

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen PT Produk Rekreasi (Kids Fun))

Delia Ratnawati¹, Arum Darmawati²

^{1,2} Manajemen Pemasaran D3 Universitas Negeri Yogyakarta

e-mail: deliaratnawati@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di PT Produk Rekreasi (Kids Fun). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei menggunakan kuesioner. Populasi penelitian ini adalah semua konsumen yang bermain atau mengadakan *event* (gathering, pesta tutup tahun, perayaan ulang tahun, dll) di PT Produk Rekreasi (Kids Fun). Sampel yang diambil sebanyak 105 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Uji validitas instrumen menggunakan *Product Moment* atau *Pearson*, sedangkan uji reliabilitasnya menggunakan *Cronbach Alpha*. Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis Deskriptif Statistik, Uji Prasyarat Analisis, Analisis Regresi, Uji Hipotesis, dan Koefisien Determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif harga terhadap kepuasan konsumen di PT Produk Rekreasi (Kids Fun) dibuktikan dari nilai *t* hitung sebesar 7,053 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$), dan koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,495. Nilai *F* hitung sebesar 49,749 dengan probabilitas (p) = 0,000, dimana nilai probabilitas (p) $\leq 0,05$. Koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai sebesar 0,326. Artinya, 32,6% Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh harga sedangkan sisanya sebesar 67,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Harga, Kepuasan Konsumen*

Abstract

This study aims to determine the effect of price on customer satisfaction in PT Product Recreation (Kids Fun). This research is a quantitative research with survey method using questionnaire. The population of this study are all consumers who play or hold events (gathering, party closing year, birthday celebration, etc.) in PT Recreational Products (Kids Fun). Samples taken as many as 105 respondents by using purposive sampling method. Test the validity of the instrument using Product Moment or Pearson, while the reliability test using Cronbach Alpha. The analysis technique used is Statistical Descriptive Analysis, Test Prerequisite Analysis, Regression Analysis, Hypothesis Testing, and Coefficient of Determination. The result of the research shows that there is a positive influence of price to customer satisfaction in PT Recreational Products (Kids Fun) proved from *t*count of 7.053 with significance value 0.000 ($0,000 < 0,05$), and positive value regression coefficient 0,495. The value of *F* arithmetic is 49.749 with probability (p) = 0,000, where the probability value (p) ≤ 0.05 . The coefficient of determination (R^2) obtained value of 0.326. That is, 32.6% Consumer Satisfaction is influenced by the price while the rest of 67.4% influenced by other factors not examined in this study.

Keywords : *Price, Consumer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Perkembangan pariwisata di kota Yogyakarta menunjukkan peningkatan yang cukup tinggi. Hal itu menimbulkan persaingan dalam bisnis, salah satunya adalah persaingan dalam bisnis pariwisata yang ada di kota Yogyakarta. Pariwisata merupakan salah satu bidang usaha

di dalam komponen industri pariwisata yang berperan dalam perkembangan kepariwisataan dinegara Indonesia banyaknya wisatawan yang berkunjung akan membuat usaha ini semakin banyak. Saat ini wisata sudah menjadi kebutuhan konsumen. Semakin lama jumlah kunjungan wisatawan domestik maupun internasional semakin meningkat, sehingga semakin banyak peluang bisnis khususnya yang bergerak dibidang jasa pariwisata semakin banyak juga dan menjanjikan. Perusahaan jasa pariwisata seperti tempat rekreasi harus mampu memenuhi keinginan konsumen agar terciptanya loyalitas konsumen.

Di Yogyakarta terdapat beberapa macam tempat rekreasi antara lain Taman Pintar Yogyakarta, Jogja Bay, Sindu Kusuma Edupark dan masih banyak lainnya. Hal ini tentu menimbulkan persaingan dalam memasarkan produk wisata masing-masing. Persaingan dalam bisnis wisata tersebut membuat pihak penyedia layanan berusaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen agar konsumen merasa nyaman selama berada di tempat tersebut dan membuat konsumen tertarik pada tempat rekreasi. Terutama bagi wisatawan, tempat rekreasi yang mempunyai fasilitas yang lengkap akan menjadi pilihan bermain.

Tempat rekreasi merupakan sebuah perusahaan jasa yang tidak hanya dikenal sebagai tempat bermain, tetapi juga dikenal karena pelayanan yang diberikan. Walaupun tempat dan fasilitasnya sangat menunjang, akan tetapi jika tidak ditunjang dengan pelayanan yang memuaskan, maka konsumen akan tetap merasa tidak puas. Hal itu menjadikan penyedia layanan tempat rekreasi harus memberikan pelayanan yang maksimal sesuai dengan harga yang ditawarkan agar para pengunjung merasa puas saat berkunjung dengan itu pengunjung akan kembali datang ke tempat rekreasi tersebut.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Jika apa yang diterima dan harapan konsumen tidak puas, maka pihak penyedia layanan belum memenuhi harapannya. Begitu juga sebaliknya jika konsumen merasa puas pihak penyedia layanan dapat dikatakan dapat memenuhi harapan konsumen. Dengan begitu pentingnya adanya kepuasan konsumen untuk menilai apakah suatu perusahaan mampu bertahan dalam menghadapi persaingan yang kompetitif. Konsumen merupakan hal terpenting bagi suatu tempat rekreasi untuk menyangga kelangsungan tempat rekreasi tersebut, maka dari itu, diperlukan sebuah departemen khusus untuk menangani masalah yang berkaitan dengan konsumen melalui peran *public relationsnya* dalam mempertahankan loyalitas konsumen.

