

PENGARUH HARGA QUEEN STAR WATERPARK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

By : Yuni Rahayu

E-mail : yuniRahayu1306@yahoo.c0.id

Conselor : Mariaty Ibrahim, Sos. M.Si

Department of Administration - Tourism Studies Program

Faculty of Social and Political Science

Riau University

Bina Widya Building Jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293–

Phone/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

Problems encountered with regard to customer satisfaction on Queen Star Waterpark is the reduction in visits level over the last 3 years. pricing, is one factor that has been attempted by the company but have not been able to contribute a maximum of customer satisfaction . The purpose of this study was to determine the effect of pricing of customer satisfaction on Queen Star Waterpark.

The research aims to analyze how the influence of price toward customer satisfaction. Sampling method uses Accidental Sampling Method. Sample of trhe research is 96 Queen star's customer and then an analysis is performed toward the obtained data by using data analysis quantitatively and qualitatively. Quantitatively analysis includes: validity and realibility test, simple regression analysis and hypothesis test through t, and determination coefficient analysis (R). Qualitative analysis is an interpretation of the obtained data within research and the result of data processing has been implemented by providing information and explanation. Data has complied validity, realibility, so that those are resulting regression equation as follows:

$$Y = 4,983 + 0,407 X$$

Where, Customer Satisfaction (Y), Price variable (X). Hyphothesis test uses t test demonstrates that the three of examined independent variables is proved significantly have a partially effect on dependent variable of Customer Satisfaction. The grade of R Square is 0,177 demonstrates that 17,7% percent of Customer Satisfaction variable can be explained by the three of independent variables within regression equation. While, the remainder is 82,3 percent is explained by other variables outside of those variable other used in the research.

Keywords: Price, customer satisfaction

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan keseluruhan fenomena kegiatan wisata yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang guna untuk rekreasi, pengembangan diri dan memperoleh sesuatu yang baru. Menurut UU No 10 Tahun 2009 Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Kegiatan berwisata merupakan kebutuhan manusia yang harus dipenuhi sejak dahulu kala mengingat kegiatan yang dilakukan setiap hari menimbulkan rasa jenuh. Dengan adanya pariwisata ini, maka suatu negara atau lebih khusus lagi pemerintah daerah tempat objek wisata itu berada, akan mendapatkan pemasukan dari pendapatan setiap objek wisata.

Provinsi Riau memiliki beberapa Kabupaten, salah satu Kabupaten yang mempunyai potensi Pariwisata yang cukup bagus adalah Kabupaten Siak. Kabupaten Siak akan melangkah lebih maju dengan slogan pariwisatanya “*Siak The Truly Malay*” secara tersurat menampilkan makna bahwa Kabupaten Siak berkomitmen untuk mengembangkan potensi budaya melayu. Pemerintah Kabupaten Siak menyadari bahwa kebudayaan melayu bisa menjadi modal utama bagi pertumbuhan pariwisata. Didukung pula dengan berbagai peninggalan sejarah

kebudayaan melayu yang masih kokoh dan terawat.

Selain peran pemerintah dalam mengembangkan pariwisata terdapat juga peran swasta yang berpartisipasi dalam mendorong industri pariwisata, dalam hal ini salah satu pengusaha ternama di Siak yaitu Ny. Rusnely membangun sebuah Waterpark dengan luas bangunan 3 H dan diberi nama Queen Star Waterpark. Queen Star Waterpark merupakan satu-satunya objek wisata permianan air (wisata tirta) yang ada di Kabupaten Siak, dimana Quuen Star Waterpark tidak memiliki saingan yang sejenis, hal ini menjadi kesempatan dan kemudahan bagi Queen Star Waterpark dalam menarik target pasar sehingga objek wisata ini akan banyak dikunjungi oleh pengunjung. Queen Star Waterpark menawarkan aneka atraksi wisata guna menarik minat pengunjung. Adapun atraksi wisata yang ditawarkan oleh Queen Star Waterpark adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Daftar Atraksi Wisata Queen Star Waterpark

No	Atraksi Wisata Queen Star Waterpark
1	Kolam arus
2	Kiddy pool
3	Slider spiral
4	Baby pool
5	Playing fox
6	Slider lurus
7	Ember tumpah

