejser.

Uji glejser sama dengan seperti uji Park, dengan menyarankan untuk meregres nilai absolut residual pada variabel independen. Jika variabel independen signifikan secara statistik dan mempengaruhi variabel dependen, maka hal tersebut terdapat indikasi terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji signifikansi *t* digunakan untuk melihat signifikan pengaruh dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Uji *t* pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan signifikan

level 0,05 ($\alpha = 5\%$) (Dwi Prianto, 2008). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

- 1) Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ dan nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak. Ini berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima. Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

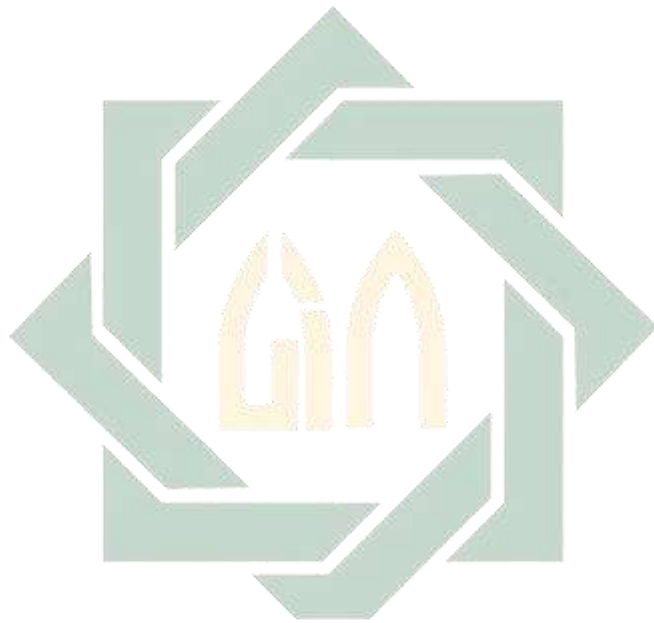
b. Uji F

Uji statistika F bertujuan untuk menunjukkan apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Kriteria dalam uji F jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya variabel independen (X) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen, yaitu variabel X terhadap perubahan variabel dependen yaitu terhadap Y. Secara sederhana, koefisien determinasi selalu dikaitkan dengan seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan varians dari variabel terikat. Untuk upaya mengetahui besaran sumbangan (kontribusi)

variabel independen terhadap variabel dependen maka dapat dilihat dengan mencari nilai koefisien determinasi atau penentu (Nyoto, 2015).



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Profil singkat Kolam Renang Jedong Cangkring

Gambar 4. 1 Logo Kolam Renang Jedong Cangkring



Kolam renang Jedong Cangkring ini dibuka sejak empat tahun lalu, tepatnya pada 24 Desember 2017. Kolam renang ini terletak di Gempol, Jedong Cangkring Rt 16 Rw 04 Prambon, Sidoarjo. Berdiri di atas lahan seluas 6800 meter persegi, kolam renang ini telah dikunjungi oleh sekitar 1000 pengunjung dihari biasa, namun dihari Sabtu dan Minggu bisa mencapai 2000. Kolam renang yang berada di sebelah selatan Kabupaten Sidoarjo ini terkenal dengan lokasi wisata yang bersih, indah, dan nyaman. Apalagi di lokasi tersebut banyak tumbuhan rindang, sehingga suasana pedesaan masih sangat terasa dan membuat pengunjung semakin betah. Kolam renang ini buka setiap hari, dan jam pelayanan loket dimulai pukul 08.00 WIB dan akan tutup jam 16.00

WIB. Tarif masuk ke dalam wisata kolam renang Jedongcangkring ini juga bisa terbilang murah dan terjangkau untuk semua kalangan. Pengunjung hanya perlu membayar sebesar Rp 10.000 untuk *weekday*, dan Rp 12.000 untuk *weekend*. Meskipun tak sepopuler seperti kolam renang di daerah Sidoarjo lainnya, tetapi kolam renang ini juga memiliki fasilitas yang cukup memadai.

Di kolam renang Jedong Cangkring ini tersedia 5 petak kolam renang, satu kolam renang dewasa dan empat kolam renang untuk anak-anak. Untuk kolam renang dewasa, kedalamannya sekitar 170 cm, sementara kolam anak sekitar 30-50 cm saja. Di kolam renang anak, dilengkapi juga dengan perosotan, permainan air tumpah, dan wahana bermain air lainnya yang akan membuat anak-anak semakin betah.

