

**PENGARUH FASILITAS, HARGA DAN PELAYANAN  
KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG  
DI KOLAM RENANG TIRTO JOYO**

**SKRIPSI**



Oleh :

**ANA MUSDALIFAH**

**NIM. 210716122**

Pembimbing :

**MAULIDA NURHIDAYATI, M.Si.**

**NIP. 198910222018012001**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

**2020**

## ABSTRAK

Musdalifah, Ana. Pengaruh Fasilitas, Harga dan Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Kolam Renang Tirto Joyo.

**Kata Kunci** : fasilitas, harga, pelayanan karyawan, kepuasan pengunjung

Kolam renang merupakan tempat yang sering dikunjungi bagi pecinta olahraga renang. Dengan banyaknya usaha yang bergerak dibidang jasa kolam renang maka menjadi keresahan tersendiri bagi pemilik kolam renang untuk mempertahankan usaha tersebut. Salah satu cara dengan meningkatkan fasilitas yang dimiliki dengan memberikan kenyamanan terhadap pengunjung, memberikan harga yang sesuai dengan kemampuan pengunjung, serta pelayanan yang baik terhadap setiap pengunjung yang datang. Namun tidak semua faktor tersebut diterapkan dengan baik oleh pemilik kolam renang, hal tersebut diketahui melalui *komplain* dari pengunjung yang datang. Namun, hal tersebut tidak menyurutkan pengunjung untuk datang kembali ke kolam renang. Dari permasalahan tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh antara variabel fasilitas, harga dan pelayanan karyawan terhadap kepuasan pengunjung di kolam renang Tirto Joyo.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui penyebaran angket. Sampel yang digunakan sebanyak 96 responden yang diperoleh dari pengunjung kolam renang

Tirto Juyo. Teknik analisis data menggunakan uji statistik dengan berbantuan SPSS 21. Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi linier sederhana dan uji regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , variabel pelayanan karyawan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , variabel fasilitas, harga dan pelayanan karyawan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengunjung ditunjukkan dengan hasil  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sebesar  $10,976 > 2,70$ . Hasil koefisien determinasi menunjukkan hasil variabel independen yaitu fasilitas, harga dan pelayanan karyawan, mampu menjelaskan variabel dependen yaitu kepuasan pengunjung sebesar 26,4% sedangkan 73,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak masuk dalam model.





KEMENTERIAN AGAMA ISLAM REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terakreditasi "B" Berdasarkan SK BAN-PT Nomor: 2619/SK/BAN-PT/Ak SURV/PT/XI/2016  
Jl. Puspita Jaya, Desa Pintu, Jenangan, Ponorogo 63492 Telp. (0352) 3591451 Fax.(0352) 461893  
Website : [www.iaimponorogo.ac.id](http://www.iaimponorogo.ac.id), email : [febi@iaimponorogo.ac.id](mailto:febi@iaimponorogo.ac.id)

**LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama :

No.	Nama	NIM	Jurusan	Judul Skripsi
1.	Ana Musdalifah	210716122	Ekonomi Syariah	Pengaruh fasilitas, harga, dan pelayanan karyawan terhadap kepuasan pengunjung di kolam renang Tirta Joyo

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan  
pada ujian skripsi.

Ponorogo, 14 September 2020

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah  
  
Muhammad Roudlotul Jannah, M.Ag  
NIP. 197507162005012004

Menyetujui,  
  
Maulida Nurhidayati, M.Si  
NIP. 198910222018012001



KEMENTERIAN AGAMA ISLAM REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya, Desa Pintu, Jenangan, Ponorogo 63492 Telp. (0352) 3591451 Fax.(0352) 461893

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

NASKAH SKRIPSI BERIKUT INI:

Judul : Pengaruh Fasilitas, Harga dan Pelayanan Karyawan Terhadap  
Kepuasan Pengunjung di Kolam Renang Tirto Joyo

Nama : Ana Musdalifah .

NIM : 210716122

Jurusan : Ekonomi Syariah .

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

**DEWAN PENGUJI**

Ketua Sidang :  
Dr. Aji Damanuri, M.E.I  
NIP. 197506022002121003  
Penguji I :  
Dr. Shinta Maharani, S.E., M.Ak  
NIP. 197905252003122002  
Penguji II :  
Maulida Nurhidayati, M. Si  
NIP. 198910222018012001

( )  
( Maharani )  
( Hmf )

Ponorogo, 14 September 2020

Mengesahkan,  
Dekan FEB IAIN Ponorogo



( )  
Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag  
NIP. 197207142000031005

## SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ana Musdalifah

NIM : 210716122

Jurusan : Ekonomi Syariah

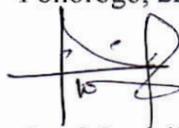
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : Pengaruh Fasilitas, Harga dan Pelayanan Karyawan Terhadap  
Kepuasan Pengunjung di Kolam Renang Tirto Joyo

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di [ethesis.iainponorogo.ac.id](https://ethesis.iainponorogo.ac.id). Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 22 Oktober 2020



Ana Musdalifah

NIM. 210716122

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Ana Musdalifah

NIM : 210716122

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

PENGARUH FASILITAS, HARGA DAN PELAYANAN KARYAWAN  
TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI KOLAM RENANG TIRTO  
JOYO

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian /karya saya sendiri, kecuali bagian  
tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 14 September 2020

Pembuat Pernyataan



Ana Musdalifah

NIM : 210716122

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Industri pariwisata merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kemajuan ekonomi masyarakat. Pariwisata telah menjadi aktivitas sosial ekonomi dan industri dalam skala besar yang menghasilkan pertumbuhan ekonomi. Pariwisata lainnya seperti transportasi dan akomodasi secara ekonomis sehingga dari sisi ekonomi tentu terjadi perubahan pada tingkat pendapatan masyarakat. Pariwisata menurut undang-undang Nomor 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan obyek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut.<sup>1</sup>

Tempat wisata merupakan wahana rekreasi dan hiburan bagi keluarga dalam bersantai dan menghilangkan rasa jenuh pada aktivitas pekerjaannya. Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara suka rela dan bersifat sementara untuk bersenang-senang menikmati objek dan daya tarik wisata.<sup>2</sup> Wisata saat ini mulai beragam seperti halnya wisata kolam renang untuk

---

<sup>1</sup> Direktorat Jenderal Pariwisata, *Pengantar Pariwisata Indonesia*, dalam Muljadi A.J (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2009), 7.

<sup>2</sup> Marsono, *Agro dan Desa Wisata* (Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 2019), 2.

obyek wisata pemandian.<sup>3</sup> Kolam renang merupakan tempat untuk rekreasi dan tempat untuk melakukan olahraga bagi pecinta renang. Wisata ini tidak hanya diminati oleh anak-anak saja akan tetapi juga orang dewasa hingga lanjut usia. Pengunjung paling banyak adalah anak-anak usia sekolah mulai dari tingkat PAUD hingga SMA, karena kegiatan renang merupakan salah satu kegiatan *ekstrakurikuler* yang juga diadakan di sekolah.

Komponen penting dalam pengembangan pariwisata menurut George McIntyre dalam buku Muljadi A.J adalah suatu pengembangan pariwisata yang berkelanjutan memiliki keterkaitan antara turis, warga setempat dan pimpinan masyarakat yang menginginkan hidup lebih baik.<sup>4</sup> Dalam hal ini terlihat jelas bahwa suatu tempat wisata harus berisikan komponen tersebut untuk menjadi suatu objek wisata yang baik agar dapat menarik serta membuat wisatawan puas terhadap wisata yang dituju. Kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller dalam Sudaryono adalah perasaan konsumen, baik itu berupa kesenangan atau ketidakpuasan yang timbul dari membandingkan sebuah produk dengan harapan konsumen atas produk

---

<sup>3</sup>Muhammad Basuki Hadimuljono, *Sumber Daya Air dan Pengembangan Wilayah Infrastruktur Keairan Mendukung Pengembangan Wisata, Energi dan Ketahanan Pangan* (Malang : UB Press, 2018), 118.

<sup>4</sup>Muljadi A.J, *Kepariwisata dan Perjalanan*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2009), 77.

tersebut.<sup>5</sup> Menurut Kotler dan Keller, kepuasan adalah penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya (atau hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi. Jika kinerja produk tersebut tidak sesuai dengan keinginan, pelanggan akan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan keinginan, pelanggan tersebut akan puas. Jika kinerja produk melebihi keinginan, pelanggan akan sangat puas.<sup>6</sup>

Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya.<sup>7</sup> Menurut Hermawan Kartajaya yang dikutip oleh Donni, dalam memuaskan konsumen tidak lepas dari nilai atau *value* yang dijanjikan oleh perusahaan dan apa yang diberikan oleh perusahaan pada konsumennya.<sup>8</sup> Teori kepuasan (*the expectancy disconfirmation model*) adalah model yang menjelaskan proses terbentuknya kepuasan atau ketidakpuasan konsumen, yaitu merupakan dampak perbandingan harapan konsumen sebelum pembelian atau konsumsi dengan kinerja sesungguhnya yang diperoleh konsumen.<sup>9</sup> Menurut Tjiptono dan Gregorius Candra,

---

<sup>5</sup> Sudaryono, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta : CV ANDI OFFSET, 2016), 79.

<sup>6</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta : Erlangga, edisi 13), 14.

<sup>7</sup> John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen* (Jakarta : PT Erlangga, 2002), 89.

<sup>8</sup> Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung : Alfabeta, 2017), 200.

<sup>9</sup> Sudaryono, *Manajemen Pemasaran*, 80.

kepuasan konsumen dipengaruhi oleh produk, harga, promosi, lokasi, pelayanan karyawan, fasilitas dan suasana.<sup>10</sup> Adapun penelitian yang dilakukan oleh Nurul Hidayah menyatakan bahwa variabel harga, fasilitas, pelayanan, dan lokasi memiliki pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan.<sup>11</sup> Selanjutnya penelitian Diandaris menyatakan bahwa kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan.<sup>12</sup>

Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan adalah adanya fasilitas yang memadai bagi konsumen yang datang. Fasilitas merupakan sesuatu yang sangat penting dalam usaha jasa. Oleh karena itu, fasilitas yang ada seperti kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Fasilitas yang baik dan lengkap akan memberikan daya tarik wisatawan yang datang dalam hal kepuasan dan kenyamanan bagi setiap pengunjungnya.<sup>13</sup>

---

<sup>10</sup> Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, 209-210.

<sup>11</sup> Nurul Hidayah, "Pengaruh Harga, Fasilitas, Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makandi Kabupaten Bulukumba" *Skripsi* (Makassar : Universitas Islam Negeri Makassar, 2019).

<sup>12</sup> Diandaris Nurhandika Rahman, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pemancingan Ngrembel Asri Gunungpati Semarang" *Skripsi* (Semarang : Universitas Negeri Semarang, 2013).

<sup>13</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi Offset, 2002), 19.

Secara historis, harga menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan seorang pembeli.<sup>14</sup> Keputusan dalam penentuan harga juga memiliki dampak terhadap pasokan atau saluran distribusi. Penyalur, tenaga penjual, distributor, kompetitor dan pelanggan semuanya dipengaruhi oleh sistem penentuan harga. Penentuan harga dalam pemasaran jasa sangat penting mengingat produk yang ditawarkan oleh layanan atau jasa tersebut bersifat tidak berwujud. Harga yang dibebankan terhadap jasa yang ditawarkan menjadikan indikasi kualitas jasa yang akan diterima oleh konsumen.<sup>15</sup> Selain itu harga menjadi hal penting yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan, agar konsumen tertarik terhadap apa yang ditawarkan dan menjadikan kepuasan bagi konsumen itu sendiri.

Selain fasilitas dan harga, pelayanan merupakan faktor terpenting dalam memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi para pengunjung yang datang untuk menikmati objek wisata tersebut. Seorang karyawan perlu memperhatikan sikap yang baik terutama keramahan, kesopanan, dan kecepatan dalam melayani pengunjung. Dengan adanya pelayanan yang baik akan memberikan kesan dan nilai tersendiri bagi seseorang

---

<sup>14</sup> Ari Setiyaningrum, Jusuf Udaya dan Efendi, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Pengenalan Plus Tren Terkini Tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing dan E-Marketing* (Yogyakarta : ANDI OFFSET, 2015),128.

<sup>15</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta : Salemba Empat, 2013), 136.

untuk datang lagi, selain itu juga memberikan kepuasan yang maksimal.

Kolam renang Tirta Joyo merupakan tempat rekreasi bagi masyarakat Ponorogo dan sekitarnya. Tempat tersebut beralamat di Jl. Jawa Gang 5 Rt.01 Rw 1 No. 17 Mangkujayan, Ponorogo. Kolam renang beroperasi setiap hari mulai jam 05.00 -16.30 WIB. Pengunjung kolam renang Tirta Joyo sangat beragam mulai dari anak sekolah tingkat PAUD, TK, SD, SMP, hingga SMA selain itu juga masyarakat sekitar baik dewasa maupun lanjut usia. Kolam renang Tirta Joyo telah menyediakan beberapa fasilitas seperti halnya wifi, kantin, kolam, kamar mandi, tempat mushola, dan area parkir yang luas.<sup>16</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik kolam renang Tirta Joyo ibu Marutin, kendala dalam mendirikan kolam renang tidak memiliki lokasi yang luas. Awalnya hanya satu kolam dibagi menjadi dua bagian antara anak-anak dan dewasa, sehingga banyak pengunjung yang *komplain*. Kemudian, dilakukan penambahan kolam lagi dengan lokasi yang seadanya dan tidak terlalu luas. Tarif yang diberlakukan untuk memasuki kolam renang awalnya hanya 5.000 per orang, namun dengan seiring waktu dan dorongan dari salah satu pengunjung untuk menaikkan harga karena dianggap masih rendah, akhirnya harga itu dinaikkan menjadi kisaran 8.000 hingga 12.000. Selain hal tersebut kolam renang disisi lain, bu Marutin

---

<sup>16</sup>Marutin, *Wawancara*, 15 November 2019.

menyebutkan bahwa mereka belum mampu menerapkan pelayanan secara optimal karena kondisi tempat dan karyawan yang tidak sepadan dengan banyaknya pengunjung. Meskipun dari awal banyak pengunjung yang *komplain* terhadap kondisi kolam renang dan pelayanan yang diberikan, akan tetapi jumlah pengunjung dari waktu ke waktu semakin meningkat.<sup>17</sup>

Selain menggali informasi dari pemilik kolam renang, dilakukan wawancara dengan beberapa pengunjung kolam renang Tirto Joyo untuk mengetahui kepuasan pengunjung. Saudara Rista menyatakan bahwa fasilitas di kolam renang Tirto Joyo terutama fasilitas kolamnya kurang luas, masih tergolong sempit, dan kolamnya tergolong dangkal. Meskipun demikian, saudara Rista puas dan tetap berenang disana.<sup>18</sup> Menurut saudara Ni'matin, fasilitas kamar mandi yang ada di kolam renang Tirto Joyo kurang nyaman karena hanya ada kran dan tidak terdapat bak mandi, kamar mandi bagian depan tidak terdapat tempat sampah sehingga sampah banyak yang berserakan, dan penyewaan loker yang terbatas karena banyak yang tidak bisa dipakai, akan tetapi saudara Ni'matin tetap puas dan kembali kesana untuk berenang.<sup>19</sup> Hal ini berbanding terbalik dengan teori Kotler yang menyatakan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak

---

<sup>17</sup> Ibid.

