



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

Ismawati¹, Haifa², Hayatul maspufah³

Mahasiswa Manajemen Bisnis ITS Mandala, fizmafiz98@gmail.com

Dosen Manajemen ITS Mandala, haifa@itsm.ac.id

Dosen Manajemen ITS Mandala, ulfa@itsm.ac.id

E-mail Penulis Korespondensi: fizmafiz98@gmail.com

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Dikirim: 10 Oktober 2023

Direvisi: 2 November 2023

Diterima: 2 Desember 2023

Keywords:

price, service quality, location, promotion, facilities, visitor satisfaction.

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.*

PENDAHULUAN

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 Kepariwisata 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.

KAJIAN PUSTAKA

Pemasaran

Dalam buku Manajemen Pemasaran SHINTA, A (2011:1), 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

Harga

Menurut Kotler 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. Menurut Kiswanto (2011) dalam jurnal Meyta Salsa Hardina, dkk (2021:87). Indikator harga yakni:

- a. Penetapan harga, para pemasar harus memiliki sasaran kinerja pada saat menentukan harga disetiap jenis barang atau jasa.
- b. Cara pembayaran, para pemasar memiliki penentuan cara pembayaran kepada calon *customer* terhadap penjualan atau jasa.
- c. Potongan harga, para pemasar memberikan pengurangan harga terhadap customer sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari *customer* menyenangkan bagi penjual.

Kualitas Pelayanan

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. Menurut Tjiptono dan Chandra (2012:78) dalam jurnal Suseno, dkk (2021). Indikator kualitas pelayanan yakni:

- 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), yaitu 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), yaitu meliputi pemahaman pemberi perhatian secara individual kepada pelanggan, kemudahan dalam melakukan komunikasi yang baik, dan memahami pelanggan.
- e. Tangible (berwujud), yaitu meliputi penampilan fisik dari fasilitas, peralatan, karyawan dan alat-alat komunikasi.

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 Tjiptono (2007) dalam jurnal penelitian Rizmaulida Triandini, dkk (2018:4), indikator lokasi yakni:

- a. Akses
- b. Visibilitas
- c. Lalu Lintas

- d. Tempat parkir yang luas
- e. Kondisi lingkungan

Promosi

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. Menurut Kotler dan Keller dalam Ilham dan Sugiono (2016) yang terdapat dalam penelitian Selvi Paramita (2019:), indikator promosi yakni:

- a. Promosi yang menarik melalui media sosial
- b. Mengadakan event-event rutin
- c. Tersedia informasi mengenai objek wisata di situs resmi

Fasilitas

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), indikator fasilitas yakni:

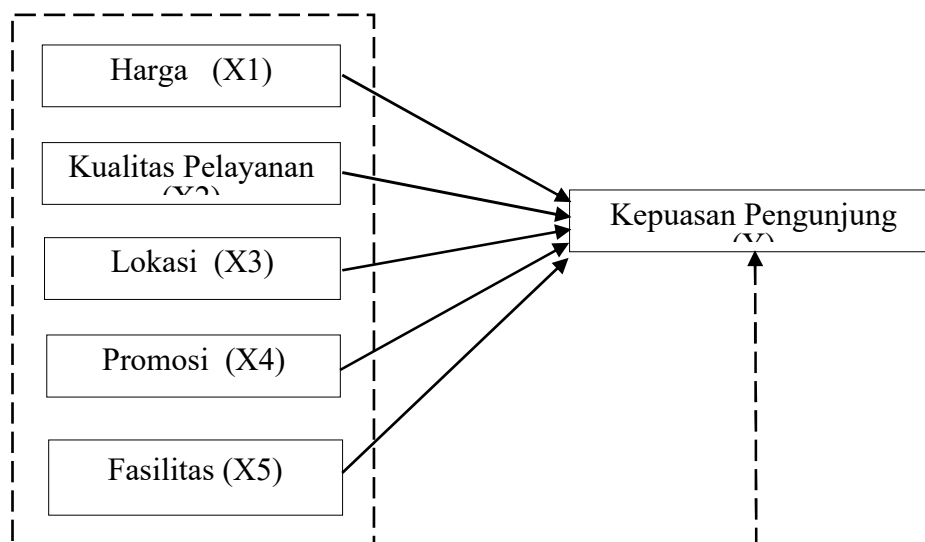
- a. Kelengkapan
- b. Kebersihan
- c. Kerapian
- d. Kondisi
- e. Fungsi fasilitas

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. Menurut Kotler (2009) dalam penelitian Rizmaulida Triandini, Lenny Yusrini (2018:6), indikator kepuasan pengunjung yakni:

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

Gambar 1.1 Kerangka Konseptual



Hipotesis :

H1 : Diduga Harga Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pengunjung

H2 : Diduga Kualitas Pelayanan Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pengunjung

H3 : Diduga Lokasi Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pengunjung

H4 : Diduga Promosi Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pengunjung

H5 : Diduga Fasilitas Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pengunjung

H6 : Diduga Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Promosi, dan Fasilitas Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pengunjung

METODE PENELITIAN.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung pada wisata alam pemandangan arak-arak Wringin Kabupaten Bondowoso.

Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, karena kriteria yang digunakan dalam penelitian ini yaitu laki-laki dan perempuan minimal 15 tahun, artinya siapa yang sesuai dengan kriteria yang disengaja oleh peneliti maka dapat dijadikan sampel, karena hanya sampel tersebut saja yang mewakili atau dapat memberikan informasi untuk menjawab masalah penelitian. Menurut Indrawati, ph.D. (2015:170).

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

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti terdiri dari observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka. Jenis dan sumber data dalam penelitian terdiri dari data primer yang meliputi data yang diperoleh langsung dari responden melalui pemberian kuesioner yang selanjutnya diolah peneliti yang data sekunder yang meliputi melalui sumber daya perpustakaan. Variable terdiri dari harga, kualitas pelayanan, lokasi, promosi, dan fasilitas sebagai variabel independen dan kepuasan pengunjung sebagai variabel dependen.

ANALISIS HASIL PENELITIAN

Uji Instrumen Data

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.

Tabel 1.1 Hasil Uji Validitas

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
	X2.1	0,710	0,254	Valid

X2	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 primer yang diolah (2023)

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.

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 1.2 Hasil Uji Reabilitas

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 primer yang diolah (2023)

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.

Uji Asumsi Klasik

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

Table 1.3 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		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 primer yang diolah 2023

Hasil pengujian *one-sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh nilai signifikansi $0,200 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Ghozali (2011), mengemukakan bahwa uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel bebas (independen). Untuk menguji multikolinearitas menggunakan metode Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance (TOL). Jika nilai VIF melebihi angka 10 maka bisa disimpulkan ada multikolinearitas dan nilai toleransinya lebih besar dari 0,10 maka bisa disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi tersebut. Berdasarkan hasil kuesioner kepada 60 responden diperoleh hasil uji multikolinearitas sebagai berikut.

Tabel 1.4 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 Primer yang diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas 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.

Uji Heteroskedastisitas

Pengambilan keputusan didasarkan pada melihat angka probabilitas dengan :

- a. Jika nilai signifikansi atau probabilitas $> 0,05$ maka hipotesis diterima karena data tidak heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai signifikansi atau probabilitas $< 0,05$ maka hipotesis ditolak karena data bersifat heteroskedastisitas.

Tabel 1.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized		Standardized	T	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(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 Primer yang diolah 2023

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.

Analisis Regresi Linier 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).

Table 1.6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

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 Variabel : Kepuasan Pengunjung

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

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

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

1. Nilai Konstanta
 Nilai konstanta adalah 0,534, artinya jika tidak terjadi perubahan variabel harga, kualitas pelayanan, lokasi, promosi dan fasilitas (nilai X₁, X₂, X₃, X₄, X₅ adalah nol (0) maka pengambilan kepuasan pengunjung pada wisata alam pemandangan arak-arak wringin Bondowoso adalah 0,534)
2. Harga (X₁)
 Nilai koefisien regresi harga (X₁) 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. Kualitas Pelayanan (X₂)
 Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (X₂) 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. Lokasi (X₃)
 Nilai koefisien regresi lokasi (X₃) 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. Promosi (X₄)
 Nilai koefisien regresi promosi (X₄) 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. Fasilitas (X₅)
 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.

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 1.7 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 primer yang diolah (2023)

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 Pelayan (X₂), Lokasi (X₃), Promosi (X₄), Fasilitas (X₅). Sedangkan sisanya 32,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Hipotesis

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 persial atau masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 1.8 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 primer yang diolah (2023)

Tabel 1.9 Hasil Uji Secara Parsial (Uji t)

Variabel	Sig	t hitung	t table	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

Hasil secara parsial (uji t) ditunjukkan bahwa variabel Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Lokasi (X3), dan Promosi (X4) mempunyai nilai signifikan lebih dari 0,05 serta $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, 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 $t \text{-hitung} > t \text{-tabel}$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh terhadap kepuasan pengunjung pada wisata alam pemandangan arak-arak wringin Kabupaten Bondowoso.

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 1.10 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 primer yang diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.22 menunjukkan model ini memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, dan nilai F_{tabel} 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.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pengunjung

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

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung.

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.

3 Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung

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.

4. Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pengunjung

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.

5. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung

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.

6. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Promosi, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil pengujian terhadap hipotesis keenam (H6) menunjukkan bahwa Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Promosi dan Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung. Artinya semakin kuat kepercayaan pengunjung 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.

SIMPULAN

Dari hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan:

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 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.

DAFTAR PUSTAKA

- Adil Fadilah, Raynaldo Donovan S. (2020), *pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan harga terhadap kepuasan pelanggan hotel 101 surya kaca 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 tmi.*
- 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, Dimiyati 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