Sumber: *Queenstar Waterpark, 2015*

Dari Tabel 1.1 atraksi wisata Queen Star Waterpark sangat diharapkan mampu memberikan kepuasan bagi pengunjung. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumennya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya kepuasan pelanggan, dan rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Kepuasan seseorang untuk menggunakan jasa merupakan suatu proses yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor salah satunya harga, perusahaan harus mempunyai kelebihan dalam menetapkan harga yang kompetitif. Persepsi konsumen mengenai harga menuntut perusahaan harus benar-benar berhati-hati dalam menetapkan harga dimana harga tersebut mampu diterima oleh target pasarsasaran. Berikut akan disajikan tabel yang menunjukkan jumlah kunjungan Queen Star Waterpark tahun 2012 sampai 2014.

Tabel 1.2

Jumlah Kunjungan Wisatawan/Pengunjung di QueenStar Siak

Tahun	Jumlah Pengunjung	Peningkatan (%)
2012	13.765	-
2013	15.734	14,30 %
2014	17.589	11,79 %

Sumber : Queen Star Waterpark 2015

Dari tabel 1.2 menunjukkan jumlah kunjungan mengalami kenaikan dari tahun ketahun. Jika dilihat dari tingkat kunjungan ke waterpark kenaikan tingkat kunjungan ditahun 2013 tingkat kunjungan meningkat 1.969 kunjungan (14,30 %). Sementara di tahun 2014 tingkat kunjungan meningkat 1.885 kunjungan (11,79 %). Hal ini terlihat tingkat pertumbuhannya tidak begitu menggembirakan. Sedangkan jika dilihat dari jangkaun promosi Queen Star Waterpark tidak hanya terfokus promosi dikabupaten Siak tetapi keluar wilayah kabupaten siak seperti Bengkalis, Dumai, dan Selat Panjang..

Berdasarkan feneomena dilapangan pengunjung mengaku mengeluh mengenai terkait penetapan harga tiket yang tinggi sehingga tidak sebanding dengan manfaat yang diperoleh. Berikut ini adalah harga tiket masuk Queen Star waterpark.

Tabel 1.4

Harga Tiket Masuk Queen Star Waterpark

Harga	Hari
Rp. 30.000	Selasa s/d jumaat
Rp. 40.000	Sabtu s/d minggu Hari libur

Sumber : Queen star waterpark Kab. Siak 2015

Harga tiket pada tabel 1.4 merupakan harga tiket yang ditetapkan tanpa ada perubahan harga, meskipun dihari libur sekolah

maupun libur nasional. Menurut keterangan dari pihak pengelola harga tiket yang ditawarkan, dimana pengunjung sudah bisa menikmati aneka permainan dan fasilitas yang disediakan tanpa batasan waktu (sepuasnya), namun pengelola menambahkan tidak semua fasilitas sudah termasuk harga tiket masuk.

Dari keterangan diatas menunjukkan bahwa penetapan harga tersebut dinilai tinggi oleh pengunjung ditambah dengan beberapa fasilitas yang memerlukan biaya tambahan. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis merasa tertarik untuk mengangkat Tugas Akhir penelitian dengan judul **“PENGARUH HARGA QUEEN STAR WATERPARK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, permasalahan yang dihadapi Queen Star Waterpark” Bagaimana pengaruh harga Queen Star waterpark terhadap kepuasan konsumen ?.

1.3 Identifikasi Masalah

1. Bagaimana tanggapan pengunjung mengenai harga tiket yang di tawarkan oleh Waterpark ?
2. Apakah harga tiket yang ditawarkan mampu memberikan kepuasan kepada konsumen ?

1.4 Batasan Masalah

Dalam Penelitian ini penulis hanya membatasi penelitian, pada Harga dilihat dari sisi : keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan,

daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat dengan menggunakan teori menurut Philip Kotler dan Amstrong (2008:278) sedangkan untuk kepuasan konsumen di lihat dari sisi : Loyal terhadap produk , Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif, Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli produk lain Philip Kotler dan Amstrong (2000) .