<sup>18</sup> Rista, *Wawancara*, 02 Desember 2019.

<sup>19</sup> Ni'matin, *Wawancara*, 04 Desember 2019.

penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.<sup>20</sup>

Hasil wawancara dengan saudara Apdareyna diketahui bahwa tarif masuk kolam renang tergolong masih tinggi dibanding dengan kolam renang seperti Tirtomenggolo dan Tirto Kusumo yang berkisar 5.000 hingga 7.000. Selain itu, tarif yang diberlakukan antara anak-anak dan dewasa sama tidak seperti di tempat – tempat lain. Kolam Renang Tirto Joyo memberlakukan tarif per hari nya 8.000 per orang namun jika hari *weekend* tarif menjadi 12.000. Meskipun tarif masuk kolam renang lebih tinggi dibandingkan kolam renang lain, Apdareyna merasa puas dan tetap memilih Tirto Joyo dibandingkan kolam renang yang lain.<sup>21</sup> Hal ini berbanding terbalik dengan teori hukum permintaan yang dikutip oleh Sigit Sarjono yaitu jika harga turun maka permintaan akan barang tersebut akan bertambah sebaliknya jika harga naik maka jumlah barang yang diminta akan berkurang.<sup>22</sup>

Saudara Siti Nafiah memberikan tanggapan bahwa pelayanan yang ada belum maksimal. Terutama pelayanan yang dilakukan oleh karyawan dalam hal keramahan, kesopanan dan kecepatan. Karena di tempat tersebut karyawannya cuek, jarang senyum, dan mudah marah dalam melayani pembelinya terutama di bagian

---

<sup>20</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi 13*, Alih Bahasa Benyamin Molan (Jakarta : Prehallindo, 2009), 45.

<sup>21</sup> Apdareyna, *Wawancara*, 09 Desember 2019.

<sup>22</sup> Sigit Sarjono, *Ekonomi Mikro Teori dan Aplikasi* (Yogyakarta : ANDI, 2017), 67.

kantin. Selain itu kurang cepat dalam melayani pengunjung dalam memesan makanan terkadang menunggu hingga lama, akan tetapi mereka tetap datang dan puas meskipun kadang masih suka mengomel.<sup>23</sup> Hal ini berbanding terbalik dengan teori Schiffman yang dikutip oleh Freddy bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan seseorang terhadap kinerja dari suatu produk atau jasa yang dibandingkan dengan harapannya.<sup>24</sup> Menurut wawancara yang dilakukan pada bulan Januari 2020 dari 20 pengunjung yang datang, 16 orang dari mereka yang puas dan 4 dari mereka yang kurang puas dalam berenang di kolam renang Tirto Joyo .

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan menjadikan beberapa permasalahan yang telah diuraikan sebagai topik penelitian skripsi dengan judul **“Pengaruh Fasilitas, Harga dan Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Kolam Renang Tirto Joyo”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di kolam renang Tirto Joyo?

---

<sup>23</sup> Siti Nafiah, *Wawancara*, 09 Desember 2019.

<sup>24</sup> Fredy Rangkuti, *Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima* (Jakarta : IKAPI, 2016), 80.

2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di kolam renang Tirto Joyo?
3. Apakah pelayanan karyawan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di kolam renang Tirto Joyo?
4. Apakah fasilitas, harga, dan pelayanan karyawan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di kolam renang Tirto Joyo?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengunjung di kolam renang Tirto Joyo.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pengunjung di kolam renang Tirto Joyo.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan karyawan terhadap kepuasan pengunjung di kolam renang Tirto Joyo.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas, harga, dan pelayanan karyawan terhadap kepuasan pengunjung di kolam renang Tirto Joyo.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dan pengalaman bagi para pembaca maupun sebagai

salah satu rujukan/referensi atau pertimbangan untuk penelitian yang lebih lanjut yang berhubungan dengan perekonomian, khususnya kepuasan konsumen/pengunjung dalam suatu perusahaan dan penambah wawasan keilmuan. Teori kepuasan yang digunakan dalam penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Dalam penelitian ini menggunakan teori kepuasan yang dipaparkan oleh Tjiptono dan Gregorius Candra, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan teori Irawan.

## 2. Secara Praktis

### a. Bagi konsumen

Bagi konsumen penelitian ini sebagai informasi untuk dijadikan pertimbangan dalam memberikan penilaian terhadap suatu obyek yang bergerak dibidang jasa.

### b. Bagi Pihak kolam renang

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pemilik kolam renang Tirto Joyo untuk mempertahankan kepercayaan pengunjung dalam memberikan kepuasan dan kenyamanan bagi pengunjung yang datang.

### c. Bagi pihak akademisi

Bagi pihak akademisi penelitian ini dapat memberikan sumbangsih kepustakaan di IAIN Ponorogo untuk penelitian yang akan datang dan menambah khasanah keilmuan.

d. Bagi penulis

Penelitian ini bermanfaat memberikan tambahan wawasan keilmuan bagi penulis tentang perekonomian. Serta dapat menerapkan ilmu yang diperoleh di perkuliahandan mampu mengaplikasikan teori dengan kenyataan di lapangan.

## **E. Sistematika Pembahasan**

Untuk memberikan kemudahan dalam memahami skripsi ini. Peneliti menyajikan dengan beberapa bab. Adapun sistematika pembahasan dalam skripsi ini sebagai berikut:

### **BAB I Pendahuluan**

Dalam bab ini berisikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika pembahasan skripsi.

### **BAB II Landasan Teori**

Dalam bab ini menyajikan teori yang relevan dengan penelitian yang berisi pengertian kepuasan pengunjung, faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan, pengukuran kepuasan pengunjung, indikator kepuasan, pengertian harga, tujuan penetapan harga, faktor – faktor yang mempengaruhi tingkat harga, indikator harga, pengertian fasilitas, faktor yang mempengaruhi fasilitas, indikator fasilitas, pengertian pelayanan karyawan, faktor yang mempengaruhi pelayanan,

indikator pelayanan karyawan, kajian pustaka, kerangka berfikir dan hipotesis.

### **BAB III Metodologi Penelitian**

Dalam bab ini akan dibahas mengenai metode penelitian yang berisi rencana penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, populasi, sampel, dan teknik sampling, instrumen penelitian, validitas dan reliabilitas instrumen, teknik pengolahan dan analisis data.

### **BAB IV Pelaksanaan dan Hasil Penelitian**

Dalam bab ini merupakan pelaksanaan hasil penelitian yang berisikan gambaran umum obyek penelitian, data-data yang diperoleh, analisis data dan pembahasannya.

### **BAB V Penutup**

Dalam bab ini merupakan bab penutup yang berisikan tentang kesimpulan dari hasil-hasil penelitian dan saran-saran.

## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Deskripsi Teori

#### 1. Kepuasan pengunjung

##### a. Pengertian kepuasan Pengunjung

Kepuasan berasal dari bahasa latin “*satis*” (yang berarti cukup baik) dan “*facio*” (membuat atau melakukan). Kepuasan merupakan sebagai upaya dalam memenuhi sesuatu atau membuat sesuatu memadai.<sup>1</sup> Howard & Sheth mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan sesuatu yang sangat dipahami pembeli berkenaan dengan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara hasil yang diperoleh dibandingkan dengan usaha yang dilakukan.<sup>2</sup>

Menurut Chon yang di kutip oleh Fandy Tjiptono, menemukan teori *the goodnees of fit* bahwa kepuasan pengunjung didasarkan pada seberapa baik atau sesuainya antara harapan pengunjung terhadap tempat pariwisata. Kesesuaian harapan pengunjung hanya dapat diukur setelah mereka berkunjung atau menikmati produk atau jasa tersebut. Perbandingan citra sebuah destinasi sebelum mereka berkunjung, dibandingkan dengan kenyataan yang mereka

---

<sup>1</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (Yogyakarta : CV ANDI OFFSET, 2014), 353.

<sup>2</sup> Ibid.,

lihat, rasakan dan mereka alami akan menentukan derajat kepuasan pengunjung.<sup>3</sup>

Dalam Sudaryono menurut Kotler dan Keller mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan konsumen, baik berupa kepuasan atau ketidakpuasan yang timbul ketika membandingkan sebuah produk dengan harapan konsumen atas produk tersebut.<sup>4</sup> Kepuasan konsumen dapat pula didefinisikan sebagai suatu keadaan yang dicapai dimana suatu kebutuhan, keinginan dan harapan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.<sup>5</sup>

#### **b. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan**

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan menurut Irawan yang dikutip oleh Anang adalah:<sup>6</sup>

##### 1) Kualitas produk

Pelanggan akan puas apabila dalam menggunakan atau memperoleh suatu produk tersebut kualitasnya baik.

---

<sup>3</sup> Gusti Bagus Rai Utama, *Pengantar Industri Pariwisata Tantangan & Peluang Bisnis Kreatif* (Yogyakarta : Deepublish,2014), 138.

<sup>4</sup> Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi* (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2016), 79.

<sup>5</sup>Daryanto dan Ismanto Setyo Budi, *Konsumen dan Pelayanan Prima* (Yogyakarta : Gava Media, 2014), 90.

<sup>6</sup>Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta : Deepublish, 2018), 134.

## 2) Harga

Bagi pelanggan yang mendapatkan harga murah biasanya akan puas karena mereka mendapatkan *value of money* yang tinggi.

3) *Service quality*

Kepuasan terhadap kualitas merupakan driver yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah SERVQUAL.

4) *Emotional factor*

Pelanggan akan merasa puas karena adanya emosional *value* yang diberikan oleh *brand* dari produk tersebut.

## 5) Biaya dan kemudahan

Pelanggan cenderung akan lebih puas jika mendapatkan biaya yang murah serta kemudahan dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Sedangkan faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Candra yang dikutip oleh Donni Juni Priansa adalah :<sup>7</sup>

## 1) Produk

Layanan produk yang baik dan memenuhi selera serta harapan konsumen. Produk dapat menciptakan kepuasan konsumen. Dasar penilaian terhadap pelayanan

---

<sup>7</sup> Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung : Alfabeta, 2017), 209-210.

produk ini meliputi : jenis produk, mutu, atau kualitas produk dan persediaan produk.

2) Harga

Harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut. Dasar penilaian terhadap harga meliputi tingkat harga dan kesesuaian dengan nilai jual produk, variasi atau pilihan harga terhadap produk.

3) Promosi

Dasar penelitian promosi yang mengenai informasi produk dan jasa perusahaan dalam usaha mengkomunikasikan manfaat produk dan jasa tersebut pada konsumen sasaran. Penelitian dalam hal ini meliputi iklan produk dan jasa, diskon barang dan pemberian hadiah-hadiah.

4) Lokasi

Tempat merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa lokasi perusahaan dan konsumen. Penilaian terhadap atribut lokasi meliputi lokasi perusahaan, kecepatan dan ketepatan dalam transportasi.

5) Pelayanan karyawan

Pelayanan karyawan merupakan pelayanan yang diberikan karyawan dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam usaha memuaskan konsumen. Dasar penilaian dalam hal ini pelayanan

karyawan meliputi kesopanan, keramahan, kecepatan dan ketepatan.<sup>8</sup>

#### 6) Fasilitas

Fasilitas merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa perantara guna mendukung kelancaran operasional perusahaan yang berhubungan dengan konsumen. Dasar penilaian meliputi penataan barang, tempat penitipan barang, kamar kecil dan tempat ibadah.

#### 7) Suasana

Suasana merupakan faktor pendukung, karena apabila perusahaan mengesankan maka konsumen mendapatkan kepuasan tersendiri. Dasar penilaian meliputi sirkulasi udara, kenyamanan, dan keamanan.

### **c. Pengukuran Kepuasan Pengunjung**

Ada beberapa metode yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya (juga pelanggan perusahaan pesaing). Menurut Kotler yang dikutip oleh Muhammad Adam ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Ibid.

<sup>9</sup> Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi* (Bandung : Alfabeta, 2015), 16-17.

1) *Complaint and suggestion System* (sistem keluhan dan saran)

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*customer service*) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka.

2) *Customer Satisfaction Survey* (survei kepuasan pelanggan)

Penelitian mengenai keputusan pelanggan pada umumnya banyak yang dilakukan dengan menggunakan metode survey, baik melalui pos atau wawancara maupun telepon.

3) *Ghost Shopping* (pembeli bayangan)

Dalam melakukan *ghost shopping* ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang *ghost shopper* untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan pesaing.

4) *Lost Customer Analysis* (analisis pelanggan yang lari)

Metode ini dilakukan dengan cara perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Dengan cara tersebut diharapkan akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut.

#### **d. Indikator Kepuasan**

Dikutip dari Hawkins dan Lonney dalam buku Tjipjono oleh Aspiani, indikator pelanggan terdiri dari:<sup>10</sup>

##### 1) Kesesuaian harapan

Kepuasan akan tercipta dengan kesesuaian antara harapan konsumen dengan suatu layanan yang diberikan oleh perusahaan.

##### 2) Minat menggunakan kembali

Kepuasan konsumen terhadap suatu perusahaan dapat menarik kembali minat seseorang dalam berkunjung.

##### 3) Kesiediaan merekomendasikan

Adanya pelayanan yang baik dalam suatu perusahaan akan memberikan kepuasan tersendiri bagi pengunjung dan akan dapat merekomendasikan kepada orang lain.

## **2. Harga**

### **a. Pengertian Harga**

Harga (*price*) merupakan suatu nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain untuk memperoleh manfaat dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.<sup>11</sup> Harga

---

<sup>10</sup> Aspiani, "Pengaruh Kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Transportasi Grab Online di Kota Makassar", jurnal Universitas Negeri Makassar, (2018).

<sup>11</sup> Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, 216.

termasuk unsur dalam bauran pemasaran yang dapat memberikan pemasukan dan pendapatan bagi suatu perusahaan, sedangkan (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran).<sup>12</sup>

Harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar oleh seorang konsumen untuk membeli dan menikmati barang maupun jasa yang ditawarkan. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan karena harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk atau jasa yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya produk atau jasa tersebut di pasar.<sup>13</sup>

### **b. Tujuan Penetapan Harga**

Adapun tujuan dalam penetapan harga adalah sebagai berikut:<sup>14</sup>

#### 1) Survival

Salah satu tujuan pokok penetapan harga adalah *survival* (kelangsungan hidup) perusahaan. Dalam konteks ini, secara temporer

---

<sup>12</sup> Harman Malau, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global* (Bandung : Alfabeta, 2017), 147.

<sup>13</sup> Kasmir, *Kewirusahaan* (Jakarta : PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2016), 191.

<sup>14</sup> Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Pemasaran Esensi Dan Aplikasi* (Yogyakarta : CV ANDI OFFSET, 2016), 220-222.

harga biasanya ditetapkan murah, kadangkala lebih rendah daripada biaya, dalam rangka mendorong terjadinya penjualan.

#### 2) Laba

Asumsi teori ekonomi klasik adalah setiap perusahaan berusaha memaksimalkan laba. Oleh karenanya, tujuan laba biasanya dinyatakan dalam bentuk nilai rupiah atau persentase pendapatan penjualan yang dipandang memuaskan atau realistis dicapai oleh pemilik dan manajemen puncak perusahaan.

#### 3) Return on Investment ROI

Tujuan berorientasi pada ROI dinyatakan dalam bentuk rasio laba terhadap investasi total yang dikeluarkan perusahaan dalam riset dan pengembangan, serta fasilitas produksi dan asset yang mendukung produk bersangkutan.