2. Fasilitas Kolam Renang Jedong Cangkring

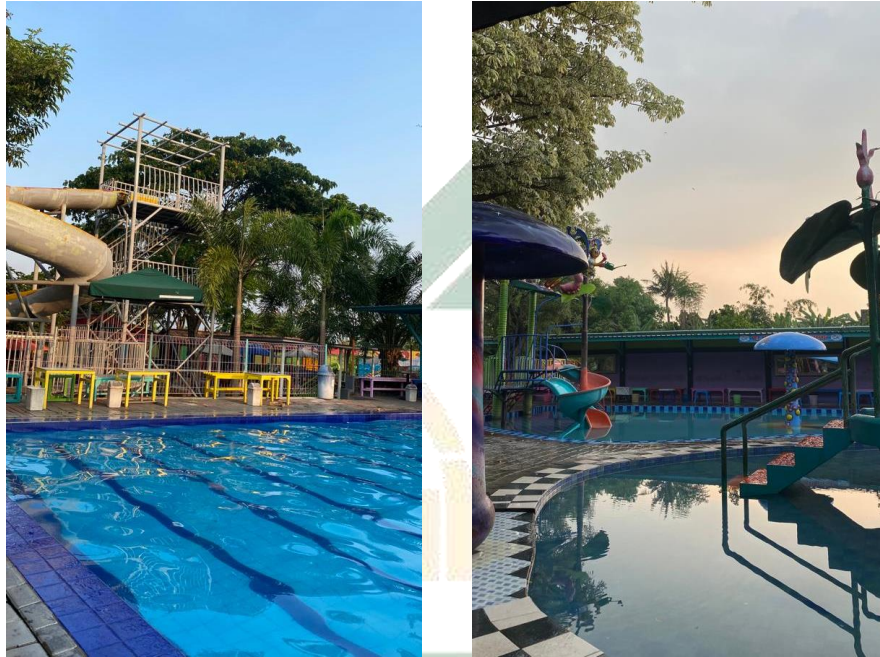
a. Kolam Renang Dewasa

Gambar 4. 2 Kolam Renang Dewasa



b. Kolam Renang Anak-Anak

Gambar 4. 3 Kolam Renang Anak-Anak



c. Kamar Mandi / WC

Gambar 4. 4 Kamar Mandi / WC



d. Gazebo

Gambar 4. 5 Gazebo



e. Kantin

Gambar 4. 6 Kantin



f. Arena berkuda

Gambar 4. 7 Arena Berkuda



g. Outbond Kids

Gambar 4. 8 Outbond Kids



h. Playground

Gambar 4. 9 Playground



i. Selfie Area

Gambar 4. 10 Selfie Area



j. Tempat Parkir

Gambar 4. 11 Tempat Parkir



B. Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini adalah Pengunjung Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo dengan jumlah sebanyak 336 responden. Kuesioner penelitian ini disebarkan pada bulan November. Penelitian ini memiliki karakteristik responden yang dihasilkan melalui daftar pertanyaan diantaranya meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan dan berapa kali berkunjung di Kolam Renang Jedong Cangkring.

Berikut adalah gambaran umum dari karakteristik responden:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki – Laki	122	36,3 %
2.	Perempuan	214	63,7 %
Total		336	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang memiliki jenis kelamin laki-laki sebanyak 122 responden dengan persentase 36,3% sedangkan yang perempuan memiliki jumlah sebanyak 214 responden dengan persentase 63,7%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah pengunjung yang berkunjung di Kolam Renang Jedong Cangkring sebagian besar adalah perempuan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1.	12-16 Tahun	109	32,4 %
2.	17-25 Tahun	174	51,8 %
3.	26-35 Tahun	34	10,1 %
4.	36-45 Tahun	19	5,7%
Total		336	100 %

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang memiliki usia antara 12-16 tahun sebanyak 109 responden dengan persentase 32,4%, usia antara 17-25 tahun sebanyak 174 responden dengan persentase 51,8%, usia antara 26-35 tahun sebanyak 34 responden dengan persentase 10,1%, usia antara 36-45 tahun sebanyak 19 responden dengan persentase 5,7%. Dari data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden berada di usia 17-25 tahun sebanyak 174 responden.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1.	Pelajar/Mahasiswa	253	75,3 %
2.	Wiraswasta	25	7,4 %
3.	Karyawan Swasta	53	15,8 %
4.	Lainnya	5	1,5 %
Total		336	100 %

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa terdapat beberapa kategori pekerjaan atau profesi. Responden dengan pekerjaan atau profesi pelajar atau mahasiswa sebanyak 253 responden dengan persentase 75,3%, pekerjaan atau profesi sebagai wiraswasta atau pengusaha sebanyak 25 responden dengan persentase 7,4%, pekerjaan atau profesi sebagai karyawan swasta sebanyak 53 responden dengan persentase 15,8%, dan sedangkan responden yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga sebanyak 5 responden dengan persentase 1,5%. jenis pekerjaan pegawai swasta sebanyak 55 orang, ibu rumah tangga sebanyak 4 orang, jenis pekerjaan lain-lain sebanyak 40 orang. Hal ini dapat diketahui bahwa mayoritas pengunjung Kolam Renang Jedong Cangkring adalah pelajar atau mahasiswa.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No.	Pendapatan	Jumlah	Persentase
1.	< Rp 500.000	144	33,9 %
2.	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	142	42,3 %
3.	Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000	40	11,9 %
4.	> Rp 3.000.000	40	11,9 %
Total		336	100 %

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang memiliki pendapatan < Rp 500.000 sebanyak 144 dengan persentase 33,9%, responden dengan pendapatan Rp 500.000 – Rp 1.000.000 sebanyak 142 responden dengan persentase 42,3%, responden dengan pendapatan Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000 sebanyak 40 responden dengan persentase 11,9%, dan responden dengan pendapatan > Rp 3.000.000 sebanyak 40 responden dengan persentase 11,9%.

