

SKRIPSI

**“ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, DAYA TARIK WISATA DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI
OBJEK WISATA TAMAN SARI YOGYAKARTA”**



Disusun Oleh :

Maria Yolenta Tahir

11150080

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2019

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, DAYA TARIK WISATA DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI
OBEJEK WISATA TAMAN SARI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

MARIA YOLENTA TAHIR

NIM : 11150080

Program Studi: Manajemen

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, DAYA TARIK WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI OBJEK WISATA TAMAN SARI YOGYAKARTA

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

MARIA YOLENTA TAHIR

11150080

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

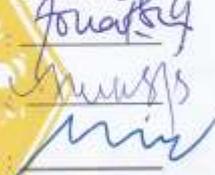
Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen pada tanggal 01 Juli 2019

Nama Dosen

1. Jonathan Herdioko, SE., MM
(Ketua Tim dan Penguji)
2. Dra. Purwan Retno Andaras, MM
(Dosen Penguji)
3. Dra. Ety Istriani, MM
(Dosen Pembimbing dan Penguji)

Tanda Tangan



Yogyakarta, 05 JUL 2019

Disahkan Oleh:

Dekan,



Dr. Singgih Santoso, MM

Ketua Program Studi



Drs. Sisnufadi, MBA, Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

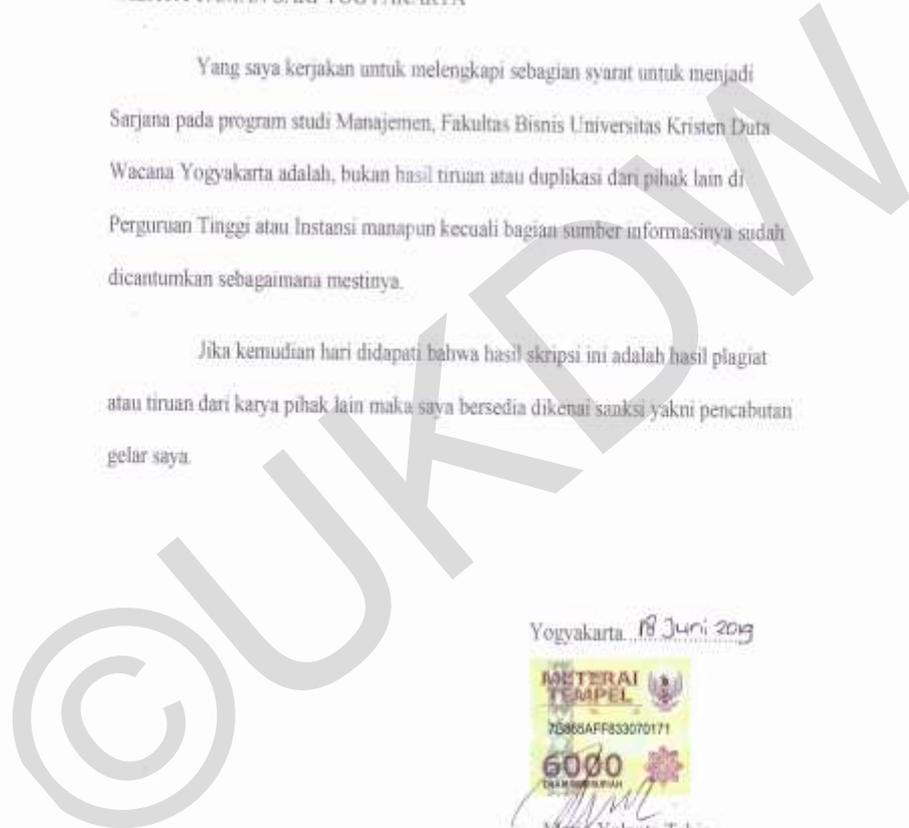
Saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, DAYA TARIK WISATA DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI OBJEK
WISATA TAMAN SARI YOGYAKARTA

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada program studi Manajemen, Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta adalah, bukan hasil tiruan atau duplikasi dari pihak lain di Perguruan Tinggi atau Instansi manapun kecuali bagian sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika kemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiat atau tiruan dari karya pihak lain maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 18 Juni 2019



