

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Air Terjun Sekumpul

Ni Luh Responi Artini¹, Ni Nyoman Yulianthini²

^{1,2}Jurusan Manajemen, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja

ARTICLE INFO

Article history:

Received 13 June 2023

Received in revised form

17 June 2023

Accepted 22 June 2023

Available online 30 March
2024

Kata Kunci:

Kualitas Pelayanan, Harga
Tiket, Kepuasan Pengunjung

ABSTRAK

Riset ini bertujuan untuk melaksanakan hasil uji mengenai implikasi (1) kualitas pelayanan dan harga tiket kepada kepuasan pengunjung (2) kualitas pelayanan kepada kepuasan pengunjung (3) harga tiket terhadap kepuasan pengunjung. Subjek dari riset ini yakni pengunjung objek wisata air terjun Sekumpul, sedangkan objek pada riset ini yakni kualitas pelayanan, harga tiket dan kepuasan pengunjung. Rancangan riset yang dipakai yakni riset kuantitatif kausal. Teknik untuk mengumpulkan data pada riset yakni melalui kuesioner, yang selanjutnya data dianalisis melalui analisis regresi linier berganda. Output riset menampilkan bahwa (1) kualitas pelayanan dan harga tiket berimplikasi positif dan signifikan kepada kepuasan pengunjung (2) kualitas pelayanan berimplikasi positif dan signifikan kepada kepuasan pengunjung (3) harga tiket berimplikasi positif dan signifikan kepada kepuasan pengunjung objek wisata air terjun Sekumpul

This research aims to carry out test results regarding the implications of (1) service quality and ticket prices on visitor satisfaction (2) service quality on visitor satisfaction (3) ticket prices on visitor satisfaction. The subjects of this research were visitors to the Sekumpul waterfall, while the objects in this research were service quality, ticket prices and visitor satisfaction. The research design used is causal quantitative research. The technique for collecting data in research is through questionnaires, which are then analyzed through multiple linear regression analysis. The research output shows that (1) service quality and ticket prices have positive and significant implications for visitor satisfaction (2) service quality have positive and significant implications for visitor satisfaction (3) ticket prices have positive and significant implications for visitor satisfaction at Sekumpul waterfalls.

Keyword: service quality, ticket prices, visitor satisfaction

Pendahuluan

Bali yakni salah satu pulau paling terkenal di Indonesia. Pulau Bali mempunyai beragam budaya baik dari segi adat, agama termasuk budaya. Pulau Bali juga merupakan tujuan wisata yang bisa memberikan rasa ketertarikan wisatawan baik mancanegara ataupun local untuk berwisata ke Bali. Banyak macam fasilitas yang sudah diupayakan untuk mendukung perkembangan tempat-tempat wisata tersebut. Fasilitas tersebut bisa dikembangkan melalui SDM dan SDA yang dimiliki.

SDM yakni sumber daya yang berasal dari manusia. Itu bisa tentang adat istiadat, budaya, keterampilan, atau keramahan. SDM adalah aspek terpenting dalam kepariwisataan, karena orang merupakan basis bagi kemajuan dan perkembangan wisata alam di suatu daerah.

SDA yang diantaranya yakni sumber daya dari hayati dan bukan hayati serta SDA buatan manusia merupakan komponen lingkungan hidup. SDA harus dimanfaatkan sepenuhnya sebagai modal dasar pembangunan, tetapi tidak dimusnahkan. Harus dipilih metode yang dapat dipertahankan dan dikembangkan lebih lanjut sedemikian rupa sehingga persediaan modal akan lebih berguna untuk

¹ Corresponding author.

E-mail: responi@undiksha.ac.id, nyoman.yulianthini@undiksha.ac.id

pengembangan berkelanjutan di masa yang akan datang. SDA yakni aspek yang tidak bisa dipisahkan dari suatu ekosistem, yakni lingkungan yang dijadikan tempat berinteraksi oleh makhluk hidup.