Peter dan Olson (2003) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah konsep penting dalam konsep pemasaran dan penelitian konsumen. Sudah menjadi pendapat umum bahwa jika konsumen merasa puas dengan suatu produk atau jasa, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahu orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk atau jasa.

PT Produk Rekreasi (Kids Fun) merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa rekreasi pariwisata untuk anak dan keluarga. Perusahaan ini dibangun pada tahun 1997 dan mulai resmi beroperasi sejak tanggal 24 Januari 1998 sebagai perusahaan PMA. PT Produk Rekreasi (Kids Fun) merupakan satu-satunya perusahaan di Indonesia yang memiliki *franchise* dari *Kids Fun Parcs* yang berpusat di Belanda.

PT Produk Rekreasi memberikan hiburan atau rekreasi yang terbaik untuk anak-anak, remaja, bahkan orangtua, karena jenis-jenis permainan yang ada di PT Produk Rekreasi (Kids Fun) tidak hanya untuk anak-anak tetapi juga menyediakan permainan untuk remaja bahkan untuk keluarga. Wahana yang ada di PT Produk Rekreasi (Kids Fun) : *Magic castle, Mobil Old Dream, Motor Harley, Grand Canyon, Kereta Api Santa Fee, Perahu Arung Jeram, Herby's, Aqua bike, Jet Rider, Kereta Ulat, Mini Wheel, Mini Jet, Mobil Ferrari, Bumper Car, Dune Bag, Swinger, Bumber Boat, Jurassic Park, Paratrooper, Permainan Coin, Wall Climbing, Flying Fox, Gokart, Kolam Renang*. PT Produk Rekreasi (Kids Fun) juga menyediakan berbagai macam makanan dan minuman tersedia di *Cafe & Food Corner* yang ada di PT Produk Rekreasi (Kids Fun), yaitu *Carribbean/Saloon Cafe, Viva Italia Cafe, Saurus Cafe, Camelot Cafe, Aqua Splash Cafe, K-Fun Cafe, Juice Corner, Soft Ice Cream Corner, F&B Corner*. Sumber : *Brosur Kids Fun*.

Sebelum melakukan penelitian lebih lanjut, peneliti melakukan pra survei untuk mengetahui penilaian mengenai kepuasan konsumen. Pra survei dilakukan kepada 20 konsumen atau pengunjung PT Produk Rekreasi (Kids Fun) yang pernah mengunjungi (bermain) dan mengadakan *event* ditempat rekreasi PT Produk Rekreasi (Kids Fun). Pra survei ini dilakukan untuk mengidentifikasi penilaian konsumen mengenai kepuasan konsumen di PT Produk Rekreasi (Kids Fun).

Tabel 1. Hasil Pra Survei Kepuasan Konsumen PT Produk Rekreasi (Kids Fun)

No.	Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	Jumlah Responden		Jumlah
		Setuju	Tidak Setuju	
1.	Kepuasan konsumen keseluruhan	5	15	20
2.	Minat berkunjung kembali	8	12	20
3.	Kesediaan merekomendasi	9	11	20

Sumber : Data Primer Diolah 2018

Berdasarkan pra survei yang dilakukan terhadap 20 responden dengan memberikan pertanyaan mengenai bagaimana kepuasan konsumen di PT Produk Rekreasi (Kids Fun) seperti kepuasan konsumen keseluruhan sebanyak 5 orang konsumen mengatakan merasa puas saat mengunjungi (bermain) di PT Produk Rekreasi (Kids Fun) dan sebanyak 15 orang konsumen mengatakan merasa belum puas saat mengunjungi (bermain) PT Produk Rekreasi (Kids Fun). Selanjutnya peneliti mengajukan pertanyaan mengenai minat berkunjung kembali sebanyak 8 orang konsumen mengatakan merasa puas saat mengunjungi (bermain) sehingga berminat akan mengunjungi kembali PT Produk Rekreasi (Kids Fun) dan sebanyak 12 orang konsumen mengatakan merasa belum puas dan tidak berminat akan mengunjungi kembali PT Produk Rekreasi (Kids Fun). Setelah itu, peneliti mengajukan pertanyaan mengenai kesediaan merekomendasi sebanyak 9 orang konsumen mengatakan setuju untuk merekomendasikan PT Produk Rekreasi (Kids Fun) kepada keluarga atau kerabat dan sebanyak 11 orang konsumen mengatakan tidak setuju untuk merekomendasikan PT Produk Rekreasi (Kids Fun) kepada keluarga atau kerabat.