Maria Yolenta Tahir

MOTTO

“Agar sukses, kemauanmu untuk berhasil harus lebih besar dari ketakutanmu akan kegagalan”

Bill Cosby

“Patience is needed when you want to achieve a success”

(kesabaran sangat dibutuhkan saat anda ingin mencapai sebuah kesuksesan)

©UKDW

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen. Dalam penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banyak dibantu, dibimbing dan didukung oleh banyak pihak. Oleh sebab itu skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Tuhan Yesus dan Bunda Maria karena atas kehendak dan campur tangan kuasanya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapa Tahir Tarsisius dan mama Agnes Mene terimakasih untuk segala doa dan dukungan selama ini sehingga penulis selalu optimis untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Dosen pembimbing ibu Dra. Ety Istriani, M.M, terimakasih karena telah banyak meluangkan waktu untuk membantu dan membimbing penulis dalam proses pengerjaan skripsi selama ini.
4. Seluruh dosen Fakultas Bisnis yang telah membimbing dalam bidang Manajemen selama kurang lebih 4 tahun.
5. Seluruh teman-teman program studi Manajemen angkatan 2015 khususnya konsentrasi *marketing* yang selalu mendukung dan memberi semangat.
6. Kampus tercinta Universitas Kristen Duta Wacana dalam membentuk karakter penulis dengan berbagai macam nilai-nilai.
7. Kakak-kakak dan adik tersayang: kakak evan, kakak lyd, kakak tiara dan adik alriline terimakasih untuk dukungan kalian selama ini.
8. Teman-teman dan sahabat: efryn, efin, selin, holly, sepi, riany, reni, diana, deden, vicky dengan cara mereka masing-masing telah banyak membantu dan mendukung penulis selama ini

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan limpah terimakasih penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus dan Bunda Maria karena atas KehendakNya penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga, Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Objek Wisata Taman Sari Yogyakarta”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Manajemen dari program studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana. Dalam penulisan skripsi ini telah melibatkan banyak pihak yang telah membantu dan mendukung penulis. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang mendalam kepada :

1. Dr. Singgih Santoso, M.M, selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
2. Dra. Ety Istriani, M.M, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing penulis dengan banyak memberikan saran-saran yang mendukung dalam penulisan sehingga mampu menyelesaikan skripsi tepat waktu.
3. Dra. Umi Murtini, M.M, selaku dosen wali yang telah meluangkan banyak waktunya dan memberikan arahan selama saya kuliah di Universitas Kristen Duta Wacana.
4. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses perkuliahan dan penulisan tugas akhir skripsi.

5. Seluruh konsumen wisata Taman Sari Yogyakarta yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi responden dalam penulisan skripsi.

©UKDW

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGAJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Batasan Masalah.....	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Definisi Pariwisata.....	9
2.1.2 Persepsi Harga.....	10
2.1.3 Daya Tarik Wisata.....	13
2.1.4 Kualitas Pelayanan.....	17
2.1.5 Kepuasan Pelanggan.....	22
2.1 Penelitian Terdahulu.....	28
2.2 Kerangka Berpikir.....	30
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	30
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	31

3.1	Data	31
3.1.1	Sumber Data Primer	31
3.1.2.	Sumber Data Sekunder	32
3.2.	Pengumpulan Data	32
3.2.1.	Populasi	32
3.2.2.	Sampel	32
3.3.	Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	33
3.3.1.	Definisi Operasional Variabel	33
3.3.2.	Pengukuran Variabel	35
3.4.	Metode Analisis Data	36
3.4.1.	Uji Validitas.....	37
3.4.2.	Uji Reliabilitas	38
3.4.3.	Analisis Deskriptif	39
3.4.4.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
3.4.5.	Koefisien Determinasi (R^2)	42
BAB 4	HASIL PENELITIAN	43
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian.....	43
4.1.1.	Objek Penelitian	43
4.1.2.	Sejarah Wisata Taman Sari.....	43
4.2.	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	44
4.2.1.	Uji Validitas.....	45
4.2.2.	Uji Reliabilitas	47
4.2.3.	Analisis Deskriptif	48
4.2.4.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
4.2.5.	Koefisien Determinasi (R^2)	57
4.3.1.	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	59
4.3.2.	Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan pelanggan.....	59
4.3.3.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	60
4.3.4.	Pengaruh Persepsi Harga, Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung	61
BAB 5	PENUTUP	62
5.1.	Kesimpulan.....	62
5.1.1.	Profil Responden	62