#### 4) Pangsa Pasar

Pangsa pasar dapat berupa pangsa pasar relatif dan pangsa pasar absolut. Pangsa pasar relatif adalah perbandingan antara penjualan produk perusahaan dan penjualan produk pesaing utama. Sedangkan pangsa pasar absolut adalah perbandingan antara penjualan produk perusahaan dan penjualan industri secara keseluruhan.

#### 5) Aliran Kas (Cash Flow)

Sebagian perusahaan menetapkan harga agar dapat menghasilkan kas secepat mungkin.

Selain itu, apabila siklus hidup produk diperkirakan berlangsung singkat, maka tujuan ini dapat menjadi pilihan strategik.

#### 6) Status Quo

Tujuan *status quo* bisa berfokus pada sejumlah dimensi, seperti mempertahankan pangsa pasar tertentu, menyamai (namun tidak mengalahkan) harga pesaing, mewujudkan stabilitas harga, dan mempertahankan citra publik yang positif.<sup>15</sup>

#### 7) Kualitas Produk

Citra kualitas produk dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Upaya menghasilkan produk berkualitas tinggi biasanya membutuhkan biaya besar, di antaranya biaya riset dan pengembangan, serta bahan baku yang digunakan.

### **c. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Harga**

Tingkat harga yang terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti:<sup>16</sup>

#### 1) Keadaan Perekonomian

Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku. Kenaikan yang paling menonjol terjadi pada harga barang-barang mewah, barang-barang

---

<sup>15</sup> Ibid.

<sup>16</sup> Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta : Liberty Offset, 2008), 242-246.

impur, dan barang-barang yang dibuat dengan bahan atau komponen dari luar negeri.

## 2) Penawaran dan permintaan

Penawaran adalah sejumlah barang yang dibeli oleh pembeli pada tingkat harga tertentu. Pada umumnya tingkat harga yang lebih rendah akan mengakibatkan jumlah yang diminta lebih besar. Sedangkan penawaran yaitu suatu jumlah yang ditawarkan oleh penjual pada suatu tingkat harga tertentu. Pada umumnya, harga yang lebih tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan lebih besar.

## 3) Elastisitas Permintaan

Faktor yang dapat mempengaruhi penentuan harga adalah sifat permintaan pasar. Sifat permintaan pasar tidak hanya mempengaruhi penentuan harganya tetapi juga mempengaruhi volume yang dapat dijual.

## 4) Persaingan

Harga jual beberapa macam barang sering dipengaruhi oleh keadaan persaingan yang ada. Banyaknya penjual dan pembeli akan mempersulit penjual perseorangan untuk menjual dengan harga lebih tinggi kepada yang lain.

## 5) Biaya

Biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian.

6) Tujuan perusahaan

Penetapan harga suatu barang sering dikaitkan dengan tujuan-tujuan yang akan dicapai. Setiap perusahaan tidak selalu mempunyai tujuan yang sama dengan perusahaan lainnya.

7) Pengawasan pemerintah

Pengawasan pemerintah merupakan faktor penting dalam penentuan harga. Pengawasan pemerintah tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk: penentuan harga maksimum dan minimum, diskriminasi harga, serta praktek-praktek lain yang mendorong atau mencegah usaha-usaha ke arah monopoli.<sup>17</sup>

#### **d. Indikator Harga**

Menurut Kotler ada lima indikator yang mencirikan harga yaitu:<sup>18</sup>

1) Keterjangkauan harga

Harga dapat dijangkau oleh semua kalangan sesuai dengan target pasar yang ditentukan.

2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Besarnya harga yang ditawarkan terhadap konsumen merupakan penentuan kualitas suatu produk.

---

<sup>17</sup> Ibid.

<sup>18</sup> Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya : IKAPI, 2019), 42-43.

3) Daya saing harga

Harga yang ditawarkan apakah dibawah rata-rata atau lebih tinggi daripada pesaing.

4) Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen akan merasa puas jika harga yang didapat sesuai dengan manfaat yang diperoleh.

5) Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan

Ketika suatu harga tidak sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh maka konsumen cenderung mengambil keputusan untuk tidak melakukan pembelian, namun jika harga sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh maka konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli.

### **3. Fasilitas**

#### **a. Pengertian Fasilitas**

Fasilitas adalah sebagai faktor penunjang yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Fasilitas merupakan hal yang harus diperhatikan perusahaan untuk memudahkan konsumen mendapatkan kebutuhan-kebutuhannya. Sebelum perusahaan memberikan jasa, perusahaan terlebih dahulu menyediakan fasilitas yang mendukung jasa yang ditawarkan. Seperti pendapat Tjiptono yang dikutip oleh Azalea bahwa fasilitas merupakan sumberdaya

fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen.<sup>19</sup>

Menurut Yoeti yang dikutip Rezki dkk. Fasilitas wisata adalah 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.<sup>20</sup>

Menurut Mill yang dikutip oleh Anggun Sasmita fasilitas wisata merupakan faktor pendukung yang selalu siap dimanfaatkan oleh para wisatawan dan dapat menawarkan mutu dan harga yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan selama berada dikawasan wisata.<sup>21</sup> Sedangkan Menurut warpani, kebutuhan wisatawan tidak hanya menikmati keunikan dan keindahan alamnya akan tetapi juga memerlukan kelengkapan fasilitas wisata di daerah tujuan wisata agar memadai seperti akomodasi (tempat hiburan, hotel/penginapan, restoran atau tempat

---

<sup>19</sup> Azalea Agustin, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Peserta Didik Kelas XII SMA di Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajafara Cabang Pagar Alam Bandar Lampung" *Skripsi* (Univeritas Lampung, 2019), 22-23.

<sup>20</sup> Rezki Teguh Sulistiyana, Djamur Hamid, dan Devi Farah Azizah, "Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Museum Satwa)", *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1 (Agustus 2015), 3.

<sup>21</sup> Anggun Sasmita, "Kajian Aspek Fasilitas Wisata Berdasarkan Konsep Geotourism Pada Kawasan Wisata Desa Silalahi Kaldera Toba" *skripsi* (Universitas Sumatra Utara, 2017), 50.

makan, dan toko cinderamata), dan lain-lain (mushola, tempat parkir, toilet).<sup>22</sup>

### **b. Faktor Yang Mempengaruhi Fasilitas**

Menurut Nirwana yang dikutip oleh Wibi Aditya Wijaya terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam merancang dukungan fisik atau fasilitas fisik, diantaranya adalah:<sup>23</sup>

- 1) Desain fasilitas
- 2) Nilai fungsi
- 3) Etetika
- 4) Kondisi yang mendukung
- 5) Peralatan penunjang
- 6) Seragam pegawai
- 7) Laporan-laporan
- 8) Garansi

### **c. Indikator Fasilitas**

Indikator fasilitas menurut Sumayang yang dikutip oleh Fima Rosida terdiri dari:<sup>24</sup>

- 1) Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan.

Kelengkapan, kebersihan dan kerapian merupakan hal yang dapat memberikan

---

<sup>22</sup> Ibid.,

<sup>23</sup> Wibi Aditya Wijaya, "Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada Qalbu Salim (QS) Futsal" *Skripsi* (Universitas Medan Area 2018), 7.

<sup>24</sup> Fima Rosida, "Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Kunjungan Wisata di Pantai Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat" *Skripsi* (Medan : Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018).

kenyamanan bagi pengunjung yang datang sehingga dapat menciptakan kesenangan bagi pengunjung.

- 2) Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan.

Kondisi dan fungsi fasilitas yang baik akan menarik minat pengunjung dalam menikmati sebuah fasilitas yang telah disediakan.

- 3) Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan.

Adanya kemudahan dalam menggunakan fasilitas yang ditawarkan akan memberikan kesenangan bagi pengunjung yang datang.

- 4) Kelengkapan alat yang digunakan.

Kelengkapan alat dalam suatu perusahaan akan menunjang kemudahan dalam kegiatan operasional dan memberikan dampak yang baik bagi perusahaan dalam melindungi konsumennya.

#### **4. Pelayanan Karyawan**

##### **a. Pengertian Pelayanan Karyawan**

Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu yang

diperlukan seseorang).<sup>25</sup> Menurut R.A Supriyono yang dikutip oleh Malayu Hasibuan pelayanan merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri, dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas, dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Sehingga dengan adanya pelayanan yang mampu memberikan kenyamanan bagi konsumennya maka akan memberikan konsumen untuk datang kembali ke suatu tempat tersebut.<sup>26</sup>

Karyawan adalah salah satu bentuk asset internal paling berharga yang dimiliki oleh perusahaan.<sup>27</sup> Dengan adanya karyawan, suatu perusahaan akan mampu mengoperasikan usahanya dan melayani konsumen dengan baik. Karyawan dalam suatu perusahaan sebagai tolok ukur konsumen dalam menilai suatu perusahaan. Dengan adanya pelayanan yang baik maka akan memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen ataupun pengunjung yang datang.<sup>28</sup>

---

<sup>25</sup>Tim Penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta : Balai Pustaka, 1990), 415.

<sup>26</sup> Malayu Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2005), 152.

<sup>27</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Sumber Daya Manusia Teori dan Aplikasi* (Bandung : Alfabeta, 2016), 141.

<sup>28</sup> Ibid.

Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, pelayanan karyawan adalah pekerjaan berupa melakukan sesuatu bagi pelanggan tetapi tidak menghasilkan barang.<sup>29</sup> Pekerjaan-pekerjaan tersebut meliputi usaha jasa seperti usaha salon, tempat service, tempat wisata dan lain sebagainya. Pelayanan karyawan tidak menghasilkan berupa barang yang bisa di bawa ataupun yang terlihat oleh kasat mata, akan tetapi memberikan perhatian, empati, dan pelayanan yang baik bagi konsumennya.

#### **b. Faktor yang mempengaruhi pelayanan**

Menurut Moenir yang dikutip oleh T. Mansur terdapat beberapa faktor yang mendukung berjalannya suatu pelayanan dengan baik, yaitu.<sup>30</sup>

- 1) Faktor kesadaran para pejabat dan petugas yang berkecimpung dalam pelayanan umum.
- 2) Faktor aturan yang menjadi landasan kerja pelayanan.
- 3) Faktor organisasi yang merupakan alat serta sistem yang memungkinkan berjalannya mekanisme kegiatan pelayanan.
- 4) Faktor keterampilan petugas.

---

<sup>29</sup> Fandi Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service and Quality Saisfaction* (Yogyakarta : Andi Offset, 2005), 17.

<sup>30</sup> T. Mansur, “ Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Publik Pada Bagian Bina Sosial Setdako Lhokseumawe”, *skripsi* (Medan : Universitas Sumatra Utara, 2008).

- 5) Faktor sarana dalam pelaksanaan tugas pelayanan.

### **c. Indikator Pelayanan Karyawan**

Indikator pelayanan karyawan menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Candra yang dikutip oleh Donni Juni Priansa meliputi :<sup>31</sup>

- 1) Kesopanan

Kesopanan pelayanan termasuk dalam tingkah laku, tutur bahasa yang baik dan sopan yang dapat dilakukan seorang dalam menghadapi konsumen.

- 2) Keramahan

Keramahan merupakan cara bicara yang lemah lembut, saling sapa dan salam dalam memberikan pelayanan.

- 3) Kecepatan

Dengan adanya kecepatan dalam pelayanan dapat memberikan kesan bagi konsumen untuk tidak bosan dalam menunggu sesuatu yang diinginkan.

- 4) Ketepatan

Ketepatan merupakan sesuatu yang sering diharapkan oleh seseorang dalam melakukan pekerjaan sehingga dapat terwujudnya suatu keinginan.

---

<sup>31</sup> Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, 209-210.

## B. Kajian Pustaka

**Tabel 2.1**  
**Kajian Penelitian Terdahulu**

No	Nama peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian	Perbedaan
1.	Astri Dias Tari, 2019 <sup>32</sup>	Pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan harga terhadap kepuasan pengunjung (studi pada pengunjung taman wisata Bukit Sakura).	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung dan variabel harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung.	Penelitian Astri Dias Tari menggunakan variabel bebas kualitas pelayanan, promosi dan harga, sedangkan peneliti hanya menggunakan variabel bebas harga.

<sup>32</sup>Astri Dias Tari “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Pada Pengunjung Taman Wisata Bukit Sakura) *Skripsi* (Bandar Lampung : Universitas Lampung, 2019).

No	Nama peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian	Perbedaan
2.	Fima Rosida, 2018 <sup>33</sup>	Pengaruh harga dan fasilitas terhadap kunjungan wisata di pantai air bangis Kabupaten Pasaman Barat.	hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung secara parsial maupun secara simultan.	penelitian Fima Rosida menggunakan variabel bebas harga dan fasilitas. Sedangkan peneliti menggunakan variabel harga, fasilitas dan ditambah dengan pelayanan karyawan sebagai variabel bebas. Selain itu penelitian Fima pada variabel terikat fokus terhadap kunjungan wisata, sedangkan penelitian ini fokus pada kepuasan pengunjung.
3.	Rina Sukmaw	Pengaruh kualitas	Hasil penelitian terdapat pengaruh	penelitian Rina menggunakan

<sup>33</sup>Fima Rosida, "Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Kunjungan Wisata di Pantai Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat" *Skripsi* (Medan : Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, 2018).

No	Nama peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian	Perbedaan
	ati, 2017 <sup>34</sup>	produk, harga dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen <i>Garden Cafe</i> koperasi mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta.	positif dan signifikan dari variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen <i>Garden Cafe</i> dibuktikan dengan nilai $F_{hitung}$ sebesar 83,089 dan nilai signifikansi sebesar 0,000.	variabel bebas kualitas produk, harga dan pelayanan. Sedangkan dalam penelitian ini hanya menggunakan variabel harga dan pelayanan sebagai variabel bebas.
4.	Desi Kurnia Rahmawati, 2017 <sup>35</sup>	Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung taman wisata alam grojogan sewu	Hasil penelitian harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh sebesar 59,3% dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung taman	Penelitian desi menggunakan variabel bebas harga dan kualitas pelayanan. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan

<sup>34</sup>Rina Sukmawati, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Garden Cafe* Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta" (Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta, 2017).

<sup>35</sup>Desi Kurnia Rahmawati, "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah" *Skripsi* (Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta, 2017)..

No	Nama peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian	Perbedaan
		Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah.	wisata alam grojogan sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar.	variabel bebas harga dan pelayanan karyawan.
5.	Silzia Juniva, 2017 <sup>36</sup>	Pengaruh sarana wisata terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata ngalau indah kota Payakumbuh.	Hasil penelitian ini adalah sarana wisata berada pada kategori cukup 63,9%, kepuasan berkunjung berada pada kategori kurang puas 86,6%. Hasil uji hipotesis regresi linear sederhana sebesar $0,039 < 0,05$ , maka variabel sarana wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.	Penelitian Silvia menggunakan variabel bebas sarana wisata. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel bebas fasilitas, harga dan pelayanan karyawan

Penelitian Astri Dias Tari dalam skripsi  
 “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung (studi pada

---

<sup>36</sup>Silzia Juniva, “Pengaruh Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung di Objek Wisata Ngalau Indah Kota Payakumbuh” *Skripsi* (Padang : Universitas Negeri Padang, 2017).

pengunjung Bukit Sakura)”dalam analisis ini menggunakan teknik analisis data deskriptif, uji regresi linear berganda, uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan menggunakan bantuan *software SPSS 23 For windows evaluation version*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung dan variabel harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung.<sup>37</sup>

Penelitian Fima Rosida dalam skripsi “Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Kunjungan Wisata di Pantai Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat” dalam analisis ini menggunakan metode analisis linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung secara parsial maupun secara simultan.<sup>38</sup>

Penelitian Rina Sukmawati dalam skripsi “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Garden Cafe* Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta” dalam analisis ini menggunakan metode analisis deskriptif dan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan

---

<sup>37</sup> Astri Dias Tari, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Pada Pengunjung Taman Wisata Bukit Sakura) *Skripsi* (Bandar Lampung : Universitas Lampung, 2019).