Bali merupakan salah satu tujuan wisata Indonesia dan mempunyai banyak suatu hal yang menjadi keunikan budaya dan juga alamnya. Salah satunya di Kabupaten Buleleng. Wisata alam yang ada di Kabupaten Buleleng antara lain Air Panas Banjar, Air Sanih, Air Terjun Gitgit, Les, Sekumpul, Fiji, Grombong dan Aling-Aling. Destinasi wisata alam di wilayah Buleleng tersebar di berbagai desa antara lain Banjar, Gitgit, Les, Sambangan dan Sekumpul. Desa wisata merupakan tempat dimana Anda dapat mengunjungi dan memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia. Kekayaan potensi hutan, laut, sumber daya alam, dan pertambangan termasuk dalam potensi ini. Salah satu strategi untuk mengurangi hilangnya manfaat lokal adalah dengan membangun desa wisata, memungkinkan masyarakat setempat untuk menikmati lebih banyak manfaat tersebut secara langsung dan meningkatkan control effect. Kabupaten Buleleng memiliki destinasi wisata dengan berbagai keistimewaan, apakah itu wisata alam, budaya, atau religi, atau varietas lain yang bisa lebih ditingkatkan dan dijadikan rencana perjalanan yang berkesan dan menimbulkan ketertarikan turis lokal ataupun dari luar negara. Kabupaten Buleleng melihat peningkatan wisatawan hampir setiap tahun sebagai hasil dari kekayaan ini.

Di Desa Sekumpul terdapat sebuah air terjun bernama Sekumpul. Denpasar berjarak sekitar 76 kilometer, dan Singaraja berjarak sekitar 20 kilometer. Dari kota Denpasar, perjalanan memakan waktu sekitar 3,5 jam. Air Terjun Sekumpul Bali adalah tujuan wisata populer di seluruh dunia. Daya tarik air terjun ini sebanding dengan keindahan pantai Bali yang menakjubkan dari segi estetika. Di sana kamu bisa mengagumi keindahan air terjun kembar yang membentuk keunikan Air Terjun Sekumpul. Lingkungan yang asri menambah keindahan air terjun ini. Bahkan beberapa traveler menggambarkan Air Terjun Sekumpul sebagai air terjun paling menakjubkan di Bali. Bukan hanya satu atau dua air terjun, tapi tujuh air terjun terlihat. Itu sebabnya orang asing menyebut Air Terjun Sekumpul dengan nama lain: Seven Points Waterfall. Kini penduduk Desa Sekumpul menyebutnya Air Terjun Ceburan. Dari ketujuh air terjun tersebut, hanya dua yang berada di dekat jalan raya. Namun, kami harus bekerja lebih keras untuk mencapai lima lainnya. Karena butuh usaha ekstra untuk menuju ke sana, Air Terjun Sekumpul tergolong air terjun tersembunyi di Bali Utara. Terdapat kegiatan lain yang dapat dilaksanakan selain pergi ke air terjun dan pemandangan gunung yang masih cukup alami. Kita juga bisa berfoto bersama teman atau keluarga atau melakukan pemotretan sebelum pernikahan dengan background air terjun.

Air Terjun Sekumpul dipilih sebagai target penelitian ini dikarenakan salah satu desa wisata di Kabupaten Buleleng. Air Terjun Sekumpul cukup menarik wisatawan dari dalam dan luar negeri. Banyaknya jumlah wisatawan menyebabkan pesatnya perkembangan pariwisata. Karena potensi pariwisatanya, dunia pariwisata berkembang menjadi sektor industri dengan pertumbuhan pengunjung yang banyak dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis. Akibatnya, setiap orang yang terlibat dalam bisnis pariwisata saling bersaing untuk menarik wisatawan. Kualitas layanan dan tarif yang masuk akal, jika memenuhi harapan pengunjung, akan membawa rasa kepuasan pengunjung, dan jika pengunjung puas, semoga mereka akan terus mengunjungi kami di masa mendatang atau bahkan merekomendasikannya kepada orang lain di daerah tersebut. Selain itu, salah satu bahan penting untuk pertumbuhan sektor pariwisata adalah kebahagiaan pelanggan. Berikut informasi jumlah pengunjung objek wisata Air Terjun Sekumpul periode 2018 - Oktober 2022 yang dapat dilihat di

Tabel 1.