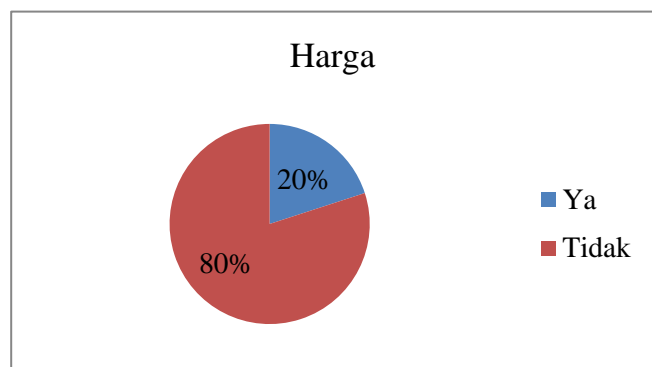
Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rahayu (2015) bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dan sudah sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Penelitian selanjutnya mengenai harga terhadap kepuasan konsumen dilakukan oleh Rahmawati (2012) variabel harga secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Amaliawati (2015), variabel harga secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam bisnis pariwisata adalah harga, harga merupakan nilai atau ukuran dari suatu barang atau jasa. Secara lebih luas, harga merupakan keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa. Menurut Gitosudarmo (2014), "Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya". Harga didefinisikan sebagai ukuran seberapa besar uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang. Menurut Lupiyoadi(2013), "Harga adalah berbagai manfaat yang dimiliki oleh suatu produk jasa yang dibandingkan dengan berbagai biaya (pengorbanan) yang ditimbulkan dalam mengonsumsi jasa tersebut". Harga merupakan perbandingan antara manfaat suatu produk dengan pengorbanan yang dikeluarkan untuk memperoleh produk tersebut.

Berikut ini adalah harga tiket PT Produk Rekreasi (Kids Fun) : Taman bermain *Kids Fun Parcs*. Untuk anak usia 2-14 tahun Rp. 89.000 dan dewasa (diatas 14 tahun) Rp. 79.000. Kolam renang *Aqua Splash* Rp 25.000. Paket masuk Kolam Renang & Bermain di Taman Rekreasi : tiket masuk harga untuk anak usia 2-14 tahun Rp. 99.000 dan untuk dewasa (diatas 14 tahun) Rp. 89.000. Selanjutnya wahana yang termasuk tiket terusan seperti *Gokart, Flying fox, Wall Climbing, Zyclon Coaster* dan Permainan *coin* untuk harga tiket dapat dilihat di lampiran tabel 2. Daftar Harga Tiket Terusan Bermain. Sumber : Brosur *Kids Fun*.

Harga tiket tersebut merupakan harga tiket yang ditetapkan tanpa ada perubahan harga, meskipun di hari libur sekolah maupun libur nasional. Menurut keterangan dari pihak pengelola harga tiket yang ditawarkan, dimana pengunjung sudah bisa menikmati berbagai wahana permainan dan fasilitas yang disediakan tanpa batasan waktu (sepuasnya).

Sebelum melakukan penelitian lebih lanjut, peneliti melakukan pra survei untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen seperti faktor harga. Pra survei dilakukan kepada 20 konsumen atau pengunjung PT Produk Rekreasi (Kids Fun) yang pernah mengunjungi (bermain) dan mengadakan *event* di tempat rekreasi PT Produk Rekreasi (Kids Fun). Pra survei ini dilakukan untuk mengidentifikasi penilaian konsumen mengenai harga PT Produk Rekreasi (Kids Fun) terhadap kepuasan konsumen.



Gambar 1. : Hasil Pra Survei Harga PT Produk Rekreasi (Kids Fun)

Dari pra survei yang dilakukan terhadap 20 responden dengan memberikan beberapa pertanyaan mengenai bagaimana harga tiket PT Produk Rekreasi (Kids Fun) sebanyak 16 orang konsumen (80%) mengatakan PT Produk Rekreasi (Kids Fun) tempat rekreasi untuk harga tiketnya mahal tidak sesuai dengan layanan yang diberikan sehingga konsumen belum merasa puas dan sebanyak 4 orang konsumen (20%) mengatakan PT Produk Rekreasi (Kids Fun) tempat rekreasi yang murah dan sesuai dengan layanan yang diberikan dan konsumen merasa puas.

Selanjutnya faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam harga di PT Produk Rekreasi (Kids Fun), sebagai berikut : Pelayanan di PT Produk Rekreasi (Kids Fun) belum optimal dikarenakan saat konsumen tiba di tempat rekreasi yang menjadi tujuannya tidak sesuai dengan harga yang ditawarkan, seperti tempat ganti serta toilet kurang bersih. Sumber: www.tripadvisor.co.id. Untuk bermain di *Yogya Gokart* harga paketnya lumayan mahal dan untuk perlengkapan seperti sarung kepala dan tangan harganya lebih mahal dari harga diluar. Sumber: www.tripadvisor.co.id. Selain itu untuk makanan dan minuman yang dijual di *cafe dan food corner* lumayan mahal dibandingkan diluar. Sumber: www.tripadvisor.co.id.