5. Berapa kali pernah berkunjung di Kolam Renang Jedong Cangkring

Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Pernah Berkunjung di Kolam Renang Jedong Cangkring

No.	Jumlah Kunjungan	Jumlah	Persentase
1.	< 2 kali	0	0%
1.	2 – 3 kali	73	21,7%
2.	4 – 5 Kali	172	51,2%
3.	> 5 Kali	91	27,1%
Total		336	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang pernah berkunjung di Kolam Renang Jedong Cangkring dengan jumlah < 2 kali sebanyak 0 responden dengan persentase 0%, untuk 2-3 kali sebanyak 73 responden dengan persentase 21,7%, selanjutnya untuk 4-5 kali sebanyak 172 responden dengan persentase 51,2%, dan responden dengan jumlah > 5 kali sebanyak 91 responden dengan persentase 27,1%.

C. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menentukan keakuratan instrumen penelitian. Instrumen penelitian diakui valid apabila r_{hitung} lebih besar

daripada r_{tabel} (Azuar Juliand, Irfan, dan Saprial, 2014). Berikut tabel yang memperlihatkan hasil uji validitas terhadap tiap instrument pernyataan yang digunakan dalam penelitian:

Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Item	Sig.	Hasil		Keterangan
		R Tabel	R Hitung	
X1.1	0,00	0,107	0,602	Valid
X1.2	0,00	0,107	0,841	Valid
X1.3	0,00	0,107	0,761	Valid
X1.4	0,00	0,107	0,826	Valid
X1.5	0,00	0,107	0,755	Valid

Berdasarkan hasil tabel di atas uji validitas variabel harga (X1) yang terdiri dari 5 item pernyataan dapat dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan nilai r hitung lebih besar dari r tabel dan peluang kesalahan (signifikansi) tidak melebihi 0,05 (5%).

Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas (X2)

Item	Sig.	Hasil		Keterangan
		R Tabel	R Hitung	
X2.1	0,00	0,107	0,667	Valid
X2.2	0,00	0,107	0,783	Valid
X2.3	0,00	0,107	0,718	Valid
X2.4	0,00	0,107	0,764	Valid
X2.5	0,00	0,107	0,769	Valid

Berdasarkan hasil tabel di atas uji validitas variabel fasilitas (X2) yang terdiri dari 5 item pernyataan dapat dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan nilai r hitung lebih besar dari r tabel dan peluang kesalahan (signifikansi) tidak melebihi 0,05 (5%).

Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X3)

Item	Sig.	Hasil		Keterangan
		R Tabel	R Hitung	
X3.1	0,00	0,107	0,651	Valid
X3.2	0,00	0,107	0,793	Valid
X3.3	0,00	0,107	0,842	Valid
X3.4	0,00	0,107	0,788	Valid

Berdasarkan hasil tabel di atas uji validitas variabel harga (X3) yang terdiri dari 4 item pernyataan dapat dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan nilai r hitung lebih besar dari r tabel dan peluang kesalahan (signifikansi) tidak melebihi 0,05 (5%).

Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

Item	Sig.	Hasil		Keterangan
		R Tabel	R Hitung	
Y1.1	0,00	0,107	0,673	Valid
Y1.2	0,00	0,107	0,788	Valid
Y1.3	0,00	0,107	0,765	Valid
Y1.4	0,00	0,107	0,792	Valid
Y1.5	0,00	0,107	0,683	Valid

Berdasarkan hasil tabel di atas uji validitas variabel kepuasan pengunjung (Y) yang terdiri dari 5 item pernyataan dapat dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan nilai r hitung lebih besar dari r tabel dan peluang kesalahan (signifikansi) tidak melebihi 0,05 (5%).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dikerjakan dalam rangka mengukur keandalan kuesioner penelitian, dalam rangka mengetahui konsistensi hasil pengukuran jika dilakukan beberapa kali dengan memakai alat ukur yang sama. Dapat disebut reliabel ketika nilai *Cronbach's Alpha* dari

setiap variabel mencapai nilai lebih dari 0,60 (Sandu Siyoto, M Ali Sodik, 2015). Berikut tabel yang memperlihatkan hasil uji realibilitas terhadap tiap variabel yang digunakan dalam penelitian:

Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1.	Kualitas Pelayanan (X1)	0,816	Reliabel
2.	Fasilitas (X2)	0,788	Reliabel
3.	Harga (X3)	0,772	Reliabel
4.	Kepuasan Pengunjung (Y)	0,758	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga, dan Kepuasan Pengunjung dinyatakan sudah reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh lebih besar dari 0,60.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi variabel terkait, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah jika distribusi datanya normal atau mendekati normal.