<sup>38</sup>Fima Rosida, “Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Kunjungan Wisata di Pantai Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat” *Skripsi* (Medan : Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, 2018).

pengaruh positif dan signifikan dari variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen *Garden Cafe* dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 83,089 dan nilai signifikansi sebesar 0,000.<sup>39</sup>

Desi Kurnia Rahmawati dalam skripsi “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah” dalam analisis ini menggunakan analisis data regresi sederhana dan analisis berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh sebesar 51,2% dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 45,2% dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. hargadan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh sebesar 59,3 % dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Grojogan Sewu Kabupaten Karanganyar.<sup>40</sup>

Penelitian Silzia Juniva dalam skripsi “Pengaruh Sarana Wisata Ngalau Indah Kota Payakumbuh” dalam analisis ini menggunakan jenis penelitian kausal. Hasil penelitiannya adalah sarana wisata berada pada kategori

---

<sup>39</sup>Rina Sukmawati, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Garden Cafe* Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta” (Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta, 2017).

<sup>40</sup>Desi Kurnia Rahmawati, “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah” *Skripsi* (Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta, 2017).

cukup 63,9%, kepuasan berkunjung berada pada kategori kurang puas 86,6%. Hasil uji hipotesis regresi linear sederhana sebesar  $0,039 < 0,05$ , maka variabel sarana wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.<sup>41</sup>

Sesuai telaah pustaka diatas penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas secara langsung dan belum pernah dilakukan oleh orang lain di lokasi tersebut. Akan tetapi penelitian ini mempunyai variabel yang sama dari beberapa penelitian sebelumnya.

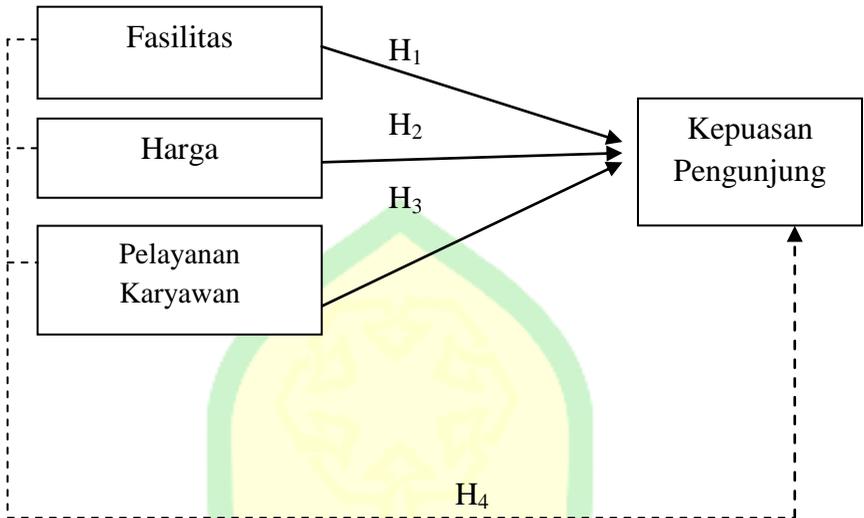
### C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan telaah pustaka, maka dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam model penelitian sebagai berikut:



---

<sup>41</sup>Silzia Juniva, “Pengaruh Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung di Objek Wisata Ngalau Indah Kota Payakumbuh” *Skripsi* (Padang : Universitas Negeri Padang, 2017).



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berfikir**

Keterangan :

 : variabel dependen dan variable  
independen

 : pengaruh secara parsial

 : pengaruh secara simultan

#### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan dalam penelitian.<sup>42</sup> Dimana kebenarannya masih perlu untuk dikaji dan diteliti melalui data yang terkumpul. Berdasarkan permasalahan yang ada, maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Ha<sub>1</sub> : Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di kolam renang Tirto Joyo.
- Ho<sub>1</sub> : Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di kolam renang Tirto Joyo.
- Ha<sub>2</sub> : Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di kolam renang Tirto Joyo.
- Ho<sub>2</sub> : Harga tidak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di kolam renang Tirto Joyo.
- Ha<sub>3</sub> : Pelayanan karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di kolam renang Tirto Joyo.
- Ho<sub>3</sub> : Pelayanan karyawan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di kolam renang Tirto Joyo.
- Ha<sub>4</sub> : Fasilitas, harga dan pelayanan karyawan berpengaruh secara simultan terhadap

---

<sup>42</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D* (Bandung : Alfabeta, 2017),63.

kepuasan pengunjung di kolam renang Tirta Joyo.

Ho<sub>4</sub> : Fasilitas, harga dan pelayanan karyawan tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengunjung di kolam renang Tirta Joyo.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian ilmiah yang sistematis menelaah bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif yaitu mengembangkan model-model matematis, dan teori-teori hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Penelitian kuantitatif menggunakan data yang berwujud angka-angka dan melalui pengolahan dengan uji statistik, dengan cara terstruktur dan percobaan terkontrol.<sup>1</sup>

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih yang bersifat sebab akibat.<sup>2</sup> Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei yaitu penelitian yang menggambarkan atau menguraikan suatu keadaan se jelas mungkin dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Dalam penelitian ini peneliti hanya memotretapa yang terjadi pada diri objek maupun wilayah yang diteliti dan

---

<sup>1</sup>Asep Saipul Hamdi dan E. Bahrudin, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*, (Yogyakarta : Deepublish, 2014), 5.

<sup>2</sup>Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta : Bumi Aksara, 2014), 11.

penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan informasi sebanyak-banyaknya.<sup>3</sup>

## **B. Lokasi dan Periode Penelitian**

Lokasi penelitian adalah tempat dimana proses studi yang digunakan untuk memperoleh pemecahan masalah penelitian berlangsung.<sup>4</sup> Penetapan lokasi penelitian merupakan tahap yang penting dalam penelitian kuantitatif, karena dengan adanya penentuan lokasi dalam penelitian berarti objek, subjek dan tujuan penelitian sudah ditetapkan, sehingga mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian.<sup>5</sup> Dalam penelitian ini akan dilakukan di kolam renang Tirto Joyo yang berada di Jl. Jawa Gang 5 Rt.01 Rw.01 No. 17 Mangkujayan, Ponorogo. Penelitian ini dimulai dari tanggal 5 Maret 2020 sampai juli 2020.

## **C. Rancangan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan rancangan deskriptif. Rancangan deskriptif merupakan penelitian untuk mendapatkan gambaran deskripsi variabel-variabel utama penelitian, sesuai dengan tujuan penelitian. Rancangan deskriptif bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai permasalahan (keadaan) untuk

---

<sup>3</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rhineka Cipta, 1998), 3.

<sup>4</sup>Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Prakteknya* (Jakarta:PT Bumi Aksara, 2008), 53.

<sup>5</sup>Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta : Pandiva Buku, 2016), 61.

mengetahui keberadaan suatu masalah, besarnya masalah, luasnya masalah, dan pentingnya masalah.<sup>6</sup>

Dalam penelitian ini dengan cara menyebar angket/kuesioner sebagai media untuk memperoleh data dari konsumen. Subyek yang akan diteliti oleh penulis yaitu para pengunjung yang berada di kolam renang Tirta Joyo. Variabel dalam penelitian ini yakni fasilitas, harga dan pelayanan karyawan sebagai variabel independen, sedangkan kepuasan pengunjung sebagai variabel dependen.

#### **D. Variabel Penelitian dan Devinisi Operasional**

1. Variabel penelitian adalah suatu sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam variabel penelitian dibedakan dua macam variabel, yaitu:
  - a. Variabel Independen adalah variabel bebas yang tidak terikat dan bersifat mempengaruhi. Dalam penelitian ini variabel independent adalah Fasilitas ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) dan Pelayanan Karyawan ( $X_3$ ).
  - b. Variabel dependent adalah variabel terikat dan bersifat dipengaruhi atau yang menjadi akibat. Dalam penelitian ini variabel dependent adalah Kepuasan Pengunjung ( $Y$ ).

---

<sup>6</sup>Syahrums dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung : Citapustaka Media, 2014), 163.

2. Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apa yang sedang didefinisikan atau menerjemahkan konsep variabel kedalam instrumen pengukuran.<sup>7</sup> Definisi operasional merupakan unsur-unsur dari sebuah penelitian yang menjelaskan bagaimana untuk mengukur suatu variabel. Sehingga dengan adanya variabel operasional tersebut mampu menunjukkan indikator-indikator yang menjadi pendukung variabel-variabel yang dianalisa.<sup>8</sup> Tanpa definisi operasional, peneliti akan mengalami kesulitan dalam menentukan pengukuran hubungan antar variabel yang masih bersifat konseptual.

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	No. Pernyataan	Sumber
Fasilitas (X1)	Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang	1. Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas. 2. Kondisi dan fungsi fasilitas. 3. Kemudahan	1,2 3,4	Philip Kotler, <i>Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi 13, Alih Bahasa</i>

<sup>7</sup>Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 90.

<sup>8</sup> Masri Singarimbun, *Metodologi Penelitian Surva*, (Jakarta: LP3ES, 2000), 46.

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	No. Pernyataan	Sumber
	disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.	menggunakan fasilitas. 4. Kelengkapan alat.	5,6 7,8	<i>Benyamin Molan, 45.</i>
Harga (X2)	Harga merupakan suatu nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain untuk memperoleh manfaat dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu dan tempat tertentu.	1. Keterjangkauan harga. 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. 3. Daya saing harga. 4. Kesesuaian harga dengan manfaat. 5. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan.	9,10 11,12 13,14 15,16 17,18	Sudaryono, <i>Manajemen Pemasaran, 216.</i>
Pelayanan Karyawan (X3)	Pelayanan karyawan adalah pekerjaan berupa	1. Kesopanan 2. Keramahan 3. Kecepatan 4. Ketepatan	19,20 21,22 23,24 25,26	Fandy Tjiptono dan Gregorius Candra, <i>Service and</i>

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	No. Pernyataan	Sumber
	melakukan sesuatu bagi pelanggan tetapi tidak menghasilkan barang.			<i>Quality Saisfaction</i> , 17.
Kepuasan Pengunjung (Y)	Kepuasan konsumen merupakan perasaan konsumen, baik berupa kepuasan atau ketidakpuasan yang timbul ketika membandingkan sebuah produk dengan harapan konsumen atas produk tersebut.	1. Kesesuaian harapan. 2. Minat menggunakan kembali. 3. Kediaan merekomendasikan.	27,28 29,30 31,32	Sudaryono, <i>Manajemen Pemasaran</i> , 79.

## E. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas

dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>9</sup> Penentuan jenis populasi ini didasarkan atas alasannya bahwa yang akan diuji, kepuasan seorang pengunjung. Populasi adalah sekelompok elemen yang lengkap biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian.<sup>10</sup> Populasi yang akan dijadikan obyek dalam penelitian ini adalah pengunjung kolam renang Tirto Joyo.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajarinya semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi.<sup>11</sup> Menurut Sugiyono, rumus untuk menghitung ukuran sampel dari populasi yang tidak diketahui jumlahnya adalah sebagai berikut:<sup>12</sup>

---

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2006), 91.

<sup>10</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, 117.

<sup>11</sup> Andhita Dessy Wulansari, *Penelitian Pendidikan : Suatu Pendekatan Praktik Dengan Menggunakan SPSS* (Ponorogo : STAIN, Po Press, 2012), 118.

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung : Alfabeta, 2018), 143.

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n : sampel yang diperlukan

$z^2$  : harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p : peluang benar 50% = 0,5

q : peluang salah 50% = 0,5

e : tingkat kesalahan sampel (sampling error)

$$n = \frac{1,96^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{(3,148)(0,25)}{(0,01)}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Jadi, jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 orang.

### 3. Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik dalam pengambilan sampel. Dalam Suatu penelitian terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan.<sup>13</sup> Pada penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah *sampling incidental* merupakan penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu apabila peneliti bertemu dengan

---

<sup>13</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2017), 81.

orang yang dipandang cocok sebagai sumber data, maka orang tersebut yang dapat dijadikan sebagai sampel.<sup>14</sup>

## **F. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dalam penelitian kuantitatif untuk mengumpulkan data berbentuk angka. Dengan tujuan untuk memperoleh deskripsi statistik, hubungan dan penjelasan.<sup>15</sup> Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan bentuk kuesioner/angket. Kuesioner merupakan teknik dalam pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan secara tertulis untuk dijawab oleh responden.<sup>16</sup>

## **G. Instrumen Penelitian**

Pada prinsipnya dalam melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrument penelitian. Instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.<sup>17</sup>

---

<sup>14</sup>Ibid., 85.

<sup>15</sup>Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan* (Bandung : PT. Refika Aditama, 2014), 96.

<sup>16</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 142.

<sup>17</sup>Ibid., 102.

Dalam penelitian ini skala pengukuran menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>18</sup> Dengan skala *likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator variabel tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item – item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif maupun sangat negatif.<sup>19</sup> Untuk keperluan analisis, jawaban diberi skor yang ditunjukkan dalam tabel sebagai berikut.<sup>20</sup>

**Tabel 3.2**  
**Skala Likert**

<b>Pilihan Jawaban</b>	<b>Skor</b>
Sangat setuju	4
Setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Titik tolak dalam penyusunan instrumen adalah variabel – variabel penelitian yang ditetapkan untuk diteliti. Variabel – variabel tersebut diberikan definisi operasionalnya, dan selanjutnya ditentukan indikator yang akan diukur. Kemudian indikator tersebut

---

<sup>18</sup>Ibid., 93.

<sup>19</sup> Ibid.

<sup>20</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2010), 134.

dijabarkan menjadi butir – butir pertanyaan atau pernyataan.<sup>21</sup> Tabel instrument penelitian dapat disajikan sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Instrument Penelitian**

No	Variabel	Indikator	No item
1.	Fasilitas (X1)	1. Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan.	1,2
		2. Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan.	3,4
		3. Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan.	5,6
		4. Kelengkapan alat yang digunakan.	7,8
2.	Harga (X2)	1. Keterjangkauan harga	9,10
		2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	11,12
		3. Daya saing harga	13,14
		4. Kesesuaian harga dengan manfaat	15,16
		5. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan	17,18
3.	Pelayanan karyawan (X3)	1. Kesopanan	19,20
		2. Keramahan	21,22
		3. Kecepatan	23,24
		4. Ketepatan	25,26
4.	Kepuasan pengunjung	1. Kesesuaian harapan	27,28
		2. Minat menggunakan	29,30

---

<sup>21</sup>Sugiyono, *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2017), 103-104.

