



**“PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, PROMOSI,
DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA
WISATA ALAM Pemandangan ARAK-ARAK WRINGIN
KABUPATEN BONDOWOSO”**

SKRIPSI

*Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar S-1 Ekonomi
Pada Minat Studi Manajemen Bisnis Program Studi Manajemen*

Diajukan Oleh :

ISMAWATI

19.104497

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA JEMBER
2023**

LEMBARAN PENGESAHAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MANDALA JEMBER

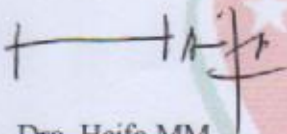
**“PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, PROMOSI,
DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA
WISATA ALAM Pemandangan ARAK-ARAK WRINGIN
KABUPATEN BONDOWOSO”**

Nama : ISMAWATI
Nim : 19.104497
Program Studi : Manajemen
Minat Studi : Manajemen Bisnis
Mata kuliah Dasar : Manajemen Pemasaran

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing Utama

Dosen Pembimbing Asisten



Dra. Haifa, MM

NIDN : 0706128203

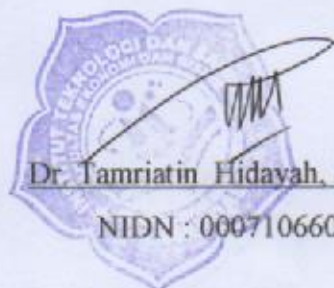


Hayatul Maspufah, S.P., M.M

NIDN : 0713076903

Mengetahui,

Ka. Prodi Manajemen



Dr. Tamriatin Hidayah, S.E., M.P
NIDN : 00071066001

PERSETUJUAN SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA JEMBER

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, PROMOSI,
DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA
WISATA ALAM PEMANDANGAN ARAK-ARAK WRINGIN
KABUPATEN BONDOWOSO**

Telah dipertahankan Tim Penguji Skripsi pada :

Hari/Tanggal : Senin, 07 Agustus 2023
Jam : 10.00-11.30
Tempat : ITS Mandala Jember

Disetujui oleh Tim Penguji Skripsi

Hamzah Fanzuri Jusuf, SE,MM,MP
Ketua Penguji

Havatul Mapufah, S.P.,M.M.
Sekretaris Penguji

Dra. Haifa, M.M
Anggota Penguji



Mengetahui

Ketua Program Studi,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Manajemen

ITS Mandala Jember



Tamriatin Hidayah, S.E.,M.P.

NIDN : 00071066001



Dr. Muhammad Firdaus, S.P.,M.M.,M.P.

NIDN : 008077101

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ismawati
NIM : 19104497
Program Studi : Manajemen
Minat Studi : Manajemen Bisnis
Minat Studi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul: "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Promosi, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Wisata Alam Pemandangan Arak-arak Wringin Kabupaten Bondowoso " Merupakan hasil karya ilmiah yang saya buat sendiri.

Apabila terbukti pernyataan saya ini tidak benar maka saya siap menanggung resiko dibatalkannya skripsi yang telah saya buat.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan sejujurnya.

Jember, Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Ismawati

MOTTO

“ Jika kalian bersyukur, maka akan ku tambahkan nikmatku untuk kalian”

(Qs. Ibrahim 7)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain)”

(Qs. Al-Insyirah: 6-7)

“Jangan pernah mundur meskipun kita seorang wanita, karena wanita juga menjadi tulang punggung keluarga”

(Ismawati)

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, yang telah memberikan kenikmatan berupa Iman, Islam dan juga kesehatan serta kekuatan kepada penulis, walaupun dengan langkah tertatih-tatih namun dengan penuh keyakinan dan ridho Allah SWT sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sembari dengan senantiasa berdoa semoga kita semua termasuk orang-orang yang diberkahi-Nya. Selanjutnya shalawat dan salam disampaikan kepada Rasulullah Muhammad SAW yang telah membawa risalah Islam berupa ajaran yang hak lagi sempurna bagi manusia dan seluruh penghuni alam ini.

Skripsi ini dibuat untuk melengkapi tugas-tugas perkuliahan dan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana S1 Ekonomi pada Minat Studi Manajemen di Institut Teknologi dan Sains Mandala Jember, dengan judul : **“Pengaruh harga, kualitas pelayanan, lokasi, promosi, dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung pada wisata alam pemandangan arak-arak Wringin Kabupaten Bondowoso”**.

Penulis tidak dapat berjalan sendiri dalam menyelesaikan skripsi ini tanpa doa, bantuan dan dorongan baik moril maupun materill dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Dr. Suwignyo Widagdo, S.E., M.M., M.P selaku Rektor Institut Teknologi dan Sains Mandala Jember.
2. Bapak Dr. Muhammad Firdaus, SP., MM, MP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Teknologi dan Sains Mandala Jember.

3. Ibu Dr. Tamriatin Hidayah, S.E,M.P. selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberi semangat, dukungan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Dra. Haifa, MM. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan saran, nasehat dan bimbingan kepada saya dalam penyusunan skripsi ini
5. Ibu Hayatul Maspufah, S.P,M.M. selaku Dosen Pembimbing Asisten yang dengan penuh perhatian dan penuh dengan kesabaran serta selalu memberi masukan dan bimbingan selama penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh civitas akademika ITS Mandala Jember yang memberikan saya ilmu dan pengalaman berharga selama kurang lebih 4 tahun menempuh pendidikan di ITS Mandala Jember.
7. Kedua orang tua saya Ayah tercinta (Rakwi) dan Ibu tercinta (Hatija) yang telah banting tulang, yang tidak pernah kenal hujan/panas hanya demi masa depan anak-anaknya, sekaligus teman curhat saya, dan yang telah memberikan curahan kasih sayang, perhatian, pengorbanan, bimbingan serta doa. sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan penuh semangat dan tanggung jawab.
8. Adek/Saudara Kandung saya Lailatul Jannah yang selalu mendoakan dan mensupport saya, serta mengharuskan saya untuk sampai dititik saat ini.
9. Orang yang saya sayangi Achmad Novanto yang sudah bersedia menjadi laki-laki kedua dari ayah, terima kasih sudah mensupport saya sampai saat ini.

10. Sahabat saya yang selama ini sudah menemani saya suka maupun duka terimakasih buat Ayani, Nuril Azizah, M. Ridwan dan sahabat ku yang lainnya.
11. Kepada teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu karena telah memberi semangat dan tempat berbagi keluh kesah dalam penyusunan skripsi ini.
12. Kepada orang-orang yang sudah mencaki maki saya, saya sangat berterima kasih karena dengan ocehan jenengan saya mempunyai semangat tinggi untuk membuktikan bahwa saya tidak seperti apa yang jenengan pikirkan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan maupun penyajian skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, penulis mohon maaf atas semua kekurangan dalam skripsi ini dan menerima dengan senang hati segala bentuk kritik maupun saran yang membangun. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah ilmu pengetahuan khususnya bagi peneliti dan bagi pembaca pada umumnya.

Terima kasih.

Jember, Juli 2023

Penerbit

Ismawati
19104497

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBARAN PENGESAHAN	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan masalah	9
1.3. Tujuan..	10
1.4. Manfaat	11
1.5 Batasan Masalah	11
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Kajian Teori.....	24
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	24
2.2.2 Harga	27
2.2.3 Kualitas Pelayanan.....	28
2.2.4 Lokasi	30
2.2.5 Promosi.....	31
2.2.6 Fasilitas.....	32
2.2.7 Kepuasan Pengunjung	33
2.3 Kerangka Konseptual.....	35
2.3.1 Gambar Kerangka Konseptual.....	35
2.4 Hipotesis.....	36

BAB III.....	41
METODOLOGI PENELITIAN.....	41
3.1 Gambararan Obyek Penelitian.....	41
3.2 Populasi dan Sampel.....	42
3.2.1. Populasi.....	42
3.2.2. Sampel.....	42
3.3 Jenis Penelitian	43
3.4 Identifikasi Variabel	44
3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	44
3.5.1. Harga (X1)	44
3.5.2. Kualitas Pelayanan (X2).....	45
3.5.3. Lokasi (X3)	46
3.5.4. Promosi (X4).....	47
3.5.5. Fasilitas (X5).....	47
3.5.6. Kepuasan Pengunjung (Y)	48
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	48
3.6.1 Observasi.....	49
3.6.2. Wawancara.....	49
3.6.3. Kuesioner	49
3.6.4. Studi Pustaka.....	49
3.7 Sumber Data.....	50
3.7.1 Data Primer	50
3.7.2 Data Sekunder	50
3.8 Metode Analisis Data.....	50
3.8.1 Uji Instrumen Data	50
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	53
3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
3.8.4 Koefisien Determinasi (R^2)	56
3.8.5 Hipotesis.....	57
BAB IV	59
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 HASIL PENELITIAN.....	59
4.2. Analisis Hasil Penelitian	69
4.3. Interpretasi Penelitian.....	80

BAB V	86
PENUTUP	86
5.1. Simpulan.....	86
5.2. Implikasi.....	87
5.3. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengunjung wisata Kabupaten Bondowoso.....	4
Tabel 2.1 Persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahul.....	20
Tabel 4.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	61
Tabel 4.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan.....	61
Tabel 4.5. Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung.....	62
Tabel 4.6. Deskripsi Responden Berdasarkan Sumber Informasi.....	62
Tabel 4.7 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Harga	63
Tabel 4.8 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	64
Tabel 4.9 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Lokasi.....	65
Tabel 4.10 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Promosi.....	67
Tabel 4.12 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pengunjung...	71
Tabel 4.13 Uji Validitas Instrumen Data Penelitian	70
Tabel 4.14 Reabilitas Instrument Data Penelitian.....	71
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalis.....	72
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	73
Tabel 4.17Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	74
Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	75
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi.....	77
Tabel 4.20 Hasil Uji t.....	78
Tabel 4.21 Perbandingan t hitung dan t tabel.....	78
Tabel 4.22 Hasil Uji F.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	36
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Pengantar Kuesioner
- Lampiran 2: Data Responden
- Lampiran 3: Rekapitulasi Jawaban Responden
- Lampiran 4: Hasil uji validitas Harga (X1)
- Lampiran 5: Hasil uji validitas Kualitas Pelayanan (X2)
- Lampiran 6: Hasil uji validitas Lokasi (X3)
- Lampiran 7: Hasil uji validitas Promosi (X4)
- Lampiran 8: Hasil uji validitas Fasilitas (X5)
- Lampiran 9 : Hasil uji Reabilitas Variabel Harga (X1)
- Lampiran 10 : Hasil uji Reabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)
- Lampiran 11 : Hasil uji Reabilitas Variabel Lokasi (X3)
- Lampiran 12 : Hasil uji Reabilitas Variabel Promosi (X4)
- Lampiran 13 : Hasil uji Reabilitas Variabel Fasilitas (X5)
- Lampiran 14: Hasil uji Normalitas
- Lampiran 15: Hasil uji Multikolonieritas
- Lampiran 16: Hasil uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 17: Hasil uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 18: Hasil uji Koefisien Determinasi
- Lampiran 19: Hasil uji Parsial (Uji t)
- Lampiran 20: Hasil uji F

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh harga, kualitas pelayanan, lokasi, promosi dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung pada wisata alam pemandangan arak-arak Wringin Kabupaten Bondowoso. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Data yang digunakan yaitu data primer dengan teknik pengumpulan data yaitu kuisisioner dan studi pustaka. Metode pengolahan data pada penelitian ini menggunakan uji instrument data yaitu: uji validitas dan uji reabilitas, uji asumsi klasik yaitu: uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisi, analisis linier berganda, hipotesis yaitu: uji t dan uji F, dan koefisiensi determinasi, dengan bantuan alat analisis SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga , Kualitas Pelayanan , Lokasi , dan Promosi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung wisata alam pemandangan arak-arak wringin Kabupaten Bondowoso. Sedangkan fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada wisata alam pemandangan arak-arak Wringin Kabupaten Bondowoso, dan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung pada Wisata Alam Pemandangan Arak-arak Wringin Kabupaten Bondowoso.

Kata Kunci : Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Promosi, dan Fasilitas.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of price, service quality, location, promotion and facilities on visitor satisfaction at the natural attractions of the Wringin procession, Bondowoso Regency. This type of research used is quantitative research. The data used is primary data with data collection techniques, namely questionnaires and literature study. The data processing method in this study uses instrument data tests, namely: validity and reliability tests, classic assumption tests, namely: normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test, multiple linear analysis, hypotheses namely: t test and F test, and coefficient of determination, with the help of the SPSS 25 analysis tool. The results showed that the variables Price, Service Quality, Location, and Promotion partially had no significant effect on visitor satisfaction with the scenery of the Wringin procession in Bondowoso Regency. While the facilities partially have a significant effect on visitor satisfaction at the nature tourism of the Wringin parade of Bondowoso Regency, and simultaneously have a significant effect on visitor satisfaction at the Natural Tourism of the Wringin parade of Bondowoso Regency.

Keywords: *Effect of Price, Service Quality, Location, Promotion, and Facilities.*

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara yang memiliki potensi alam yang besar. Potensi alam berupa kondisi geografis yang terdiri dari ribuan pulau. Pulau- pulau tersebut membentang dari Sabang sampai Merauke, dan membuat Indonesia menjadi negara kepulauan terbesar di dunia. Kondisi geografis ini sangat menguntungkan dan dapat dikembangkan untuk berbagai sektor. Salah satunya sektor pariwisata di Indonesia. Pariwisata menurut Undang Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan merupakan berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Berdasarkan pernyataan tersebut, pariwisata didukung oleh semua komponen yang ada di dalamnya.