Berikut hasil uji normalitas menggunakan aplikasi SPSS:

Gambar 4. 12 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		336
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,46485135
Most Extreme Differences	Absolute	,048
	Positive	,037
	Negative	-,048
Test Statistic		,048
Asymp. Sig. (2-tailed)		,063 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi adalah 0,063 lebih besar dari 0,05. Maka dapat dikatakan bahwa instrumen pada tiap variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah ada hubungan antara variabel independen pada model regresi. Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*) jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 atau nilai VIF lebih kecil dari 10 menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieralitas.

Gambar 4. 13 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	11,527	,951		12,121	,000		
KUALITAS PELAYANAN	,355	,027	,546	13,087	,000	,956	1,046
FASILITAS	,230	,031	,311	7,518	,000	,972	1,029
HARGA	-,057	,034	-,069	-1,682	,094	,983	1,017

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai Tolerance lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel independen dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan nilai varian dari residual dengan varian setiap variabel independen. Jika nilai signifikansi > 0,05 artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1	(Constant)	,004	,002		1,840	,067
	Transform_X1	-4,547E-6	,000	-,179	-1,865	,063
	Transform_X2	,026	,018	,149	1,456	,146
	Transform_X3	,024	,019	,119	1,269	,205

a. Dependent Variable: Abs

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa nilai signifikansi > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel independen dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2), dan Harga (X3) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pengunjung (Y).

Gambar 4. 15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,527	,951		12,121	,000
	KUALITAS PELAYANAN	,355	,027	,546	13,087	,000
	FASILITAS	,230	,031	,311	7,518	,000
	HARGA	-,057	,034	-,069	-1,682	,094

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

Berdasarkan analisis tabel di atas dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 - b_3X_3 + e$$

$$Y = 11,527 + 0,355X_1 + 0,230X_2 - 0,057X_3 + e$$

- 1) Nilai konstanta (b_0) sebesar 11,527 menunjukkan apabila variabel kualitas pelayanan (X_1), fasilitas (X_2), dan harga (X_3) sebesar 0, maka kepuasan pengunjung sebesar 11,527.
- 2) Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,355 menunjukkan adanya pengaruh secara positif terhadap kepuasan pengunjung (Y). Jika variabel kualitas pelayanan (X_1) ditingkatkan satu satuan, maka kepuasan pengunjung (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,355.

- 3) Nilai koefisien variabel fasilitas (X2) sebesar 0,230 menunjukkan adanya pengaruh secara positif terhadap kepuasan pengunjung (Y). Jika variabel fasilitas (X2) ditingkatkan satu satuan, maka kepuasan pengunjung (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,230.
- 4) Nilai koefisien variabel harga (X3) sebesar -0,057 menunjukkan adanya pengaruh secara negatif terhadap kepuasan pengunjung (Y).

b. Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui secara parsial terdapat pengaruh atau tidaknya antara variabel independen dengan variabel terikat. Dengan ketentuan, jika nilai signifikansi $< 0,05$ $T_{hitung} > T_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh secara parsial, begitu dengan sebaliknya.

Gambar 4. 16 Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,527	,951		12,121	,000
	KUALITAS PELAYANAN	,355	,027	,546	13,087	,000
	FASILITAS	,230	,031	,311	7,518	,000
	HARGA	-,057	,034	-,069	-1,682	,094

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1) Uji Hipotesis 1

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo.

H0 : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo.

Berdasarkan pada hasil uji tabel di atas diketahui nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $13,087 > 1,967$. Kemudian nilai signifikansi $< 0,05$ yakni $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan H₁ diterima H₀1 ditolak, kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo.

2) Uji Hipotesis 2

H2 : Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo.

H0 : Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo.

Berdasarkan pada hasil uji tabel di atas diketahui nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $7,518 > 1,967$. Kemudian nilai signifikansi $< 0,05$ yakni $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan H₂ diterima H₀2

ditolak, fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo.

3) Uji Hipotesis 3

H₃ : Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo.

H₀ : Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo.

Berdasarkan pada hasil uji tabel di atas diketahui nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yakni $-1,682 < 1,967$. Kemudian nilai signifikansi $> 0,05$ yakni $0,094 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan H₃ ditolak H₀₃ diterima, harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo.

c. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan (X₁), fasilitas (X₂) dan harga (X₃) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung (Y). Dengan ketentuan apabila nilai signifikansi $< 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H₁ diterima dan H₀₁ ditolak.