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan permasalahan tersebut dapat dirumuskan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tanggapan pengunjung mengenai harga tiket Queen Star waterpark
2. Untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap harga tiket masuk
3. Untuk mengetahui pengaruh harga Queen Star waterpark terhadap kepuasan konsumen

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini dapat terurai sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat di jadikan gambaran bagi perusahaan yang berguna dalam pengambilan kebijakan terkait penetapan harga kekonsumen serta mengembangkan kebijakan dan menyempurnakan terhadap kebijakan yang akan di keluarkan.

2. Bagi penulis

Sebagai tempat penerepan teori-teori selama di bangku kuliah terhadap kondisi yang ada di perusahaan dan untuk menambah serta memperluas pemikiran terhadap

persepsi harga serta pentingnya penetapan harga dengan memperhatikan fasilitas yang tersedia.

3. Bagi peneliti lain

Sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan penetapan harga.

TINJAUAN PUSTAKA

II.1 Pengertian Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong (2001) Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan, lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Definisi sosial menunjukkan peran yang dimainkan oleh pemasaran di masyarakat. Seorang pemasar mengatakan bahwa peran pemasaran adalah menghasilkan standar yang lebih tinggi. Untuk definisi manajerial, pemasaran sering digambarkan sebagai seni menjual produk, tetapi orang heran ketika mereka mendengar bahwa bagian yang paling penting dari pemasaran adalah bukan penjual (Kotler, 2005:10).

II.2 Pelaksanaan Strategi Pemasaran

Menurut Tull dan Khale (1990) dalam Tjiptono (2008) mendefinisikan strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan

keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Menurut J. Salusu, MA (2000) strategi adalah suatu seni yang menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai sasarnya melalui hubungan yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan.

II.3 Bauran Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Benyamin Molan (2006:8) pengertian bauran pemasaran adalah sebagai berikut: "Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasaran dipasar sasarnya" Kotler dan Keller (2009:24) menyatakan bahwa alat-alat pemasaran ini terdiri dari empat kelompok yang luas yaitu: produk (*Product*), harga (*Price*), tempat (*Place*), dan promosi (*Promotion*), yang disebut dengan 4P dan tambahan 3P untuk perusahaan jasa yaitu : *people, process, dan physical evidence*.

II.4 Pengertian Jasa

Menurut Kotler (2009), jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Menurut Buchari Alma (2011:243) jasa adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah tidak

berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. jasa dapat dihasilkan dengan menggunakan benda-benda berwujud atau tidak.

II.5 Karakteristik Jasa

Menurut Kotler dan Amstrong (2010), perusahaan harus mempertimbangkan empat karakteristik jasa tertentu ketika merancang program pemasaran jasa, yaitu:

- a. Tidak Berwujud Jasa (*Intangibility*)
- b. Ketidak terpisahan Jasa (*Inseparability*)
- c. Keragaman Jasa (*Service Variability*)
- d. Tidak Tahan Lamanya Jasa (*Perishability*)

II.6 Harga

II.7.1 Pengertian Harga

Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sobran (2009:67), harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Menurut Kotler dan Amstrong (2008 :278), ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu :

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas layanan
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat.

II.7 Pengertian Kepuasan

Konsumen

Kotler (2000) mengatakan bahwa kepuasan konsumen

merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya. Kotler, (2000) menyatakan ciri-ciri konsumen yang merasa puas sebagai berikut:

- a. Loyal terhadap produk
- b. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif
- c. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain

BAB 111

METODE PENELITIAN

III.1 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk mendapat data dengan tujuan tertentu (Sugiyono,2008). Variabel penelitian terdiri atas dua macam, yaitu : variabel terikat(*dependent variable*) atau variabel yang tergantung pada variabel lainnya, dan variabel bebas (*independent variable*) atau variabel yang tidak bergantung padavariabel lainnya.

III.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan Queen Star Waterpark di kabupaten Siak Sri Indrapura.Jl. Lintas Siak – Tumang, Kab.Siak.*Contact Person* :(0764) 8001093/081268398858. Facebook: Queen Star Waterpark. Penelitian ini dimulai pada bulan april– juli 2015.Mulai dari studi literatur, penelitian dilapangan, wawancara, penyusunan proposal, penyebaran kuesioner, pengumpulan data, analisis data, hingga berakhir

pada pelaporan tugas akhir/tugas akhir penelitian.