No	Variabel	Indikator	No item
	g (Y)	kembali 3. Ketersediaan merekomendasikan	31,32

## H. Validitas dan Realiabilitas Instrumen

### 1. Validitas

Validitas merupakan ukuran yang menunjukkan tingkatan kevalidan suatu instrument. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pernyataan-pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.<sup>22</sup> Dalam tes validitas dimana skala kesimpulan yang dibuat berdasarkan skor angka menjadi sesuai, bermakna, dan berguna. Validitas dinilai berdasarkan pada populasi, tujuan dan karakteristik lingkungan dimana pengukuran tersebut dilakukan. Sehingga hasilnya dapat valid dalam satu situasi dan invalid dalam situasi yang lain.<sup>23</sup>

Untuk menguji validitas instrumen penelitian digunakan korelasi product momen atau metode pearson, dengan rumus sebagai berikut.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> Danang Sunyoto, *Praktik SPSS Untuk Kasus* (Yogyakarta : Nuha Medika, 2011), 144.

<sup>23</sup> Saipul Hamdi dan E. Bahruddin, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*, 66.

<sup>24</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif Kualitatif R & D*, 36.

$$R_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

- $R_{xy}$  = koefisien korelasi antara x dan y  
 n = jumlah sampel atau subjek  
 $\sum xy$  = jumlah perkalian antara skor x dan skor y  
 Y = jumlah total skor x  
 X = jumlah skor y  
 $X^2$  = jumlah dari kuadrat x  
 $Y^2$  = jumlah kuadrat y

Suatu instrumen penelitian dikatakan valid apabila :<sup>25</sup>

- Koefisiem korelasi product moment melebihi 0,361
- Koefisien korelasi product moment  $> r$ -tabel ( $\alpha$  ;  $n - 2$ )  $n$  = jumlah sampel
- Nilai sig.  $< \alpha$ .

Untuk mempermudah perhitungan peneliti menggunakan bantuan program SPSS untuk menguji validitas instrumen dengan melihat nilai sig. harus  $< \alpha$  (0,05).

## 2. Reliabilitas

Uji reabilitas menunjukkan seberapa jauh hasil pengukuran dapat dipercaya. Reliabilitas berdasar pada konsistensi pengukuran hingga hasilnya sama berdasarkan bentuk yang berbeda dari instrument yang sama ataupun waktu pengumpulan data. Dalam

---

<sup>25</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Jakarta : Kencana, 2013), 38.

mengkonseptualkan reliabilitas dengan menentukan daerah pengukuran terbebas oleh kesalahan. Jika suatu instrument mempunyai tingkat kesalahan kecil maka suatu instrument tersebut reliabel, namun jika suatu instrument tersebut mempunyai tingkat kesalahan besar maka suatu instrument tersebut tidak reliable.<sup>26</sup> Uji reabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik pengukuran koefisien dari *Cronbach Alpha*. Kuesioner handal (reliabel) apabila memiliki kehandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih. Selain itu *Cronbach Alpha* yang semakin mendekati 1 menunjukkan semakin tinggi konsistensi internal reliabilitasnya.<sup>27</sup> Adapun rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{n}{n-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum St^2}{St^2} \right]$$

Keterangan :

$R_{11}$  = koefisien reliabilitas tes

$N$  = banyaknya butir item pertanyaan/pernyataan

1 = bilangan konstanta

$\sum St^2$  = jumlah varian butir skor dari tiap-tiap butir item

$St^2$  = variabel total

---

<sup>26</sup>Asep Saipul Hamdi dan E. Bahrudin, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*, 74.

<sup>27</sup> Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial Cet. Ke-4*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2000), 86.

## I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Teknik pengolahan dan analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis regresi. Sebelum data di analisis, terlebih dahulu dilakukan melalui uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a) Uji normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Tujuannya menguji apakah dalam sebuah model regresi variabel *independent* dan variabel *dependent* mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau yang mendekati normal. Kriteria pengambilan keputusan yaitu jika Signifikansi  $>0,05$  maka data berdistribusi normal dan jika Signifikansi  $<0,05$  maka data berdistribusi tidak normal.<sup>28</sup>

#### b) Uji autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam metode regresi linier ada korelasi antara kesalahan pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode sebelumnya ( $t-1$ ). Untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilakukan

---

<sup>28</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2006), 196.

melalui pengujian Durbin Watson (DW). Kriteria pengambilan keputusannya adalah:<sup>29</sup>

- (a) Jika  $0 < dL$ , berarti autokorelasi positif
- (b) Jika  $4 - dL < d < 4$ , berarti autokorelasi negatif
- (c) Jika  $dU < d < 4 - dU$ , berarti tidak ada autokorelasi positif atau negatif
- (d) Jika  $dL \leq d \leq dU$  atau  $4 - dU \leq d \leq 4 - dL$ , pengujian tidak meyakinkan.

### c) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah suatu penelitian dalam model regresi tersebut ditemukan adanya hubungan yang tinggi atau sempurna antar variabel *independen*.<sup>30</sup> Multikolinearitas timbul sebagai akibat adanya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan bahwa dua variabel penjelas atau lebih bersama-sama dipengaruhi oleh variabel ketiga yang berada diluar model.<sup>31</sup>

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dengan melihat nilai Tolerance dan VIF. Semakin kecil nilai Tolerance dan semakin besar nilai VIF maka semakin mendekati terjadinya multikolinearitas. Dalam kebanyakan penelitian jika nilai Tolerance lebih besar dari 0,1

---

<sup>29</sup>Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen. Teknik, Pendidikan dan Eksperimen* (Yogyakarta : Deepublish Publisher, 2020), 138.

<sup>30</sup> Dyah Nirmala Arum Janie, *Statistik Deskriptif dan Regresi Linier Berganda Dengan SPSS* (Semarang : University Press, 2012),19.

<sup>31</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, 39.

dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.

d) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk menguji apakah suatu penelitian dalam model regresi tersebut terjadi kesamaan variasi dari residual pengamatan satu ke pengamatan yang lain. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas dilakukan dengan metode uji glejser. Kriteria dalam penilaian uji glejser adalah sebagai berikut.<sup>32</sup>

- (a) Apabila koefisien parameter untuk variabel *independent* mempunyai nilai  $<0,05$  berarti terjadi heteroskedastisitas.
- (b) Apabila koefisien parameter untuk variabel *independent* mempunyai nilai  $>0,05$  berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

## 2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis linier sederhana merupakan analisis untuk mencari pengaruh antara satu variabel dependen X dengan variabel independen Y. Adapun persamaan model regresi linier sederhana sebagai berikut:<sup>33</sup>

$$Y = b_0 + bX + \epsilon$$

---

<sup>32</sup>Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen. Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, 209.

<sup>33</sup>Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian* (Yogyakarta : Pustaka Felichia, 2016), 122-123.

- Y = variabel terikat/dependen  
 X = variabel bebas/independen  
 $b_0$  = populasi (titik potong)  
 b = populasi (kemiringan garis lurus)  
 $\varepsilon$  = error

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel X pada variabel Y. Analisis linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh fasilitas (X1) dan harga (X2) dan pelayanan karyawan (X3) terhadap kepuasan pengunjung (Y) dengan persamaan:

$$Y = b_0 + b_1X_1 - b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :<sup>34</sup>

Y = Kepuasan pengunjung

X<sub>1</sub> = Fasilitas

X<sub>2</sub> = Harga

X<sub>3</sub> = Pelayanan Karyawan

$b_1b_3$  = Koefisien regresi

e = Standar error

### 4. Uji Hipotesis

Untuk menilai ketepatan suatu fungsi regresi dapat diukur melalui nilai statistik uji parsial t, uji F, dan nilai koefisien determinasi R<sup>2</sup>.

---

<sup>34</sup> Agus Widarjono, *Analisis Multivariat Terapan Edisi Kedua* (Yogyakarta : UPP STIM YKPN, 2015), 7.

a) Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen memiliki pengaruh pada variabel dependen dengan derajat keabsahan 5 %. Pengambilan kesimpulannya dengan melihat nilai sig. dibandingkan dengan nilai  $\alpha$  (5%) atau membandingkan  $t_{\text{hitung}}$  dengan  $t_{\text{tabel}}$  langkah-langkah sebagai berikut:<sup>35</sup>

1) Merumuskan hipotesis

$H_{01}$  = fasilitas secara parsial tidak berpengaruh pada kepuasan pengunjung.

$H_{a1}$  = fasilitas secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

$H_{02}$  = harga secara parsial tidak berpengaruh pada kepuasan pengunjung.

$H_{a2}$  = harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

$H_{03}$  = pelayanan karyawan secara parsial tidak berpengaruh pada kepuasan pengunjung.

$H_{a3}$  = pelayanan karyawan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

2) Kaidah pengujian

(a) Berdasarkan perbandingan antara  $t_{\text{hitung}}$  dan  $t_{\text{tabel}}$

---

<sup>35</sup>Tony Wijaya, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS* (Yogyakarta : Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2009), 121.

Jika :  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima

Jika :  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak

(b) Berdasarkan nilai probabilitas

Jika  $P$  (probabilitas)  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima

Jika  $P$  (probabilitas)  $\leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak

b) Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah secara bersama – sama koefisien variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Uji ini dilakukan untuk membandingkan pada tingkat nilai sig. dengan nilai  $\alpha$  (5%) pada tingkat derajat 5% atau membandingkan  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$ . Pengambilan kesimpulannya menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:<sup>36</sup>

1) Merumuskan hipotesis

$H_{04}$  = fasilitas, harga dan pelayanan karyawan secara simultan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

$H_{a4}$  = fasilitas, harga dan pelayanan karyawan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

---

<sup>36</sup> Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian*, 101.

## 2) Kaidah pengujian

(a) Berdasarkan perbandingan antara  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$

Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak

(b) Berdasarkan nilai probabilitas

Jika  $P$  (probabilitas)  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima

Jika  $P$  (probabilitas)  $\leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak

c) Uji koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel  $X_1$  (fasilitas),  $X_2$  (harga) dan  $X_3$  (pelayanan karyawan) terhadap variabel  $Y$  (kepuasan pengunjung). Adapun rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:<sup>37</sup>

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

$Kd$  : koefisien determinasi

$r^2$  : koefisien korelasi

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah :<sup>38</sup>

1) Jika  $Kd$  mendekati nol, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah lemah.

---

<sup>37</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2013), 247.

<sup>38</sup>Ibid., 249.

- 2) Jika  $K_d$  mendekati satu, berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.



## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Gambaran Umum Obyek Penelitian**

Awal mula sebelum dijadikan kolam renang pada tahun 1994 bapak Suryanto mendirikan usaha produksi krupuk bandung dan kolam lele. Krupuk bandung tersebut diproduksi sendiri oleh bapak Suryanto dan empat karyawannya. Dalam setiap bulan dapat memperoleh keuntungan Rp. 5.000.000,00 perbulan, sedangkan ternak lele yang terdiri dari empat kolam memperoleh keuntungan Rp. 2.000.000,00 setiap tiga bulan sekali. Dengan keuntungan tersebut yang dirasa kurang cukup dengan mempertimbangkan pengeluaran dan pemasukan yang tidak sesuai. Oleh karena itu Bapak Suryanto berinisiatif untuk mencari usaha lain yang keuntungannya dapat bertambah. Setelah mendapat masukan dari istrinya ibu Marutin yang terinspirasi dengan usaha kolam renang setelah ia berkunjung ke kolam renang Iwan Tirta. Kemudian ia termotivasi untuk mengubah usaha yang awalnya kolam lele menjadi kolam renang. Selain itu usaha kerupuk yang bermula memproduksi sendiri dari awal kini hanya melayani penggorengannya saja.<sup>1</sup>

Kolam renang oleh bapak Suryanto dan ibu Marutin didirikan pada tahun 2007 yang diberi nama Tirto Joyo. Kolam renang Tirto Joyo merupakan usaha yang bergerak dibidang objek wisata yang berada di jalan

---

<sup>1</sup>Marutin, *Wawancara*, November 2019.

Jawa Gg. V Rt 01 Rw 01 No. 17 Mangkujayan, Ponorogo. Kolam renang ini beroperasi mulai jam 05.00 pagi hingga sore hari jam 16.30. Pada awalnya kolam renang Tirto Joyo hanya mempunyai satu kolam kemudian di bagi menjadi dua bagian. Pada waktu itu banyak *komplain* dari para pengunjung yang datang, lalu menambah kolam lagi akan tetapi dengan lahan seadanya.<sup>2</sup>

Selain ada kolam renang juga terdapat tempat fitness GYM Tirto Joyo yang menyediakan beberapa fasilitas olahraga. Disana Juga terdapat kantin yang menyediakan beberapa menu makanan, dan terdapat mushola, kamar mandi, free wifi. Selain hal tersebut kolam renang Tirto Joyo menyediakan tempat bermain untuk anak-anak seperti water boom, ayunan dan lainnya.<sup>3</sup>

Dengan berjalannya waktu kolam renang Tirto Joyo membuka cabang yang dinamai Tirto Joyo II yang berada di jalan Samudra Rt.01 Rw.01, Sugihrejo, Kawedanan, Kabupaten Magetan, Jawa Timur yang mulai didirikan dan beroperasi pada tahun 2018.<sup>4</sup>

## **B. Hasil Analisis Validitas dan Reliabilitas**

### **1. Uji Validitas**

Sebelum dilakukan penelitian yang sesungguhnya, peneliti terlebih dahulu melakukan uji coba yang diberikan kepada 30 responden dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  (*corrected item total*

---

<sup>2</sup> Ibid.

<sup>3</sup> Ibid.

<sup>4</sup> Ibid.

*correlation*) dengan nilai  $r_{tabel}$ . Kriteria uji validitas adalah jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $r_{hitung} > 0,361$ ), maka item pernyataan dikatakan valid. Hasil uji validitas masing – masing indikator dijelaskan dalam Tabel 4.1, Tabel 4.2, Tabel 4.3, dan Tabel 4.4 sebagai berikut :

**Tabel 4.1**  
**Hasil uji validitas variabel Fasilitas**

Item pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keputusan
X1.1	0,718	0,361	Valid
X1.2	0,526	0,361	Valid
X1.3	0,407	0,361	Valid
X1.4	0,686	0,361	Valid
X1.5	0,459	0,361	Valid
X1.6	0,628	0,361	Valid
X1.7	0,761	0,361	Valid
X1.8	0,321	0,361	Tidak valid

Sumber : Data diolah SPSS, 2020.

Pada Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa 7 pernyataan (X1.1, X1.2, X1.3, X1.4, X1.5, X1.6, X1.7) pada variabel fasilitas (X1) memiliki nilai  $r_{hitung} > 0,361$  sehingga dikatakan sudah valid dan dapat digunakan sebagai kuesioner penelitian variabel fasilitas. Sedangkan pada 1 item pernyataan (X1.8) memiliki nilai  $r_{hitung} < 0,361$  sehingga dikatakan tidak valid dan tidak dapat digunakan sebagai kuesioner penelitian variabel fasilitas.

**Tabel 4.2**  
**Hasil uji validitas variabel Harga**

Item pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keputusan
X2.1	0,567	0,361	Valid
X2.2	0,678	0,361	Valid
X2.3	0,473	0,361	Valid
X2.4	0,491	0,361	Valid
X2.5	0,102	0,361	Tidak Valid
X2.6	0,408	0,361	Valid
X2.7	0,661	0,361	Valid
X2.8	0,083	0,361	Tidak valid
X2.9	0,577	0,361	Valid
X2.10	0,317	0,361	Tidak Valid

Sumber : Data diolah SPSS, 2020.

Pada Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa 7 pernyataan (X2.1, X2.2, X2.3, X2.4, X2.6, X2.7, X2.9) pada variabel harga (X2) memiliki nilai  $r_{hitung} > 0,361$  sehingga dikatakan sudah valid dan dapat digunakan sebagai kuesioner penelitian variabel harga. Sedangkan pada 3 item pernyataan (X2.5, X2.8, X2.10) memiliki nilai  $r_{hitung} < 0,361$  sehingga dikatakan tidak valid dan tidak dapat digunakan sebagai kuesioner penelitian variabel harga.