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang menyumbangkan penghasilan yang besar bagi daerah. Retribusi daerah sebagian besar berasal dari sektor pariwisata. Oleh karena itu pengembangan sektor pariwisata perlu dilakukan untuk meningkatkan laju perekonomian daerah dan meningkatkan kesejahteraan warga. Tiap-tiap daerah berupaya untuk mengembangkan potensi wisata daerahnya. Pada abad 21, pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi yang sangat strategis. Pariwisata merupakan salah satu jenis industri baru yang mampu menghasilkan

pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal menyediakan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, dan standar hidup serta memicu industri-industri kecil seperti industri-industri kerajinan tangan dan cinderamata (Pendit, 1999:35). Di negara-negara lain, seperti Singapura, Swiss dan lain-lain, pariwisata sudah menjadi salah satu penyumbang devisa. Studi yang dilakukan *World Travel and Tourism Council* (WTTC) (2018) menyimpulkan bahwa pertumbuhan kontribusi pariwisata terhadap GDP rata-rata sebesar 10,2% dan merupakan yang tercepat di dunia. *United Nations World Tourism Organisasi* (UNWTO) (2018) juga menyatakan bahwa di abad ke 21 pariwisata akan menjadi industri terbesar bersamaan dengan telekomunikasi dan teknologi informasi.

Wisata merupakan kegiatan yang identik dengan aktifitas berlibur. Oleh karena itu suatu objek wisata harus memiliki keunggulan - keunggulan yang mampu menciptakan kepuasan bagi pengunjungnya setelah mengunjungi objek wisata tersebut. Potensi wisata Indonesia yang cukup menarik bagi wisatawan salah satunya adalah destinasi wisata di Kabupaten Bondowoso merupakan satu-satunya Kabupaten yang tidak memiliki wilayah laut (terkurung daratan) di wilayah Tapal Kuda, Jawa Timur. Bondowoso merupakan daerah yang menyimpan potensi obyek wisata yang sangat indah dan menarik untuk dilihat dan dinikmati pesona alamnya, ragam budayanya dan makanan khas serta produk unggulannya. Kabupaten bondowoso yang masih memiliki suasana pedesaan yang sangat kental akan

keasrian alamnya. Hal ini menyebabkan banyak potensi di kabupaten bondowoso yang dapat dijadikan sebagai destinasi obyek pariwisata. Keasrian suasana di desa di kabupaten bondowoso membuat banyak potensi yang ada di desa muncul dengan dilakukan penggalan potensi desa yang menyebabkan banyak desa wisata bermunculan di kabupaten bondowoso.

Kebijakan Pemerintah Kabupaten Bondowoso dalam bidang pembangunan kepariwisataan tertuang dalam Peraturan Daerah Kabupaten Bondowoso Nomor 3 Tahun 2019 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Bondowoso Tahun 2019-2034, dengan visi terwujudnya Bondowoso sebagai destinasi pariwisata yang layak kunjung dan berkualitas. Strategi kebijakan pembangunan kepariwisataan Kabupaten Bondowoso dilakukan dengan diawali penentuan wilayah Destinasi Pariwisata Kabupaten (DPK) yang terdiri dari 34 Daya Tarik Wisata (DTW) dan dikelompokkan menjadi 4 Kawasan Strategis Pariwisata Kabupaten (KSPK) meliputi : KSPK Sejarah dan Megalitikum, KSPK Argopuro, KSPK Solor, KSPK Ijen Raung Geopark. Salah satu Daya Tarik Wisata (DTW) di dalam KSPK Ijen Raung Geopark ini adalah Desa Wisata Tirta Agung yang memiliki berbagai destinasi wisata. Data dibawah ini merupakan data Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga (Disparbudpora) Bondowoso tentang jumlah pengunjung wisata yang paling banyak dikunjungi tahun 2021 sebagai berikut:

Tabel 1.1 Data Pengunjung wisata Kabupaten Bondowoso

No	Nama wisata	Jumlah pengunjung 2021
1.	Kawah Ijen	148.250
2.	Pemandangan Arak-arak	8.656
3.	Lava Basaltis Plalangan	8.507
4.	Kawah Wurung	6.501
5.	Wisata Kali Pait	5.248
6.	Wisata Batu So'on Solor	4.944
	Total	182.106

Sumber: DISPARBUDPORA Bondowoso diolah peneliti 2023

Berdasarkan data yang dihimpun dari Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga (Disparbudpora) Bondowoso, secara keseluruhan selama satu tahun kunjungan wisata di Bondowoso mencapai 182 ribu lebih. Destinasi wisata alam Kawah Ijen masih menjadi destinasi paling banyak dikunjungi, dengan jumlah kunjungan mencapai 41 ribu lebih. Sementara itu, untuk kategori destinasi wisata alam paling banyak nomor dua adalah Pemandangan Alam Arak-Arak. Selama satu tahun wisata tersebut dikunjungi sebanyak 8.656 orang. Disusul oleh Lava Basaltis Plalangan di posisi ketiga dengan jumlah kunjungan 8.507. Destinasi wisata Kawah Wurung (Kawu) berada di urutan keempat kunjungan terbanyak selama

2021, yakni dengan total 6.501 kunjungan. Kemudian, peringkat ke lima dengan 5.248 kunjungan ditempati wisata Kali Pait. Sementara itu, Batu So'on Solor berada di posisi keenam dengan 4.944 kunjungan.

Salah satu tempat wisata di Kabupaten Bondowoso, Jawa Timur yang menjadi julukan wisatawan adalah pemandangan Alam Arak – arak, yang ada Desa Sumber Canting Kecamatan Wringin. Jarak dari pusat kota Bondowoso adalah sekitar 21 Kilometer dengan waktu tempuh kurang lebih 35 menit. Obyek wisata arak – arak Bondowoso adalah taman ditengah hutan kawasan pegunungan yang berada di sisin barat laut Kabupaten Bondowoso. Pengelola telah mempercantik taman ini agar cocok untuk berfoto dan menikmati suasana alam. Beberapa fasilitas penunjang wisata yang telah ditambahkan di sini adalah gazebo untuk bersantai, rumah pohon, dan spot foto. Ada pula mushala, warung makan, hingga toilet. Biasanya pengunjung yang datang gemar berselfi di rumah pohon atas spot yang telah disediakan. Khusus foto, latar belakang pemandangan dari ketinggian memang menggoda mereka untuk berfoto disana. Oleh karena itu, tak ayal jika Destinasi Wisata Arak-arak Bondowoso menjadi destinasi kedua paling ramai dikunjungi di kabupaten Bondowoso. Hadirnya bermacam wahana yang ditawarkan tak lain adalah bertujuan memberikan kepuasan konsumen wisata itu sendiri.

ekspektasi, tentunya berlaku pada sebaliknya jika kinerja dari produk sesuai ekspektasi pelanggan puas. Rasa tidak puas berpengaruh terhadap penilaian yang nantinya akan diberikan oleh pengunjung wisata Taman Arak-arak, ketika pengunjung tidak merasakan puas dalam mengunjungi wisata Taman Arak-arak maka akan menimbulkan penilaian yang tidak baik terhadap Wisata Taman Arak-arak tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan adalah Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Fasilitas Penunjang Sarana dan Prasarana.

Penelitian pada permasalahan ini dirasa penting dilakukan mengingat terdapat beberapa manfaat yang tidak dapat dirasakan oleh pengunjung sehingga beberapa pengunjung merasa tidak puas setelah berkunjung. Hal tersebut sangat penting diperhatikan dimana kepuasan pengunjung memberikan manfaat, antara lain hubungan antara perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik dalam terciptanya suatu kepuasan konsumen dan pembelian kembali.

Menurut penelitian Andi Muhammad Irfan (2018:). Kepuasan pengunjung hal utama yang harus diprioritaskan agar dapat bertahan, dapat bersaing dengan menguasai pangsa pasar. Selaku pimpinan sebuah perusahaan untuk menghasilkan kinerja (performance) sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan pelanggan, mengemukakan bahwa kepuasan

pengunjung merupakan sebuah langkah yang diambil seseorang untuk memutuskan apa yang pengunjung dapatkan.

Menurut penelitian Sumarni (2000), dalam jurnal Andi Muhammad Irfan (2018:84). Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Perusahaan harus menetapkan harga secara tepat agar dapat sukses dalam memasarkan barang atau jasa.

Menurut penelitian Riswandi (2014), dalam jurnal Hasna Nur Afifah,dkk (2022:2). Kualitas pelayanan adalah mempunyai dampak yang sangat kuat terhadap perilaku konsumen seperti loyalitas terhadap perusahaan, kemauan untuk membayar lebih serta keengganan untuk berpindah ke produk lain, sehingga kualitas pelayanan membuat perusahaan pada kinerja yang sangat bai.

Menurut penelitian Sulistyorini, S. (2021 :3)). Lokasi adalah sebuah tempat untuk melayani konsumen, dapat juga diartikan sebagai sebuah tempat untuk memajangkan barang – barang dagangannya. Dalam sektor pariwisata lokasi menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pengunjung, jarak dan akses menuju lokasi wisata tersebut juga menjadi pertimbangan pengunjung. Selain itu waktu tempuh juga menjadi hal yang diperhatikan bagi pengunjung untuk berwisatake suatu tempat.

Menurut penelitian Sulistyorini, S. (2021 :4). Promosi adalah elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek produk dan perusahaan. Promosi merupakan kegiatan yang sangat penting dan berperan aktif dalam memperkenalkan dan memberitahukan tentang suatu produk atau jasa layanan kepada konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa layanan yang dipromosikan. Maka pemilik usaha atau perusahaan harus dapat menentukan dengan tepat alat promosi manakah yang dipergunakan agar dapat mencapai keberhasilan dalam penjualan.

Menurut penelitian Sulistyorini, S. (2021 : 5). Fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktifitas. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan suatu pilihan. Semakin lengkap fasilitas yang disediakan di tempat wisata, maka pelanggan akan semakin puas dan akan terus kembali ke tempat wisata tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang pengunjung peroleh terhadap fasilitas yang tersedia. Fasilitas merupakan salah satu faktor pendukung yang sangat penting disuatu tempat wisata dengan adanya fasilitas yang lengkap dan juga perawatan fasilitas yang baik maka pengunjung akan merasa puas dan nyaman karena mendapatkan pelayanan yang baik dari suatu tempat wisata.

1.2. Rumusan masalah

Dalam melakukan kunjungan ke destinasi wisata salah satu hal yang menjadi pertimbangan wisatawan, pengelola telah mempercantik taman ini agar cocok untuk menikmati suasana alam. Wisata tersebut sudah menyediakan harga tiket yang sangat murah, pelayan yang sangat baik, lokasi yang mudah dijangkau, promosi yang sangat menarik perhatian pengunjung serta fasilitas yang sangat dibutuhkan pengunjung. Sehingga membuat pengunjung merasa puas dan merekomendasikan untuk berkunjung kembali. Maka dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang akan dikaji yaitu :

1. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengunjung?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengunjung?
3. Apakah Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengunjung?
4. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengunjung?
5. Apakah fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengunjung?

6. Apakah harga, kualitas pelayanan, lokasi, promosi, dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengunjung?

1.3. Tujuan

1. Untuk mengetahui dan menganalisis harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengunjung.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengunjung.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis lokasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengunjung.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis promosi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengunjung.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengunjung.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis harga, kualitas pelayanan, lokasi, promosi, dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengunjung.

1.4. Manfaat

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan yang lebih luas yang berkaitan dengan bidang ilmu pemasaran dengan penerapan *Marketing Mix* yang mempengaruhi kepuasan pengunjung.

2. Bagi Peneliti Instansi/Perusahaan

Penelitian ini diharapkan nantinya bisa memberikan kontribusi ilmu pengetahuan serta dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang sejenis.

3. Bagi Almamater

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pemikiran pengembangan ilmu pengetahuan, serta dapat digunakan sebagai dasar referensi untuk peneliti lanjutan atau bahkan peneliti lainnya

1.5 Batasan Masalah

Agar pembahasan dalam penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang jauh dari tujuan penelitian, maka akan dibatasi pada hal-hal sebagai berikut:

1. Responden yang dipilih dalam penelitian ini minimal umur 15 tahun dan lebih dari 1 kali berkunjung. Dikarenakan pada usia tersebut dapat

dikatakan generasi yang sudah aktif menggunakan sosial media sehingga diharapkan dapat membantu dalam hal pengembangan pada objek pariwisata.