III.3 Populasi dan Sampel

III.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2004). Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah para pengunjung Queen Star Waterpark.

III.3.2 Sampel

Sampel menurut (Sugiyono, 2004), ialah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Besarnya sampel yang dibutuhkan sangat ditentukan oleh derajat keakuratan yang dibutuhkan oleh peneliti dalam menaksir *mean* populasi dari pengamatan sampelnya (Saleh, 2001). Jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 orang responden dengan mendasarkan penentuan sampel menurut (Rao Purba, 1996). Penelitian ini dilakukan pada bulan April – juli. Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Dalam penentuan sampel jika populasinya besar dan jumlahnya tidak diketahui maka menurut (Rao Purba, 1996) digunakan rumus :

$$n = \frac{Z^2}{4 (moe)^2}$$

$$n = \frac{Z^2}{4 (0.1)^2}$$

$$n = 96$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel.

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96

Moe = Margin of error atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi,

biasanya 10 %

Dari perhitungan diatas, maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 orang.

3.1 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pengelompokannya terbagi atas dua jenis, yaitu :

1. Data Primer

Merupakan sumber data penelitian yang secara langsung dari sumber asli atau tidak melalui perantara. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya (Marzuki, 2005). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang langsung di dapat dari Queen Star Waterpark Kabupaten Siak dari hasil wawancara dengan pihak perusahaan selain itu penelitian ini menggunakan kuisioner yang diberikan kepada pengunjung Queen Star Waterpark.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan di usahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti (Marzuki, 2005). Data sekunder diperoleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa buku, jurnal-jurnal, artikel dan dokumen lainnya yang ada hubungannya dengan penelitian.

3.2 Alat Kumpul Data

3.5.1 Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (*interviewer*) untuk memperoleh informasi dari wawancara (*interview*) Suharsimi Arikunto (2006). Wawancara dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan, dan merupakan cara memperoleh data yang bersifat langsung. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara langsung dengan pengelola Queen Star Waterpark dan pengunjung.

b. Kuesioner

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan pribadinya atau hal-hal yang di ketahui. Pertanyaan yang di ajukan pada responden harus jelas dan tidak meragukan responden Suharsimi Arikunto (2006). Menurut (Burhan.2005) Bentuk umum dari sebuah kuesioner (angket) terdiri dari *bagian pendahuluan* yang berisikan petunjuk pengisian angket, *bagian identitas* berisikan seperti identitas responden, kemudian baru memasuki *bagian isi angket*. Pertanyaan-pertanyaan yang bersifat tertutup diukur dengan menggunakan skala likert dengan interval 1-5, yaitu sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Kuisisioner tersebut akan diberikan kepada pengunjung yang Queen Star Waterpark.

c. Studi pustaka dan studi dokumentasi

Metode pencarian informasi dari buku-buku dan sumber-sumber lain yang relevan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini. Studi dokumentasi merupakan cara memperoleh data dari foto yang didapat.

3.3 Metode Analisis Data

Agar data yang dikumpulkan dapat dimanfaatkan, maka data tersebut diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga nantinya dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan. Analisis data merupakan salah satu cara yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel yang mempengaruhi variabel lain agar data yang dikumpulkan tersebut dapat bermanfaat maka harus diolah atau dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

a Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendapatkan suatu gambaran mengenai responden dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini penulis akan membahas mengenai bentuk sebaran jawaban responden terhadap seluruh konsep yang diukur. Dari sebaran jawaban responden selanjutnya akan diperoleh satu kecenderungan atas jawaban responden tersebut.

b Analisis Kuantitatif

Metode analisis ini dilakukan terhadap data yang diperoleh dari hasil jawaban kuesioner dan digunakan untuk menganalisis data yang berbentuk angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik. Data tersebut harus diklasifikasikan dalam kategori tertentu dengan menggunakan tabel-tabel tertentu

untuk memudahkan dalam menganalisis, untuk itu akan digunakan program analisis SPSS versi 17.00. SPSS adalah suatu software yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non-parametrik dengan basis windows (Ghozali, 2005).