Data Pengunjung Objek Wisata Air Terjun Sekumpul

No	Tahun	Jumlah Pengunjung		
		Domestik	Mancanegara	Jumlah
1	2018	6.000	36.100	42.100
2	2019	1.956	2.150	4.106
3	2020	0	0	0
4	2021	345	2.461	2.806
5	Oktober-2022	1.350	3.740	5.090

Sumber: Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Desa Sekumpul

Dilihat dari Tabel 1. menunjukkan adanya penurunan hasil kunjungan pada tahun 2018 - Oktober 2022. Data penurunan kunjungan objek wisata air terjun Sekumpul ini di duga terjadi karena rendahnya tingkat kepuasan pengunjung. Jumlah pengunjung sangat berpengaruh terhadap kelangsungan usaha penyedia jasa, khususnya industri pariwisata, karena pengunjung merupakan sumber pendapatan. Pelayanan yang baik pasti meningkatkan kepuasan pengunjung. Faktor kunci dalam meningkatkan kebahagiaan pengunjung adalah kualitas layanan. Semakin tinggi atau bertambah besar tingkatan mutu

layanan yang dihasilkan jadi akan berdampak positif terhadap kesenangan wisatawan di objek wisata Air Terjun Sekumpul. Menurut Kotler & Armstrong (2012) kepuasan pelanggan ialah sebuah perasaan yang timbul dari diri seseorang baik itu perasaan bahagia maupun kecewa yang datang saat seseorang tersebut membandingkan ekspektasinya terhadap kenyataan terkait dengan sebuah kinerja atau hasil produk. Kepuasan pelanggan dapat meningkat dengan pelayanan yang baik dengan harga yang wajar (Fatihudin & Firmansyah, 2019).

Salah satu bidang fokus utama dari setiap bisnis atau entitas yakni kepuasan pelanggan (Punamasari, 2015). Kepuasan konsumen hanya datang dari konsumen itu sendiri, dan dalam bentuk kesenangan dan kunjungan kembali, keduanya diharapkan dapat mendatangkan keuntungan bagi bisnis. Kepuasan pelanggan dapat meningkat ketika diberikan layanan berkualitas tinggi dengan harga terjangkau (Fatihudin & Firmansyah, 2019). Pengelolaan Air Terjun Sekumpul harus fokus pada kepuasan pengunjung agar dapat menarik wisatawan dan meningkatkan jumlah pengunjung. Ada keluhan tentang staf, fasilitas yang ditawarkan, dan harga tiket yang lebih tinggi. Yulianto (2018) mengklaim bahwa ada lima elemen yang mempengaruhi kebahagiaan konsumen, antara lain kenyamanan, harga, kualitas layanan, pertimbangan emosional, dan kualitas produk. Menawarkan tingkat layanan tertinggi dan harga terjangkau dapat membuat pelanggan senang dan menumbuhkan loyalitas (Budiyanto, 2018).

Mutu pelayanan yang diberikan oleh Pengelola Destinasi Wisata Air Terjun Sekumpul harus memberikan gambaran tentang fungsionalitas pelayanan yang diberikan. Salah satu faktor terpenting pada kepuasan *customer* yakni kualitas layanan. Kualitas layanan yang baik adalah pengelola desa wisata yang cepat tanggap dan membantu serta memuaskan kebutuhan konsumen. Pengelola desa wisata dapat memperoleh informasi dengan cara menjelaskan kepada pengunjung destinasi wisata Air Terjun Sekumpul dengan santun, komunikatif dan ramah. Oleh karena itu, manajer harus memikirkan bagaimana memastikan kualitas layanan yang memuaskan secara terus menerus. Dua faktor layanan yang dirasakan, juga dikenal sebagai layanan yang dilihat konsumen, dan layanan yang diharapkan, juga dikenal sebagai layanan yang diharapkan konsumen menentukan kualitas layanan. Mutu layanan objek wisata air terjun sekumpul menuai kritik dan keluhan telah didaftarkan tentang resepsionis kasar yang berkomunikasi dengan bagian sumber daya manusia objek wisata air terjun sekumpul. Hal ini terkait erat dengan indikator kualitas pelayanan. Selain itu, ada juga keluhan tentang pelayanan seperti tempat sampah yang hanya tersedia di beberapa tempat, dan fasilitas istirahat yang kurang memadai di sepanjang jalan menuju air terjun. Pengunjung senang, antusias, dan puas ketika mereka menemukan bahwa kualitas dari apa yang disediakan memenuhi harapan masing-masing (Maulana, 2016).