2. Periode penelitian pada bulan maret 2023 – juni 2023

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

1. Andi Muhammad Irfan (2018) tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh 3 variabel independen tersebut terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan dengan kuesioner yang menggunakan metode analisis linier berganda terhadap 100 responden yaitu pengunjung kenari waterpark. Analisis terhadap data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji f, uji t serta analisis koefisien regresi (R^2). Analisis kualitatif merupakan interpretasi data yang diperoleh dalam penelitian serta hasil pengolahan data yang sudah dilaksanakan dengan memberi keterangan-keterangan dan penjelasan-penjelasan. Hasil dari penelitian ini adalah secara parsial variabel kualitas pelayanan dan harga tidak berpengaruh signifikan, secara simultan variabel kualitas pelayanan, harga dan fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan kenari *waterpark* Bontang dengan nilai probabilitas signifikan.
2. Stivani Yanti Atmanegara, dkk (2019) penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Hotel Ijen View Bondowoso. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan hotel Ijen

View Bondowoso. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden orang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan data yang diperoleh dapat akurat sesuai dengan perhitungan statistik. Analisis data diolah dengan menggunakan analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan koefisien pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,42 dengan nilai $p < 0,01$. Koefisien pengaruh variabel citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen adalah 0,08 dengan nilai $p > 0,20$. Koefisien pengaruh variabel lokasi terhadap kepuasan konsumen adalah 0,26 dengan nilai $p < 0,01$

3. Adil Fadilah, dkk (2020) tujuan dari penelitian adalah (1) untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada hotel 101 di suryakencana kota Bogor, (2) untuk mengetahui pengaruh strategi lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada hotel 101 di suryakencana Kota Bogor, (3) untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada hotel 101 di suryakencana Kota Bogor, dan (4) untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, strategi lokasi, dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan hotel 101 di suryakencana Kota Bogor. Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang diambil dari seluruh pengunjung di hotel 101 di suryakencana Kota Bogor. Data penelitian ini diolah menggunakan SPSS 2018. Hasil dari penelitian sebagai

berikut: 1). Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan hotel 101 di suryakencana Kota Bogor, 2). Strategi lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan hotel 101 di suryakecana Kota Bogor, 3). Harga mempunyai penaruh yang positif dan signifikan terhadap keuasan pelanggan hotel 101 di suryakencana Kota Bogor, 4). Kualitas pelayanan, strategi lokasi dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4. Excel H. Bolang, dkk (2021) tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *E-WOM*, lokasi dan harga tiket terhadap minat berkunjung wisatawan pada *makatete hill's* Desa Warembungan. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 60.294 orang, dengan menggunakan teknik non probability sampling dan formula slovin, sampel penelitian ini berjumlah 125 responden tetapi yang kembali hanya 100 orang responden. Analisis data berupa uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, analisis linier berganda, uji koefisien determinasi, uji F, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, *E-WOM*, lokasi dan harga tiket berpengaruh terhadap minat berkunjung, secara parsial *E-WOM*, lokasi dan harga tiket juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minta berkunjung.

5. Meyta Salsa Hardina, dkk (2021) tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisata taman sari di Yogyakarta. Populasi penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang pernah minimal satu kali atau lebih ke wisata taman sari di Yogyakarta. Sampel ditentukan dengan model non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Ukuran sampel ditentukan menurut hair et al untuk menentukan jumlah sampel dengan mengalikan 5 kali jumlah item pertanyaan, dalam penelitian ini ada 37 pertanyaan maka diperoleh 185 responden .uji yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linier berganda, uji t dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatatanaman sari di Yogyakarta, sedangkan variabel lokasi dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisata taman sari di Yogyakarta.
6. Sulistyorini (2021) tujuan dilakukan penelitian ini adalah 1) untuk menguji dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan berkunjung di objek wisata waturumpuk 2) untuk menguji dan menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan berkunjung di objek wisata waturumpuk 3) untuk menguji dan menganalisis pengaruh

fasilitas 4) untuk menguji dan menganalisis pengaruh lokasi, promosi, dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung di objek wisata waturumpuk. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif . metode pengumpulan data melalui kuesioner, wawancara dan observasi. Pada penelitian ini jumlah populasi yang digunakan tidak diketahui yaitu seluruh pengunjung objek wisata waturumpuk. Sehingga dalam teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *insidental sampling* dan didapatkan bahwa sampel yang dibutuhkan sebanyak 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi baik secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Promosi baik secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Fasilitas baik secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.

7. Suseno, dkk (2021) tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh atraksi wisata, fasilitas, kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung di pemandian alam Selokambang. Selanjutnya untuk mengetahui variabel mana yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di pemandian alam Selokambang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah diambil dari pengunjung yang berkunjung di pemandian alam selokambang. Dalam pengambilan sampel

menggunakan non-probabilitas yakni purposive sampling dengan responden sebanyak 80 responden. Data yang diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang di analisis menggunakan teknik regresi linier berganda. Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel atraksi wisata tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung, kemudian variabel fasilitas memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung dan variabel kualitas pelayanan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

8. Helda Chylia Sianturi, dkk (2022) teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling, dengan metode accidental sampling sebanyak 100 responden yang merupakan pengunjung snowbay TMII pada bulan maret 2019, yang berusia 17 tahun keatas serta bersedia mengisi kuisisioner penelitian ini. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner penelitian yang diukur dengan 5 pilihan skala liker yang telah diuji validitas dan reabilitasnya. Metode analisis menggunakan asumsi klasik , sebelum menggunakan regresi linier berganda dengan software statistic SPSS, diikuti dengan kolerasi dan analisis koefisien determinasi. Hasil penelitian membuktikan bahwa produk pariwisata berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan berkunjung, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan berkunjung, dan lokasi berpengaruh secara positif dan

signifikan pada keputusan berkunjung. Secara bersamaan variabel produk wisata, harga dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan berkunjung ke snowbay waterpark TMII.

9. Hasna Nur Afifah, dkk (2022) teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah convenience sampling. Responden dalam penelitian ini sebanyak 150 responden dengan menggunakan structural equation model (SEM) dengan alat analisis Smart-PLS. Hasil penelitian yang telah diperoleh setelah dilakukan pengujian model struktural/uji hipotesis (Inner model) menunjukkan bahwa persepsi kualitas harga pelayanan dan fasilitas wisata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Tangkuban Perahu Bandung Jawa Barat. Variabel persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Tangkuban Perahu Bandung Jawa Barat. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Tangkuban Perahu Bandung Jawa Barat. Dan variabel sarana wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Tangkuban Perahu Bandung Jawa Barat.
10. Ashef Aniqurroziqi, dkk (2022) tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lokasi, promosi dan harga terhadap kepuasan pelanggan wisata alam Tirto Segir. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability dengan teknik purposive sampling

yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pendekatan yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode explanatory. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung wisata alam dari setigi tahun 2019 sampai dengan tahun 2020. Uji yang digunakan adalah uji regresi linier berganda, uji t, uji F. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif variabel lokasi terhadap variabel kepuasan pelanggan, terdapat variabel positif variabel promosi terhadap variabel kepuasan pelanggan, terdapat pengaruh positif variabel harga terhadap kepuasan pelanggan, dan terdapat pengaruh positif bersama lokasi, variabel promosi dan harga terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Tabel 2.1 Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu

No	Penelitian/tahun	Persamaan	Perbedaan
1.	Andi Muhammad Irfan (2018)	a. Variabel independennya terdapat kesamaan yaitu kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas. b. Variabel dependennya sama yaitu kepuasan pelanggan	a. Obyek penelitiannya berbeda yaitu kenari <i>waterpark</i> Bontang b. Tahun penelitiannya berdeda
2.	Stivani yanti atmanegara, dkk (2019)	a. variabel independennya terdapat kesamaan yaitu: kualitas pelayanan dan lokasi b. variabel dependennya sama yaitu: kepuasan konsumen	a. objek penelitiannya berbeda yaitu hotel ijen view Bondowoso b. variabel independennya berbeda yaitu citra perusahaan c. Tahun penelitiannya berbeda
3.	Adil fadillah, dkk (2020)	a. variabel indepennya terdapat kesamaan yaitu : kualitas pelayann, harga dan lokasi b. variabel dependennya sama yaitu kepuasan pelanggan	a. objek penelitiannya berbeda yaitu hotel 101 surya kencana bogor b. tahun penelitiannya berbeda
4.	Excel H. Bolang, dkk (2021)	a. variabel independennya terdapat kesamaan yaitu lokasi dan harga	a. variabel independennya terdapat perbedaan yaitu E-WOM b. variabel dependennya berbeda yaitu minat berkunjung c. obyek penelitiannya berbeda yaitu makatete hill's desa Warembungan d. tahun penelitiannya berbeda

No	Peneliti/ Tahun	Persamaan	Perbedaan
5.	Meyta Salsa Hardina, dkk (2021)	a. Variabel independennya terdapat kesamaan yaitu harga, lokasi dan fasilitas	a). Variabel dependennya berbeda yaitu keputusan berkunjung b). Obyek penelitiannya berbeda yaitu wisata taman sari di Yogyakarta. c). Tahun penelitiannya berbeda.
6.	Sulistyorini (2021)	a. variabel independennya terdapat kesamaan yaitu lokasi, promosi dan fasilitas	a.) variabel dependennya berbeda yaitu keputusan berkunjung. b.) objek penelitiannya berbeda yaitu wisata waturumpuk Desa mendak Kecamatan Danganga Kabupaten Madiun. c.) tahun penelitiannya berbeda.
7.	Suseno, dkk (2021)	a. variabel independennya ada persamaan yaitu fasilitas dan kualitas pelayanan b. variabel dependennya sama yaitu kepuasan pengunjung	a. variabel independennya ada perbedaan yaitu atraksi wisata b. obyek penelitiannya berbeda yaitu c. tahun penelitiannya berbeda
8.	Helda Chylia Sianturi, dkk (2022)	a. variabel independennya terdapat kesamaan yaitu harga dan lokasi	a. variabel independennya terdapat perbedaan yaitu produk wisata b. variabel dependennya beda yaitu keputusan pengunjung c. obyek penelitiannya berbeda yaitu wisata snowbay water park tmii d. tahun penelitiannya berbeda

No	Peneliti/tahun	Persamaan	Perbedaan
9.	Hasnanur afifah, dkk (2022)	a. variabel independennya terdapat kesamaan yaitu harga, kualitas pelayanan dan fasilitas b. variabel dependennya sama yaitu kepuasan pengunjung	a. obyek penelitiannya berbeda yaitu wisata b. tahu penelitiannya berbeda
10.	Ashef Aniqurroziqi, dkk (2022)	a.) variabel independennya terdapat kesamaan yaitu harga, promosi, lokasi. b.) variabel dependennya sama yaitu kepuasan pelanggan	a.) obyek penelitiannya berbeda yaitu Wisata alam Selo Tirto Giri (SETIGI) b.) tahun penelitiannya berbeda.

a) Persamaan dengan penelitian terdahulu

- 1) Terdapat kesamaan pada penelitian Ashef Aniqurroziqi yang terdapat pada variabel bebas yaitu harga, lokasi dan fasilitas.
- 2) Terdapat kesamaan pada metode penelitian yang menggunakan metode kuantitatif.
- 3) Terdapat kesamaan pada sumber data yaitu menggunakan data primer dan pengumpulan data menggunakan kuesioner.
- 4) Terdapat kesamaan pada teknik analisis yaitu uji validitas dan uji reabilitas.
- 5) Uji asumsi klasik yaitu (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas).
- 6) Uji regresi linier berganda yaitu uji t dan uji F

- 7) Uji hipotesis dan uji koefisiens determinasi.
- b) Perbedaan dengan penelitian terdahulu
 - Kelebihan
 - 1) Terdapat perbedaan pada penelitian Aldi Muhammad Irfan yang terdapat pada metode peneitian yang menggunakan metode kualitatif.
 - 2) Perbedaan juga terdapat pada variabel bebas dimana dalam penelitian terdahulu hanya terdapat 3 variabel.
- c) Kelebihan penelitian ini yaitu terdapat 5 variabel bebas

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Manajemen Pemasaran

a. Pengertian Manajemen Pemasaran

Menurut Dr. Heri Sudarsono, SE.,MM.(2020:2), Manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi serta efisien dan efektif. Tentu saja dalam fungsi manajemen pemasaran terdapat kegiatan menganalisis yaitu analisis yang dilakukan untuk mengetahui pasar dan lingkungan pemasarannya, sehingga dapat diperoleh seberapa besar peluang untuk merebut pasar dan seberapa besar ancaman yang harus

dihadapi. Kesuksesan bisnis dalam pemasaran adalah apabila suatu perusahaan mampu melakukan penjualan produknya sesuai dengan target yang ditentukan oleh perusahaan, bahkan melebihi target dari volume penjualan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa melalui dari produsen sampai konsumen (Shinta,A 2011:1).

b. Fungsi Manajemen Pemasaran

Menurut Dr. Heri Sudarsono, SE.,MM. (2020 : 3), Fungsi pemasaran adalah dapat diukur dari segi kualitas produk yang dipasarkan, kesesuaian harga yang diberikn kepada konsumen, ketepatan waktu pengiriman barang, kelangsungan hidup produk dapat diukur dengan melihat perusahaan memanfaatkan kelebihan kapasitas yang dihadapinya.

c. Tujuan Manajemen Pemasaran

Menurut Dr. Heri Sudarsono, SE.,MM. (2020:3), Tujuan pemasaran adalah konsumen merasa puas terhadap apa-apa yang diinginkan. Manajerial pemasaran sering digambarkan sebagai

seni menjual produk. Dalam suatu perusahaan/organisasi perlu mempertimbangkan operasi jangka pendek dan jangka panjang dan mempertimbangkan secara mendalam serta matang dalam mengelola pemasaran barang dan jasa. Sehingga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan jangka pendek dan jangka panjang tersebut, maka perusahaan harus mengkoordinasi seluruh aktivitas antar departemen yaitu departemen produksi, departemen keuangan, akuntansi, personalia dan hubungan masyarakat.

Menurut Hery,S.E.,M.Si,CRP.,RSA.,CFRM. (2019:4), Tujuan pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk atau jasa cocok dengan pelanggan, dan selanjutnya menjual dengan sendirinya. Idealnya, pemasaran hendaknya menghasilkan seorang pelanggan yang siap untuk membeli. Semua yang dibutuhkan selanjutnya adalah menyediakan produk dan jasa tersebut.

d. Strategi Pemasaran

Menurut Hadion Wijoyo (2021:62), strategi pemasaran diartikan sebagai pengendalian usaha oleh pelaku pemasaran dengan cara memberitahu dan mempengaruhi konsumen. Variabelnya meliputi barang, harga, iklan dan pendistribusian yang mendorong dalam pengambilan keputusan oleh konsumen.