Jumlah konsumen sangat besar pengaruhnya terhadap kelangsungan hidup perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan jasa, karena bagi perusahaan jasa, konsumen merupakan sumber pemasukan. Semakin banyak konsumen perusahaan, maka semakin besar pemasukan yang dapat diraih perusahaan. Sebaliknya semakin sedikit konsumen perusahaan, maka semakin sedikit pula pemasukan yang dapat diraih perusahaan.

Kualitas jasa yang unggul dan konsisten sesuai harga yang ditawarkan dapat menumbuhkan kepuasan konsumen yang pada gilirannya akan memberikan

dasar yang baik bagi penggunaan jasa yang berulang, mendorong terciptanya loyalitas konsumen, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, dan reputasi perusahaan menjadi baik di mata konsumen serta laba yang diperoleh meningkat. Konsumen akan membandingkan layanan yang diberikan perusahaan dengan layanan yang mereka harapkan. Jika konsumen merasa puas, maka konsumen akan kembali menggunakan jasa perusahaan dan menjadi konsumennya yang setia serta akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari kondisi tersebut, yaitu mendapatkan konsumen yang loyal yang sekaligus membantu promosi perusahaan. Sebaliknya jika konsumen merasa tidak puas, maka konsumen tersebut juga akan menceritakan pengalaman yang mengecewakan tersebut kepada orang lain sehingga akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan yang akan berakibat menurunnya jumlah pemakai jasa perusahaan.

Berdasarkan paparan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul "Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen PT Produk Rekreasi (Kids Fun))".

METODE

Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian survei, penelitian survei merupakan suatu teknik pengumpulan informasi yang dilakukan dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang diajukan pada responden. Dalam penelitian survei, peneliti meneliti karakteristik atau hubungan sebab-akibat antar variabel tanpa adanya intervensi peneliti. Survei pada dasarnya merupakan pemeriksaan secara teliti tentang fakta atau fenomena perilaku dan sosial terhadap subyek dalam jumlah besar. Survei bukan semata-mata dilakukan untuk mengumpulkan data atau informasi, seperti tentang pendapat atau sikap, tetapi juga untuk membuat deskripsi komprehensif maupun untuk menjelaskan hubungan antar berbagai variabel yang diteliti.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Yogyakarta karena peneliti meneliti konsumen PT Produk Rekreasi (Kids Fun) yang berada di Yogyakarta. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei 2018 sampai selesai.

Definisi Operasional

1. Variabel Independen/bebas (Harga (X))

Menurut Lupiyoadi (2013) "Harga adalah berbagai manfaat yang dimiliki oleh suatu produk jasa yang dibandingkan dengan berbagai biaya (pengorbanan) yang ditimbulkan dalam mengonsumsi jasa tersebut". Indikator harga Menurut Zeithaml et al (2009), yaitu: konsumen membandingkan dengan harga pesaing, harga produk yang sesuai dengan kualitas dan kuantitas dan harga yang fleksibel. Apabila suatu produk mampu memenuhi kebutuhan dan mewujudkan harapan konsumen, maka pada tingkat harga berapapun produk tersebut akan tetap menarik konsumen. Ketiga indikator harga dalam penelitian ini akan dirumuskan kedalam 10 item pertanyaan.

2. Variabel Dependen/Terikat (Kepuasan Konsumen (Y))

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Menurut Kotler (2002) kepuasan konsumen adalah penciptaan nilai yang superior akan menghasilkan tingkat kepuasan yang merupakan tingkat perasaan dimana seorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan. Kepuasan konsumen juga dapat diartikan sebagai persepsi konsumen dimana harapannya telah terpenuhi atau terlampaui, Gerson (2002). Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat mempengaruhi keberlangsungan usaha suatu perusahaan. Perusahaan harus menempatkan kepuasan konsumen sebagai prioritas utama yang harus diperhitungkan dalam melakukan perencanaan usaha. Indikator kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2000) meliputi:

- a. Kepuasan konsumen keseluruhan, kemampuan suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh produsen sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen.
- b. Minat mengunjungi kembali, apabila konsumen puas akan pelayanan, promosi, lokasi dan harga tempat rekreasi maka mereka akan terus memakai jasa dari tempat rekreasi tersebut.
- c. Ketersediaan untuk merekomendasikan, konsumen bersedia untuk merekomendasi produk atau jasa yang telah dikonsumsi terhadap teman atau keluarga atau orang lain.
- d. Ketiga indikator kepuasan konsumen dalam penelitian ini akan dirumuskan kedalam 11 item pertanyaan.

Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2008), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini, populasinya adalah konsumen atau pengunjung tempat rekreasi PT Produk Rekreasi (Kids Fun). Karakteristik populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang bermain atau mengadakan *event* (gathering, pesta tutup tahun, perayaan ulang tahun, dll) di PT Produk Rekreasi (Kids Fun), sehingga dapat melakukan pengisian angket yang diberikan.