3.4 Skala Pengukuran

Pengukuran adalah upaya pemberian tanda angka atau bilangan pada suatu objek atau pariwisata dengan aturan-aturan tertentu. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengukuran teknik pengukuran data dengan Skala Ordinal, skala yang berdasarkan ranking atau urutan dari jenjang yang paling tinggi ke rendah atau sebaliknya. Sedangkan rentang yang digunakan adalah Skala Likert, adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang suatu objek sikap. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai penetapan harga digunakan skala likert yang digolongkan kedalam lima tingkatan (Sugiyono 2002)

Tabel 3.1
Skala Likert

No	Kategori	Skor
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang setuju	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

Teknik perhitungan interval untuk mengetahui tentang skor jawaban kuesioner yaitu dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

Skor tertinggi = skor bobot tertinggi x jumlah pernyataan x jumlah responden

Skor terendah = skor bobot terendah x jumlah pernyataan x jumlah responden

Rentang indikator interval =
skor tertinggi – skor terendah

Jenjang Kriteria

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

IV.1 Deskripsi Profil Responden

IV.1.1 Deskripsi Usia Responden

Berdasarkan Tabel IV.1. di atas menunjukkan bahwa sebagian besar umur konsumen dalam penelitian ini memiliki tingkatan umur antara 28 – 38 tahun sebanyak 45 responden sedangkan yang terendah memiliki umur >38 tahun.

IV.1.2 Deskripsi Jenis Kelamin Responden

Data pada Tabel IV.2. menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen dalam penelitian ini memiliki jenis kelamin perempuan dengan jumlah 68 responden.

IV.1.3 Deskripsi Pekerjaan Responden

Dari tabel IV.3 tersebut dapat dilihat bahwa sebagian besar pekerjaan konsumen Queen Star Waterpark adalah pegawai negeri sipil (PNS) dengan jumlah 38 responden dan disusul oleh konsumen yang berprofesi sebagai wiraswasta.

IV.1.4 Deskripsi Tingkat Pendidikan Responden

Berdasarkan Tabel 4.3 tersebut dapat dilihat bahwa persentase dengan tingkat pendidikan paling besar responden adalah responden berpendidikan sarjana dengan jumlah 36 konsumen.

IV.1.5 Tujuan Kunjungan

Dari tabel 4.5 tersebut dapat dilihat tujuan kunjungan konsumen ke Queen Star Waterpark 100 dari total keseluruhan responden adalah liburan. Hal ini karena jadwal penyebaran kuisioner peneliti dilakukan pada saat libur nasional Idul Fitri.

IV.2 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian

IV.3.1 Variabel Harga (X)

Dari sub variabel faktor lingkungan internal organisasi terdapat 4 indikator yaitu harga terjangkau dengan skor 238, kesesuaian harga 354, daya saing 247, kesesuaian harga dengan manfaat 275. diketahui bahwa nilai rata-rata 1.108, dengan demikian nilai tersebut berada pada rank (840 – 1.159) dengan kategori kurang setuju.

IV.3 Kepuasan Konsumen (Y)

Dari sub variabel faktor lingkungan internal organisasi terdapat 3 indikator yaitu pendapat responden mengenai Tidak ada keluhan 269, minat kunjung kembali 307, keinginan merekomendasikan 256. menyimpulkan bahwa total skor variabel kepuasan konsumen adalah

832 pada rank (780 -1.019) dengan kategori kurang setuju.

IV.4 Validitas dan Reliabilitas Data

IV.4.1 Validitas

Uji validitas ini dilaksanakan menggunakan alat bantu SPSS versi 17.00. Dari hasil dapat dijelaskan nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,201) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item dalam indikator sub variabel penetapan harga dan diskon dan kepuasan konsumen adalah valid.

IV.4.2 Reliabilitas

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,60$. Berdasarkan hasil alat bantu SPSS versi 17.00 dapat diketahui bahwa masing-masing variabel antara variabel harga dan kepuasan pelanggan, ternyata diperoleh nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,60$. Dengan demikian, maka hasil uji reabilitas terhadap keseluruhan variabel adalah reliabel.

