



PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI WISATA TAMAN AIR PERCUT

INFLUENCE OF PERCEPTIONS OF PRICES AND FACILITIES ON VISITOR SATISFACTION AT PERCUT WATER PARK TOURISM

Naomi Siregar, Universitas Quality, (Prodi Manajemen Universitas Quality, Jl.
Ringroad - Ngumban Surbakti No. 18 Medan, Kode Pos 12345, Indonesia)
Penulis Korespondensi: 089666891020, naominatalia00@gmail.com

Abstrak

Teknik analisis data penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan uji analisis regresi linear berganda menggunakan program SPSS Versi 23. Penelitian ini menggunakan sampel dengan jumlah responden sebanyak 100 pengunjung. Pengumpulan data primer menggunakan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada Wisata Taman Air Percut, dimana nilai thitung untuk variabel persepsi harga (X1) adalah 7,833 sedangkan ttabel sebesar 1,633 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada Wisata Taman Air Percut, dimana nilai thitung untuk variabel fasilitas (X2) adalah 2,695 sedangkan ttabel adalah 1,633 dan nilai signifikansi $0,008 < 0,05$. Persepsi harga dan fasilitas secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada Wisata Taman Air Percut, dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ $236,945 > 3,104$ pada signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Fasilitas, Kepuasan Pengunjung

Abstract

The research data analysis technique uses quantitative methods with multiple linear regression analysis tests using the SPSS Version 23 program. This research uses a sample with a total of 100 visitors as respondents. Primary data collection uses a questionnaire. The research results show that price perception has a significant effect on visitor satisfaction at Percut Water Park Tourism, where the t value for the price perception variable (X1) is 7.833 while the t table is 1.633 and the significance value is $0.000 < 0.05$. Facilities have a significant effect on visitor satisfaction at Percut



Water Park Tourism, where the t value for the facility variable (X_2) is 2.695 while t table is 1.633 and the significance value is $0.008 < 0.05$. Perceptions of price and facilities simultaneously and significantly influence visitor satisfaction at Percut Water Park Tourism, where $F_{count} > F_{table}$ $236.945 > 3.104$ at a significant $0.000 < 0.05$.

Keywords: Price Perception, Facilities, Visitor Satisfaction

PENDAHULUAN

Saat ini industri pariwisata di Sumatera Utara berkembang sangat pesat, hal ini terlihat dari semakin banyaknya bermunculan tempat-tempat wisata di berbagai daerah dengan pesona dan keunikannya, salah satunya Jl. Kawasan Industri, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Pihak pengelola melakukan pengembangan atraksi wisata untuk menarik perhatian wisatawan dengan harapan konsumen akan berkunjung ke objek wisata Percut Water Park. Percut Water Park merupakan destinasi wisata dengan wahana bermain air dan berkonsep edukasi.

Destinasi wisata ini sangat cocok dijadikan destinasi keluarga. Dibuka pada Agustus 2017, destinasi wisata ini menawarkan beragam aktivitas menarik untuk dicoba. Selain itu, wisatawan juga tertarik dengan harganya yang relatif murah. Suasana alami dan sejuk membuat wisatawan betah berada di kawasan ini. Pada awalnya Percut Water Park hanya memiliki beberapa wahana air seperti kolam dan seluncuran air. Namun seiring berjalannya waktu, Percut Water Park terus berbenah dan menambah wahana air baru untuk memenuhi kebutuhan pengunjung.



Tabel 1.1 Harga Tiket Masuk dan Wahana Wisata Taman Air Percut

HARI/WAHANA	HARGA TIKET
Senin-Minggu	Rp10.000
Khusus Jumat	Rp5.000
Hari Besar Nasional	Rp15.000
Bebek Air	Rp10.000
Kereta Api Mini	Rp10.000
Bola Air	Rp15.000
Perahu Karet	Rp15.000
Sepeda	Rp10.000
Kereta Kuda	Rp10.000
Sampan Romance	Rp5.000

Sumber: salsawisata.com pertama kali diindeks oleh Google Februari 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa harga untuk menikmati tiket masuk dan wahana destinasi wisata ini relatif terjangkau, namun mengingat keadaan Wisata Taman Air Percut saat ini, penurunan minat pengunjung sudah berubah sebelum tahun 2010. pengunjung paham bahwa harga tiket masuk yang ternyata mahal tidak sebanding dengan harganya. Fasilitas yang ditawarkan ada beberapa wahana yang sudah tidak terpakai lagi seperti polo air, sepeda, sampan romantis, wahana bebek air, namun pemeliharaan fasilitas menjadi salah satu faktor yang membuat pengunjung tidak puas dengan fasilitas yang ada.