**Tabel 4.3**  
**Hasil uji validitas variabel pelayanan karyawan**

Item pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keputusan
X3.1	0,566	0,361	Valid
X3.2	0,623	0,361	Valid
X3.3	0,729	0,361	Valid
X3.4	0,832	0,361	Valid
X3.5	0,441	0,361	Valid
X3.6	0,641	0,361	Valid
X3.7	0,168	0,361	Tidak valid
X3.8	0,675	0,361	Valid

Sumber : data diolah SPSS, 2020.

Pada Tabel 4.3 diketahui bahwa 7 item pernyataan (X3.1, X3.2, X3.3, X3.4, X3.5, X3.6, X3.8) pada variabel pelayanan karyawan (X3) memiliki  $r_{hitung} > 0,361$  sehingga dikatakan sudah valid dan dapat digunakan sebagai kuesioner penelitian variabel pelayanan karyawan. Sedangkan 1 item pernyataan (X3.7) memiliki  $r_{hitung} < 0,361$  sehingga dikatakan tidak valid dan tidak dapat digunakan sebagai kuesioner penelitian variabel pelayanan karyawan.

P O N O R O G O

**Tabel 4.4**  
**Hasil uji validitas kepuasan pengunjung**

Item pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keputusan
Y1	0,251	0,361	Tidak valid
Y2	0,492	0,361	Valid
Y3	0,725	0,361	Valid
Y4	0,760	0,361	Valid
Y5	0,828	0,361	Valid
Y6	0,765	0,361	Valid

Sumber : data diolah SPSS, 2020.

Pada Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa 5 item (Y2, Y3, Y4, Y5, Y6) memiliki nilai  $r_{hitung} > 0,361$  sehingga dikatakan sudah valid dan dapat digunakan sebagai kuesioner penelitian variabel kepuasan pengunjung. sedangkan 1 item (Y1) memiliki nilai  $r_{hitung} < 0,361$  sehingga dikatakan tidak valid dan tidak dapat digunakan sebagai kuesioner penelitian variabel kepuasan pengunjung.

#### 1. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang dikatakan valid. Variabel yang dinyatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ . Adapun hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 4.5.

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Cross Of Value</i>	Keputusan
Fasilitas (X1)	0,721	0,60	Reliabel
Harga (X2)	0,684	0,60	Reliabel
Pelayanan Karyawan (X3)	0,782	0,60	Reliabel
Kepuasan Pengunjung (Y)	0,776	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah SPSS, 2020.

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel karena masing – masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60.

### C. Analisis Deskriptif Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung kolam renang Tirta Joyo yang berjumlah 96 orang yang akan diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia dan pekerjaan.

#### 1. Deskripsi Responden Berdasarkan jenis kelamin

**Tabel 4.6**  
**Jenis Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulative percent
Valid	Laki-laki	36	37.5	37.5	37.5
	Perempuan	60	62.5	62.5	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah SPSS, 2020.

Berdasarkan Tabel 4.6 diketahui bahwa jenis kelamin pada penelitian ini adalah perempuan yaitu sebesar 62,5%, dan laki-laki sebesar 37,5%.

## 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia Pengunjung

**Tabel 4.7**

### **Usia Pengunjung**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Usia 10-20	30	31.3	31.3	31.3
	Usia 20-30	30	31.3	31.3	62.5
	Usia 30-40	21	21.9	21.9	84.4
	Usia 40-50	15	15.6	15.6	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah SPSS, 2020.

Berdasarkan Tabel 4.7 diketahui bahwa range usia pengunjung 10-20 tahun sebesar 31.3%, usia 20-30 tahun sebesar 31.3%, usia pengunjung 30-40 menempati peringkat kedua sebesar 21.9%, sedangkan usia 40-50 menempati peringkat terakhir sebesar 15.6%

### 3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan Pengunjung

**Tabel 4.8**  
**Pekerjaan Pengunjung**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa	36	37.5	37.5	37.5
	Pelajar	24	25.0	25.0	62.5
	Pengusaha	10	10.4	10.4	72.9
	Pns	6	6.3	6.3	79.2
	Wiraswasta	20	20.8	20.8	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah SPSS, 2020.

Berdasarkan Tabel 4.8 diketahui bahwa pekerjaan responden pada penelitian ini adalah mahasiswa pada peringkat pertama sebesar 37,5%, pelajar menempati peringkat kedua sebesar 25%, wiraswasta menempati peringkat ketiga sebesar 20,8%, pengusaha menempati peringkat keempat sebesar 10,4%, sedangkan pns menempati peringkat terakhir sebesar 6,3%.

#### D. Pengujian Hipotesis

##### 1. Uji Asumsi Klasik

###### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang diperoleh pada penelitian normal atau tidak. Uji normalitas data dapat diperoleh melalui uji residual. Dalam pengambilan keputusan untuk menentukan suatu

data berdistribusi normal atau tidak adalah dengan nilai signifikansinya. Jika  $sig > 0,05$  maka residual berdistribusi normal, sebaliknya jika  $sig < 0,05$  maka residual berdistribusi tidak normal.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Normalitas**

		Unstandardized residual
N		96
Normal parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. deviation	2.26060879
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positif	.052
	negative	-.084
Kolmogorov-smirnov Z		.823
Asymp. Sig. (2-tailed)		.507

Sumber :Data diolah SPSS, 2020.

Berdasarkan Tabel 4.9 diketahui bahwa nilai  $sig$  pada pengujian normalitas dengan metode *Kolmogorov-Smirnov* adalah  $0,507 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal.

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan dalam suatu model penelitian untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar residual observasi  $t$  dengan residual observasi  $t-1$ . Hasil pengujian menggunakan Durbin Watson dari model regresi dapat dilihat pada Tabel 4.10 sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

Nilai Durbin Watson	Tabel Durbin Watson		Keterangan
	Du	4 – dU	
1, 895	1,736	2,264	tidak ada autokorelasi

Sumber :Data diolah SPSS, 2020.

Berdasarkan Tabel 4.10 diketahui bahwa nilai Durbin Watson yang diperoleh dari hasil regresi sebesar  $dU < dw < 4 - dU$  atau  $1,736 < 1,895 < 2,264$  sehingga dapat diartikan bahwa tidak terdapat autokorelasi pada model regresi dan asumsi non autokorelasi telah terpenuhi.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah suatu penelitian dalam model regresi ditemukan adanya hubungan antar variabel bebas. Untuk mengetahui adanya multikolinieritas pada suatu penelitian digunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai VIF  $< 10$  maka persamaan regresi linier berganda tidak terjadi kasus multikolinieritas. Hasil pengujian multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 4.11 berikut :

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel bebas	<i>VIF</i>	Keterangan
$X_1$	1,435	Tidak terjadi multikolinieritas
$X_2$	1,505	Tiadk terjadi multikolinieritas
$X_3$	1,293	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Data diolah SPSS, 2020.

Berdasarkan Tabel 4.11 diketahui bahwa nilai *VIF* pada ketiga variabel bebas (independen) kurang dari 10 sehingga dapat diartikan bahwa model regresi berganda bebas dari multikolinieritas, dengan demikian asumsi non multikolinieritas terpenuhi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Dalam pengujian ini untuk menguji variabel  $X$  sebagai variabel independen dengan nilai *absolute unstandardized* residual regresi sebagai variabel dependen. Apabila hasil *sig* < 0,05 berarti terjadi heteroskedastisitas, sebaliknya apabila *sig* > 0,05 berarti tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji *glejser* dapat dilihat pada Tabel 4.12

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Sig	A	Keterangan
X <sub>1</sub>	0,171	0,05	Tidak ada pengaruh
X <sub>2</sub>	0,199	0,05	Tidak ada pengaruh
X <sub>3</sub>	0,227	0,05	Tidak ada pengaruh

Sumber : Data diolah SPSS, 2020.

Dari Tabel 4.12 diketahui bahwa nilai signifikansi dari semua variabel lebih besar dari 0,05 (alpha 5 %), yang berarti tidak ada pengaruh terhadap X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub> dan X<sub>3</sub> terhadap harga mutlak residual sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga asumsi non heteroskedastisitas terpenuhi.

## 2. Analisis Regresi Linier Sederhana

### a. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung

#### 1) Model Regresi

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Pengaruh X<sub>1</sub> Terhadap Y**

Model	Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficient	t	sig
	B	SE			
(Constant)	4.883	2.281		2.141	.035
FASILITAS	.457	.111	.390	4.109	.000

Sumber : Data diolah SPSS, 2020.

Berdasarkan Tabel 4.13 diketahui bahwa model regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = 4,883 + 0,457 X_1 + \varepsilon$$

Keterangan:

a) Konstanta ( $b_0$ )

Nilai konstanta ( $b_0$ ) sebesar 4,883 menunjukkan bahwa apabila variabel independen  $X_1$  (Fasilitas) bernilai nol maka kepuasan pengunjung sebesar 4,883 satuan.

b) Koefisien ( $b_1$ ) variabel fasilitas

Besarnya nilai koefisien regresi ( $b_1$ ) sebesar 0,457. Nilai  $b_1$  yang positif menunjukkan adanya hubungan antara variabel fasilitas ( $X_1$ ) dengan variabel kepuasan pengunjung ( $Y$ ) yang searah. Jika fasilitas yang disediakan lengkap dan nyaman maka kepuasan pengunjung akan meningkat. Nilai koefisien regresi  $b_1$  sebesar 0,457 dapat diartikan bahwa jika fasilitas dinaikkan satu satuan maka kepuasan pengunjung naik sebesar 0,457 satuan.

2) Uji t

Berdasarkan Tabel 4.13 diketahui bahwa hasil uji-t dari variabel fasilitas ( $X_1$ ) terhadap variabel kepuasan pengunjung ( $Y$ ) mempunyai nilai *sig* sebesar  $0,000 < 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ) sehingga  $H_{01}$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa ada

pengaruh yang signifikan antara variabel fasilitas ( $X_1$ ) terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y).

### 3) Koefisien Determinasi

**Tabel 4.14**  
**Model Summary Variabel  $X_1$**

Model	R	R Square	Adjust R Square	Std. Error of the Estimate
1	.390 <sup>a</sup>	.152	.143	2.438

Sumber : data diolah SPSS,2020.

Berdasarkan Tabel 4.14 diketahui bahwa besarnya nilai R dalam regresi linier sederhana sebesar 0,390 yang berarti hubungan antara variabel fasilitas dengan kepuasan pengunjung kurang.Sedangkan besarnya koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai R square yaitu sebesar 0,152 atau 15,2% yang berarti bahwa variabel fasilitas mampu menjelaskan atau memiliki kontribusi terhadap variabel kepuasan pengunjung sebesar 15,2% sedangkan 84,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak masuk dalam model.

PONOROGO

b. Pengaruh Harga ( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)

1) Model Regresi

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Pengaruh  $X_2$  Terhadap Y**

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	T	Sig
	B	SE	Beta		
(Constant)	20.318	1.329		5.292	.000
HARGA	-.427	.091	-.435	-4.685	.000

Sumber : Data diolah SPSS, 2020.

Berdasarkan Tabel 4.15 diketahui bahwa model persamaan sebagai berikut :

$$Y = 20,318 - 0,427 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

a) Konstanta ( $b_0$ )

Nilai konstanta  $b_0$  sebesar 20,318 menunjukkan bahwa apabila variabel independen  $X_2$  (Harga) bernilai nol maka kepuasan pengunjung sebesar 20,318 satuan.

b) Koefisien ( $b_1$ ) variabel harga

Besarnya nilai koefisien regresi ( $b_1$ ) sebesar -0,427. Nilai  $b_1$  yang negatif menunjukkan adanya hubungan yang tidak searah antara variabel harga ( $X_2$ ) dengan variabel kepuasan pengunjung (Y). Jika harga sesuai atau tidak tinggi maka kepuasan pengunjung akan meningkat. Nilai koefisien regresi  $b_1$  sebesar -0,427 dapat diartikan

bahwa jika harga dinaikkan satu satuan, maka kepuasan pengunjung akan mengalami penurunan sebesar 0,427 satuan dengan asumsi variabel independen tetap.

## 2) Uji t

Berdasarkan Tabel 4.15 diketahui hasil uji-t dari variabel harga ( $X_2$ ) terhadap variabel kepuasan pengunjung ( $Y$ ) adalah  $sig = 0,000 < 0,05 (\alpha = 5\%)$  sehingga  $H_{02}$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel harga ( $X_2$ ) dengan variabel kepuasan pengunjung ( $Y$ ).

## 3) Koefisien Determinasi

**Tabel 4.16**  
**Model Summary Variabel  $X_2$**

Model	R	R Square	Adjust R Square	Std. Error of the Estimate
1	.435 <sup>a</sup>	.189	.181	2.384

Sumber : Data diolah SPSS, 2020.

Berdasarkan Tabel 4.16 diketahui bahwa besarnya nilai R dalam regresi linier sederhana sebesar 0,435 yang berarti hubungan antara variabel harga dengan kepuasan pengunjung cukup. Sedangkan besarnya koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai R square yaitu sebesar 0,189 atau 18,9% yang berarti bahwa variabel harga mampu menjelaskan atau memberi kontribusi terhadap variabel kepuasan

pengunjung sebesar 18,9% sedangkan 81,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak masuk dalam model.

c. Pengaruh Pelayanan Karyawan ( $X_3$ ) Terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)

1) Model Regresi

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Pengaruh  $X_3$  Terhadap Y**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	SE	Beta		
(Constant)	4.961	2.219		2.235	.028
PELAYANAN KRYAWAN	.447	.107	.397	4.188	.000

Sumber : Data diolah SPSS, 2020.

Berdasarkan Tabel 4.17 diketahui bahwa model persamaan sebagai berikut :

$$Y = 4,961 + 0,447 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan :

a) Konstanta ( $b_0$ )

Nilai konstanta  $b_0$  sebesar 4,961 menunjukkan bahwa apabila variabel independen  $X_3$  bernilai nol maka kepuasan pengunjung sebesar 4,961 satuan.

b) Koefisien ( $b_1$ ) variabel pelayanan karyawan

Besarnya nilai koefisien regresi ( $b_1$ ) sebesar 0,447. Nilai  $b_1$  yang positif menunjukkan adanya hubungan antara variabel pelayanan karyawan ( $X_3$ ) dengan

kepuasan pengunjung (Y) yang searah. Jika pelayanan karyawan baik maka kepuasan pengunjung akan meningkat. Nilai koefisien regresi  $b_1$  sebesar 0,447 maka dapat diartikan bahwa jika pelayanan karyawan dinaikkan satu satuan maka kepuasan pengunjung naik sebesar 0,447 satuan.

## 2) Uji t

Berdasarkan Tabel 4.17 diketahui bahwa nilai *sig* dari uji-t variabel pelayanan karyawan ( $X_3$ ) terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y) sebesar  $0,000 < 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ) sehingga  $H_{03}$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel pelayanan karyawan ( $X_3$ ) dengan variabel kepuasan pengunjung (Y).

## 3) Koefisien Determinasi

**Tabel 4.18**  
**Model Summary Variabel  $X_3$**

Model	R	R Square	Adjust R Square	Std. Error of the Estimate
1	.397 <sup>a</sup>	.157	.148	2.431

Sumber : Data diolah SPSS, 2020.