Menurut Sugiyono (2008), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian pengunjung atau konsumen PT Produk Rekreasi (Kids Fun). Teknik sampling dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah konsumen atau pengunjung PT Produk Rekreasi (Kids Fun) dengan frekuensi pernah bermain ataupun mengadakan *event* (gathering, pesta tutup tahun, perayaan ulang tahun, dll) minimal satu kali di PT Produk Rekreasi (Kids Fun), sehingga dapat melakukan pengisian angket yang diberikan.

Menurut Hair et al (2006) menyarankan bahwa ukuran sampel minimum adalah sebanyak 5-10 observasi untuk setiap estimated parameter. Dalam penelitian ini, jumlah indikator penelitian sebanyak 21 sehingga jumlah sampel minimum adalah 5 kali jumlah indikator atau sebanyak $5 \times 21 = 105$. Menurut pendapat Hair et al (2006) menggunakan jumlah responden yang lebih banyak apabila terjadi data yang tidak valid maka tidak mengurangi jumlah responden di bawah sampel minimum.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner. Angket atau kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis angket atau kuesioner tertutup karena responden hanya memberikan tanda pada salah satu jawaban yang dianggap benar.

Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner yang berisi butir-butir pernyataan untuk diberi tanggapan oleh subjek penelitian. Angket yang digunakan adalah angket tertutup, yaitu angket yang telah dilengkapi dengan alternatif jawaban dan responden tinggal memilihnya. Penskoran yang digunakan dalam instrument yaitu dengan menggunakan Skala Likert yang telah dimodifikasi dengan 5 alternatif jawaban. Responden tinggal memberikan tanda *checklist* (v) pada kolom jawaban yang sudah tersedia. Pernyataan yang disusun sebagai instrumen berupa pernyataan positif. Skor setiap alternatif jawaban seperti tabel 3 berikut ini:

Tabel 2. Skor Alternatif Jawaban

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3

Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif Kualitatif

Analisis deskriptif didasarkan pada data yang diperoleh dari responden dan dinyatakan dalam tabel deskriptif berdasarkan variabel yang diteliti. Analisa deskriptif berkaitan dengan penjelasan berbagai perilaku variabel yang berdasarkan pada berbagai teori dan pendekatan yang relevan. Analisa ini digunakan untuk menganalisis data dengan memberikan keterangan-keterangan dan penjelasan berupa presentasi tentang hal yang ada hubungannya dengan keputusan konsumen terhadap variabel yang ditawarkan. Sugiyono (2008) mengatakan bahwa analisis dekriptif digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul dengan cara mendiskripsikan atau menggambarkan objek yang diteliti melalui sampel atau populasi sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum. Analisis ini menggunakan kuesioner yang telah disebar kemudian menganalisis data, sehingga mendapatkan gambaran yang jelas, terdapat tiga hal yang disajikan dalam analisis deskriptif yang meliputi:

- a. Analisis mengenai karakteristik dari responden yang pernah bermain atau mengadakan *event* di PT Produk Rekreasi (Kids Fun).
- b. Penelitian ini memiliki satu data yaitu variabel kepuasan konsumen. Data ini kemudian dianalisis menggunakan analisis deskriptif statistik sehingga diperoleh nilai maksimal, nilai mean (Me), dan Standar Deviasi (SD). Cara pengkategorian data adalah sebagai berikut:
Tinggi = $X \geq (M + SD)$
Sedang = $(M - SD) \leq X < (M + SD)$
Rendah = $X < (M - SD)$
- c. Analisis ini juga menggambarkan jawaban responden dari kuesioner yang diajukan. Pada bagian ini penyusun akan menganalisis data tersebut satu persatu yang didasarkan pada jawaban responden yang dihimpun berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh responden selama penelitian berlangsung.

2. Analisis Kuantitatif

a. Analisis Regresi

Metode analisis data adalah suatu metode yang digunakan untuk mengolah hasil penelitian guna memperoleh suatu instrumen kesimpulan. Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi. Analisis Regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas (terikat) atas perubahan dari setiap peningkatan atau penurunan variabel bebas yang akan mempengaruhi variabel terikat.

Model hubungan nilai pelanggan dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut (Ghozali,2005).

$$Y = a + bX + e$$

Dimana:

- Y : Kepuasan Konsumen
a : Konstanta
b : Koefisien regresi
X : Harga

Untuk melakukan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik atau prasyarat analisis yang terdiri dari uji normalitas, uji linieritas dan uji heteroskedastisitas.

b. Uji Prasyarat Analisis (Uji Normalitas)

Ghozali (2011) mengemukakan bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal. Pada prinsipnya normalitas dapat

dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau histogram residual. Dasar pengambilan keputusan untuk diuji normalitas adalah:

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji Linearitas

Tujuan uji linearitas adalah untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat linier atau tidak (Ghozali,2011). Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linier, kuadrat, atau kubuk (Ghozali, 2011). Dengan uji linearitas akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linear, kuadrat, atau kubik (Ghozali,2011). Kriteria pengujian linearitas adalah jika nilai signifikan lebih dari 5% maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah linier.

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan lain (Ghozali,2006). Jika *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Kriteria terjadinya heteroskedastisitas dalam satu model regresi adalah jika signifikansinya kurang dari 0,05.