Harga yang ditetapkan oleh entitas dan pedagang selalu bertujuan untuk menjadi lebih baik dan lebih murah daripada pesaing (Gulla, Oroh, & Roring, 2015). Sesuai Juniantara & Sukawati (2018) harga yakni total uang yang sudah diberikan konsumen guna membeli barang atau jasa. Jika harga masuk akal bila dibandingkan dengan hasil, pelanggan puas. Hal ini sesuai dengan penjelasan yang diajukan. Hal ini sesuai dengan teori Tjiptono & Chandra (2011), Menurut ini, pembeli memutuskan produk atau layanan mana yang akan dibeli setelah membandingkan harga dari banyak pilihan. Dari Montung, Sepang, & Adare, (2015), Pelanggan akan merasakan rasa puas apabila harga yang diberikan wajar mengingat kualitas yang diterima. Tjiptono & Chandra (2011), memberikan opini bahwa komponen utama bauran dari sebuah pemasaran yang menghasilkan opini untuk entitas yakni harga, sedangkan semua elemen lainnya mewakili atau menghasilkan biaya. menurut sebuah studi oleh Ngadino, Suharno, & Farida (2017) menyoroti bahwa harga dan mutu layanan berdampak pada rasa puas dari pelanggan secara simultan dan sebagian. Studi yang telah dilakukan menunjukkan hal ini Ahror & Soekotjo (2017) kebahagiaan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan dan harga secara bersama-sama. Di sisi lain, penelitian menunjukkan bahwa ini bukan masalahnya Kurniawati, Irawan, & Prasodjo (2019) mengklaim bahwa hanya kualitas layanan yang memengaruhi kepuasan pelanggan, dan bahwa dampak penetapan harga dapat diabaikan. Dari Oktarini (2019) menunjukkan bahwa harga berimplikasi negatif kepada rasa puas pelanggan. Dikarenakan adanya gap riset diatas jadi penulis memiliki ketertarikan melanjutkan riset pada judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Air Terjun Sekumpul". Adapun tujuan dalam riset ini adalah (1) Guna memahami pengujian implikasi kualitas pelayanan dan harga tiket kepada kepuasan pengunjung (2) Guna memahami pengujian implikasi kualitas pelayanan kepada kepuasan pengunjung (3) Guna memahami pengujian implikasi harga tiket kepada kepuasan pengunjung objek wisata air terjun Sekumpul.

Metode

Metode penelitian kuantitatif dipakai pada riset ini. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kausal sebagai metodologinya. Saat menggunakan desain kausal, hubungan kausal faktor-faktor yang mempengaruhi satu sama lain ditetapkan (Sugiyono, 2015). Kualitas pelayanan dan biaya tiket merupakan variabel yang berpengaruh atau bebas dalam penelitian ini, sedangkan kesenangan pengunjung merupakan variabel yang berpengaruh atau terikat. Tahapan desain riset kuantitatif kausal terdiri dari perumusan masalah, penelitian teoritis, pembentukan hipotesis, pengumpulan data, pengolahan dan penarikan kesimpulan.

Sampel riset memiliki jumlah 70 responden yang diidentifikasi melalui teknik purposive sampling. Penggunaan metode non-probability sampling dianggap tepat tergantung dari jalannya penelitian ini dan teknik yang ditentukan yakni purposive sampling yang merupakan teknik untuk menentukan jumlah sampel berdasarkan asumsi, kesimpulan, dan faktor tertentu (Sugiyono & Susanto, 2017). Selain itu, informasi yang diperoleh dikumpulkan melalui angket (kuesioner) dan kajian pustaka dan selanjutnya diverifikasi pada pengujian validitas dan reliabilitas.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menilai data penelitian untuk menentukan apakah terdapat interaksi yang kuat antar aspek bebas dan terikat, baik secara bersamaan ataupun sebagian. Tujuan pengujian adalah untuk lebih memahami bagaimana kebahagiaan pengunjung di objek wisata Air Terjun Sekumpul berkorelasi dengan kualitas layanan dan harga tiket. Riset ini memakai berbagai pendekatan analisis regresi linier untuk analisis data, melalui program SPSS untuk pengolahan datanya. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda karena tidak ada hubungan atau korelasi antar variabel bebas berdasarkan paradigma yang dibangun. Karena analisis regresi linier berganda tidak memerlukan asumsi klasik, data lebih dulu diverifikasi menggunakan metode pengujian hipotesis tradisional sebelum diproses untuk analisis. Dari Ghozali (2009) Tes penerimaan klasik adalah tes yang mengevaluasi keandalan model. Tes standar klasik yakni: pengujian normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, autokorelasi. Uji autokorelasi, bagaimanapun tidak dilaksanakan pada riset ini karena hanya berlaku untuk data time-series dan bukan data cross-sectional, seperti pada survey (www.konsultanstatistik.com).