Produsen harus mengumpulkan semua informasi dari konsumen guna mengevaluasi peluang pokok pemasaran dalam mengembangkan pemasaran.

2.2.2 Harga

Menurut Sulisyana (2015) dalam jurnal Meyta Salsa Hardina (2021:86), harga adalah tiket masuk pada obyek wisata akan menjadi pertimbangan bagi calon pengunjung. Harga adalah nilai manfaat yang dimiliki oleh suatu produk barang atau jasa yang dibandingkan dengan biaya atau pengorbanan yang ditimbulkan atas pengorbanan yang ditimbulkan atas mengonsumsi barang atau jasa tersebut.

Menurut Kotlet dan Armstrong (2008) dalam jurnal Meyta Salsa Hardina, dkk (2021:87), harga merupakan nilai mata uang dari suatu barang atau jasa, sejumlah nilai uang yang dipertukarkan konsumen atas manfaat yang telah diberikan suatu produk atau jasa. Indikator harga menurut Kiswanto (2011) dalam jurnal Meyta Salsa Hardina, dkk (2021:87) :

a. Indikator

- a. Penetapan harga, para pemasar harus memiliki sasaran kinerja pada saat menentukan harga disetiap jenis barang atau jasa. Penentuan harga harus dipertimbangkan atas tujuan penentuan harga itu sendiri.

- b. Cara pembayaran, para pemasar memiliki penentuan cara pembayaran kepada calon *customer* terhadap penjualan atau jasa.
- c. Potongan harga, para pemasar memberikan pengurangan harga kepada *customer* sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari *customer* yang menyenangkan bagi penjual.

2.2.3 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah landasan utama untuk mengetahui tingkat keputusan konsumen. Menurut Garvin dalam Tjiptono dan Chandra (2012:143) yang dikutip oleh Andari (2017) dalam penelitian Suseno,dkk (2021) kualitas tergantung pada bagaimana seorang menilainya, sehingga jasa yang menurut seseorang tersebut paling memuaskan merupakan jasa yang memiliki kualitas tertinggi. Kualitas pelayanan adalah tingkat layanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan pelanggan atau pengguna. Hal ini berarti bahwa layanan tersebut berkualitas jika perusahaan atau lembaga tertentu mampu menyediakan produk dan jasa (layanan) sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan harapan pelanggan / pengguna. Secara umum kualitas layanan digunakan sebagai dasar untuk produk layanan karena

produk utama yang dipasarkan adalah layanan yang berkualitas. Penyediaan layanan adalah dasar untuk pemasaran jasa.

a. Indikator

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012:78) dalam penelitian suseno, dkk (2021) mengidentifikasi ada 10 indikator kualitas pelayanan yang dirangkum menjadi 5 indikator yaitu :

- a. Reability (kehandalan) : yaitu kemampuan untuk melakukan jasa yang telah dijanjikan secara konsisten dan dapat diandalkan (akurat).
- b. Responsiveness (cepat tanggap) : yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan penyedia jasa / pelayanan yang cepat dan tepat.
- c. Assurance (kepastian): mencakup pengetahuan dan keramah-tamahan para karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
- d. Empaty (empati): meliputi pemahaman pemberi perhatian secara individual kepada pelanggan,

kemudahan dalam melakukan komunikasi yang baik, dan memahami pelanggan.

- e. Tangible (berwujud): meliputi penampilan fisik dari fasilitas, peralatan, karyawan dan alat-alat komunikasi.

2.2.4 Lokasi

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) dalam jurnal Rizmaulida Triandini, Lenny Yusrini (2018:3), menyatakan bahwa place (tempat) atau lokasi, yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran.

Menurut Levy dan Weitz (2007) dalam jurnal Rizmaulida Triandini, Lenny Yusrini (2018:3), lokasi merupakan perencanaan dan pelaksanaan program penyaluran produk atau jasa melalui tempat atau lokasi yang tepat. Pemilihan lokasi sangat penting dalam industri ini dikarenakan: a) lokasi merupakan faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pemilihan toko atau penyedia jasa yang mereka inginkan, b) pemilihan lokasi merupakan hal yang penting karena faktor ini bisa digunakan untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang mapan, c) pemilihan lokasi sangat beresiko.

pada penelitian ini indikator lokasi yang digunakan dalam pemilihan tempat atau lokasi adalah Tjiptono (2007) dalam jurnal Rizmaulida Triandini, Lenny Yusrini (2018:4):

- a. Akses, adalah kemudahan untuk menjangkau lokasi obyek wisata yang meliputi: a.) lokasi yang mudah dijangkau, b) kondisi jalan menuju lokasi, c) waktu yang ditempuh menuju lokasi.
- b. Lalu lintas (*traffic*), banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya *impulse buying*. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga menjadi hambatan.
- c. Visibilitas adalah lokasi obyek wisata dapat dilihat dari jalan utama dan terdapat petunjuk lokasi keberadaan obyek wisata , meliputi : a) lokasi yang bisa dilihat dari jalan raya, b) petunjuk jelas menuju lokasi.
- d. Tempat parkir yang luas nyaman dan aman adalah sarana tempat parkir yang aman luas dan terjamin keamanannya.
- e. .Kondisi lingkungan adalah keadaan lingkungan, keadaan lingkungan obyek wisata, meliputi kebersihan dan kenyamanan lingkungan.

2.2.5 Promosi

Promosi adalah salah satu jenis komunikasi yang memberikan penjelasan yang menyakinkan calon konsumen barang dan jasa (Alma, 2011). Tjiptono (2010:219), dalam penelitian Ashef Aniqurroziqi, dkk (2022) mendeskripsikan promosi adalah suatu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, memberi dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Promosi juga bisa dilakukan dengan media masa seperti internet, facebook, instagram, WhatsApp, dan lain sebagainya. Adapun indikator menurut Kotler dan Keller dalam Ilham dan Sugiono (2016) yang terdapat dalam penelitian Selvi Paramita (2019:)):

a. Indikator

1. promosi yang menarik melalui media sosial
2. mengadakan *event-event* rutin
3. tersedianya informasi mengenai objek wisata di situs resmi

2.2.6 Fasilitas

Banyak wisatawan tertarik untuk mengunjungi daerah tempat wisata karena fasilitas yang cukup memadai, bahkan beberapa mungkin akan mencaritahu fasilitas yang diinginkan sebelum mengunjungi daerah wisata yang akan dituju.

Menurut Youti (1997) dalam jurnal Yuyun Mardiyani, Murwatiningsih (2015:66), mendefinisikan fasilitas adalah merupakan segala sesuatu baik benda maupun jasa, dagang maupun perusahaan industri.

Menurut Sumayang (2003) dalam jurnal Rizmaulida Triandini, Lenny Yusrini (2018:4) menjelaskan beberapa indikator yang perlu diperhatikan dalam penyediaan fasilitas antara lain:

1. Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan. Keadaan fasilitas perusahaan yang dilengkapi oleh atribut yang menyertai dan didukung dengan kebersihan dan kerapian saat konsumen menggunakan fasilitas tersebut.
2. Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan. Fasilitas yang berfungsi dengan baik dan tidak mengalami kerusakan.

2.2.7 Kepuasan Pengunjung

Menurut Kotler (2012:68) dalam penelitian Ashef Aniqurroziqi, dkk (2022) kepuasan pengunjung adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul dari membandingkan persepsi tentang kinerja atau hasil dari suatu produk dengan harapan yang dimiliki. Robert, dkk (2012:363) mengemukakan kepuasan merupakan faktor utama bagi banyak pelanggan untuk tetap setia

Ada beberapa metode yang dapat digunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pengunjung dan pengunjung pesaing. Kotler (2009) dalam penelitian Rizmaulida Triandini, Lenny Yusrini (2018:6) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu:

- a. Sistem keluhan dan saran
- b. Ghost/Myster Shopping
- c. Lost costumer analisis
- d. Survey

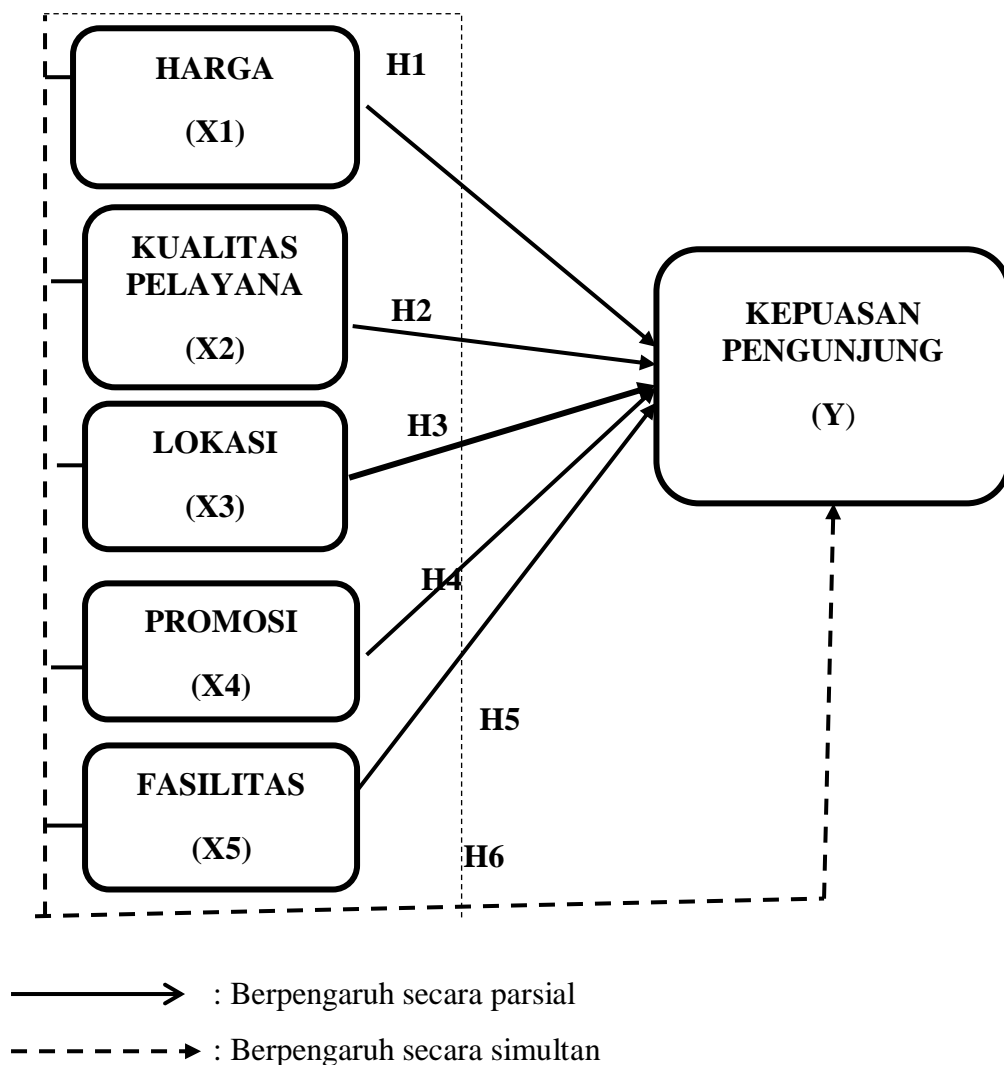
Pada umumnya program kepuasan memiliki beberapa indikator – indikator hal ini diungkapkan oleh Tjiptono (2009) yang dikutip oleh Indrasari (2019:92), dalam penelitian Suseno, dkk (2021:34) yakni:

- a. Kesesuaian harapan
- b. Minat berkunjung kembali
- c. Kesiediaan merekomendasikan

2.3 Kerangka Konseptual

Hubungan antar variabel harga, kualitas pelayanan, lokasi, promosi dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :

2.3.1 Gambar Kerangka Konseptual



2.4 Hipotesis

Pengertian hipotesis dalam buku metodologi penelitian manajemen (Suwignyo Widagdo, dkk (2021:55) menjelaskan bahwa hipotesis adalah dugaan sementara atau suatu fenomena. Hipotesis juga bisa didefinisikan sebagai hubungan yang diperkirakan secara logis diantaranya dua atau lebih variabel yang diungkapkan dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji. Dengan demikian dari hasil kajian teori, penelitian terdahulu yang relevan, rumusan masalah, dan tujuan penelitian di atas maka dapat dibuat sebuah hipotesis untuk penelitian ini yaitu:

2.4.1 Harga terhadap kepuasan pengunjung

Yang diteliti oleh Andi Muhammad Irfan (2018); Adil Fadilah, dkk (2020); Ashef Aniqurroziqi, dkk (2022); dan Hasna Nur Afifah, dkk (2022) diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pengunjung. Dari hasil penelitian tersebut maka hipotesis adalah:

H1 : Diduga harga (X1) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengunjung (Y).

1.4.2. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung

Yang diteliti oleh Stivani Yanti Atmanegara, dkk (2019); Adil Fadilah, dkk (2020); Suseno, dkk (2021); Andi Muhammad Irfan (2018);

dan Hasna Nur Afifah, dkk (2022) diperoleh hasil bahwa terdapat kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung. Dari hasil penelitian tersebut maka hipotesis adalah :

H2: Diduga kualitas pelayanan (X2) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengunjung (Y).

2.4.3. Lokasi terhadap kepuasan pengunjung

Yang diteliti oleh Stivani Yanti Atmanegara, dkk (2019); Ashef Aniqurrozzii, dkk (2022); dan Adil Fadilah, dkk (2020) diperoleh hasil bahwa terdapat lokasi terhadap kepuasan pengunjung. Dari hasil penelitian tersebut maka hipotesis adalah :

H3 : Diduga Lokasi (X3) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengunjung (Y).