Uji t (secara parsial)

Uji t merupakan pengujian untuk menunjukkan pengaruh secara individu variabel bebas yang ada didalam model terhadap variabel terikat. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas menjelaskan variasi variabel terikat, apabila t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($\text{sig} < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Uji t digunakan untuk menguji hipotesis yang menyatakan variabel harga (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), dengan kriteria pengujian:

Hipotesis diterima jika nilai probabilitas t (Signifikan t) < α (0,05).

Hipotesis ditolak jika nilai probabilitas t (Signifikan t) > α (0,05).

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi merupakan suatu alat untuk mengukur besarnya presentasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Besarnya koefisien determinasi berkisar antara angka 0 sampai dengan 1, besar koefisien determinasi mendekati angka 1, maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai (R²) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, yaitu pendekatan yang menggunakan data yang berbentuk angka pada analisis statistik. Berdasarkan tingkat penjelasan dari kedudukan variabelnya, maka penelitian ini bersifat asosiatif kausal, yaitu penelitian yang mencari hubungan atas pengaruh sebab akibat antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Teknik pengambilan sampel dengan pengambilan sampel berdasarkan karakteristik tertentu. Dalam penelitian ini data yang akan dianalisis adalah data primer yaitu data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden 105 orang. Responden yang menjadi objek penelitian ini adalah konsumen atau pengunjung PT Produk Rekreasi

(Kids Fun). Alat analisis ini diolah melalui program aplikasi analisis statistik. Berikut ini adalah hasil dari pengisian kuesioner dengan total 105 responden.

Analisis Deskriptif dalam penelitian ini meliputi analisis karakteristik responden yang terdiri dari nilai maksimal, minimal, mean dan standar deviasi, serta kategorisasi jawaban responden. Adapun pembahasan mengenai masing-masing analisis deskriptif disajikan sebagai berikut:

Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini meliputi umur, jenis kelamin, pekerjaan, dan penghasilan/uang saku. Deskripsi responden disajikan sebagai berikut:

1. Umur

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan umur disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. Karakteristik Responden berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Persentase
15-23	47	44,76 %
24-35	31	29,52%
36-55	27	25,71%
Jumlah	105	100%

Sumber : Data Primer Diolah 2018

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden umur 15-23 tahun sebanyak 47 orang (44,76%), responden umur 24-35 tahun sebanyak 31 orang (29,52%) dan responden umur 36-55 tahun sebanyak 27 orang (25,71%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas yang menjadi responden umur 15-23 tahun sebanyak 47 orang (44,76%).

2. Jenis Kelamin

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	43	40,95%
Perempuan	62	59,05%
Jumlah	105	100%

Sumber : Data Primer Diolah 2018

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 43 orang (40,95%) dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 62 orang (59,05%). Hal ini menunjukkan bahwa yang menjadi responden mayoritas adalah perempuan berjumlah 62 orang (59,05%).

3. Pekerjaan

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 5. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	40	38,10%
Pegawai Negeri/Swasta	25	23,81%
Wiraswasta	21	20,00%
Pensiunan	4	3,81%
Lainnya	15	14,29%
Jumlah	105	100%

Sumber : Data Primer Diolah 2018

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden dengan pekerjaan pelajar/mahasiswa sebanyak 40 orang (38,10%), responden dengan pekerjaan pegawai negeri/swasta sebanyak 25 orang (23,81%), responden dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak 21 orang (20%), responden dengan pekerjaan pensiunan sebanyak 4 orang (3,81%) dan responden dengan pekerjaan kategori lainnya sebanyak 15 orang (14,29%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas yang menjadi responden dengan pekerjaan pelajar/mahasiswa sebanyak 40 orang (38,10%).

4. Penghasilan/Uang Saku

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan penghasilan/uang saku disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 6. Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan/Uang Saku

Penghasilan/Uang Saku	Frekuensi	Persentase
< Rp. 1.500.000	54	51,43%
Rp. 1.500.000-Rp. 3.000.000	17	16,19%
Rp. 3.000.000-Rp. 4.500.000	27	25,71%
≥ Rp. 4.500.000	7	06,67%
Jumlah	105	100%

Sumber : Data Primer Diolah 2018

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden dengan penghasilan/uang saku <Rp.1.500.000 sebanyak 54 orang (51,43%), responden dengan penghasilan/uang saku Rp. 1.500.000-Rp. 3.000.000 sebanyak 17 orang (16,19%), responden dengan penghasilan/uang saku Rp. 3.000.000-Rp. 4.500.000 sebanyak 27 orang (25,71%) dan responden dengan penghasilan/uang saku ≥Rp. 4.500.000sebanyak 7 orang (6,67%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas yang menjadi responden dengan penghasilan/uang saku <Rp.1.500.000 sebanyak 54 orang (51,43%).

Deskripsi Kategori Variabel

Deskripsi kategori variabel menggambarkan tanggapan responden mengenai harga terhadap kepuasan konsumen pada tempat rekreasi PT Produk Rekreasi (Kids Fun). Data hasil penelitian kemudian dikategorikan ke dalam tiga kelompok yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Pengkategorian tersebut didasarkan pada nilai rerata dan simpangan baku pada masing-masing variabel penelitian. Hasil kategorisasi tersebut disajikan berikut ini.