Gambar 4. 17 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	581,658	3	193,886	89,547	,000 ^b
	Residual	718,839	332	2,165		
	Total	1300,497	335			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

b. Predictors: (Constant), HARGA, FASILITAS, KUALITAS PELAYANAN

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1) Uji Hipotesis 4

H₄ : Secara bersama-sama kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo.

H₀ : Secara bersama-sama kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo.

Berdasarkan pada hasil uji tabel di atas diketahui nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ yakni $89,547 > 3,02$. Kemudian nilai signifikansi $< 0,05$ yakni $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan H₄ diterima H₀ ditolak, yang artinya kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengunjung

pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur presentase total variasi variabel dependen Y yang dijelaskan oleh variabel independen X di dalam regresi.

Gambar 4. 18 Hasil Uji Koefisiem Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,669 ^a	,447	,442	1,471

a. Predictors: (Constant), HARGA, FASILITAS, KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

Berdasarkan pada data tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai R.Square sebesar 0,447, diartikan bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2) dan harga (X3) terhadap kepuasan pengunjung (Y), yakni sebesar 44,7%. Sedangkan sisanya yakni 55,3% dijelaskan pada variabel lain yang tidak digunakan pada penelitian ini.

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Objek Wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo

Kualitas pelayanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Kualitas yang baik diharapkan mampu untuk memberikan kepuasan bagi setiap pelanggan yang datang dan menikmati pelayanan yang diberikan. Namun kualitas pelayanan hanya akan dilihat dari sudut pandang pelanggan, yang mana muncul sebuah persepsi yang ada dibenak setiap pelanggan sebagai penilaian apa yang dirasakan dalam mendapatkan sebuah jasa pelayanan. Setiap pelanggan memiliki persepsi dan sekaligus ekspektasi terhadap setiap pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa, apabila persepsi atas kualitas pelayanan yang diterima rendah dari pada ekspektasi yang ada maka dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan tersebut buruk dan dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan, sebaliknya apabila persepsi atas kualitas pelayanan yang diberikan sesuai atau bahkan lebih tinggi dari pada ekspektasi yang ada maka dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan tersebut baik dan dapat menyebabkan kepuasan pengunjung.

Berdasarkan pengujian data menggunakan SPSS versi 25 diperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang

Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan pengunjung.

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. Berdasarkan hasil analisis bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor untuk meningkatkan kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik, maka pengunjung akan merasa puas. Dengan demikian artinya kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pengunjung.

Dapat disimpulkan bahwa Kolam Renang Jedong Cangkring telah berupaya memberikan kualitas pelayanan yang baik untuk memenuhi kebutuhan pengunjung. Namun, Kolam Renang Jedong Cangkring diharapkan mampu menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan seperti memberikan perhatian serius kepada pengunjung dan ketepatan pelayanan, memberikan informasi kepada pengunjung secara lengkap dan jelas, meningkatkan kemampuan pegawai serta kesopanan pegawai, memberikan tindakan cepat dalam mengatasi keluhan dan memahami kebutuhan pengunjung, dan pegawai selalu menjaga kebersihan lingkungan kolam renang dengan baik. Hal tersebut agar dapat membuat pengunjung merasa puas dan selalu ingin untuk berkunjung kembali.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gita Ayu Mawarni Lestari (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fachrul Alfajar (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Makassar Jeans House Kota Palu.

B. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Objek Wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo

Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang mendukung operasional objek wisata sebagai pelengkap kebutuhan wisatawan. Fasilitas merupakan suatu bentuk kebendaan yang berfungsi untuk menambah nilai suatu layanan jasa, antara lain kebersihan, kerapian, kondisi dan fungsi fasilitas, kemudahan menggunakan fasilitas, dan kelengkapan fasilitas yang ditawarkan. Fasilitas yang disediakan untuk dipergunakan selama berada di objek wisata dapat mendukung kenyamanan pengunjung. Apabila perusahaan mampu memberikan fasilitas yang sesuai harapan pengunjung maka pengunjung tersebut akan merasa puas.

Berdasarkan pengujian data menggunakan SPSS versi 25 diperoleh hasil bahwa variabel fasilitas (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo. Artinya, semakin baik fasilitas yang diberikan maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan pengunjung.

Fasilitas yang baik dan lengkap atau komplit merupakan suatu daya tarik tersendiri bagi konsumen dalam menentukan pilihannya terhadap pembelian suatu jasa. Dan sebaliknya fasilitas yang tidak memadai yang tidak disesuaikan dengan harga, mendorong kearah kegagalan perusahaan karena konsumen dapat mengurungkan niatnya untuk menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Semakin baik fasilitas yang diberikan maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan pengunjung.