Hasil dan Pembahasan

Validitas dipakai untuk menentukan kelayakan item pada daftar pertanyaan (konstruksi) saat menjelaskan sebuah variabel (Sugiyono, 2015). Uji validitas dapat ditentukan melalui nilai signifikansi apabila nilai signifikansinya, $< 0,05$ jadi bisa dijelaskan item kuesioner tersebut valid. Berdasarkan hasil SPSS 25, semua instrumen variabel penelitian dapat memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, jadi bisa diberikan simpulan kalau seluruh aspek riset valid. Selain itu, uji reliabilitas berkaitan dengan masalah kepercayaan terhadap instrumen penelitian. Untuk mengetahui apakah informasi tersebut dapat dipercaya atau tidak, terlebih dahulu harus dilakukan uji reliabilitasnya. Sebuah konstruk atau variabel dianggap reliabel apabila menghasilkan Cronbach alpha $> 0,60$ (Ghozali, 2009). Sesuai output SPSS 25 diketahui semua variabel cronbach alpha lebih tinggi hasilnya dibandingkan dengan 0,60, maka bisa dikatakan kalau setiap instrumen variabel yang dipakai pada riset ini dapat dipercaya.

Tes kenormalan adalah tes penerimaan tradisional pertama. Uji normalitas mempunyai misi guna memahamu apakah distribusi model regresi pada semua variabel. Dengan memeriksa normal probability plot dan uji statistik Kolmogorov-Smirnov maka uji normalitas dapat dilaksanakan. Kriteria keputusan uji normalitas adalah data residual berdistribusi disekitar diagonal, mengikuti arah diagonal, dan nilai signifikansi (Asymp.Sig) $> 0,05$ dijelaskan bahwa terdistribusi secara normal. Berdasarkan hasil SPSS 25, plot menampilkan titik-titik data yang tersebar sepanjang diagonal dan bergerak ke arah tersebut. Selain itu, hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov pada riset menampilkan signifikansi Asymp.Sig (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$. Dapat menyimpulkan kalau data didistribusikan secara teratur dari ini.

Uji standar selanjutnya adalah uji multikolinearitas. Model regresi yang dipakai guna merepresentasikan multikolinearitas adalah Toleransi $\leq 0,10$ atau VIF ≥ 10 (Ghozali, 2009). Berdasarkan hasil output SPSS 25 diperoleh nilai tolerance masing-masing variabel independen sebesar 0,922 yang berarti lebih besar dari ($>$) 0,10, dan nilai VIF masing-masing variabel independen sebesar 1,085 yang berarti lebih kecil dari ($>$) 0,10. Akibatnya, bisa dijelaskan bahwa tidak ada indikasi multikolinearitas antara aspek independen dan model regresi yang dipakai pada riset ini.

Plot pencar dapat dipakai untuk menentukan uji heteroskedastisitas, uji hipotesis tradisional ketiga. Heteroskedastisitas ada ketika grafik menunjukkan pola tertentu. Berdasarkan hasil SPSS 25, hasilnya

diberi jarak rata di atas dan di bawah nilai sumbu y 0 dan tersebar secara acak. Akibatnya dapat dikatakan tidak terdapat varian karena model regresi tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas. ketidaksetaraan residual antara dua pengamat. Hal ini mengarah pada kesimpulan bahwa model regresi tidak menunjukkan gejala yang berhubungan dengan heteroskedastisitas. Uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas mengungkapkan bahwa data terdistribusi normal dan tidak menunjukkan tanda-tanda heteroskedastisitas atau multikolinieritas, yang menunjukkan bahwa data tersebut perlu dieksplorasi lebih lanjut dalam pengujian hipotesis.