5.1.2. Analisis Pengaruh persepsi harga, daya tarik wisata , dan kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung	63
5.2. Keterbatasan Penelitian	63
5.3. Saran.....	64
5.3.1. Saran Bagi Perusahaan	64
5.3.2. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN.....	67

©UKDWN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 jumlah pengunjung wisatawan Yogyakarta.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	34
Tabel 3.2 Pengukuran Variabel.....	36
Tabel 4.1 Uji Validitas	46
Tabel 4.2. Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.3 Jenis Kelamin	48
Tabel 4.4 Pendidikan	49
Tabel 4.5 Pekerjaan	50
Tabel 4.6 Pengeluaran	51
Tabel 4.7 Regresi Linier Berganda	52
Tabel 4.8 Uji t	54
Tabel 4.9 Uji F	56
Tabel 4.10 Koefisien Determinasi.....	58

DAFTAR GAMBAR

Tabel 2.2 Kerangka Berpikir	30
-----------------------------------	----

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Kuisisioner penelitian	67
Profil Responden.....	71
Data Responden	74
Hasil Uji Profil Responden	77
Hasil Uji Validitas.....	78
Hasil Uji Reliabilitas.....	79
Hasil Uji t.....	79
Hasil Uji F (anova).....	79
Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	79
Tabel r	80

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, DAYA TARIK WISATA DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI
OBJEK WISATA TAMAN SARI YOGYAKARTA**

Oleh :

Maria Yolenta Tahir

Nim : 11150080

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh variabel persepsi harga, daya Tarik wisata dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di objek wisata Taman Sari Yogyakarta. Data yang dianalisis berjumlah 100 orang responden. Pengambilan data dengan menggunakan teknik purposive sampling. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu: (1).Variabel persepsi harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, (2).Variabel daya tarik wisata secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, (3).Variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung dan (4). Variabel persepsi harga, daya Tarik wisata dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

Data pada penelitian ini dianalisis dengan menggunakan alat regresi linier berganda. Hasil penelitian meunjukkan variabel independen persepsi harga, daya Tarik wisata dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Variabel persepsi harga, daya Tarik wisata dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata Taman Sari Yogyakarta. Koefisien determinasi (adjusted R square) adalah 0,519 yang berarti variabel persepsi harga, daya Tarik wisata dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata Taman Sari Yogyakarta sebesar 51% dan sisanya 49% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebut kan dalam peneltian ini.

Kata kunci : Persepsi Harga, Daya Tarik Wisata, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pengunjung.

The Analysis of Price Perceptions, Tourism Attraction and Service Quality's Effect on Taman Sari Yogyakarta's Visitor Satisfaction

By:

Maria Yolenta Tahir

NIM : 11150080

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the effect of some variables that is price perceptions, tourism attraction, service quality on Taman Sari Yogyakarta's visitor satisfaction. This study uses 100 respondent and retrieval of data using purposive sampling technique. The hypothesis that proposed in this study is: (1) Price perception variable partially have a significant effect on visitor satisfaction, (2) Tourism attraction partially have a significant effect on visitor satisfaction, (3) Service quality partially have a significant effect on visitor satisfaction, and (4) the variables that is price perceptions, tourism attraction, service quality simultaneously have an effect on visitor satisfaction .

The data in this study analyzed by multiple linear regression analysis. The results showed that the independent variables, that is price perceptions, tourism attraction, service quality partially have a significant effect on visitor and also simultaneously have a significant effect too on Taman Sari Yogyakarta's visitor satisfaction. The coefficient of determination (adjusted R square) is 0,519 which means that price perception, tourism attraction, and service quality can explain the Taman Sari Yogyakarta's visitor satisfaction about 51% and the rest, that is about 49%, have influenced by other variables that does not mentioned in this study.