Tabel 1.2 Data Jumlah Pengunjung Objek Wisata Taman Air Percut Januari-September 2023

Bulan	Jumlah
Januari	1.126
Februari	807
Maret	775
April	816
Mei	934
Juni	521
Juli	319
Agustus	256
September	213
Total	6.095

Sumber: Data Pengunjung Taman Air Percut 2023

Dalam table 1.2 diatas terlihat bahwa jumlah pengunjung di Objek Wisata Taman Air Percut adalah 6.095 orang dalam Sembilan bulan di tahun 2023. Dengan kunjungan wisatawan yang terbanyak terjadi pada bulan januari yang mencapai 1.126 kunjungan. Akan tetapi, ternyata Objek Wisata Taman Air Percut mengalami penurunan jumlah pengunjung.

Pertama hal yang harus diperhatikan dan dilakukan oleh pengelola objek wisata selain memiliki keunggulan/keunikan dalam produk jasa wisatanya yaitu fokus pada strategi pemasaran khususnya dalam penetapan harga. Karena harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan (Tjiptono, 2015). Apabila pengelola salah dalam menetapkan harga maka akan mengganggu kegiatan operasional dan mengancam kelangsungan usaha. Penetapan harga berperan penting dalam keputusan berkunjung wisatawan, harga yang



ditetapkan oleh pengelola hendaknya menyesuaikan dengan harapan wisatawan yang datang berkunjung.

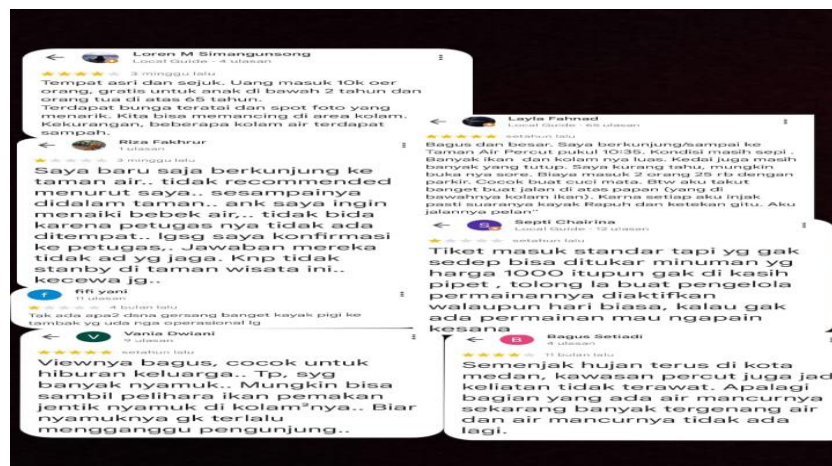
Salah satu faktor yang mempengaruhi Objek Wisata Taman Air Percut ini adalah persepsi harga, dimana persepsi harga sangat berpengaruh dalam strategi pemasaran wisata. Persepsi harga merupakan suatu proses dengan mana seorang menyeleksi, mengorganisasikan, menginterpretasikan stimuli dalam suatu gambaran yang berarti menyeluruh. Penetapan harga oleh penjual akan berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen, sebab harga yang dapat dijangkau oleh konsumen akan cenderung membuat konsumen melakukan pembelian terhadap produk tersebut (Kurniawan, 2020).