2.4.4. Promosi terhadap kepuasan pengunjung

Yang diteliti oleh Ashef Aniqurroziqi, dkk (2022) diperoleh hasil bahwa terdapat promosi terhadap kepuasan pengunjung. Dari hasil penelitian tersebut maka hipotesis adalah :

H4 : Diduga promosi (X4) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengunjung (Y).

2.4.5. Fasilitas terhadap kepuasan pengunjung

Yang diteliti oleh Husna Nur Afifah, dkk (2022); Suseno, dkk (2021); dan Andi Muhammad Irfan (2018) diperoleh hasil bahwa terdapat

fasilitas terhadap kepuasan pengunjung. Dari hasil penelitian tersebut maka hipotesis adalah:

H5 : Diduga promosi (X5) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengunjung (Y).

2.4.6. Harga, kualitas Pelayanan, lokasi, promosi, dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung.

Yang diteliti oleh Suseno, dkk (2021); Hasna Nur Afifah, dkk (2022); Andi Muhammad Irfan (2018); Ashef Aniqurroziqi, dkk (2022); Stivani Yanti Atmanegara, dkk (2019); dan Adil Fadilah, dkk (2020) diperoleh hasil bahwa terdapat fasilitas terhadap kepuasan pengunjung. Dari hasil penelitian tersebut maka hipotesis adalah:

H6 : Diduga secara bersama-sama harga, kualitas pelayanan, lokasi, promosi, dan fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Obyek Penelitian

Wisata alam pemandangan arak-arak wringin Bondowoso merupakan salah satu wisata alam yang ada di kota Bondowoso yang terletak diatas puncak, dan memiliki fenomena pemandangan yang sangat indah yang beralamat di desa sumber canting kec. Wringin kabupaten Bondowoso. Potensi wisata Indonesia yang cukup menarik bagi wisatawan salah satunya adalah destinasi wisata di kabupaten Bondowoso merupakan satu-satunya kabupaten yang tidak memiliki wilayah laut (terkurung daratan) di wilayah tapal kuda, Jawa Timur. Bondowoso merupakan daerah yang menyimpan potensi objek wisata yang sangat indah dan menarik untuk dilihat dan dinikmati pesona alamnya, ragam budayanya dan makanan khas serta produk unggulannya. Hal ini menyebabkan banyak potensi di kabupaten Bondowoso yang dapat dijadikan sebagai destinasi objek wisata. suasana di wringin Kabupaten Bondowoso membuat banyak potensi yang ada di desa muncul dengan dilakukan penggalian potensi desa yang menyebabkan banyak desa wisata bermunculan di Kabupaten Bondowoso.

Visi

-terwujudnya Bondowoso sebagai destinasi pariwisata yang layak kunjung dan berkualitas.

Misi

-Mewujudkan tata kelola lingkungan hidup secara seimbang dan berkelanjutan.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Menurut Sugiono (2014) dalam buku metodologi penelitian oleh Suwigyo Widagdo, dkk (2021:76) dijelaskan bahwa wilayah pusat yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kualitas karakter tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari selanjutnya diambil kesimpulannya adalah populasi, menurut Suwigyo Widagdo, dkk (2021:76), populasi adalah keseluruhan satuan yang karakteristiknya akan diteliti, karena sebelum mengadakan survey atau penelitian kita harus paham betul apa itu populasi. Dan populasi yang digunakan dalam penelitian adalah para pengunjung wisata alam pemandangan arak-arak wringin Bondowoso.

3.2.2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti (Arikunto, 2006:131). Hadari nawawi (2012:153) “ sampel adalah sebagian dari populasi untuk mewakili seluruh populasi”. Sedangkan menurut Suwigyo Widagdo, dkk (2021:76) dalam buku

metode penelitian sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Untuk itu metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, karena kriteria yang digunakan dalam penelitian ini yaitu laki-laki dan perempuan minimal 15 tahun.

Dalam penelitian ini kriteria yang diambil yakni seluruh konsumen wisata alam pemandangan arak-arak wringin Bondowoso yang sudah mengunjungi wisata alam pemandangan arak-arak wringin Bondowoso minimal lebih dari 1 kali berkunjung. maka jumlah anggota sampelnya yaitu ($10 \times 6 = 60$) yang berarti sebanyak 60 responden yang merupakan pengunjung

3.3 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yaitu menggunakan pengukuran objektif dan analisis statistik terhadap sampel data yang memperoleh melalui koesioner untuk membuktikan atau menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian.

3.4 Identifikasi Variabel

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibahas sebelumnya, maka dalam penelitian disini menggunakan 4 variabel yaitu sebagai berikut :

1. Variabel Independen (Bebas/X)

Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan yaitu Harga (X1), kualitas pelayanan (X2), lokasi (X3), promosi (X4), dan fasilitas (X5).

2. Variabel Dependen (Terikat/Y)

Dalam penelitian ini variabel dependent yaitu kepuasan pengunjung (Y).

3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.5.1. Harga (X1)

Harga menurut kotler dan Armstrong (2008) dalam penelitian Meyta Salsa Hardina, dkk (2021:87), harga merupakan nilai mata uang dari suatu barang atau jasa, sejumlah nilai uang yang dipertukarkan konsumen atas manfaat yang telah diberikan suatu produk dan jasa.

Indikator harga menurut Kiswanto (2011) dalam penelitian Meyta Salsa Hardina, dkk (2021:87):

a. Indikator

1. Penetapan harga
2. Cara pembayaran
3. Potongan harga

3.5.2. Kualitas Pelayanan (X2)

Kualitas pelayanan menurut Garvin dalam Tjiptono dan Candra (2012:143) yang dikutip oleh Andari (2017) dalam penelitian Suseno,dkk (2021) kualitas tergantung pada bagaimana seseorang menilainya, sehingga jasa yang menurut seseorang tersebut paling memuaskan merupakan jasa yang memiliki kualitas tertinggi. Kualitas pelayanan adalah tingkat layanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan pelanggan atau pengguna. Hal ini berarti bahwa layanan tersebut berkualitas jika perusahaan atau lembaga tertentu mampu menyediakan produk dan jasa (layanan) sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan harapan pelanggan/ pengguna.

Menurut Tjiptono dan Candra (2012:78) dalam penelitian Suseno, dkk (2021) mengidentifikasi indikator kualitas pelayanan sebagai berikut:

- a. Berwujud (*Tangible*)

- b. Empati (*Empaty*)
- c. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
- d. Keandalan (*Reability*)
- e. Jaminan (*Assurance*)

3.5.3. Lokasi (X3)

Lokasi menurut Levy dan Weitz (2007) dalam penelitian Rizmaulida Triandini, dkk (2018:3), lokasi merupakan perencanaan dan pelaksanaan program penyaluran produk atau jasa melalui tempat atau lokasi yang tepat.

Pada penelitian ini indikator lokasi yang digunakan dalam pemilihan tempat atau lokasi adalah Tjiptono (2007) dalam penelitian Rizmaulida Triandini, dkk (2018:4) yaitu sebagai berikut:

1. Indikator
 - a. Akses
 - b. Vasibilitas
 - c. Lalu Lintas
 - d. Tempat Parkir yang Luas
 - e. Kondisi Lingkungan

3.5.4. Promosi (X4)

Menurut Tjiptono (2010:219), dalam penelitian Ashef Aniqurroziqi, dkk (2022) mendeskripsikan promosi adalah suatu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, memberi dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan..

Adapun indikator promosi menurut Kotler dan Keller dalam Ilham dan Sutopo sebagai berikut:

1. Promosi yang menarik melalui media social
2. Mengadakan event-event rutin
3. Tersedianya informasi mengenai objek wisata di situs resmi

3.5.5. Fasilitas (X5)

Menurut Youti (1997) dalam jurnal Yuyun Mardiyani, dkk (2015:66), mengidentifikasikan fasilitas adalah merupakan segala sesuatu baik benda maupun jasa, dagang maupun perusahaan industry.

Menurut Sumayang (2003) dalam jurnal Rizmaulida Triandini, dkk (2018:4) menjelaskan beberapa indikator yang perlu diperhatikan dalam penyediaan fasilitas meliputi :

1. Kelengkapan

2. Kebersihan
3. Kerapian
4. Kondisi
5. Fungsi fasilitas

3.5.6. Kepuasan Pengunjung (Y)

Menurut Kotler (2012:68)) kepuasan pengunjung adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produksi/hasil terhadap ekspektasi mereka.

Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014:43), dalam penelitian Ashef Aniqurroziqi, dkk (2022) indikator kepuasan pengunjung adalah sebagai berikut:

- a. Kesesuaian harapan
- b. Minat berkunjung kembali
- c. Kesiediaan merekomendasi

3.6 Metode Pengumpulan Data

Menurut Widagdo,S., dkk (2021:110-111) dalam penulisan usul penelitian, pengumpulan data berisi tentang penjelasan bagaimana penggunaan instrument digunakan dengan cara observasi, eksperimen, wawancara, kuisisioner. Pengumpulan data merupakan bagian dari kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh data-data dari sampel/objek penelitian yang telah dipilih.

3.6.1 Observasi

Teknik pengamatan data yang secara langsung ke objek penelitian sehingga dapat melihat dari dekat tentang hal-hal yang menjadi tujuan pengamatan.

Pengamatan (Observasi) dalam penelitian ini yaitu kepada seluruh pengunjung wisata alam pemandangan arak-arak wringin Bondowoso.

3.6.2. Wawancara

Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui percakapan antara peneliti dengan responden yang dilakukan dengan tatap muka. Wawancara dalam penelitian ini menggunakan responden yang merupakan pengunjung wisata alam pemandangan arak-arak wringin Bondowoso.

3.6.3. Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk mendapatkan jawaban dari pertanyaan yang diteliti.

3.6.4. Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data dengan kajian teoritis Studi pustaka dalam penelitian ini cara dengan membaca dan mempelajari literature yang berkaitan dengan materi yang terdapat dalam penelitian ini seperti buku, jurnal, internet, dll.

3.7 Sumber Data

3.7.1 Data Primer

Menurut Swignyo Widagdo,dkk (2021:73) Data Primer dari penelitian ini diperoleh langsung dan bersumber berdasarkan jawaban atas pertanyaan (kuisisioner) yang disebarakan kepada responden yang telah melakukan pengunjungan pada wisata alam pemandangam arak-arak wringin Bondowoso.

3.7.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang terkait dengan penelitian pada suatu objek penelitian yang cara memperolehnya berasal dari sumber lain atau lembaga lain. Data yang berupa kajian pustaka termasuk kategori data sekunder (Swigyo Widagdo,dkk 2021 :74). Data sekunder dari penelitian ini diambil dari penelitian terdahulu, jurnal, dan artikel.

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Menurut Sekaran & Bougie (2010) dalam buku metodologi penelitian Indrawati (2015 : 146) mengatakan “ *How well the items of the quesrionnaire measure the particular construct intended to measure*”, yang mana item kuesioner konstruk tertentu

dimaksudkan untuk mengukur. Dengan demikian maka validitas mengacu pada sejauh mana suatu pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur, sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi validitas suatu pengukur, maka semakin mengenai sasarannya, atau semakin dapat menunjukkan apa yang seharusnya diukur.

Jika nilai pada signifikan 5% nilai r hitung $>$ r tabel maka dapat disimpulkan bahwa instrument tersebut valid. Nilai r tabel yang harus digunakan untuk pengujian validitas pada instrument $df=n-2$ yang n berarti banyak sampel yang digunakan.

Rumus menurut Sugiyono (2017:134):

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum X^2 - (\sum X)^2)((N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

R_{xy} = Koefisien kolerasi antara variabel X dan variabel Y

N = Jumlah anggota populasi

X = Skor indikator yang diuji

Y = Total skor indikator

2. Uji Reabilitas

Dalam buku metodologi penelitian Indrawati (2021:1550), reabilitas adalah berkaitan dengan kredibilitas, reabilitas, konsistensi, atau kestabilan hasil pengukuran. Reabilitas merupakan salah satu ciri alat ukur yang baik. Gagasan utama konsep reabilitas

adalah sejauh mana suatu hasil atau pengukuran dapat dipercaya atau dengan kata lain sejauh mana suatu hasil pengukuran dinilai tanpa kesalahan pengukuran (measurement error). Secara teori koefisien reabilitas adalah -1 sampai +1, tetapi koefisiensi yang lebih kecil dari nol (0) tidak ada artinya karena interpretasi reabilitas selalu mengacu pada koefisien yang positif (+).

Menurut (Sugiono, 2007) uji reabilitas adalah serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang dimiliki konsistensi bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang. Untuk melihat reabilitas masing – masing instrument yang digunakan, penulisan mengemukakan koefisien cornbach's alpha (α) dengan menggunakan fasilitas SPSS versi 21. Suatu instrument dikatakan reliable jika nilai cornbach's alpha (α) lebih besar dari 0,60.

Dalam buku metodologi penelitian Syafrida Hafni Syahir (2021:32), rumus untuk uji reabilitas yaitu:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum si}{st} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = Nilai reabilitas

k = Jumlah item reabilitas

$\sum si$ = Jumlah varian skor tiap-tiap item

st = varian total

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Regresi linier berganda harus memenuhi asumsi – asumsi yang di tetapkan agar menghasilkan nilai – nilai koefisien sebagai penduga yang tidak biasa. Uji asumsi klasik model regresi berganda menurut sunyoto (2007:89).

1. Uji Normalis

Dalam buku metodologi penelitian Syafrida Hafni Syahir (2021:69), uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi variabel beba dan variabel terikat norml atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya memiliki analisis grafik dan uji statistic, dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika signifikansi atau nilai probabilitas lebih dari 0,05 maka,hipotesis diterima karena data tersebut terdistribusi normal
- b. Jika nilai signifikasi atau nilai probabilitas kurang 0,05 maka, hipotesis ditolak karena data tidak terdistribusi normal.