Berdasarkan Tabel 4.18 diketahui bahwa besarnya nilai R dalam regresi linier sederhana sebesar 0,397 yang berarti hubungan antara variabel pelayanan karyawan dengan kepuasan pengunjung sebesar 0,397. Sedangkan besarnya koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai R

square yaitu sebesar 0,157 atau 15,7% yang berarti bahwa variabel pelayanan karyawan mampu menjelaskan variabel kepuasan pengunjung sebesar 15,7% sedangkan 84,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

#### a. Model Regresi

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  terhadap variabel  $Y$ . Hasil uji koefisien model regresi linier berganda dapat dilihat pada Tabel 4.19 sebagai berikut:

**Tabel 4.19**  
**Hasil Estimasi Koefisien Regresi**

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	T	Sig
	B	SE	Beta		
(Constant)	8.335	4.191		1.994	.049
FASILITAS	.206	.125	.176	1.641	.104
HARGA	-.243	.108	-.247	-2.255	.027
PELAYANAN KARYAWAN	.248	.115	.220	2.163	.033

Sumber : Data diolah SPSS, 2020

Berdasarkan Tabel 4.19 dapat diketahui bahwa model persamaan sebagai berikut :

$$Y = 8,355 + 0,206 X_1 - 0,243 X_2 + 0,248 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan :

1) Konstanta ( $b_0$ )

Nilai konstanta  $b_0$  sebesar 8,355 menunjukkan bahwa variabel independen  $X_1$ ,  $X_2$ ,

dan  $X_3$  bernilai nol atau tidak ada maka kepuasan pengunjung sebesar 8,355.

2) Koefisien  $b_1$  variabel  $X_1$  (fasilitas)

Besarnya nilai koefisien regresi ( $b_1$ ) sebesar 0,206. Nilai  $b_1$  yang positif menunjukkan adanya hubungan antara variabel fasilitas ( $X_1$ ) dengan kepuasan pengunjung ( $Y$ ) yang searah. Jika fasilitas yang disediakan lengkap dan nyaman maka kepuasan pengunjung akan meningkat. Nilai koefisien regresi  $b_1$  sebesar 0,206 maka dapat diartikan bahwa jika fasilitas dinaikkan satu satuan maka kepuasan pengunjung naik sebesar 0,206 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

3) Koefisien  $b_2$  variabel  $X_2$  (harga)

Besarnya nilai koefisien regresi ( $b_2$ ) sebesar -0,243. Nilai  $b_2$  yang negatif menunjukkan adanya hubungan antara variabel harga ( $X_2$ ) dengan kepuasan pengunjung ( $Y$ ) yang tidak searah atau berbanding terbalik. Jika harga tidak tinggi atau sesuai maka kepuasan pengunjung akan meningkat. Nilai koefisien regresi  $b_2$  sebesar -0,243 maka dapat diartikan bahwa jika harga dinaikkan satu satuan maka kepuasan pengunjung akan mengalami penurunan sebesar 0,243 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

4) Koefisien  $b_3$  variabel  $X_3$  (pelayanan karyawan)

Besarnya nilai koefisien regresi  $b_3$  sebesar 0,248. Nilai  $b_3$  yang positif menunjukkan adanya

hubungan antara variabel pelayanan karyawan ( $X_3$ ) dengan kepuasan pengunjung ( $Y$ ) yang searah. Jika pelayanan karyawan baik maka kepuasan pengunjung akan meningkat. Nilai koefisien regresi  $b_3$  sebesar 0,248 maka dapat diartikan bahwa jika pelayanan karyawan dinaikkan satu satuan maka kepuasan pengunjung naik sebesar 0,248 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikansi dari variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan langkah membandingkan antara nilai dari  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  pada taraf signifikansi 0,05 (5%). Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak. Hasil uji kesesuaian model atau uji F dapat dilihat pada Tabel 4.20 sebagai berikut:

**Tabel 4.20**  
**ANOVA**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	173.756	3	57.919	10.976	.000 <sup>b</sup>
	Residual	485.483	92	5.277		
	Total	659.240	95			

Sumber : Data diolah SPSS, 2020.

Berdasarkan hasil uji pada Tabel 4.20 diketahui bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  (0,05; 92) atau

10,976 > 2,70 sehingga  $H_{04}$  ditolak dan  $H_{a4}$  diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa fasilitas ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), dan pelayanan karyawan ( $X_3$ ) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengunjung ( $Y$ ).

c. Uji t

Uji t ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen fasilitas ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), dan pelayanan karyawan ( $X_3$ ) terhadap variabel dependen kepuasan pengunjung ( $Y$ ) secara parsial. Jika  $|t_{hitung}| > t_{tabel}$  atau  $sig < \alpha$ , maka  $H_0$  ditolak yang artinya variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 4.21

**Tabel 4.21**  
**Coefficient**

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
		B	SE	Beta		
1	(Constant)	8.355	4.191		1.994	.049
	FASILITAS	.206	.125	.176	1.641	.104
	HARGA	-.243	.108	-.247	-2.255	.027
	PELAYANAN KARYAWAN	.248	.115	.220	2.163	.033

Sumber : Data diolah SPSS, 2020.

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada Tabel 4.21 dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Variabel fasilitas ( $X_1$ ) terhadap kepuasan pengunjung ( $Y$ ) menghasilkan nilai

signifikansi uji t sebesar  $0,104 > 0,05$  ( $\alpha=5\%$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh parsial yang signifikan antara variabel fasilitas ( $X_1$ ) dengan kepuasan pengunjung (Y).

2) Variabel harga ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pengunjung (Y) menghasilkan nilai sigifikansi uji t sebesar  $0,027 < 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh parsial yang signifikan antara variabel ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pengunjung (Y).

3) Variabel pelayanan karyawan ( $X_3$ ) terhadap kepuasan pengunjung (Y) menghasilkan nilai sigifikansi uji t sebesar  $0,033 < 0,05$  ( $\alpha= 5\%$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh parsial yang signifikan antara variabel pelayanan karyawan ( $X_3$ ) terhadap kepuasan pengunjung (Y).

#### d. Koefisien Determinasi

Dalam pengujian koefisien determinasi ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel fasilitas ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), dan pelayanan karyawan ( $X_3$ ) terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y) dengan menghitung nilai *R square* (koefisien determinasi). Hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 4.22 sebagai berikut:

**Tabel 4.22**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjust R Square	Std. Error of the Estimate
1	.513 <sup>a</sup>	.264	.240	2.297

Sumber : Data diolah SPSS, 2020.

Berdasarkan hasil pengujian Tabel 4.22 diketahui bahwa besarnya nilai R dalam nilai regresi berganda sebesar 0,513 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara fasilitas, harga dan pelayanan karyawan terhadap kepuasan pengunjung sebesar 0,513. Sedangkan besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan dalam tabel R *square* sebesar 0,264 yang menunjukkan bahwa kontribusi semua variabel independen yaitu fasilitas, harga dan pelayanan karyawan mampu menjelaskan variabel dependen yaitu kepuasan pengunjung sebesar 26,4% sedangkan 73,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model.

## **E. Pembahasan**

### **1. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengunjung**

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang telah disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai dan dinikmati oleh konsumen dalam mencapai tingkat kepuasan. Seperti yang diungkapkan Kotler dan dikutip oleh Indra, fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik disediakan oleh para penjual jasa untuk mendukung kenyamanan

konsumen.<sup>5</sup> Menurut Raharjani apabila suatu perusahaan jasa mempunyai fasilitas yang memadai sehingga dapat memudahkan konsumen dalam menggunakan jasanya dan membuat nyaman konsumen dalam menggunakan jasanya tersebut maka akan dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian jasa. Selain itu perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian sehingga dapat mengakibatkan kepuasan bagi konsumen.<sup>6</sup>

Hasil pengujian dalam uji t diketahui bahwa pengaruh fasilitas ( $X_1$ ) terhadap kepuasan pengunjung (Y) menghasilkan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ), sehingga  $H_{01}$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa fasilitas ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung (Y) secara signifikan. Hasil pengujian regresi sederhana mempunyai nilai koefisien yang positif sebesar 0,457 yang artinya bahwa jika fasilitas dinaikkan satu satuan maka kepuasan pengunjung naik sebesar 0,457 satuan.

Pada koefisien determinasi menunjukkan bahwa terdapat nilai positif yaitu sebesar 0,390 yang berarti hubungan antara fasilitas terhadap kepuasan

---

<sup>5</sup> Indra Lutfi Sofyan, Ari Pradanawai dan Hari Susanta Nugraha, "Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas, Melalui Kepuasan Konsumen Melalui Variabel Intervening pada Star Clean Car Wash Semarang" *Journal Of Social Of Politic*, (2013).

<sup>6</sup> Christea Frisdiantara, Andi Nu Graha, "Pengaruh Dimensi Pelayanan dan Dimensi Fasilitas Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Universitas Kanjuruhan Malang", *jurnal Modernisasi*, 2 (Juni 2013).

pengunjung di kolam renang Tirto Joyo sebesar 0,390 dan nilai *R square* sebesar 0,152 atau 15,2% yang artinya bahwa variabel fasilitas mampu menjelaskan sebesar 15,2% sedangkan 84,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak masuk dalam model.

Sebagai pengelola perlu meningkatkan fasilitas yang dimiliki agar pengunjung semakin puas dan kembali untuk berkunjung. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Fima Rosida yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.<sup>7</sup> Serta penelitian Silzia Juniva yang menyatakan bahwa sarana berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.<sup>8</sup>

## 2. Pengaruh harga terhadap kepuasan pengunjung

Harga dengan kepuasan konsumen merupakan sebuah hubungan antara uang yang mereka keluarkan (*costs*) untuk mendapatkan produk atau jasa dengan manfaat yang mereka peroleh (*benefits*).<sup>9</sup> Sebagaimana yang diungkapkan Zeithaml yang dikutip oleh Daryanto dan Ismanto Setyo Budi, kepuasan konsumen dipengaruhi oleh persepsi atas harga. Kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh

---

<sup>7</sup> Fima Rosida, "Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Kunjungan Wisata di Pantai Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat" *Skripsi* (Medan : Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, 2018).

<sup>8</sup> Silzia Juniva, "Pengaruh Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung di Objek Wisata Ngalau Indah Kota Payakumbuh" *Skripsi* (Padang : Universitas Negeri Padang, 2017).

<sup>9</sup>Gusti Bagus Rai Utama, *Pengantar Industri Pariwisata Tantangan & Peluang Bisnis Kreatif*, 138.

kualitas produk atau barang-barang yang diberikan pada pelanggan dalam proses penyerahan jasa.<sup>10</sup>

Sedangkan menurut Harman Palau dalam teori ekonomi, harga (*price*), nilai (*value*), dan manfaat (*utility*) merupakan konsep yang saling berkaitan. Manfaat (*utility*) adalah atribut sebuah item/barang yang mempunyai kemampuan untuk memuaskan keinginan. Nilai adalah ukuran kuantitatif bobot sebuah produk yang dapat dipertukarkan dengan produk lain. Harga adalah nilai yang disebutkan dalam bentuk mata uang seperti rupiah, dinar atau dolar atau medium moneter lainnya sebagai nilai tukar.<sup>11</sup>

Hasil pengujian dalam uji t bahwa pengaruh harga ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pengunjung (Y) menghasilkan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ), sehingga  $H_{02}$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa harga ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung (Y) secara signifikan. Hasil pengujian regresi sederhana mempunyai nilai koefisien negatif sebesar  $-0,427$  yang artinya jika harga dinaikkan satu satuan, maka kepuasan pengunjung akan mengalami penurunan sebesar  $0,427$  satuan dengan asumsi variabel independen tetap.

Pada koefisien determinasi menunjukkan bahwa terdapat nilai positif yaitu sebesar  $0,435$  yang berarti

---

<sup>10</sup> Daryanto, Ismato Setyo Budi, *Konsumen dan Pelayanan Prima* (Yogyakarta : Gava Media, 2014),90.

<sup>11</sup> Harman Malau, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global* (Bandung : Alfabeta, 2017), 125.

hubungan antara harga terhadap kepuasan pengunjung di kolam renang Tirto Joyo sebesar 0,435 dan nilai R square sebesar 0,189 atau 18,9% yang artinya bahwa variabel harga mampu menjelaskan sebesar 18,9% sedangkan 81,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak masuk dalam model.

Sebagai pengelola perlu mempertimbangkan harga yang sesuai agar pengunjung semakin puas dan kembali untuk berkunjung. Harga yang dipatok terlalu tinggi tanpa disertakan dengan pembenahan pada fasilitas dan kelengkapan lainnya justru akan menurunkan kepuasan pengunjung yang pada akhirnya akan merugikan pengelola kolam renang. Oleh karena itu penentuan harga harus sangat diperhatikan dan tidak begitu saja menaikkan harga yang telah ditetapkan. Hal ini sesuai penelitian yang dilakukan oleh Fima Rosida yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.<sup>12</sup> Serta penelitian Rina Sukmawati<sup>13</sup> dan Desi Kurnia Rahmawati<sup>14</sup> bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan berkunjung.

---

<sup>12</sup> Fima Rosida, "Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap kunjungan Wisata di Pantai Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat" *Skripsi* (Medan : Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, 2018).

<sup>13</sup> Rina Sukmawati, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Garden Café* Koperasi mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta" (Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta : 2017).

<sup>14</sup> Desi kurnia Rahmawati, "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Alam

### 3. Pengaruh pelayanan karyawan terhadap kepuasan pengunjung

Menurut Kotler yang dikutip oleh Khomsahrial pengukuran kepuasan konsumen merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien, dan lebih efektif.<sup>15</sup> Apabila konsumen merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang telah disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efisien dan tidak efektif.<sup>16</sup> Pelayanan yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen kemungkinan besar konsumen tidak akan kembali lagi. Jika sebaliknya suatu pelayanan sesuai dengan keinginan konsumen maka akan banyak konsumen yang datang, sehingga banyak konsumen yang loyal terhadap jasa tersebut dan kepuasan akan terbentuk.

Hasil pengujian dalam uji t bahwa pengaruh pelayanan karyawan ( $X_3$ ) terhadap kepuasan pengunjung ( $Y$ ) menghasilkan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ), sehingga  $H_{03}$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung ( $Y$ ) secara signifikan. Hasil pengujian regresi sederhana mempunyai nilai koefisien yang positif sebesar 0,447 yang artinya jika pelayanan karyawan dinaikkan satu

---

Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah” *Skripsi* (Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta, 2017).

<sup>15</sup>Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa* (Jakarta : Ikapi, 2016), 49.

<sup>16</sup>Ibid.

satuan maka kepuasan pengunjung naik sebesar sebesar 0,447.

Pada koefisien determinasi menunjukkan bahwa terdapat nilai positif yaitu sebesar 0,397 yang berarti hubungan antara pelayanan karyawan terhadap kepuasan pengunjung di kolam renang Tirto Joyo sebesar 39,7 dan nilai *R square* sebesar 0,157 atau 15,7% yang artinya bahwa variabel pelayanan karyawan mampu menjelaskan sebesar 15,7% sedangkan 84,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak masuk dalam model.

Sebagai pengelola perlu meningkatkan pelayanan menjadi yang lebih baik agar pengunjung semakin puas dan kembali untuk berkunjung. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Astri Diah Tari<sup>17</sup> dan Desi Kurnia Rahmawati<sup>18</sup> yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Serta penelitian Rina Sukmawati pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup> Astri Diah Tari, “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Pada Pengunjung Taman Wisata Bukit Sakura) *Skripsi* (Bandar Lampung : Universitas Lampung, 2019).