1. Harga

Hasil analisis deskriptif untuk variabel harga diperoleh minimum sebesar 27; nilai maksimum sebesar 50; skor mean ideal sebesar 39,03 dan standar deviasi ideal sebesar 4,890. Selanjutnya data harga dikategorikan dengan menggunakan skor meanideal (Mi) dan standar deviasi ideal (Sdi). Jumlah butir pertanyaan untuk variabel harga terdiri dari 10 pertanyaan dengan masing-masing mempunyai skor 5, 4, 3, 2, dan 1. Kategorisasi untuk variabel harga disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 7. Kategorisasi Variabel Harga

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase
Tinggi	$X \geq 43,92$	23	21,90%
Sedang	$43,92 > X < 34,14$	61	58,10%
Rendah	$34,14 > X$	21	20%
Jumlah		105	100%

Sumber : Data Primer Diolah 2018

Tabel tersebut menunjukkan bahwa responden yang memberikan penilaian terhadap variabel harga dalam kategori tinggi yaitu sebanyak 23 orang (21,90%),

responden yang memberikan penilaian terhadap variabel harga dalam kategori sedang yaitu sebanyak 61 orang (58,10%), dan responden yang memberikan penilaian terhadap variabel harga dalam kategori rendah yaitu sebanyak 21 orang (20%).

Penilaian sebagian responden menyatakan harga dipresepsikan dalam kategori tinggi, berarti harga dipresepsikan sebagian responden sudah terpenuhi harapannya. Penilaian sebagian responden menyatakan harga dipresepsikan dalam kategori sedang, hal tersebut berarti harga dipresepsikan secara cukup baik oleh sebagian besar responden. Penilaian sebagian responden menyatakan harga dipresepsikan dalam kategori rendah, berarti harga dipresepsikan sebagian responden belum mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan responden. Presepsi tersebut didasarkan pada sebagian besar responden yang membandingkan harga pesaing, harga yang sesuai dengan kualitas dan kuantitas dan harga yang fleksibel.

2. Kepuasan Konsumen

Hasil analisis deskriptif untuk variabel kepuasan konsumen diperoleh minimum sebesar 31; nilai maksimum sebesar 54; skor mean ideal sebesar 42,52; dan standar deviasi ideal sebesar 4,243. Selanjutnya data kepuasan konsumen dikategorikan dengan menggunakan skor meanideal (Mi) dan standar deviasi ideal (Sdi). Jumlah butir pertanyaan untuk variabel Kepuasan Konsumen terdiri dari 11 pertanyaan dengan masing-masing mempunyai skor 5, 4, 3, 2, dan 1. Kategorisasi untuk variabel kepuasan konsumen disajikan pada tabel berikut ini .

Tabel 8. Kategorisasi Variabel Kepuasan Konsumen

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase
Tinggi	$X \geq 46,76$	22	20,95%
Sedang	$46,76 > X < 38,28$	67	63,81%
Rendah	$38,28 > X$	16	15,24%
Jumlah		105	100%

Sumber : Data Primer Diolah 2018

Tabel tersebut menunjukkan bahwa responden yang memberikan penilaian terhadap variabel kepuasan konsumen dalam kategori tinggi yaitu sebanyak 22 orang (20,93%), responden yang memberikan penilaian terhadap variabel kepuasan konsumen dalam kategori sedang yaitu sebanyak 67 orang (63,81%), dan responden yang memberikan penilaian terhadap variabel kepuasan konsumen dalam kategori rendah yaitu sebanyak 16 orang (15,24%). Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam variabel kepuasan konsumen mayoritas dalam kategori sedang sebanyak 83 orang (63,81%).

Penilaian sebagian responden menyatakan kepuasan konsumen dipresepsikan dalam kategori tinggi, berarti kepuasan konsumen dipresepsikan sebagian responden sudah terpenuhi harapannya. Penilaian sebagian responden menyatakan kepuasan konsumen dipresepsikan dalam kategori sedang, hal tersebut berarti kepuasan konsumen dipresepsikan secara cukup baik oleh sebagian besar responden. Penilaian sebagian responden menyatakan kepuasan konsumen dipresepsikan dalam kategori rendah, berarti kepuasan konsumen dipresepsikan sebagian responden belum mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan responden. Presepsi tersebut didasarkan pada sebagian responden yang merasakan jasa yang didapat sesuai dengan yang ditawarkan (puas), minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasi.