Karena data dalam penelitian ini rumit dan regresi linier sederhana tidak dapat digunakan, digunakan regresi linier berganda. Selain itu, ada variabel lain yang digunakan pada riset ini. Program SPSS 25.0 for Windows digunakan untuk mengolah data guna menilai apakah aspek independen kualitas pelayanan dan harga tiket berimplikasi positif dan substansial kepada jumlah pengunjung. Akibatnya, hasil tes dianggap sebagai ringkasan dari temuan SPSS. Tabel 2 menampilkan hasil pengolahan data.

Tabel 2. Ringkasan Hasil Output SPSS Analisis Regresi Linier Berganda.

Variabel Bebas	Koefisien Regresi	p-value	Koefisien Kolerasi (r)	R ²
Kualitas Pelayanan	0.652	0.000	0.895	0.238
Harga Tiket	0.496	0.000	0.658	0.128
Konstanta	5.116	0.000		
Sig. F	0.000			
R	0.446			
R ²	0.723			

Sesuai output uji regresi linier berganda pada Tabel 2. didapatkan nilai konstanta (α) sebesar 5,116. Koefisien regresi kualitas pelayanan (β_1) sebesar 0,652 dan koefisien regresi harga tiket (β_2) sebesar 0,496. Persamaan regresi dengan demikian dirumuskan sebagai berikut.

$$Y = 5.116 + 0.652X_1 + 0.496X_2 + \varepsilon$$

Ini mengikuti dari beberapa persamaan linier:

- Standarnya adalah 5.116. Memiliki arti, apabila kualitas pelayanan (X_1) dan harga tiket (X_2) nol jadi kepuasan pengunjung (Y) adalah 5.116.
- Nilai koefisien kualitas pelayanan (β_1) sebesar 0,652 yaitu H. kualitas pelayanan (X_1) berimplikasi positif terhadap kepuasan pengunjung (Y). Hal ini menunjukkan kalau setiap peningkatan kualitas pelayanan, variabel kepuasan pengunjung meningkat sebesar 0,652 menjadi 5,768 ($5,116 + 0,652$), dengan asumsi variabel independen lainnya konstan.
- Koefisien tarif (β_2) adalah 0,496, yaitu H. kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung (Y). Hal ini menampilkan kalau variabel kepuasan pengunjung meningkat.

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa baik model bisa memaparkan variabel dependen. R^2 yang disesuaikan adalah 0,723 atau 72,3%. Artinya kualitas pelayanan (X_1) dan harga tiket (X_2) secara bersama-sama dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung (Y) sebesar 72,3%, sedangkan sisanya sebesar 27,7% diimplikasi oleh aspek lainnya.

Hipotesis penelitian yang pertama adalah kualitas pelayanan dan harga tiket berimplikasi kepada kepuasan pengunjung di tempat wisata Air Terjun Sekumpul. Berdasarkan rangkuman hasil uji regresi linier berganda pada Tabel 4.6 didapatkan output $R_{yx1x2} = 0,723$ dengan p-value $0,000 < \text{Alpha } (\alpha) 0,05$ yang berarti penolakan H_0 artinya kualitas pelayanan (X_1) dan harga tiket (X_2) berimplikasi positif dan signifikan kepada kepuasan pengunjung sebesar 72,3 persen. Hasil tersebut menunjukkan kalau kualitas pelayanan (X_1) dan harga tiket (X_2) berimplikasi sebesar 72,3% terhadap kepuasan pengunjung (Y). Sisanya 27,7% diberikan pengaruh oleh aspek lainnya. Dari sini dapat diberikan simpulan kalau aspek mutu layanan dan harga tiket secara bersama-sama memiliki implikasi kepada pertumbuhan kepuasan pengunjung (Y).

Hipotesis penelitian lainnya menjelaskan kalau mutu layanan dan harga tiket berimplikasi kepada kepuasan pengunjung di destinasi wisata Air Terjun Sekumpul. Berdasarkan rangkuman hasil uji regresi linier berganda pada Tabel 4.6 diperoleh hasil $P_{yx1} = 0,895$ dengan p-value $0,000 < \text{Alpha } (\alpha) 0,05$ artinya penolakan terhadap H_0 artinya kualitas pelayanan (X_1) berimplikasi positif dan signifikan kepada kepuasan pengunjung (Y) dengan kontribusi sebesar 80,1%. Dari sini bisa diberikan simpulan kalau

kualitas pelayanan (X_1) berimplikasi dengan masing-masing kepada peningkatan kepuasan pengunjung (Y).