Dalam mendapatkan kepuasan pengunjung fasilitas juga turut berperan penting dalam kepuasan pengunjung. Fasilitas merupakan sarana yang sifatnya mempermudah dalam menentukan pilihan. Pada tingkat persepsi harga yang hampir sama, semakin lengkap fasilitas yang disediakan, maka akan semakin puas pengunjung dan ia akan terus memilih tempat wisata tersebut, sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang ia peroleh terhadap fasilitas yang tersedia. Faktor fasilitas juga berkaitan dengan kepuasan pengunjung karena fasilitas mempunyai peranan penting yang berhubungan dengan persepsi harga yang diperoleh dari interaksi pengunjung dengan fasilitas. Semua ini mendorong pihak manajemen untuk mendapatkan informasi dari pengunjung sebagai masukan agar fasilitas yang ada di tempat wisata tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan pengunjung (Nurmin Arianto, 2018).

Kepuasan pengunjung merupakan aspek penting yang harus di perhatikan, apabila pengunjung merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, hal ini akan memberikan dampak positif, dimana pengunjung akan loyal dan berkunjung kembali. Meningkatnya kepuasan pengunjung akan berpengaruh terhadap kelangsungan sebuah tempat wisata. Kepuasan pengunjung dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang

merupakan variabel-variabel pemasaran seperti Harga dan Fasilitas. Pengelola Objek Wisata Taman Air Percut harus mempunyai kelebihan yang lain seperti penetapan harga yang kompetitif, memiliki fasilitas pendukung atau kelebihan lain. Biasanya pengunjung yang akan membeli jasa yang ditawarkan pasti akan membandingkan-bandingkan harga, memilih layanan terbaik dan memilih penyedia jasa yang dilengkapi dengan fasilitas yang nyaman dan lengkap.

Berdasarkan pengamatan penulis, Objek Wisata Taman Air Percut: mempunyai beberapa permasalahan pelayanan seperti kebersihan kamar mandi yang kurang baik, banyak sampah berserakan di sekitar kolam, banyak fasilitas yang kurang terawat dan tidak digunakan lagi. Kurangnya pengelolaan gedung mengganggu kenyamanan pengunjung. Misalnya toilet yang tidak bersih membuat pengunjung tidak nyaman saat menggunakannya. Ketidaknyamanan yang dialami pengunjung selama menginap di suatu destinasi wisata meninggalkan kesan yang kuat bagi pengunjung. Wisatawan yang mengenal Internet sebagai sarana berbagi informasi selalu membagikan kesannya terhadap suatu destinasi wisata di jejaring sosial. Berikut beberapa review yang penulis temukan mengenai objek wisata Objek Wisata Taman Air Percut:



Gambar 1. 1 Ulasan tentang Objek Wisata Taman Air Percut
Sumber: Google



Kondisi Objek Wisata Taman Air Percut sekarang telah banyak mengalami perubahan dari sebelumnya yang banyak diminati masyarakat tapi sekarang hanya sedikit pengunjung yang datang mengakibatkan menurunnya pendapatan. Hampir semua wahana tidak digunakan lagi dan beberapa fasilitas yang terbengkalai, hanya ada beberapa fasilitas yang tersedia yang membuat pengunjung tidak merasa puas. Hal ini membuat banyak wisatawan yang tidak berkunjung kembali karena kondisi yang telah berbeda dari sebelumnya.

BAHAN DAN METODE

Penelitian ini dilakukan di objek wisata waterpark yang terletak di Jl. Kawasan Industri, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang artinya menggunakan data kuantitatif untuk menggambarkan atau menjelaskan suatu fenomena. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan hubungan antar variabel yang mempengaruhi variabel lainnya.