Dapat disimpulkan bahwa Kolam Renang yang memiliki fasilitas lengkap dan memadai akan mempengaruhi kepuasan pengunjung. Dalam hal ini Kolam Renang Jedong Cangkring telah berupaya memberikan fasilitas yang memadai untuk memenuhi kebutuhan pengunjung. Kolam Renang Jedong Cangkring telah menyediakan tempat parkir yang luas, menyediakan kamar mandi dan ruang tunggu dalam jumlah banyak, menyediakan tempat playground yang dapat digunakan oleh anak-anak, menyediakan spot foto seperti mural-mural atau lukisan dinding dengan warna-warna yang menarik, dan menyediakan papan peringatan untuk selalu menjaga kebersihan di dalam area Kolam Renang Jedong Cangkring. Namun, pihak Kolam Renang Jedong Cangkring diharapkan mampu menjaga dan merawat fasilitas dengan baik agar bisa selalu dimanfaatkan secara maksimal untuk jangka panjang. Dan diharapkan dapat meningkatkan fasilitas yang diberikan agar dapat membuat pengunjung merasa puas dan tidak berpaling terhadap kolam renang lainnya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mutiara Nur dan Dadan Ahmad Fadili (2021) yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Travellers Hotel Jakarta. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Ari Indriastuti (2022) yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Taman New Balekambang Tawangmangu.

C. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Objek Wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo

Harga merupakan salah satu faktor penting dalam memenangkan persaingan bisnis. Harga juga dapat mempengaruhi pelanggan dalam mengambil keputusan untuk memilih atau membeli suatu produk atau jasa. Dari harga tersebut pelanggan dapat merasakan manfaat atau nilai dari produk atau jasa yang telah dibelinya, dan pelanggan akan semakin puas apabila manfaat dari produk atau jasa tersebut sebanding atau lebih dari nominal yang mereka keluarkan. Pada umumnya, pelanggan akan bersedia membeli suatu barang atau jasa dengan harga yang masuk akal atau relatif terjangkau dengan kualitas pelayanan yang baik dan fasilitas yang lengkap dan memadai.

Berdasarkan pengujian data menggunakan SPSS versi 25 diperoleh hasil bahwa variabel harga (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo. Artinya, meskipun harga yang diberikan terjangkau

tidak dapat membuat pengunjung merasa puas jika kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan juga kurang baik.

Harga merupakan salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan. Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Berdasarkan analisis diketahui bahwa Harga berbanding searah terhadap Kepuasan Pengunjung. Jika Harga yang diberikan sesuai dengan nilai maka akan dapat meningkatkan Kepuasan Pengunjung.

Dapat disimpulkan bahwa bagi pengunjung Kolam Renang Jedong Cangkring, harga bukan fokus utama dalam melakukan pembelian. Pengunjung Kolam Renang Jedong Cangkring rela mengeluarkan uang berapapun asalkan kualitas pelayanannya baik dan fasilitasnya lengkap dan memadai. Kualitas pelayanan yang dimaksud yaitu ketika pengunjung membutuhkan bantuan pegawai Kolam Renang Jedong Cangkring langsung merespon keluhan pengunjung dengan cepat, pegawai Kolam Renang Jedong Cangkring selalu menjaga kebersihan lingkungan Kolam Renang dengan baik. Dalam fasilitas juga terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain: kebersihan, kerapian fasilitas, kondisi dan fungsi fasilitas, kemudahan menggunakan fasilitas, dan kelengkapan perlengkapan yang ditawarkan.

Kolam Renang Jedong Cangkring dapat meningkatkan harga tetapi juga harus sesuai dengan kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan. Seperti Keraton Waterpark Krian yang menyediakan kolam renang khusus

dewasa dilengkapi dengan waterslide yang cukup tinggi dan tentunya dapat digunakan untuk berseluncur dari atas baik dengan body slide maupun dengan rafting slide. Keraton Waterpark Krian juga menyediakan wahana kolam arus, dan pengunjung dapat menggunakan alat pelampung seperti ban dan lainnya untuk menikmati wahana ini. Kolam Renang Jedong Cangkring juga dapat menyediakan wahana permainan seperti Keraton Waterpark Krian agar dapat membuat pengunjung merasa puas dan selalu ingin untuk berkunjung kembali.

Sehingga dari kualitas pelayanan dan fasilitas yang baik ini, pengunjung Kolam Renang Jedong Cangkring tidak mempertimbangkan harga, karena pengunjung Kolam Renang Jedong Cangkring lebih mementingkan kualitas pelayanan dan fasilitas yang baik dibandingkan harga, maka bisa diartikan bahwa indikator-indikator yang ada pada harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hendy Tannady (2022) yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan First Media di Pondok Aren Tangerang Selatan. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tri Melda Mei Liana (2021) yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Okejek.

D. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga secara Simultan terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Objek Wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo

Kepuasan pelanggan merupakan keseluruhan sikap yang ditunjukkan pengunjung atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Menurut Rangkuti kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. Hal ini menjadi penting karena, apabila pelanggan merasa puas maka pelanggan tersebut akan loyal terhadap produk atau jasa yang dibeli. Sebaliknya, apabila pelanggan tidak puas maka dapat dimungkinkan pelanggan akan menjadi tidak loyal terhadap produk atau jasa yang dibeli.