Dalam penelitian ini menggunakan statistic non paramatik. Pengujian data menggunakan P-Plot. Dimana dapat dinyatakan normal jika data penyebar mengikuti garis diagonal.

2. Uji Multikolinearitas

Dalam buku metodologi penelitian Indrawati (2015:190) menyatakan bahwa model multiple regresi yang baik harusnya tidak terjadi kolerasi yang tinggi diantara variabel-variabel independen. Karena akan menyebabkan nilai koefisien regresi berfluktuasi tinggi sehingga mengurangi keyakinan akan hasil pengujian. Karena itu perlu dilakukan pengujian terhadap data sampel, apakah terjadi multikolinearitas atau tidak.

Dalam buku metodologi penelitian Syafrida Hafni Syahir (2021:70), rumus untuk uji multikolinearitas yaitu:

$$VIF = (b_i^{\wedge}) = \frac{1}{(1-R^2_j)}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisiensi Determinasi

VIF = *Variance Inflation Factor*

VIF merupakan *Variance Inflation Factor*. Ketika R^2_j Mendekati satu atau dengan kata lain ada kolinearitas variabel independen maka VIF akan naik dan $R^2_j = 1$, maka nilai tidak terhingga. Jika nilai VIF semakin membesar, maka diduga ada multikolinearitas antar variabel independen atau jika VIF

melebihi angka 10 maka bisa disimpulkan ada multikolinearitas.

3. Uji Heterokedastisitas

Dalam buku metodologi penelitian Indrawati (2021:191) mengungkapkan bahwa uji heteroskedastisitas bermaksud untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan variabel dalam model regresi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Apabila residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut heteroskedastisitas, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Dalam buku metodologi penelitian Syafrida Hafni Syahir (2021:70), rumus uji heteroskedastisitas yaitu:

$$t = \frac{rs\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(rs)^2}}$$

Pengambilan keputusan didasarkan pada melihat angka probabilitas dengan :

1. Jika nilai signifikan atau probabilitas $> 0,05$ maka hipotesis diterima karena data tidak heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikan atau probabilitas $< 0,05$ maka hipotesis ditolak karena bersifat heteroskedastisitas.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam buku metodologi penelitian Syafrida Hafni Syahir (2021:52), analisis Regresi Linier Berganda adalah metode analisis yang terdiri lebih dari dua variabel yaitu dua atau lebih variabel bebas dalam satu variabel terikat:

Rumus untuk regresi linier berganda sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y	=	Kepuasan pengunjung
α	=	Konstanta
$b_1b_2b_3b_4b_5$	=	Koefisien Regresi
X_1	=	Harga
X_2	=	Kualitas Pelayanan
X_3	=	Lokasi
X_4	=	Promosi
X_5	=	Fasilitas
E	=	Error

3.8.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam buku metodologi penelitian Syafrida Hafni Syahir (2021:54) Mengatakan bahwa koefisien determinasi pada prinsipnya melihat besarnya variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika koefisien determinasi dalam model regresi terus menjadi kecil atau mendekati nol semua variabel bebas terhadap variabel independen semakin kecil pengaruhnya terhadap variabel dependen atau nilai R^2 semakin mendekati 100% berarti semakin besar pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat.

Adapun rumus Koefisien determinasi sebagai berikut :

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

Dimana :

KP = nilai koefisien determinasi

R^2 = nilai koefisiensi kolerasi

Semakin besar nilai R^2 berarti semakin besar variabel independen (X) terhadap variable dependen (Y)

3.8.5 Hipotesis

1. Uji t (Uji Parsial)

Dalam buku metodologi penelitian Syafrida Hafni Syahir (2021:53-54), uji t merupakan pengujian kepada koefisien regresi secara parsial, untuk mengetahui signifikansi secara parsil atau masing – masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

- a. H_0 : $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka tidak dapat berpengaruh antara variabel dependen terhadap variabel independent.
- b. H_a : $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh antara variabel dependent terhadap variabel independent.

Rumus T table :

$$df = \frac{\alpha}{2}; n - k - 1$$

Keterangan :

a : Tingkat kepercayaan

- n : Jumlah sampel
k : Jumlah variable independen

2. Uji F (Uji Simultan)

Dalam buku metodologi penelitian Syafrida Hafni Syahir (2021:53), uji F ini untuk mengidentifikasi apakah ada pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Pembuktian dicoba dengan menyamakan angka dengan kepercayaan 5% dan derajat kebebasan $df=(n-k-1)$, dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

- a. H_0 : Variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. H_a : Variabel independen secara bersama – sama berpengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Menurut sugiono dalam buku metodologi penelitian Syafrida Hafni Syahir (2021 : 53), rumus untuk uji F yaitu :

$$\text{Rumus uji F : } F = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(N-K-1)}$$

Keterangan :

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima (H_a ditolak) dan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak (H_a diterima)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 HASIL PENELITIAN

Dari pengamatan penulisan dan judul tentang pengaruh harga, kualitas pelayanan, lokasi, promosi dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung pada wisata alam pemandangan arak-arak Wringin Bondowoso.

4.1.1. Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung wisata alam pemandangan arak-arak Wringin Bondowoso dengan klasifikasi jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, penghasilan bulanan, frekuensi kunjungan dan sumber informasi.

Tabel 4.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Keterangan	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	24	14,4%
2	Perempuan	36	85,6%

Sumber : data yang diolah 2023

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa dari jumlah responden yang mengunjungi wisata alam pemandangan arak-arak Wringin Bondowoso mayoritas adalah berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

No.	Keterangan	Jumlah	Presentase
1	15-20 tahun	7	12%
2	21-25 tahun	47	78%
3.	26-30 tahun	4	7%
4.	> 35 tahun	2	3%

Sumber : data yang diolah 2023

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa dari jumlah responden yang mengunjungi wisata alam pemandangan arak-arak Wringin Bondowoso mayoritas pengunjung yang berumur 21-25 tahun.

Tabel 4.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No.	Keterangan	Jumlah	Presentase
1	Mahasiswa	39	65%
2	Karyawan Swasta	9	15%
3.	Pelajar	5	8%
4.	Pedagang	2	3%
5.	Pegawai negeri sipil	1	2%
6.	Lainnya	4	7%

Sumber : data yang diolah 2023

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa dari jumlah responden yang mengunjungi wisata alam pemandangan arak-arak Wringin Bondowoso mayoritas pengunjung yang memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa.

Tabel 4.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan

No.	Keterangan	Jumlah	Presentase
1.	< Rp. 2.000.000	53	88%
2	Rp. 2.000.000- Rp. 2.500.000	4	7%
3.	Rp. 3.500.000	3	5%

Sumber : data yang diolah 2023

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa dari jumlah responden yang mengunjungi wisata alam pemandangan arak-arak Wringin Bondowoso mayoritas pengunjung yang memiliki penghasilan sebesar < Rp. 2.000.000.

Tabel 4.5. Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung

No.	Keterangan	Jumlah	Presentase
1.	2-4 kali	45	75%
2	5-7 kali	8	13%
3.	8-10 kali	6	10%
4.	> 13 kali	1	2%

Sumber : data yang diolah 2023

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa dari jumlah responden yang mengunjungi wisata alam pemandangan arak-arak Wringin Bondowoso mayoritas pengunjung mengunjungi sebanyak 2-4 kali.

Tabel 4.6. Deskripsi Responden Berdasarkan Sumber Informasi

No.	Keterangan	Jumlah	Presentase
1.	Teman	33	55%
2	Saudara / Kerabat	22	38%
3.	Instagram	4	7%
No	Keterangan	Jumlah	Presentase
4.	Youtobe	1	2%

Sumber : data yang diolah 2023

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari jumlah responden yang mengunjungi wisata alam pemandangan arak-arak Wringin Bondowoso mayoritas mendapatkan informasi berasal dari teman.

4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian

1. Deskripsi Variabel Penelitian Harga (X1)

Digunakan 3 pernyataan yang masing – masing dengan skor berkisar dari 1 sampai 5 untuk menguji pengaruh harga terhadap kepuasan pengunjung pada wisata alam pemandangan arak-arak Wringin Bondowoso. Distribusi responden dapat dihitung, dan dapat diketahui sebagai berikut:

Tabel 4.7 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Harga (X1)

Harga (X1)	SS	%	S	%	KS	%	TS	%	STS	%	TOTAL
X1.1	30	50%	28	47%	1	2%	1	2%	0	0%	60
X1.2	22	37%	29	48%	7	12%	2	3%	0	0%	60
X1.3	25	42%	28	47%	6	10%	1	2%	0	0%	60

Sumber : data yang diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.7 terdapat 3 pernyataan harga tiket masuk pemandangan arak-arak tidak mahal (X1.1), menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih sangat setuju. Pernyataan cara pembayaran bisa melalui online dan offline (X1.2), menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih setuju. Pernyataan di wisata pemandangan arak-arak selalu memberikan diskon harga tiket masuk setiap mengadakan event-event (X1.3), menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih setuju.

2.Deskripsi Variabel penelitian kualitas pelayanan (X2)

Digunakan 5 pernyataan yang masing – masing dengan skor berkisar dari 1 sampai 5 untuk menguji kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada wisata alam pemandangan arak-arak wringin Bondowoso. Distribusi tanggapan responden dapat dihitung dan dapat diketahui sebagai berikut:

Tabel 4.8 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Kualitas pelayanan (X2)	SS	%	S	%	KS	%	TS	%	STS	%	TOTAL
X2.1	31	52%	27	45%	2	3%	0	0%	0	0%	60
X2.2	18	30%	32	53%	9	15%	1	2%	0	0%	60
X2.3	19	32%	34	57%	5	8%	2	3%	0	0%	60
X2.4	14	23%	35	58%	10	17%	1	2%	0	0%	60
X2.5	15	25%	32	53%	13	22%	0	0%	0	0%	60

Sumber : data yang diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.8 terdaat 5 pernyataan. Pernyataan suasana pemandangan arak – arak sangat indah (X2.1), menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih sangat setuju. Pernyataan petugas pemandangan arak – arak sangat memperhatikan kepentingan pengunjung selama berkunjung di pemandangan arak-arak (X2.2), menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih setuju. Pernyataan petugas pemandangan arak-arak cepat dalam melayani kebutuhan pengunjung (X2.3), menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih setuju. Pernyataan petugas arak-arak dengan cepat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pengunjung (X2.4), menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih setuju. Pernyataan petugas pemandangan arak – arak memberikan perhatian keamanan secara individual kepada pengunjung (X2.5), menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih setuju.

3.Deskripsi Variabel Penelitian Lokasi (X3)

Digunakan 5 pernyataan yang masing – masing dengan skor berkisar dari 1 sampai 5 untuk menguji lokasi terhadap kepuasan pengunjung pada wisata alam pemandangan arak-arak wringin Bondowoso. Distribusi tanggapan responden dapat dihitung dan dapat diketahui sebagai berikut:

Tabel 4.9 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Lokasi (X3)

Lokasi (X3)	SS	%	S	%	KS	%	TS	%	STS	%	TOTAL
X3.1	31	52%	23	38%	5	8%	1	2%	0	0%	60
X3.2	22	37%	35	58%	2	3%	0	0%	1	2%	60
X3.3	22	37%	33	55%	4	7%	1	2%	0	0%	60
X3.4	20	33%	33	55%	6	10%	0	0%	1	2%	60
X3.5	19	32%	36	60%	5	8%	0	0%	0	0%	60

Sumber : data yang diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.9 terdapat 5 pernyataan lokasi mudah di jangkau sarana transportasi umum (X3.1), menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih sangat setuju. Pernyataan lalu lintas di sekitar pemandangan arak – arak lancar (X3.2), menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih setuju. Pernyataan adanya petunjuk jalan menuju pemandangan arak – arak (X3.3), menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih setuju. Pernyataan memilih tempat parkir yang aman dan nyaman (X3.4), menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih setuju. Pernyataan pemandangan arak-arak memiliki lingkungan yang

mendukung untuk pendirian usaha (X3.5), menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih setuju.

4. Deskripsi Variabel Penelitian Promosi (X4)

Digunakan 3 pernyataan yang masing – masing dengan skor berkisar dari 1 sampai 5 untuk menguji promosi terhadap kepuasan pengunjung pada wisata alam pemandangan arak-arak wringin Bondowoso. Distribusi tanggapan responden dapat dihitung dan dapat diketahui sebagai berikut:

Tabel 4.10 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Promosi (X4)

Promosi (X4)	SS		S		KS		TS		STS		TOTAL
X4.1	24	40 %	32	53 %	3	5 %	0	0 %	1	2 %	60
X4.2	14	23 %	36	60 %	9	15 %	1	2 %	0	0 %	60
X4.3	19	32 %	34	57 %	3	5 %	0	0 %	0	0 %	60

Sumber : data yang diolah 2023

Berdasarkan tabel.4.10 terdapat 3 pernyataan. Pernyataan promosi yang menarik melalui media sosial membuat saya ingin datang ke pemandangan arak-arak (X4.1), menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih setuju. Pernyataan pemandangan arak-arak sering mengadakan event-event rutin setiap tahun (X4.2), menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih setuju. Pernyataan tersedia informasi mengenai objek wisata di situs resmi pemandangan arak-arak

sangat membantu saya untuk mendapatkan informasi tentang pemandangan arak-arak Bondowoso (X4.3), menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih setuju.