Hipotesis penelitian lainnya menjelaskan kalau mutu layanan dan harga tiket berimplikasi kepada kepuasan pengunjung di destinasi wisata Air Terjun Sekumpul. Berdasarkan rangkuman hasil uji regresi linier berganda pada Tabel 4.6, didapatkan output $P_{yx2} = 0,658$ dengan $p\text{-value } 0,000 < \text{Alpha } (\alpha) 0,05$ artinya penolakan H_0 mengakibatkan harga tiket (X_2) berimplikasi positif dan signifikan kepada rasa puas pengunjung (Y) dengan kontribusi sebesar 43,3%. Dari sini bisa diberikan simpulan kalau variabel harga tiket (X_2) berimplikasi dengan masing-masing terhadap peningkatan kepuasan pengunjung (Y).

Berdasarkan temuan penelitian, kualitas pelayanan dan harga tiket yang merupakan faktor independen berimplikasi positif dan signifikan kepada rasa puas dari pelancong pada tempat berwisata Air Terjun Sekumpul. Hal ini sejalan dengan teori Yulianto (2018) Ini menunjukkan bahwa, bersama dengan harga, kualitas layanan merupakan faktor yang mempengaruhi kebahagiaan pelanggan. Hal ini terkait langsung dengan ukuran keunggulan layanan. Sebenarnya, salah satu faktor yang akan menentukan keberhasilan pengembangan sektor pariwisata adalah kepuasan pengunjung. Konsumen seringkali selalu mempertimbangkan kualitas dan biaya layanan ini saat mengevaluasi berbagai elemen yang memengaruhi kepuasan pengunjung terhadap suatu produk atau layanan. Temuan penelitian dari investigasi empiris mengkonfirmasi temuan penelitian ini Anggriana, Qomariah, & Santoso (2017) bahwa kebahagiaan klien secara bersamaan dipengaruhi oleh harga dan kualitas layanan.

Sesuai output riset ternyata aspek bebas yaitu mutu layanan, berimplikasi positif dan signifikan kepada rasa puas pengunjung di lokasi wisata Air Terjun Sekumpul. Hal ini sejalan dengan Tjiptono & Chandra (2011) kalau layanan mahal mempengaruhi persepsi pelanggan tentang efisiensi dan berdampak pada kepuasan pelanggan. Ketika dampak karakteristik kualitas layanan terhadap kepuasan pengunjung diteliti, ditemukan bahwa efek ini bersifat positif dan substansial di destinasi wisata Air Terjun Sekumpul. Temuan penelitian ini juga didukung oleh studi empiris. Gofur (2019) mengklaim kalau rasa puas pelanggan secara signifikan diimplikasi oleh kualitas layanan.

Output riset menampilkan kalau aspek bebas biaya tiket berimplikasi positif dan signifikan kepada seberapa banyak kesenangan masyarakat di objek wisata Air Terjun Sekumpul. Hal ini sesuai dengan pengertian (Handoko, 2016), dimana konsumen merasakan manfaat dari produk yang mereka beli pada titik harga tertentu dan merasa senang jika manfaat tersebut setara atau melebihi harga yang mereka bayarkan untuk produk tersebut. Harga adalah total dari semua nilai yang diberikan pelanggan sebagai imbalan atas barang atau jasa yang mereka inginkan. Sebelum membuat keputusan pembelian, pembeli menganggap harga sebagai faktor yang paling penting. Semakin baik harga yang ditetapkan perusahaan, semakin tinggi kepuasan pelanggan terhadap pembelian tersebut. Jika harga wajar dan sesuai pada kapasitas konsumen, maka mendorong konsumen untuk menentukan produk atau jasa tersebut. Konsumen puas dengan kualitas layanan karena harga akan kembali di masa depan dan bahkan merekomendasikannya. Namun jika kualitas layanan yang ditawarkan kurang baik atau bahkan mengecewakan, konsumen akan berpindah ke destinasi wisata lainnya. Temuan penelitian dari investigasi empiris mengkonfirmasi kesimpulan penelitian ini. Anggriana, Qomariah, & Santoso (2017) Harga ini mempunyai dampak yang signifikan kepada kepuasan konsumen.