Berdasarkan pengujian data menggunakan SPSS versi 25 diperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo. Artinya, apabila Kolam Renang Jedong Cangkring mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik, mampu memberikan fasilitas yang lengkap dan memadai, mampu memberikan harga yang bersaing, maka dapat dimungkinkan pengunjung akan merasa puas, sehingga tidak akan terpengaruh oleh isu dan produk dari kompetitor lain.

Menurut Irawan terdapat lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu: Kualitas Produk, Kualitas pelayanan, Emosional Faktor,

Harga, dan Kemudahan. Pemenuhan kualitas pelayanan di bidang jasa akan membuat pelanggan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang mereka harapkan. Penyediaan fasilitas yang lengkap dan baik juga menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan dalam menentukan pilihannya terhadap pembelian suatu produk atau jasa. Sedangkan produk atau jasa yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk atau jasa yang sama.

Dapat disimpulkan bahwa Kolam Renang Jedong Cangkring dapat mengukur kepuasan pengunjung dengan cara menyediakan dan memberikan kesempatan yang praktis bagi pengunjung untuk dapat menyampaikan saran, pendapat, atau keluhan mereka melalui kotak saran, kertas atau kartu komentar. Kolam Renang Jedong Cangkring juga dapat mengukur kepuasan pengunjung dengan cara melalui survei di berbagai media sosial, kuesioner, maupun wawancara langsung. Dari survei tersebut, Kolam Renang Jedong Cangkring dapat mengetahui apakah pengunjung merasa puas terhadap kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga yang diberikan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Meva Pratiwi (2018) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Penginapan Lebar Daun Palembang.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo. Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan pengunjung maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo.
2. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo.
3. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo.
4. Kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Kolam Renang Jedong Cangkring Prambon Sidoarjo.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti menyadari masih banyak kekurangan di dalamnya, untuk itu peneliti memberikan

beberapa saran untuk bahan pertimbangan sebagai penyempurna penelitian selanjutnya yang terkait dengan penelitian serupa antara lain:

1. Bagi Kolam Renang Jedong Cangkring

Pihak wisata Kolam Renang Jedong Cangkring diharapkan mampu memperhatikan kualitas pelayanan. Salah satunya adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang telah dilakukan, karna kualitas pelayanan yang memuaskan akan mempengaruhi kepuasan pengunjung. Mengenai fasilitas pihak wisata Kolam Renang Jedong Cangkring diharapkan dapat menjaga item fasilitas, baik dalam perawatan maupun cara membersihkan, dan juga harus dapat memenuhi keinginan pengunjung dengan meningkatkan fasilitas yang digunakan agar pengunjung merasa puas. Selain kualitas pelayanan dan fasilitas pihak wisata Kolam Renang Jedong Cangkring diharapkan mampu memperhatikan harga tiket agar tetap menyesuaikan harga dengan pesaing lain, hal ini ditujukan untuk menjaga pengunjung agar tetap berkunjung di Kolam Renang Jedong Cangkring dan tidak berpaling ke lainnya.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan melalui penelitian ini mampu untuk memperluas cakupan penelitian, seperti memperluas variabel yang akan diteliti. Bisa juga dengan menambah populasi dan sampel responden penelitian, sehingga pada penelitian selanjutnya diharapkan mendapatkan hasil yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2000). Analisis Regresi. Yogyakarta: BPEE.
- Anam, Samsul, dkk. (2013). Manajemen Pemasaran. Sidoarjo: CV. Citra Media Nusantara.
- Andi, Sammeng, Mappi. (2001). Cakrawala Pariwisata. Jakarta: Balai Pustaka.
- Andriasan. (2012). Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Armistead, C. G., & Clark, G. (1999). Layanan dan Dukungan kepada Pelanggan: Penerapan Strategi yang Efektif. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Arikunto, Suharsimi. (2002). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Edisi ke-5. Jakarta: Rineka Cipta.
- Avita, Resty, Haryanto. (2013). Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran McDonald's Manado. Jurnal EMBA 1473 Vol. 1 No. 4 Desember.
- Basu, Irawan, Swastha. (2005). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.
- C, Utami, W. (2006). Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern. Jakarta: Salemba Empat.
- Fani, Iredho, Reza. (2017). Penyusunan Skala Psikologis: Memahami Manusia Secara Empiris. Palembang: Noerfikri.
- Farid, Jasfar. (2005). Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu. Bogor: PT Gahlia Indonesia.