5.Deskripsi Variabel Penelitian fasilitas (X5)

Digunakan 5 pernyataan yang masing – masing dengan skor berkisar dari 1 sampai 5 untuk menguji pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengunjung pada wisata alam pemandangan arak-arak Wringin Bondowoso. Distribusi tanggapan responden dapat dihitung dan dapat diketahui sebagai berikut:

Tabel 4.11 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Fasilitas (X5)

Fasilitas (X5)	SS	%	S	%	KS	%	TS	%	STS	%	TOTAL
X5.1	20	33%	31	52%	9	15%	0	0%	0	0%	60
X5.2	19	32%	32	53%	7	12%	2	3%	0	0%	60
X5.3	16	27%	34	57%	8	13%	2	3%	0	0%	60
X5.4	16	27%	34	57%	8	13%	2	3%	0	0%	60
X5.5	12	20%	37	62%	10	17%	1	2%	0	0%	60

Sumber : data yang diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.11 terdapat 5 pernyataan. Pernyataan kelengkapan fasilitas yang disediakan oleh pengawas wisata pemandangan arak-arak membuat pengunjung sangat merasakan puas (X5.1), menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih setuju. Pernyataan kebersihan wisata pemandangan arak-arak sangat terjaga sehingga membuat pengunjung merasa nyaman (X5.2), menunjukk

bahwa mayoritas responden memilih setuju. Pernyataan kerapian pada wisata pemandangan arak-arak sangat tertata sehingga membuat pengunjung merasa terkesan (X5.3), menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih setuju. Pernyataan kondisi fasilitas yang ada diwisata pemandangan arak-araktersebuk baik (X5.4), menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih setuju. Pernyataan semua fasilitas yang terdapat di wisata pemandangan arak-arak berfungsi sangat baik (X5.5), menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih setuju.

6. Deskripsi Variabel Penelitian Kepuasan Pengunjung (Y)

Digunakan 3 pernyataan yang masing-masing dengan skor berkisar dari 1 sampai 5 untuk menguji pengaruh kepuasan pengunjung terhadap kepuasan pada wisata pemandangan arak-arak wringin Bondowoso. Distribusi tanggapan responden dapat dihitung dan dapat diketahui sebagai berikut:

Tabel 4.12 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

Kepuasan Pengunjung (Y)	SS	%	S	%	KS	%	TS	%	STS	%	TOTAL
Y1	19	32%	31	52%	7	12%	1	2%	2	3%	60
Y2	25	42%	31	52%	3	5%	1	2%	0	0%	60
Y3	18	30%	39	65%	2	3%	1	2%	0	0%	60

Sumber : data yang diolah 2023

Berdasarkan 4.6 diatas terdapat 3 pernyataan. Pernyataan fasilitas penunjang seperti, tempat cuci tangan, gazebo, musholla, kamar mandi, dll yang ada,sesuai dengan yang diharapkan oleh pengunjung (Y1), menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih setuju. Pernyataan saya berniat untuk kembali mengunjungi wisata pemandangan arak-arak (Y2), menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih setuju. Pernyataan saya akan merekomendasikan ke keluarga, sahabat, teman, dan orang lain untuk berkunjung ke wisata pemandangan arak-arak (Y3), menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih setuju.

4.2. Analisis Hasil Penelitian

4.2.1. Uji Instrumen Data

1.Uji Validitas

Dengan mengirimkan kuesioner kepada 60 responden, dilakukan uji validitas dengan menggunakan analisis item dengan *koefisien kolerasi product moment person*, uji validitas digunakan untuk menentukan valid atau tidaknya suatu kuesioner yang telah diuji menggunakan perangkat lunak SPSS Versi 25.

Adapun hasil pengujian validitas pada variabel yang diteliti , maka dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut :

Tabel 4.13 Uji Validitas Instrumen Data Penelitian

Variabel	Indikator	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X1	X1.1	0,584	0,254	Valid
	X1.2	0,812	0,254	Valid
	X1.3	0,852	0,254	Valid
X2	X2.1	0,710	0,254	Valid
	X2.2	0,844	0,254	Valid
	X2.3	0,699	0,254	Valid
	X2.4	0,812	0,254	Valid
	X2.5	0,716	0,254	Valid
X3	X3.1	0,709	0,254	Valid
	X3.2	0,752	0,254	Valid
	X3.3	0,791	0,254	Valid
	X3.4	0,787	0,254	Valid
	X3.5	0,615	0,254	Valid
X4	X4.1	0,845	0,254	Valid
	X4.2	0,817	0,254	Valid
	X4.3	0,857	0,254	Valid
X5	X5.1	0,781	0,254	Valid
	X5.2	0,858	0,254	Valid
	X5.3	0,926	0,254	Valid
	X5.4	0,926	0,254	Valid
	X5.5	0,787	0,254	Valid

Sumber : data yang diolah 2023

Lampiran :6

Berdasarkan tabel 4.13 nilai koefisien kolerasi r-hitung > r-tabel, maka hasil uji validitas instrument data penelitian Harga disimpulkan 3 pernyataan, Kualitas Pelayanan disimpulkan 5 pernyataan, Lokasi disimpulkan 5 pernyataan, Promosi disimpulkan 3 pernyataan, sedangkan Fasilitas disimpulkan 5 pernyataan dari 5 variabel dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan dengan uji signifikan validitas instrument yang membandingkan r-hitung dan r-tabel menggunakan $df=N-2$ yang dimana N merupakan jumlah sampel 60 responden yang

dikurangi 2, dan df besarnya 58 dengan taraf signifikan sebesar 5% atau 0,05 maka diketahui r-tabel sebesar 0,254.

2.Uji Reabilitas

Pengujian kendala alat ukur dalam penelitian menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliable jika memilih Cronbach Alpha $> 0,60$ (Ghozali, 2011). Uji reabilitas ini dilakukan terhadap 60 responden .

Tabel 4.14 Reabilitas Instrument Data Penelitian

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Standar Reabilitas	Keterangan
Harga	0,623	0,60	<i>Reliable</i>
Kualitas pelayanan	0,812	0,60	<i>Reliable</i>
Lokasi	0,784	0,60	<i>Reliable</i>
Promosi	0,788	0,60	<i>Reliable</i>
Fasilitas	0,910	0,60	<i>Reliable</i>
Kepuasan pengunjung	0,727	0,60	<i>Reliable</i>

Sumber : data yang diolah 2023

Lampiran : 9

Berdasarkan tabel 4.14 hasil uji reabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang untuk memenuhi kriteria untuk dikatakan reliable yaitu $> 0,60$ sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

4.2.2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalis

Menurut Ghozali(2018 : 16) uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi variabel bebas dan variabel terikat normal atau tidak.:

Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.96277580
Most Extreme Differences	Absolute	.100
	Positive	.086
	Negative	-.100
Test Statistic		.100
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : data yang diolah 2023

Lampiran : 14

Berdasarkan gambar 4.15 *one-sample Kolmogrov-Smirnov Test* diperoleh nilai signifikansi $0,200 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi normal.

4. Uji Multikolinearitas

Ghozali (2011), mengemukakan bahwa uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel bebas (independen).

Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistic		Keterangan
	VIF	Tolerance	
Harga	1.524	0,656	Tidak terjadi multikolinearitas
Kualitas Pelayanan	4.757	0,210	Tidak terjadi multikolinearitas
Lokasi	2.971	0,337	Tidak terjadi multikolinearitas
Promosi	4.035	0,248	Tidak terjadi multikolinearitas
Fasilitas	2.819	0,355	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber : data yang diolah 2023

Lampiran : 15

Berdasarkan tabel 4.16 menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai Tolerance $\geq 0,10$ dan nilai VIF ≤ 10 . Hal ini dapat dikatakan semua variabel bebas dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

5. Uji Heteroskedastisitas

Dalam buku metodologi penelitian Indrawati (2015:191) mengungkapkan uji heteroskedastisitas bermaksud untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan variabel dalam model regresi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.

Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.795	.742		2.418	.019
Harga	.014	.058	.034	.240	.811
Kualitas pelayanan	-.020	.064	-.080	-.319	.751
Lokasi	.151	.052	.573	2.901	.045
Promosi	-.200	.089	-.516	-2.243	.029
Fasilitas	-.077	.042	-.354	-1.842	.071

a. Dependent Variabel : Kepuasan Pengunjung

Sumber : data yang diolah 2023

Lampiran : 16

Dalam hasil pengujian analisis tabel 4.17 Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Promosi dan fasilitas tidak mengalami heteroskedastisitas dengan nilai signifikasinya yang lebih besar dari 0,05 yaitu Harga mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,811, untuk kualitas pelayanan mempunyai signifikansi sebesar 0,751, variabel Lokasi mempunyai nilai 0,045, variabel Promosi mempunyai nilai 0,029 dan untuk fasilitas mempunyai signifikansi sebesar 0,071.

4.2.3. Analisis Regresi Berganda

Dalam buku metodologi penelitian Syafrida Hafni Syahir (2021 : 52), Analisis Regresi Berganda adalah metode analisis yang terdiri lebih dari dua variabel atau lebih variabel independen (variabel bebas) dan satu variabel dependen (variabel terikat).

Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.534	1.289		.414	.680
Harga	.178	.101	.162	2.756	.085
kualitas pelayanan	.069	.112	.101	2.621	.537
Lokasi	.044	.090	.063	3.491	.625
Promosi	.087	.155	.084	2.563	.576
Fasilitas	.309	.072	.537	4.285	.000

a. Dependent Variable : Kepuasan Pengunjung
 Sumber : Data primer yang diolah (2023)
 Lampiran : 17

$$Y = 0,534 + 0,178X_1 + 0,069X_2 + 0,044X_3 + 0,087X_4 + 0,309X_5$$

Persamaan regresi pada tabel 4.18 memperlihatkan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat secara parsial, dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta adalah 0,534, artinya jika tidak terjadi perubahan variabel harga, kualitas pelayanan, lokasi, promosi dan fasilitas (nilai X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , X_5 adalah nol (0) maka pengambilan kepuasan pengunjung pada wisata alam pemandangan arak-arak wringin Bondowoso adalah 0,534)
2. Nilai koefisien regresi harga (X_1) bernilai positif yaitu sebesar 0,178, artinya semakin baik harga yang diberikan, maka kepuasan pengunjung wisata alam pemandangan arak-arak wringin Bondowoso akan semakin meningkat.
3. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (X_2) bernilai positif yaitu sebesar 0,069, yang artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka kepuasan pengunjung wisata alam pemandangan arak-arak wringin Bondowoso akan semakin meningkat.
4. Nilai koefisien regresi lokasi (X_3) bernilai positif yaitu sebesar 0,044 artinya semakin baik lokasi yang disediakan, maka kepuasan pengunjung wisata alam pemandangan arak-arak wringin Bondowoso akan semakin meningkat.
5. Nilai koefisien regresi promosi (X_4) bernilai positif yaitu sebesar - 0,087, yang artinya semakin baik promosi yang diberikan, maka kepuasan pengunjung pada wisata alam pemandangan arak-arak wringin Bondowoso akan semakin meningkat.

6. Nilai koefisien regresi fasilitas (X5) bernilai positif yaitu sebesar - 0,309, yang artinya semakin banyak fasilitas yang diberikan, maka kepuasan pengunjung pada wisata alam pemandangan arak-arak wringin Bondowoso akan semakin meningkat.

4.2.4. Koefisiensi Determinasi

Dalam buku metodologi penelitian Syafrida Hafni Syahir (2021 : 54) mengatakan bahwa koefisien determinasi pada prinsipnya melihat besarnya variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.836 ^a	.699	.672	1.006
a. Predictors: (Constant), fasilitas, Harga, lokasi, promosi, kualitas pelayanan				

Sumber : data yang diolah 2023

Lampiran : 18

Berdasarkan tabel 4.19 dapat disimpulkan bahwa nilai Adjusted R Square (Koefisiensi Determinasi) sebesar 0,672. Artinya kontribusi variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 67,2% dapat dijelaskan oleh variabel Harga (X₁), Kualitas Pelayanan (X₂), Lokasi (X₃), Promosi (X₄), Fasilitas (X₅). Sedangkan sisanya 32,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

4.2.5. Hipotesis

1. Uji t

Dalam buku metode penelitian Syafrida Hafni Syahir (2021:53-54), uji t merupakan pengujian kepada koefisien regresi secara parsial, untuk mengetahui signifikansi secara parsial atau masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.20 Hasil Uji t

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.534	1.289		.414	.680
Harga	.178	.101	.162	2.756	.085
kualitas pelayanan	.069	.112	.101	2.621	.537
Lokasi	.044	.090	.063	3.491	.625
Promosi	.087	.155	.084	2.563	.576
Fasilitas	.309	.072	.537	4.285	.000

a. Dependent Variabel : kepuasan pengunjung

Sumber : data yang diolah 2023

Lampiran : 19

Tabel 4.21 Perbandingan t hitung dan t tabel

Variabel	Sig	t hitung	t tabel	Keterangan
Harga	0,085	2,756	1,999	Tidak Berpengaruh
Kualitas pelayanan	0,537	2,621	1,999	Tidak Berpengaruh
Lokasi	0,625	3,491	1,999	Tidak Berpengaruh
Promosi	0,576	2,563	1,999	Tidak Berpengaruh
Fasilitas	0,000	4,285	1,999	Berpengaruh

Berdasarkan 4.21 dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Lokasi (X3), dan Promosi (X4) mempunyai nilai signifikan lebih dari 0,05 serta t hitung $<$ t tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh terhadap kepuasan pengunjung wisata alam pemandangan arak-arak wringin Bondowoso. Untuk variabel Fasilitas (X5) mempunyai nilai signifikansi kurang dari 0,05 dan nilai t -hitung $>$ t -tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh terhadap kepuasan pengunjung pada wisata alam pemandangan arak-arak wringin Kabupaten Bondowoso.