<sup>18</sup> Desi kurnia Rahmawati, “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah” *Skripsi* (Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta, 2017).

<sup>19</sup> Rina Sukmawati, “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Garden Café* Koperasi

#### 4. Pengaruh fasilitas, harga dan pelayanan karyawan terhadap kepuasan pengunjung

Fasilitas, harga, dan pelayanan karyawan merupakan satu elemen penting dalam memberikan kepuasan bagi konsumen. Menurut Kotler dan Keller nilai mencerminkan sejumlah manfaat, baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud, dan biaya yang dipersepsikan oleh pelanggan. Nilai adalah kombinasi kualitas, pelayanan, dan harga yang disebut pula tiga elemen pelanggan. Nilai meningkat seiring dengan meningkatnya kualitas dan pelayanan, dan sebaiknya menurun seiring dengan menurunnya harga, walaupun faktor-faktor lain dapat memainkan peran penting dalam persepsi akan nilai.<sup>20</sup> Seperti yang diungkapkan oleh Tjiptono dan Gregorius Candra kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu produk, harga, promosi, lokasi, pelayanan karyawan, fasilitas dan suasana.<sup>21</sup>

Fasilitas, harga dan pelayanan karyawan secara bersama – sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di kolam renang Tito Joyo. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji F diperoleh  $F_{hitung} = F_{hitung} > F_{tabel} (0,05; 03; 92)$  atau  $(10,976 > 2,70)$  sehingga  $H_{04}$  ditolak dan  $H_{a4}$  diterima sehingga model

---

mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta” (Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta : 2017).

<sup>20</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta : Erlangga, edisi 13), 14.

<sup>21</sup> Donni Juni Priansa, 209-210.

regresi yang dihasilkan sesuai. Jadi, dapat disimpulkan bahwa uji F diterima, yang berarti terdapat pengaruh variabel fasilitas, harga dan pelayanan karyawan terhadap kepuasan pengunjung. Berdasarkan uji t variabel  $X_1$  dan Y menghasilkan nilai signifikansi sebesar  $0,104 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan  $X_1$  tidak berpengaruh terhadap variabel Y. Hasil pengujian  $X_2$  dan Y menghasilkan nilai signifikansi sebesar  $0,027 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan  $X_2$  mempunyai pengaruh positif terhadap variabel Y. sedangkan hasil pengujian  $X_3$  dan Y menghasilkan nilai signifikansi sebesar  $0,033 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan  $X_3$  mempunyai pengaruh positif terhadap variabel Y. Pada koefisien determinasi menunjukkan bahwa terdapat nilai yang positif sebesar 0,513 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara fasilitas, harga dan pelayanan karyawan terhadap kepuasan pengunjung sebesar 0,513 dan nilai *R square* sebesar 0,264 yang menunjukkan bahwa kontribusi semua variabel independen fasilitas, harga dan pelayanan karyawan mampu menjelaskan variabel dependen kepuasan pengunjung sebesar 26,4% sedangkan 73,6% dipengaruhi oleh variabel lain.

Sebagai pengelola perlu memperhatikan dan memperbaiki fasilitas, harga dan pelayanan yang dimiliki agar pengunjung semakin puas dan kembali untuk berkunjung. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Astri Diah Tari bahwa kualitas pelayanan, promosi dan harga berpengaruh secara

signifikan terhadap kepuasan pengunjung.<sup>22</sup> Serta penelitian Rina Sukmawati bahwa kualitas produk, harga dan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.<sup>23</sup>



---

<sup>22</sup> Astri Diah Tari, “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Pada Pengunjung Taman Wisata Bukit Sakura) *Skripsi* (Bandar Lampung : Universitas Lampung, 2019).

<sup>23</sup> Rina Sukmawati, “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Garden Café* Koperasi mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta” (Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta : 2017).

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel fasilitas secara signifikan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pengunjung di kolam renang Tirto Joyo. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai *R square* sebesar 0,152 atau 15,2% yang berarti bahwa variabel fasilitas mampu menjelaskan atau memiliki kontribusi terhadap variabel kepuasan pengunjung sebesar 15,2% sedangkan 84,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak masuk dalam model. .
2. Variabel harga secara signifikan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pengunjung di kolam renang Tirto Joyo. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai *R square* sebesar 0,189 atau 18,9% yang berarti bahwa variabel harga mampu menjelaskan atau memberi kontribusi terhadap kepuasan pengunjung sebesar 18,9% sedangkan 81,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak masuk dalam model.
3. Variabel pelayanan karyawan secara signifikan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pengunjung di kolam renang Tirto Joyo. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai *R square* sebesar 0,157 atau 15,7% yang berarti bahwa variabel pelayanan karyawan mampu

menjelaskan variabel kepuasan pengunjung sebesar 15,7% sedangkan 84,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak masuk dalam model.

4. Variabel fasilitas, harga dan pelayanan karyawan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung dikolam renang Tirto Joyo. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $10,976 > 2,70$ ) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Besarnya variabel independen yaitu fasilitas, harga dan pelayanan karyawan terhadap variabel dependen kepuasan pengunjung adalah 26,4% sedangkan 73,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak masuk dalam model.

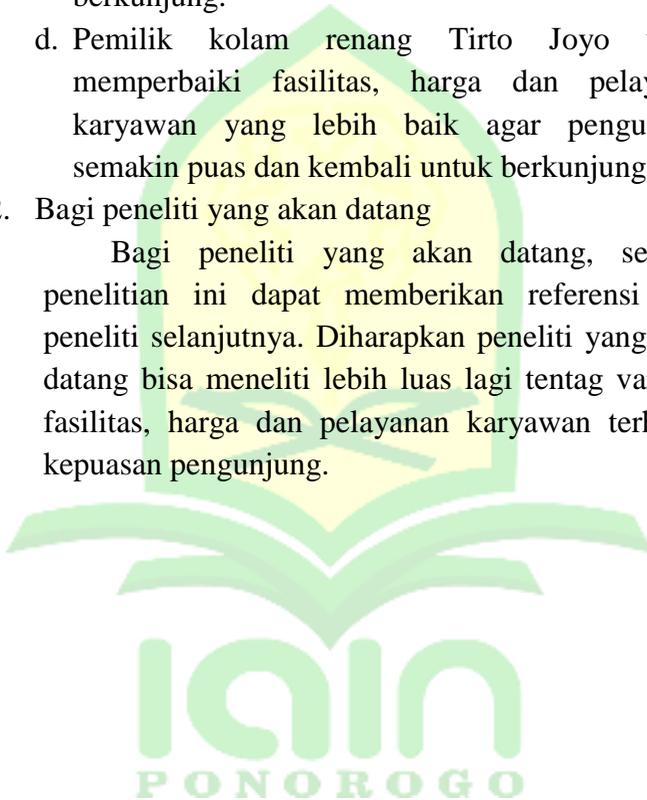
## **B. Saran**

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran terhadap berbagai pihak terkait:

1. Bagi pemilik kolam renang Tirto Joyo
  - a. Pemilik kolam renang Tirto Joyo untuk memperbaiki dan meningkatkan fasilitas yang dimiliki dengan memberikan kenyamanan terhadap pengunjung, sehingga dengan adanya fasilitas yang kuat akan mempengaruhi kepuasan konsumen untuk kembali berkunjung.
  - b. Pemilik kolam renang Tirto Joyo untuk mempertimbangkan dan menentukan harga tiket masuk, sehingga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen untuk kembali berkunjung.

- c. Pemilik kolam renang Tirta Joyo untuk memperbaiki pelayanan yang ada dengan memberikan pelayanan yang ramah, sopan, dan murah senyum terhadap konsumen sehingga menjadikan konsumen puas dan kembali berkunjung.
  - d. Pemilik kolam renang Tirta Joyo untuk memperbaiki fasilitas, harga dan pelayanan karyawan yang lebih baik agar pengunjung semakin puas dan kembali untuk berkunjung.
2. Bagi peneliti yang akan datang

Bagi peneliti yang akan datang, semoga penelitian ini dapat memberikan referensi bagi peneliti selanjutnya. Diharapkan peneliti yang akan datang bisa meneliti lebih luas lagi tentang variabel fasilitas, harga dan pelayanan karyawan terhadap kepuasan pengunjung.



**DAFTAR PUSTAKA****Al-Qur'an**

Al - Qur'an dan Terjemahnya, CV. Mubarakatan Thoyyibah, Jl. Menara No. 13 Kudus.

**Buku**

A.J, Muljadi. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada. 2009.

Adam, Muhammad. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi*. Bandung : Alfabeta, 2015.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rhineka Cipta. 1998.

Budi, Ismanto Setyo dan Daryanto *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta : Gava Media, 2014.

Direktorat Jenderal Pariwisata. *Pengantar Pariwisata Indonesia, dalam Muljadi A.J.* Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada. 2009.

Efendi, Jusuf Udaya dan Ari Setiyaningrum. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Pengenalan Plus Tren Terkini Tentang Pemanasan Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing dan E-Marketing*. Yogyakarta : ANDI OFFSET. 2015.

Fahmi, Irham. *Manajemen Sumber Daya Manusia Teori dan Aplikasi*. Bandung : Alfabeta, 2016.

Firmansyah, Anang. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Deepublish. 2018.

Hadimuljono, Muhammad Basuki. *Sumber Daya Air dan Pengembangan Wilayah Infrastruktur Keairan Mendukung Pengembangan Wisata, Energi dan Ketahanan Pangan*. Malang : UB Press. 2018.

Hamdi, Asep Saipul dan E. Bahruddin. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*. Yogyakarta : Deepublish. 2014.

Hasibuan, Malayu. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta : PT Bumi Aksara. 2005.

Indrasari, Meithiana. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya : IKAPI. 2019.

Janie, Dyah Nirmala Arum. *Statistik Deskriptif dan Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*. Semarang : University Press. 2012.

Kasmir. *Kewirusahaan*. Jakarta : PT RAJAGRAFINDO PERSADA. 2016.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga, edisi 13.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi 13, Alih Bahasa Benyamin Molan*. Jakarta : Prehallindo. 2009.

- Kurniawan, Agung Widhi dan Zarah Puspitaningtyas. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : Pandiva Buku. 2016.
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat. 2013.
- Malau, Harman. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung : Alfabeta, 2017.
- Marsono. *Agro dan Desa Wisata*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press. 2019.
- Mowen, John C. dan Michael Minor. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT Erlangga. 2002.
- Priansa, Donni Juni. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung : Alfabeta. 2017.
- Rangkuti, Fredy. *Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima*. Jakarta : IKAPI. 2016.
- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen. Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta : Deepublish Publisher. 2020.
- Sarjono, Sigit. *Ekonomi Mikro Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta : ANDI. 2017.
- Singarimbun, Masri. *Metodologi Penelitian Surva*. Jakarta: LP3ES. 2000.

- Siregar, Sofyan. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Bumi Aksara. 2014.
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta : Kencana. 2013.
- Soehartono, Irawan. *Metode Penelitian Sosial Cet. Ke-4*. Bandung: Remaja Rosda Karya. 2000.
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta : CV. Andi Offset. 2016.
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : CV ANDI OFFSET. 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta. 2010.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta. 2006.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung : Alfabeta. 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta. 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta. 2018.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta. 2013.

Suharsaputra, Uhar. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung : PT. Refika Aditama. 2014.

Sukardi. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Prakteknya*. Jakarta:PT Bumi Aksara. 2008.

Sunyoto, Danang. *Praktik SPSS Untuk Kasus*. Yogyakarta : Nuha Medika. 2011.

Swastha, Basu dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty Offset. 2008.

Syahrum dan Salim. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Citapustaka Media. 2014.

Tim Penyusun *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka. 1990.

Tjiptono, Fandi dan Gregorius Chandra. *Service and Quality Saisfaction*. Yogyakarta : Andi Offset. 2005.

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. *Pemasaran Esensi Dan Aplikasi*. Yogyakarta : CV ANDI OFFSET. 2016.

Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset. 2002.

Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta : CV ANDI OFFSET. 2014.

- Utama, Gusti Bagus Rai. *Pengantar Industri Pariwisata Tantangan & Peluang Bisnis Kreatif*. Yogyakarta : Deepublish. 2014.
- Widarjono, Agus. *Analisis Multivariat Terapan Edisi Kedua*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN. 2015.
- Wijaya, Tony. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta : Universitas Atma Jaya Yogyakarta. 2009.
- Wulansari, Andhita Dessy. *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Felichia. 2016.
- Wulansari, Andhita Dessy. *Penelitian Pendidikan : Suatu Pendekatan Praktik Dengan Menggunakan SPSS*. Ponorogo : STAIN, Po Press. 2012.

## **Jurnal**

- Aspiani. “Pengaruh Kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Transportasi Grab Online di Kota Makassar”, jurnal Universitas Negeri Makassar. 2018.
- Sulistiyana, Rezki Teguh, Djamur Hamid, dan Devi Farah Azizah. “Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Museum Satwa)”, Jurnal Administrasi Bisnis, 1Agustus 2015.

**Skripsi**

- Agustin, Azalea. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Peserta Didik Kelas XII SMA di Lembaga Bimbingan dan Konsultasi Belajafara Cabang Pagar Alam Bandar Lampung” *Skripsi*. Univeritas Lampung. 2019.
- Dias Tari, Astri. “Pengaruh Kulaitas Pelayanan, Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Pada Pengunjng Taman Wisata Bukit Sakura) *Skripsi*. Bandar Lampung : Universitas Lampung. 2019.
- Hidayah, Nurul. “Pengaruh Harga, Fasilitas, Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makandi Kabupaten Bulukumba” *Skripsi*. Makassar : Universitas Islam Negeri Makassar. 2019.
- Juniva, Silzia “Pengaruh Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung di Objek Wisata Ngalaui Indah Kota Payakumbuh” *Skripsi*. Padang : Universitas Negeri Padang. 2017.
- Mansur, T. “ Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Publik Pada Bagian Bina Sosial Setdako Lhokseumawe”, *skripsi*. Medan : Universitas Sumatra Utara. 2008.
- Rahman, Diandaris Nurhandika. ”Pengaruh Kulaitas Pelayanan, Fasilitas, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pemancingan Ngrembel Asri Gunungpati Semarang” *Skripsi*. Semarang : Universitas Negeri Semarang. 2013.

Rahmawati, Desi Kurnia “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah” *Skripsi*. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta. 2017.

Rosida, Fima. “ Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Kunjungan Wisata di Pantai Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat” *Skripsi*. Medan : Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. 2018.

Sasmita, Anggun. “Kajian Aspek Fasilitas Wisata Berdasarkan Konsep Geotourism Pada Kawasan Wisata Desa Silalahi Kaldera Toba” *skripsi*. Universitas Sumatra Utara. 2017.

Sukmawati, Rina. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Garden Cafe* Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta” *Skripsi*. (Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta. 2017.

Wijaya, Wibi Aditya “Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada Qalbu Salim (QS) Futsal” *Skripsi*. Universitas Medan Area. 2018.

### **Wawancara**

Apdareyna. *Wawancara*. 09 Desember 2019.

Marutin. *Wawancara*. November 2019.

Ni'matin. *Wawancara*. 04 Desember 2019.

Rista. *Wawancara*. 02 Desember 2019.

Siti Nafiah. *Wawancara*. 09 Desember 2019.