- Fatoni, Abdurrahman. (2011). Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ghazali, Imam. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, Imam. (2016). Pengantar Statistika Inferensial. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Habib. (2011). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Wisata Bahari Lamongan. Jurnal Universitas Negeri Surabaya.
- Handi, Irawan. (2002). 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Hani, T, Handoko. (2003). Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Hendryadi, Suryani. (2015). Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Hendryadi, Suryani, (2015). Metode Riset Kuantitatif. Jakarta: Kencana.
- https://id.wikipedia.org/wiki/Obyek_wisata, di akses pada hari Jumat, tanggal 28 Januari 2022, jam : 22.30.
- Jessica J. Lenzun, James D.D. Massie, Decky Adare. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. Jurnal EMBA, (Vol. 2, No. 3).
- Kasmir. (2017). *Customer Services Excellent* Teori dan Praktik. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

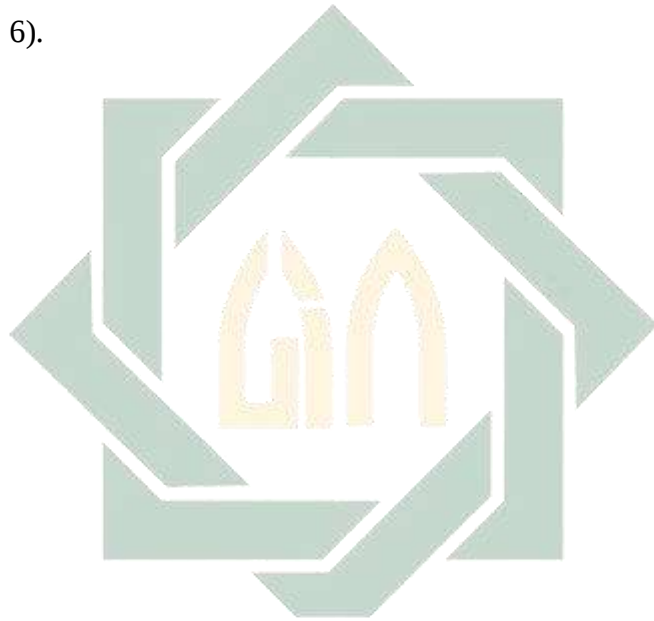
- Kotler, Philip. (1997). Manajemen Pemasaran (Analisis Perencanaan, Implementasi dan Control) Jilid 2. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip. (2005). Manajemen Pemasaran, Edisi Kesebelas. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip, Gary Armstrong. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. (2007). Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 12. Jakarta: PT Indeks.
- Lucky, Aulia, Yuriansyah. (2013). Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan, Nilai Produk dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, (Vol. 2, No. 1)
- M, Rusydi. (2017). *Customer Excellent*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Marius P. Angipora. (1999). Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Marius P. Angipora. (2002). Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Mustafidah, Tukiran Taniredja, Hidayati. (2014). Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Noor, Juliansyah. (2016). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, Edisi Pertama. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Novitasari, Mita. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien di Paviliun Kartika RSPAD Jakarta. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*.

- Nur, Yineu, Layaalin. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Top 40 Family Karaoke Yogyakarta). Skripsi.
- Nyoto. (2015). Metodologi Penelitian, Teori dan Aplikasi. Pekanbaru: UR Press.
- Prianto, Dwi. (2008). Mandiri Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik). Yogyakarta: Mediakom.
- Reyhan, Adam. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Perusahaan Cito Laboratorium Klinik Semarang Cabang Indraprasta). Skripsi.
- Sartika, Moha, & Loindong, Sjendry. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta di Kota Manado. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi.
- Sarwano, Jonathan. (2006). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Siddiq, Farid, Permana. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga terhadap Kepuasan Jamaah Umroh di PT. Al-Rahmah Mojokerto.
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman. (2014). Kepuasan Jamaah Haji Terhadap Pelayanan Di Kabupaten Jepara. Jurnal Analisa, (Vol. 21, No. 1).

- Sulistyawati, Novi. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Label Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Kosmetik Wardah Surabaya.
- Supranto, J. (2006). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : Untuk Menaikkan Pangsa Pasar. Jakarta: Rineka Cipta.
- Supriadi. (2012). Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam. Jakarta: Guepedia.
- Susilo, Nanda, Limakrisna. (2012). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Amitra Wacana Media.
- Tanzeh, Ahmad. (2009). Pengantar Metode Penelitian. Yogyakarta: Teras.
- Tjiptono, Fandy. (2000). Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andy.
- Tjiptono, Fandy. (2004). Strategi Pemasaran, Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2008). Strategi Pemasaran, Edisi III. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2008). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: ANSU.
- Tjiptono, Fandy. (2014). Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2017). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2016). *Service, Quality, and Satifaction*, Edisi Keempat. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Tri, Rully. (2010). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, (Vol. 4, No. 3).
- Yazid. (2003). Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi. Yogyakarta: EKONISIA.
- Yoeti, O.A. (2003). Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: Angkasa.

Yusup, Muhammad. (2011). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda.

Zurni. (2005). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpustakaan USU. Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi, (Vol. 2, No. 6).



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A