2.Uji F

Dalam buku metode penelitian Syafrida Hafni Syahir (2021:53), uji f ini untuk mengidentifikasi apakah ada pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.22 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	127.244	5	25.449	25.128	.000 ^b
Residual	54.689	54	1.013		
Total	181.933	59			

a. Dependent Variable: kepuasan pengunjung

b. Predictors: (Constant), fasilitas, Harga, lokasi, promosi, kualitas pelayanan

Sumber : data yang diolah 2023
Lampiran : 20

Berdasarkan tabel 4.22 menunjukkan model ini memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, dan nilai Ftabel sebesar $2,40 < F_{hitung}$ sebesar 25,128, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga semua variabel independen memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

4.3. Interpretasi Penelitian

a. Pengaruh Harga (X1) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) pada Wisata Alam Pemandangan Arak-arak Wringin Kabupaten Bondowoso.

Hasil pengujian terhadap hipotesis pertama (H_1) ditolak, menunjukkan bahwa Harga pada Wisata Alam Pemandangan Arak-arak Wringin Kabupaten Bondowoso tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil kuesioner dapat disimpulkan artinya bahwa perbedaan harga yang ada di tempat wisata tersebut tidak memiliki pengaruh yang nyata atau tidak memberikan perbedaan yang signifikan dalam tingkat kepuasan pelanggan. Meskipun harga mungkin masih menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh pelanggan dalam membuat keputusan mereka.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Andi Muhammad Irfan (2018) yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

- b. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) pada Wisata Alam Pemandangan Arak-arak Wringin Kabupaten Bondowoso.

Hasil pengujian terhadap hipotesis kedua (H2) ditolak menunjukkan bahwa Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Wisata Alam Pemandangan Arak-arak Wringin Kabupaten Bondowoso tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil kuesioner dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan mungkin merupakan salah satu faktor yang penting bagi pelanggan, hasil pengujian menunjukkan bahwa dalam kasus ini, tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan yang diberikan dan tingkat kepuasan pelanggan. Namun, penting untuk diingat bahwa faktor-faktor lain seperti fasilitas, aksesibilitas, dan harga juga dapat berperan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan di tempat wisata tersebut. Oleh karena itu, bahwa kualitas pelayanan dirasa sangat penting bagi beberapa pelanggan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Andi Muhammad Irfan (2018) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

c. Pengaruh Lokasi (X3) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) pada Wisata Alam Pemandangan Arak-arak Wringin Kabupaten Bondowoso

Hasil pengujian terhadap hipotesis ketiga (H3) menunjukkan bahwa Pengaruh Lokasi pada Wisata Alam Pemandangan Arak-arak Wringin Kabupaten Bondowoso tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil kuesioner dapat disimpulkan bahwa lokasi bisa menjadi faktor penting bagi beberapa pelanggan dalam memilih destinasi wisata, namun dalam kasus ini. Faktor-faktor lain seperti kualitas pelayanan, harga, fasilitas, dan suasana tempat wisata juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

d. Pengaruh Promosi (X4) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) pada Wisata Alam Pemandangan Arak-arak Wringin Kabupaten Bondowoso.

Hasil pengujian terhadap hipotesis keempat (H4) menunjukkan bahwa Pengaruh Promosi pada Wisata Alam Pemandangan Arak-arak Wringin Kabupaten Bondowoso tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil kuesioner dapat disimpulkan bahwa berarti bahwa tidak ada hubungan yang kuat antara upaya promosi yang dilakukan dan tingkat kepuasan pelanggan. Meskipun promosi dapat menjadi faktor penting dalam menarik perhatian pelanggan untuk mengunjungi tempat wisata, penting untuk diingat

bahwa faktor-faktor lain seperti kualitas pelayanan, harga, fasilitas, dan lokasi tempat wisata juga dapat berperan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

- e. Pengaruh Fasilitas (X5) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) pada Wisata Alam Pemandangan Arak-arak Wringin Kabupaten Bondowoso.

Hasil pengujian terhadap hipotesis kelima (H5) menunjukkan bahwa Pengaruh Fasilitas pada Wisata Alam Pemandangan Arak-arak Wringin Kabupaten Bondowoso berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil kuesioner dapat disimpulkan bahwa fasilitas yang ada di Wisata Alam Pemandangan Arak-arak Wringin Kabupaten Bondowoso sangat lengkap, bersih dan juga membuat pengunjung nyaman Sehingga Fasilitas pada Wisata Alam Pemandangan Arak-arak Wringin Kabupaten Bondowoso berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Asndi Muhammad Irfan (2018), Meyta Salsa Hardina (2021), Suseno dkk (2021) dan Hasanah Nur Afifah dkk (2022) yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

- f. Pengaruh Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Lokasi (X3), Promosi (X4) dan Fasilitas (X5) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) pada

Wisata Alam Pemandangan Arak-arak Wringin Kabupaten

Bondowoso.

Hasil pengujian terhadap hipotesis keenam (H6) menunjukkan bahwa Harga , Kualitas Pelayanan , Lokasi , Promosi dan Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung. Artinya semakin kuat kepercayaan pegunjung baik Harga , Kualitas Pelayanan , Lokasi , Promosi dan Fasilitas maka Kepuasan Pengunjung akan terpenuhi. Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa Harga , Kualitas Pelayanan , Lokasi , Promosi dan Fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung pada Wisata Alam Pemandangan Arak-arak Wringin Kabupaten Bondowoso.

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh secara simultan dan secara parsial antara Harga , Kualitas Pelayanan , Lokasi , Promosi dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan. Sampel penelitian adalah 60 orang yang sudah 2 kali berkunjung ke Wisata Alam Pemandangan Arak-arak Wringin Kabupaten Bondowoso.. Pengujian hipotesis menggunakan alat uji analisis regresi linier berganda. Setelah dilakukan analisis data, dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu:

1. Harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hipotesis pertama yang diajukan ditolak.
2. Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung. Hipotesis kedua yang ditolak.
3. Lokasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung. Hipotesis ketiga yang diajukan ditolak.
4. Promosi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung. Hipotesis keempat yang diajukan ditolak.
5. Fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung. Hipotesis kelima yang diajukan dapat diterima. Semakin baik fasilitas yang dimiliki sehingga kepuasan pengunjung akan muncul.

6. Harga , Kualitas Pelayanan , Lokasi , Promosi dan Fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung. Hal ini berarti Harga , Kualitas Pelayanan , Lokasi , Promosi dan Fasilitas secara bersamaan akan mempengaruhi perilaku Kepuasan Pengunjung.

5.2. Implikasi

Implikasi penelitian dapat digunakan oleh pengelola Wisata Alam Pemandangan Arak-arak Wringin Kabupaten Bondowoso demi meningkatkan kepuasan pengunjung. Adapun implikasi yang diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Pengelola Wisata Alam Pemandangan Arak-arak Wringin Kabupaten Bondowoso memperhatikan dari segi harga. Jika harga tidak menjadi faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, pengelola wisata dapat meninjau kembali kebijakan harga mereka. Mungkin mereka dapat menyesuaikan harga dengan pesaing sekitar atau bahkan menawarkan harga yang lebih kompetitif untuk menarik lebih banyak kunjungan.
2. Pengelola Wisata Alam Pemandangan Arak-arak Wringin Kabupaten Bondowoso. Pengelola wisata tetap harus berupaya untuk meningkatkan dan memperbaiki pelayanan yang diberikan kepada pengunjung. Hal ini dapat membantu menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan dan membangun citra positif tempat wisata tersebut, yang pada gilirannya

dapat meningkatkan kunjungan dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

3. Pengelola Wisata Alam Pemandangan Arak-arak Wringin Kabupaten Bondowoso. Walaupun lokasi tidak ditemukan sebagai faktor yang signifikan dalam kepuasan pelanggan, pengelola wisata tetap harus berupaya untuk mengoptimalkan potensi yang ada dalam lokasi mereka. Dengan memperhatikan aksesibilitas, menekankan pengalaman unik, dan memastikan kualitas fasilitas dan lingkungan, pengelola wisata dapat meningkatkan daya tarik tempat wisata dan memberikan pengalaman positif bagi para pengunjung.
4. Pengelola Wisata Alam Pemandangan Arak-arak Wringin Kabupaten Bondowoso. walaupun promosi tidak ditemukan sebagai faktor yang signifikan dalam kepuasan pelanggan, pengelola wisata tetap harus memanfaatkan promosi dengan bijak dan efisien. Fokus pada konten yang menarik, memanfaatkan ulasan positif, menyelenggarakan acara khusus, dan mengukur efektivitas promosi secara berkala dapat membantu meningkatkan daya tarik Wisata Alam Pemandangan Arak-arak Wringin Kabupaten Bondowoso dan menarik lebih banyak kunjungan.
5. Pengelola Wisata Alam Pemandangan Arak-arak Wringin Kabupaten Bondowoso harus tetap menjaga kelengkapan fasilitas dan jangan sampai ada yang rusak yang menimbulkan tingkat kepercayaan pengunjung bisa menurun.

5.3 Saran

Berdasarkan analisis hasil penelitian “berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya terdapat beberapa saran yang akan menjadi implikasi bagi penelitian selanjutnya dan bagi perusahaan, antara lain:

1. Bagi Pengelola Wisata Alam Pemandangan Arak-arak Wringin Kabupaten Bondowoso.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Harga , Kualitas Pelayanan , Lokasi , Promosi dan Fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung maka pihak pengelola harus benar-benar mempertahankan apa yang sudah dimiliki karena tingkat kepercayaan serta kepuasan pengunjung sudah sangat baik terhadap Wisata Alam Pemandangan Arak-arak Wringin Kabupaten Bondowoso

2. Bagi Almamater ITS Mandala Jember

Bagi almamater diharapkan agar penelitian ini dapat dijadikan untuk bahan referensi untuk pengembangan ilmu pengetahuan penelitian sejenis serta untuk menambah koleksi kepustakaan.

3. Bagi Peneliti

Bagi peneliti berikutnya diharapkan hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk bahan referensi penelitian selanjutnya dengan menggunakan variabel-variabel lain seperti fasilitas yang relevan dan diharapkan dapat dan mampu meningkatkan kepuasan pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Adil Fadilah, Raynaldo Donovan S. (2020), *pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan harga terhadap kepuasan pelanggan hotel 101 surya kencana Bogor.*
- Excel H. Bolang, Lisbeth Mananeke, Debry Ch. A. Lintong (2021) *Pengaruh electronic word of mouth, lokasi dan harga tiket terhadap minat berkunjung wisatawan pada makatete hill's desa warembungan.*
- Helda Chylia Sianturi, Salman Paludi (2022) *signifikan produk wisata persepsi harga dan lokasi dalam mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan ke snowbay waterpark tmii.*
- Hery, S. E. (2019). *Manajemen pemasaran.* Gramedia widiasarana indonesia.
- Hardina, M. S., & Sudarusman, E. (2021). Pengaruh harga, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisata Taman Sari di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(1).
- Irfan, A. M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 82-97.
- Kotler, P & Armstrong, G. 2014. Principles of marketing. Pearson New Jersey.
- Kotler, P & Keller, Kevin. L. 2009. Marketing Management 15th Global Edition. Pearson Education Limited.
- L Indrawati. (2015). Metodologi penelitian.
- Mardiyani, Y., & Murwatiningsih, M. (2015). Pengaruh Fasilitas dan Promosi terhadap Kepuasan Pengunjung melalui Keputusan Berkunjung sebagai Variabel Intervening pada Objek Wisata Kota Semarang. *Management Analysis Journal*, 4(1).
- PARAMITA, S. (2019). PENGARUH PRODUK WISATA, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE SLANIK WATERPARK LAMPUNG (Doctoral dissertation, IIB DARMAJAYA).
- Raharjani, Jeni, 2010, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus ada Pasar Swalayan di Kawasan Seputar Simpan Lima Semarang), *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi (JSMO)*, Volume 2 (Nomor 1 Render, Barry dan Heizer, Jay, 2012, Prinsip-prinsip Manajemen Operasi, Salemba. Emban Patria, Jakarta.

- Suseno, Y. T. (2021). PENGARUH ATRAKSI WISATA, FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI PEMANDIAN ALAM SELOKAMBANG.
- Swastha, Basu, 2011, Manajemen Pemasaran Baru, Liberty, Yogyakarta.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen pemasaran*. Universitas Brawijaya Press.
- Yusrini, L., & Triandini, R. (2018). PENGARUH LOKASI DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI PANORAMA PABANGBON LEUWILIANG BOGOR. *EDUTURISMA*, 3(1).
- Sulistiyorini, S. (2021). *Pengaruh Lokasi, Promosi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus Di Objek Wisata Waturumpuk Desa Mendak Kecamatan Dagangan Kabupaten Madiun)* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sahir, S. H. (2021). Metodologi penelitian.
- Stivani Yanti Atmanegara, Dwi Cahyono, Nurul Qomariah, Abadi sanosra (2019) *pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen hotel ijen view Bondowoso*.
- Syahril, W. N., & Rikumahu, B. (2019). Penggunaan technology acceptance model (TAM) dalam analisis minat perilaku penggunaan e-money pada mahasiswa Universitas Telkom. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(2), 201-214.
- Widagdo Suwignyo, Dimyati Muhaimin, dan Handayani, Y.I. (2021). *Metodologi penelitian manajemen (cara menyusun proposal dan laporan penelitian)*. Cetakan pertama, penerbit Mandala Press.
- Wijoyo, H. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Insan Cendekia Mandiri