IV.5 Teknik Analisis Data

IV.5.1 Analisis Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan perhitungan regresi sederhana antara, harga (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan dibantu program SPSS 17 dalam perhitungannya dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 4,983 + 0,407 X$$

IV.5.2 Uji Koefisien Determinasi (R)

Diketahui nilai R Square sebesar 0,177. Artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 17,7%. Sedangkan sisanya 82,3 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini.

IV.5.3 Pengujian Hipotesis

IV.5.3.1 Uji t

Uji t ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara parsial. Berdasarkan olahan data dengan alat bantu SPSS VERSI 17.00 diketahui t hitung $4,499 > t$ tabel (1,986) dan $\text{Sig.}(0,000) < 0,05$. Artinya harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap seluruh data yang diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel $4,499 > 1,986$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka diberikan beberapa saran yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen Queen Star Waterpark.

Adapun saran-saran yang diberikan bagi perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan Queen Star Waterpark, hendaknya lebih memperhatikan harga yang ditawarkan dengan apa yang akan diperoleh konsumen agar konsumen merasakan manfaat yang diberikan. Karena harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

2. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah variabel independen lainnya selain harga, yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen kepuasan konsumen agar lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel independen lain di luar penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- A.J, Muljadi, 2010, *Kepariwisata dan Perjalanan*, Rajawali Pers, Bandung
- Alma, Buchri. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. ALFABETA. Bandung
- Angipora P, Marius. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*. Rajawali Pers : Jakarta
- Ardhana, Oldy. 2010. Analisis Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Bengkel Caesar Semarang), *jurnal ekonomi dan manajemen*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta

- Budisusetio, 2004 kepariwisataan dan perjalanan. PT Rajagrafindo persada. Jakarta
- Canon, Joseph P dan Dkk. 2009. *Pemasaran Dasar : Pendekatan manajerial Global*. Salemba : Jakarta
- F. Hartimbul Genting, Nembah. 2011. *Manajemen Pemasaran*. YRAMA WIDYA. Bandung
- Ismayanti.2010. *Pengantar Pariwisata*. PT. Grasindo. Jakarta.
- Kotler, Philip. 1996. *Manajemen Pemasaran : Persepektif Asia Buku 3*. ANDI : Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler,Philip.2008. *prinsip-prinsip pemasaran 2 Edisi 12*. Jakarta: Erlangga
- Kotler.2009. *manajemen pemasaran JILID 2*. Jakarta. Penerbit Erlangga
- Lupiyo,Rambatdan A.hamdani.2006. *manajemen pemasaran jasa*. Salemba:jakarta
- Sangadji, Etta Mamang dan sopiah, 2013, *perilaku konsumen*, Andi, Yogyakarta.
- Schiffman, Leon dan leslie lazar kanuk 2000,*perilaku konsumen*,Pt Indeks, Jakarta
- Swasta, Bassu dan Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. PT.Liberty. Yogyakarta
- Swastha, Basu, Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. PT. Liberty. Yogyakarta
- Sugiono. 2003. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: ALFABETA
- Sunyoto, Danang. 2013. *Dasar-Dasar Pemasaran :CAPS*. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Startegi Pemasaran Edisi 2*. Andi Offset, Yogyakarta.
- – – – –. 2004. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*.
- – – – –. 1997. *Strategi Pemasaran*. EdisiDua. Yogyakarta: PenerbitAndi Offset.
- – – – –. 2001. *Prinsip Dan Dinamika Pemasaran*. Yogyakarta: J&J Learning.
- – – – –. 2004. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- – – – –. 2005. *Pemasaran Jasa*. Edisi 1. Malang: Bayumedia.
- – – – –. 2006. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: PenerbitAndi
- Wibowo, Ari Susanto.2013. *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Dikota Purwokerto*.*jurnal ekonomi dan manajemen* .Semarang : Universitas Semarang.
- Yoeti, Oka, A. 2008. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. PT. Pradnya Paramita, Jakarta.