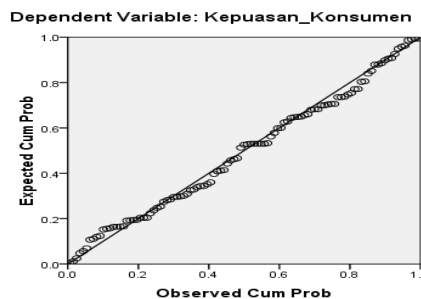
Uji Prasyarat Analisis

Pengujian prasyarat analisis dilakukan sebelum melakukan analisis regresi. Prasyarat yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji linearitas, dan uji heteroskedastisitas. Hasil uji prasyarat analisis disajikan berikut ini:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk menguji apakah pengamatan berdistribusi secara normal atau tidak, uji ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*. Hasil uji normalitas menunjukkan taraf signifikansi $0,279 > 0,05$. Selain itu plot untuk eror (residual) menunjukkan mendekati garis diagonal. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

2. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) mempunyai hubungan linear atau tidak. Kriteria yang diterapkan untuk menyatakan kelinearan adalah nilai F. Dalam pengujian ini peneliti akan menggunakan bantuan *software* statistik untuk mempermudah analisis data. Hasil uji linearitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 9. Hasil Uji Linieritas

Variabel	Sig.	Ket.
Harga terhadap Kepuasan Konsumen	0,794	Linier

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai *sig* lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data dinyatakan linear.

3. Uji Heteroskedasitas

Suatu asumsi penting dari model regresi klasik adalah bahwa gangguan (*disturbance*) yang muncul dalam regresi adalah homokedastisitas, yaitu semua gangguan tadi mempunyai varian yang sama. Hasil uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Heteroskedasitas

Variabel	Sig.	Kesimpulan
Harga	0,809	Non Heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, dengan demikian variabel yang diajukan dalam penelitian tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi

Analisis regresi dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel harga terhadap kepuasan konsumen PT Produk Rekreasi (Kids Fun). Berikut ini hasil analisis regresi yang dilakukan dengan menggunakan program aplikasi analisis statistik.

Tabel 11. Rangkuman Hasil Analisis Regresi

Sub Variabel	Koefisien Regresi (B)	t-hitung	Sig.	Kesimpulan
Harga	0,495	7,053	0,000	Terbukti
Konstanta = 23,198				
$R^2 = 0,326$				

F hitung = 49,749
Sig F = 0,000

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 23,198 + 0,495X$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa nilai koefisien beta pada variabel harga (B) sebesar 0,495 artinya apabila variabel harga meningkat, maka kepuasan konsumen juga meningkat, sebaliknya apabila variabel harga menurun, maka kepuasan konsumen juga menurun. Oleh karena itu regresi di atas dapat disimpulkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh secara positif terhadap variabel kepuasan konsumen.

Hipotesis

Berdasarkan uji regresi parsial, diperoleh nilai t-hitung sebesar 7,053 koefisien regresi (β) 0,495 dengan probabilitas (p) = 0,000. Berdasarkan hasil olah data dimana nilai probabilitas (p) \leq 0,05 dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan terdapat pernyataan bahwa "pengaruh positif harga terhadap kepuasan konsumen PT Produk Rekreasi (Kids Fun)" **diterima**.

Penelitian ini dilakukan pada konsumen atau pengunjung PT. Produk Rekreasi (Kids Fun) di Yogyakarta. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Konsumen memiliki persepsi yang berbeda terhadap harga. Penilaian terhadap harga suatu produk atau jasa dikatakan mahal, murah atau biasa saja dari setiap konsumen tidak harus sama. Penilaian tergantung pada persepsi konsumen yang dilatarbelakangi oleh keadaan ekonomi, lingkungan sosial dan kondisi individu.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan suatu alat untuk mengukur besarnya persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Besarnya koefisien determinasi berkisar antara angka 0 sampai dengan 1, besar koefisien determinasi mendekati angka 1, maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Hasil uji R^2 pada penelitian ini diperoleh nilai R^2 sebesar 0,326. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel harga sebesar 32,6% sedangkan sisanya sebesar 67,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen di PT Produk Rekreasi (Kids Fun). Nilai t-hitung sebesar 7,053 koefisien regresi (β) 0,495 dengan probabilitas (p) = 0,000, dimana nilai probabilitas (p) \leq 0,05. Nilai F hitung sebesar 49,749 dengan probabilitas (p) = 0,000, dimana nilai probabilitas (p) \leq 0,05. Koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai sebesar 0,326. Artinya, 32,6% Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh harga sedangkan sisanya sebesar 67,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliawati, Sabrina. 2015. *Pengaruh Fasilitas dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung Obyek Wisata Umbul Pengging*. Surakarta : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Hair, J.F., W.C. Black, B.J. Babin, R.E. Anderson, R.L. Tatham, (2006). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice Hall.
- Indriyo, Gitosudarmo. 2014. *Manajemen Pemasaran Edisi kedua*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.

- J. Paul Peter dan Jerry C. Olson. (2003). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Mowen, John C. dan Minor Michael. (2002). *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa : Dwi Kartini Yahya. Jilid kedua. Jakarta : Erlangga.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2000. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Rahmawati, Desi. 2012. *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Alam Grojog Sewu Tawangmangu*. Yogyakarta : Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- www.tripadvisor.co.id , Diakses pada tanggal 1 April 2018, pukul 10.00 WIB.
- Zeithaml, Bitner dan Gremler. 2009. *Service Marketing - Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York: Mc. Graw – Hill.