Keywords: Price Perceptions, Tourism Attraction, Service Quality, Visitor Satisfaction.

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, DAYA TARIK WISATA DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI
OBJEK WISATA TAMAN SARI YOGYAKARTA**

Oleh :

Maria Yolenta Tahir

Nim : 11150080

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh variabel persepsi harga, daya Tarik wisata dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di objek wisata Taman Sari Yogyakarta. Data yang dianalisis berjumlah 100 orang responden. Pengambilan data dengan menggunakan teknik purposive sampling. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu: (1).Variabel persepsi harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, (2).Variabel daya tarik wisata secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, (3).Variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung dan (4). Variabel persepsi harga, daya Tarik wisata dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

Data pada penelitian ini dianalisis dengan menggunakan alat regresi linier berganda. Hasil penelitian meunjukkan variabel independen persepsi harga, daya Tarik wisata dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Variabel persepsi harga, daya Tarik wisata dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata Taman Sari Yogyakarta. Koefisien determinasi (adjusted R square) adalah 0,519 yang berarti variabel persepsi harga, daya Tarik wisata dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata Taman Sari Yogyakarta sebesar 51% dan sisanya 49% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebut kan dalam peneltian ini.

Kata kunci : Persepsi Harga, Daya Tarik Wisata, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pengunjung.

The Analysis of Price Perceptions, Tourism Attraction and Service Quality's Effect on Taman Sari Yogyakarta's Visitor Satisfaction

By:

Maria Yolenta Tahir

NIM : 11150080

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the effect of some variables that is price perceptions, tourism attraction, service quality on Taman Sari Yogyakarta's visitor satisfaction. This study uses 100 respondent and retrieval of data using purposive sampling technique. The hypothesis that proposed in this study is: (1) Price perception variable partially have a significant effect on visitor satisfaction, (2) Tourism attraction partially have a significant effect on visitor satisfaction, (3) Service quality partially have a significant effect on visitor satisfaction, and (4) the variables that is price perceptions, tourism attraction, service quality simultaneously have an effect on visitor satisfaction .

The data in this study analyzed by multiple linear regression analysis. The results showed that the independent variables, that is price perceptions, tourism attraction, service quality partially have a significant effect on visitor and also simultaneously have a significant effect too on Taman Sari Yogyakarta's visitor satisfaction. The coefficient of determination (adjusted R square) is 0,519 which means that price perception, tourism attraction, and service quality can explain the Taman Sari Yogyakarta's visitor satisfaction about 51% and the rest, that is about 49%, have influenced by other variables that does not mentioned in this study.

Keywords: Price Perceptions, Tourism Attraction, Service Quality, Visitor Satisfaction.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Rekreasi dan hiburan pada dasarnya merupakan kebutuhan manusia yang sangat penting (Wikipedia, 2014). Meskipun rekreasi dan hiburan termasuk kebutuhan sekunder, namun kegiatan ini sangat membantu seseorang untuk melupakan masalah-masalah yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari. Rutinitas harian yang padat membutuhkan konsentrasi yang tinggi sehingga seseorang akan mudah jenuh dan membutuhkan rekreasi dan hiburan untuk dapat menyegarkan kembali jasmani dan rohani. Rekreasi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk penyegaran kembali jasmani dan rohani (Wikipedia, 2013).

Pariwisata menurut Richardson and fluker (2004) adalah suatu perjalanan yang dilakukan orang untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain meninggalkan tempatnya semula, dengan suatu perencanaan dan dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam. Richard Sihite, 2000:46-47 mengatakan pariwisata merupakan salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya. Selanjutnya, sebagai sektor yang kompleks, pariwisata juga merealisasi industri-industri klasik seperti industri kerajinan tangan dan cinderamata, penginapan dan transportasi.