Penelitian ini mengkaji pengaruh harga dan pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Wisata Taman Air Percut. Wisata Water Park Percut memiliki jumlah pengunjung sebanyak 6.095 orang. Menurut Arikunto (2019), sampel berarti sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Rumus Slovin digunakan sebagai teknik pengujian dalam penelitian ini. Jadi jumlah sampel yang disurvei adalah 100 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil menunjukkan bahwa $t_{hitung} 7,833 > 1,633$ dan signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga H_a diterima dan H_o ditolak, menyatakan bahwa persepsi harga



berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Wisata Taman Air Percut. Jika persepsi harga semakin baik, maka kepuasan pengunjung akan meningkat. Persepsi harga berhubungan dengan harga sesuai dengan fasilitas serta harga sesuai dengan lokasi dalam menangani akan keluhan pengunjung dan lain sebagainya

2. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil menunjukkan bahwa $t_{hitung} 2,695 > 1,633$ dan signifikan $0,008 < 0,05$, sehingga H_a diterima dan H_o ditolak, maka harga berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. di Wisata Taman Air Percut. Jika fasilitas semakin baik, maka kepuasan pengunjung akan meningkat. Fasilitas berhubungan dengan fasilitas yang berfungsi dengan baik, perawatan fasilitas, kondisi fisik serta akses menuju lokasi dalam menangani akan keluhan pengunjung dan lain sebagainya.

3. Pengaruh Persepsi Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil menunjukkan bahwa F_{hitung} sebesar 236,945 sedangkan F_{tabel} 3,104 yang dapat dilihat pada $\alpha = 0,05$. Probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$, maka model regresi dapat dikatakan bahwa penelitian persepsi harga dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Jika kedua variabel ini terus dikembangkan oleh Wisata Taman Air Percut secara konsisten, maka pengunjung akan semakin merasa puas dan menjadikan Wisata Taman Air Percut sebagai pilihan yang tepat untuk memenuhi kebutuhan pengunjung.

KESIMPULAN

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

1. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} pada variabel persepsi harga (X_1) adalah 7,833 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,633



- dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak yang menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada Wisata Taman Air Percut.
2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel pada fasilitas (X_2) adalah 2,695 sedangkan t_{tabel} adalah 1,633 dan nilai signifikansi $0,008 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada Wisata Taman Air Percut.
 3. Persepsi Harga dan Fasilitas secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung ($F_{hitung} > F_{tabel}$ $236,945 > 3,104$ pada signifikansi $0,000 < 0,05$). Maka hipotesis ketiga sebelumnya diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2019). Prosedur Penelitian. Jakarta: Rineka cipta.
- Assauri, Sofjan. (2017). Manajemen Pemasaran. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Basu Swasta dan Irawan. 2002. Manajemen Pemasaran Modern. Edisi Keempat. Penerbit Liberty: Jakarta.
- Christopher Lovelock, Jochen Wirz, Jacky Mussry, Pemasaran Jasa, Manusia, Teknologi, Strategi, Jakarta, PT Erlangga, 2013.
- Duwi Priyatno, (2013). "Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS" Cetakan 1. Yogyakarta: Gava Media.
- Efendi, P. J., & Lili, Y. ai. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung. Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Universitas Telkom, 11(2), 265–289. <https://doi.org/10.19166/derema.v11i2.197>
- Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, Penerbit ANDI, Yogyakarta 2016
- Hawkin dan Lonney dikutip dalam Tjiptono, 2010. Indikator Kepuasan Konsumen, Jakarta: Binarupa Aksara
- Ilham Setyanto. 2019. "Pengaruh Komponen Destinasi Wisata (4a) Terhadap Kepuasan Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung".
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2018. Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition. Pearson.



-
- Leslie W. Rue.2008. Dasar-Dasar Manajemen, Bumi Aksara: Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat, 2014. Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi, Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat
- Marhanah, dan Woro Hanoum Wahadi. “Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta.” Jurnal Manajemen Resort dan Leisure 13, no. 1 (2016).
- Nirwana. (2014). Pemasara Jasa. Jakarta: Alta.
- Sugiyono. Metode Penelitian Manajemen. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sumarwan, Ujang dan Fandy Tjiptono. 2018. Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen. Bogor: IPB Press.
- Suryati, L., & Sudarso, A. (2017). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Deepublish.
- Tjiptono, (2015). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wijaya, P. S.M, & Lomi, R. (2019). Analisis Pengaruh Kepuasan Pasien, Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Di Rumah Sakit Panti Rapih Yogyakarta.
- Yoeti, Oka. A. 2015. Ekowisata: Pariwisata Berwawasan Lingkungan. Jakarta: PT. Pertja.