Simpulan dan Saran

Kesimpulan ini dapat dibuat berdasarkan temuan, hipotesis, dan diskusi: 1) Di objek wisata Air Terjun Sekumpul, kepuasan pelanggan diberikan implikasi positif dan signifikan baik oleh kualitas layanan maupun biaya tiket. 2) Di lokasi wisata Air Terjun Sekumpul kualitas pelayanan berpengaruh baik dan cukup besar terhadap kepuasan pengunjung. 3) Biaya tiket masuk berimplikasi positif dan cukup besar kepada kesenangan pengunjung Air Terjun Sekumpul.

Keluaran dari analisis pembahasan dan beberapa kesimpulan studi menyarankan berbagai tindakan yang dapat diambil untuk meningkatkan hasil. Tindakan tersebut antara lain: 1) Untuk pihak pengelola objek wisata air terjun sekumpul dalam upaya meningkatkan kepuasan pengunjung agar lebih memperhatikan fasilitas, sarana prasarana, kebersihan dan petugas depan (*receptionist*) harus sigap dalam melayani pengunjung objek wisata air terjun sekumpul. 2) Peneliti masa depan tertarik untuk menyelidiki aspek serupa, diharapkan penelitian ini dapat diperluas dengan memasukkan faktor tambahan yang mempengaruhi kepuasan pengunjung, mengembangkan objek penelitian, menambahkan teori tentang aspek yang dipakai, dan menambahkan teknik analisis data lainnya sehingga bisa disajikan

khususnya implikasi kualitas layanan dan tiket. biaya kepuasan pengunjung. untuk menambahkan wawasan, terutama pada domain manajemen mengenai pemasaran, dan sebagai sumber untuk sarjana lainnya.

Daftar Rujukan

- Ahror, U. Al, & Soekotjo, H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Milkmo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(3).
- Anggriana, R., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online "OM-JEK"Jember. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(2), 137-156.
- Budiyanto, A. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Brand Image terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen di PT. Yerry Primatama Hosindo. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(3).
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish. Retrieved from [https://books.google.co.id/books?id=txyPDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Pemasaran+Jasa+\(Strategi,+mengukur+kepuasan+dan+loyalitas+pelanggan&hl=id&sa=X&ved=0ahUKewiS9u3ZrvHoAhVh63MBHcuQC28Q6AEIKDAA#v=onepage&q=Pemasaran Jasa \(Strategi%20 mengukur kepuasan](https://books.google.co.id/books?id=txyPDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Pemasaran+Jasa+(Strategi,+mengukur+kepuasan+dan+loyalitas+pelanggan&hl=id&sa=X&ved=0ahUKewiS9u3ZrvHoAhVh63MBHcuQC28Q6AEIKDAA#v=onepage&q=Pemasaran%20Jasa+(Strategi%20mengukur+kepuasan)
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi SPSS Cetakan IV*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37-44.
- Gulla, R., Oroh, S. G., & Roring, F. (2015). Analysis of Price, Promotion, and Service Quality To Consumer Satisfaction on Manado Grace Inn Hotel. *Jurnal EMBA*, 3(1), 1313-1322.
- Handoko, B. (2016). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 17(1), 61-72.
- Juniantara, I. M. A., & Sukawati, T. G. R. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(11), 5955-5982.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing: An Introduction (2012, Paperback, Revised)*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawati, T., Irawan, B., & Prasodjo, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 147-151.
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi Volume*, 7(2), 113-125.
- Montung, P., Sepang, J., & Adare, D. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Kawan Baru. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(5), 678-689.
- Ngadino, S., Suharno, P., & Farida, L. (2017). The Effect of Products, Price And Service Quality on Customer Satisfaction in "Rice For The Poores" Program. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 72(12).
- Oktarini, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek di Kota Tangerang. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, 6(2), 52-58.
- Punamasari, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pproduk M2 Fashion Online Di Singaraja Tahun 2015. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJP)*, 5(1), 1-12.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono, & Susanto, A. (2017). *Cara Mudah Belajar SPSS dan LISREL Teori dan Aplikasi untuk Analisis Data Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfation*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yulianto, A. R. (2018). Tinjauan Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi*, 20(2), 241-258.