Dalam pariwisata terdapat pula istilah wisatawan. Menurut Smith (dalam Kusumaningrum, 2009:16), menjelaskan bahwa wisatawan adalah orang yang sedang tidak bekerja, atau sedang berlibur dan secara sukarela mengunjungi daerah lain untuk mendapatkan sesuatu yang lain. Mereka adalah orang-orang yang berlibur, yang mengadakan perjalanan wisata untuk menambah pengetahuan, yang ingin mempersegarkan hubungan dengan alam dan mengendorkan ketegangan pikiran. Indonesia merupakan salah satu negara yang banyak memiliki tempat atau objek wisata yang dapat menarik perhatian wisatawan lokal maupun wisatawan asing. Pembangunan kepariwisataan memiliki manfaat dalam meningkatkan penyerapan tenaga kerja, mendorong pemerataan kesempatan berusaha, mendorong pemerataan pembangunan nasional, dan memberikan kontribusi dalam penerimaan devisa negara yang dihasilkan dari jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman).

Kualitas pelayanan pariwisata secara langsung tergantung pada keramahmatan, daya tarik lokasi, produk-produk lokal dan lain-lain. Disamping itu Indonesia juga merupakan suatu negara yang memiliki keanekaragaman budaya dan nilai sejarah yang sangat tinggi, hal ini terwujud dari banyaknya peninggalan-peninggalan sejarah di berbagai tempat. Semua potensi tersebut mempunyai peranan yang sangat penting bagi pengembangan kepariwisataan, khususnya wisata alam.

Tabel 1.1

Jumlah pengunjung wisata kota yogyakarta (2015-2018)

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Domestik	Mancanegara	
2015	3.896.572	292.096	295.992.572
2016	3.150.834	396.518	3.547.352
2017	3.459.116	453.655	3.894.771
2018	1.745.895	113.993	1.859.888

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta

Kunjungan wisatawan terjadi pelonjakan pada tahun 2015 dimana jumlah wisatawan mencapai 3.896.572 untuk wisatawan domestik dan 292.096 untuk wisatawan mancanegara, pelonjakan wisatawan di 5 tahun terakhir sangat fluktuatif dimana jumlah terendah untuk kunjungan wisatawan terjadi pada tahun 2018 untuk wisatawan domestik maupun mancanegara. Persepsi Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Disamping itu harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat (Tjiptono,2008). Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa (Tjiptono, 2008). Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang mempunyai daya tarik, keunikan dan nilai yang tinggi, yang menjadi tujuan wisatawan datang ke suatu daerah tertentu. Menurut Basiya dan Rozak (2012), daya tarik tempat tujuan wisata merupakan motivasi utama bagi

pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata. Daya tarik yang tidak atau belum dikembangkan merupakan sumber daya potensial dan belum dapat disebut daya tarik wisata, sampai adanya suatu jenis pengembangan tertentu. Objek dan daya tarik wisata merupakan dasar bagi kepariwisataan. Tanpa adanya daya tarik di suatu daerah atau tempat tertentu kepariwisataan sulit untuk dikembangkan. Daya Tarik Wisata sejatinya merupakan kata lain dari obyek wisata namun sesuai peraturan pemerintah Indonesia tahun 2009 kata obyek wisata sudah tidak relevan lagi untuk menyebutkan suatu daerah tujuan wisatawan maka digunakanlah kata “ Daya Tarik Wisata” maka untuk mengetahui apa arti dan makna dari daya tarik wisata di bawah ini adalah beberapa definisi/pengertian mengenai DayaTarik Wisata menurut beberapa ahli:

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009, Daya Tarik Wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan.

Menurut Tjiptono (2010) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Tuntutan pelanggan dalam hal pelayanan yang diterima, menyebabkan pihak pengelola bertindak semaksimal mungkin untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Kualitas pelayanan (service quality) pada sebuah objek wisata dapat diketahui dengan cara mengerti persepsi para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima yang berasal dari para pengelola atau pemandu objek wisata tersebut.

Kepuasan Konsumen dalam hal pariwisata dapat dilihat dari segi kualitas pelayanan. kualitas pelayanan menjadi hal utama atau pokok untuk menciptakan

kepuasan dari konsumen. Jadi, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan dari para wisatawan atau pelanggan yang datang berkunjung.

Irawan mengemukakan bahwa faktor-faktor pendorong kepuasan konsumen terbagi atas lima bagian, yaitu :

- 1) Kualitas produk, pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.
- 2) Harga, untuk pelanggan yang sensitive, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan value for money yang tinggi.
- 3) Service quality, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan driver yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah SERVQUAL.
- 4) Emotional Factor, pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya emosional value yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.
- 5) Biaya dan kemudahan, pelanggan akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Terkait dengan kepuasan pelanggan, Sabarguna menyatakan ada 4 aspek kepuasan konsumen, yaitu :

- 1) Aspek kenyamanan, meliputi lokasi usaha, kebersihan dan kenyamanan
- 2) Aspek hubungan konsumen dengan karyawan, meliputi keramahan karyawan, informasi yang diberikan karyawan, komunikatif, responsif, suportif dan cekatan dalam melayani konsumen.

- 3) Aspek kompetensi petugas, meliputi keberanian bertindak dan pengalaman
- 4) Aspek biaya, meliputi harga produk, terjangkau atau tidak oleh konsumen.

Berdasarkan aspek-aspek kepuasan konsumen yang dikemukakan di atas, maka aspek yang akan digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan para pengunjung objek wisata Taman Sari dalam penelitian ini adalah aspek kenyamanan, aspek hubungan konsumen dengan karyawan, aspek kompetensi petugas dan aspek biaya yang dijabarkan dengan indikator:

1. Kenyamanan
2. Hubungan konsumen dengan karyawan
3. Kompetensi petugas
4. Biaya (tarif masuk).

Menurut Philip Kotler (2006) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkannya. Jika kinerja suatu produk memenuhi atau melebihi ekspektasi dari pelanggan maka akan tercipta rasa puas dan sangat puas pada diri pelanggan. Jika kinerja produk berada dibawah harapan, maka seorang pelanggan akan merasa tidak puas.

Dalam penelitian ini maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga, Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Objek Wisata Taman Sari Yogyakarta”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas,dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata Taman Sari Yogyakarta?
2. Apakah daya tarik wisata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata Taman Sari Yogyakarta?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata Taman Sari Yogyakarta?
4. Apakah persepsi harga,daya tarik wisata dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata Taman Sari Yogyakarta.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata Taman Sari Yogyakarta
2. Untuk menganalisis pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata Taman Sari Yogyakarta
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata Taman Sari Yogyakarta
4. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga,daya tarik wisata dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata Taman Sari

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan menambah wawasan dalam pengembangan Ilmu Administrasi Bisnis khususnya di bidang Pemasaran Jasa.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran dan informasi yang berguna bagi industri pariwisata khususnya di objek wisata Taman Sari Yogyakarta dalam mengembangkan kebijakan dan strategi pemasaran yang berkaitan dengan persepsi harga, daya tarik dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di objek wisata Taman Sari.

1.5 Batasan Masalah

1. Lokasi penelitian ini dilakukan di Yogyakarta.
2. Responden penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah berkunjung dan sedang berkunjung ke Taman Sari
3. Jumlah responden sebanyak 100 orang.
4. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:
 - a. Variabel dependen (Y) = Kepuasan pengunjung
 - b. Variabel independen (X) =
 - X1 = Persepsi Harga
 - X2 = Daya Tarik Wisata
 - X3 = Kualitas Pelayanan

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah diolah diatas dapat disimpulkan beberapa hal, sebagai berikut:

5.1.1. Profil Responden

1. Berdasarkan jenis kelamin, dapat disimpulkan bahwa responden yang pernah berkunjung ke Taman Sari Yogyakarta adalah sebagian besar responden yang berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 52 orang responden dengan jumlah prosentase sebesar 52%.
2. Berdasarkan pekerjaan, dapat disimpulkan bahwa responden yang pernah berkunjung ke Taman Sari Yogyakarta adalah sebagian besar sebagai mahasiswa/pelajar yaitu sebanyak 73 orang responden dengan jumlah prosentase sebesar 73%.
3. Berdasarkan pengeluaran, dapat disimpulkan bahwa responden yang pernah berkunjung ke Taman Sari Yogyakarta adalah sebagian besar yang mengeluarkan Rp. 1.000.000-2000.000 yaitu sebanyak 46 orang responden dengan jumlah prosentase sebesar 46%.
4. Berdasarkan pendidikan terakhir, dapat disimpulkan bahwa responden yang pernah berkunjung ke Taman Sari Yogyakarta adalah sebagian besar yang berpendidikan terakhir SMA yaitu sebanyak 54 orang responden dengan jumlah prosentase sebesar 54%.

5.1.2. Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung.

1. Persepsi Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Taman Sari di Yogyakarta yaitu tingkat signifikansi $0,018 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Daya Tarik Wisata secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Taman Sari di Yogyakarta yaitu tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima.
3. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Taman Sari di Yogyakarta yaitu tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima.
4. Persepsi Harga, Daya Tarik Wisata dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Taman Sari di Yogyakarta yaitu tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang memerlukan penelitian lebih lanjut. Beberapa keterbatasan tersebut, sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam penelitian ini hanya terdiri dari 3 variabel yaitu: persepsi harga, daya tarik wisata dan kualitas pelayanan. Sementara masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung Taman Sari di Yogyakarta.

2. Sampel dan Populasi dalam penelitian ini sangat terbatas dimana dalam penelitian ini hanya menggunakan responden yaitu sebanyak 100 orang responden dan hanya dilakukan di Yogyakarta.

5.3. Saran

5.3.1. Saran Bagi Perusahaan

1. Taman Sari harus tetap memberikan harga yang terjangkau, sehingga konsumen akan tetap merasa puas.
2. Taman Sari harus tetap menjaga daya tarik wisata, sehingga konsumen akan tetap merasa puas .
3. Taman Sari harus tetap memberikan kualitas pelayanan yang baik, sehingga konsumen akan tetap merasa puas.

5.3.2. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

1. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini terbatas yaitu persepsi harga ,daya tarik wisata, dan kualitas pelayanan . Oleh sebab itu, penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang berhubungan dengan kepuasan konsumen.
2. Jumlah sampel dan populasi dalam penelitian ini hanya berjumlah 100 orang responden dan hanya dilakukan di Yogyakarta. Oleh sebab itu, penelitian selanjutnya harus lebih memperbanyak jumlah sampel dan memperluas populasi, sehingga hasil penelitian lebih mendekati dengan kondisi yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Purwanto, Erwan dan Dyah Ratih Sulistyastuti. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi
- Barnes, J. G. 2003. Secret of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan). Yogyakarta: Andi.
- Bitner, M. J. dan Zeithaml, V. A., 2003, Service Marketing (3rd ed.), Tata McGraw Hill, New Delhi.
- Fandy Tjiptono. 2014. Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian). Yogyakarta. Andi.
- Husein Umar, 2005. Metode Penelitian. Jakarta : Salemba Empat
- James.J.Spillane DR, 2002, "Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya", Yogyakarta: Kanisius.
- Jonathan, Sarwono. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Yogyakarta :Graha Ilmu
- Kotler, Philip (2006). Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama. Indonesia: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12 Jilid 1, Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip.2002, Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta
- Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2014), Principles of Marketin, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta. Kotler,
- Kusumaningrum, Dian. 2009. Persepsi Wisatawan Nusantara Terhadap Daya Tarik Wisata Di Kota Palembang. Magister Kajian Pariwisata. Universitea Gadjah Mada.
- Philip. Keller, K Lane, 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1 dan 2, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Radiosunu. 2001. Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Analisis. Yogyakarta: BPFE.
- Richardson, I.J and Fluker, Martin. 2004. Understanding and Managing Tourism. Australia: Pearson Education Australia.
- Richard Sihite dalam Marpaung dan Bahar. 2000: 46-47. Pariwisata.

Siregar, Syofian. 2014. Metode penelitian kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual

Spillane, James J. 1987. Pariwisata Indonesia Sejarah, dan Prospeknya. Yogyakarta : Kanisius.

Suwantoro, Gamal. 2004. Dasar-dasar Pariwisata. Penerbit Andi Yogyakarta

Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Yogyakarta : CV. Andi

Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata

©UKDWN