

# 2020\_\_Jurnal\_Cahaya\_Aktiva\_Pe nulis\_2.pdf

*by*

---

**Submission date:** 18-Apr-2023 09:32PM (UTC-0400)

**Submission ID:** 2068870559

**File name:** 2020\_\_Jurnal\_Cahaya\_Aktiva\_Penulis\_2.pdf (387.32K)

**Word count:** 3355

**Character count:** 21328

---

**HARGA, FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN SEBAGAI  
PENUNJANG KEPUASAN PENGUNJUNG  
KOLAM RENANG TIRTAYASA KEDIRI**  
Gesty Ernestivita<sup>1</sup>, Subagyo<sup>2</sup>  
gesty@unpkediri.ac.id, subagyo@unpkediri.ac.id  
Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri

**ABSTRAK**

Kolam renang merupakan salah satu sarana hiburan dan liburan yang digemari oleh hampir semua kalangan. Industri wisata ini cukup berkembang di Kediri. Pengusaha kolam renang berlomba-lomba meningkatkan fasilitas dan kualitas layanannya serta memberikan harga terbaik untuk pengunjungnya ditengah-tengah ketatnya persaingan industri kolam renang di Kediri yang jumlahnya puluhan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, fasilitas dan kualitas baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pengunjung Kolam Renang Tirtayasa Kediri. Penelitian ini merupakan penelitian kausalitas dengan pendekatan kuantitatif. Pupulasi adalah seluruh pengunjung Kolam Renang Tirtayasa Kediri, sedangkan sampel ditentukan sebanyak 40 orang pengunjung dengan menggunakan random sampling. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner, selanjutnya dianalisis menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan harga, fasilitas dan kualitas pelayanan baik secara parsial maupun serentak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Kolam Renang Tirtayasa Kota Kediri.

**Kata kunci:** Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pengunjung

**ABSTRACT**

*The swimming pool is one of the entertainment and vacation facilities that is favourites destination by almost people. This tourism industry is quite developed in Kediri. People who have business in this aeea are competing to improve their facilities and service quality and provide the best prices for visitors in the midst of the intense competition in the swimming pool industry in Kediri, which amounts to dozens. This study aims to analyze the effect of price, facilities and quality both partially and simultaneously on the satisfaction of visitors to the Pool Tirtayasa Kediri. This research is a causality research with a quantitative approach. Pupulation in this research are all visitors of Tirtayasa Kediri Swimming Pool, while the sample is determined by 40 visitors using random sampling. Data were collected using a questionnaire, then analyzed using multiple regression analysis. The results showed the price, facilities and quality of service both partially and simultaneously had a significant effect on visitor satisfaction at the Tirtayasa Swimming Pool in Kediri City.*

*Keywords: Price, Facilities, Service Quality, Visitor Satisfaction*

---

## I. PENDAHULUAN

Industri pariwisata di Kediri cukup berkembang seiring dengan jumlah destinasi wisatanya yang bertambah. Salah satu industri wisata yang digemari di Kota Kediri adalah wisata kolam renang. Di wilayah Kediri setidaknya terdapat 25 industri wisata kolam renang (<https://www.blogafhuk.com/kolam-renang-di-kediri/>). Dengan banyaknya kolam renang, menjadikan persaingan antar pengelola kolam dalam memberikan kepuasan bagi konsumennya.

Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung lokasi wisata. Hasil penelitian Pertiwi (2018) menyatakan bahwa harga, fasilitas, atraksi wisata berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Demikian pula hasil penelitian Rahmawati (2017) menyimpulkan bahwa harga, kualitas pelayanan dan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung taman wisata alam grojongan sewu tawangmangu kabupaten karanganyar jawa tengah.

Harga merupakan faktor utama yang mendukung terciptanya kepuasan pelanggan. Menurut Kotler (2012), harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa. Yang mana bila pengunjung puas akan harga yang berkaitan dengan fasilitas yang didapatkan, maka berpotensi untuk berkunjung kembali. Kolam Renang Tirtayasa merupakan kolam renang tertua di Kota Kediri, harga yang ditawarkan selalu berkembang atau *update* seiring dengan bertambahnya fasilitas dan semakin meningkatnya pelayanan yang diberikan.

Selain harga, penyediaan fasilitas juga turut berperan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Menurut Kotler&Amstrong (2014), fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Fasilitas-fasilitas yang dikembangkan di Kolam Renang Tirtayasa di antaranya bertambahnya cafetaria dan sarana bermain outdoor.

Pada dasarnya tujuan dari industri jasa adalah untuk memberikan kepuasan kepada para konsumen melalui pelayanan yang baik, sehingga akan terjalin hubungan yang baik antara pihak penyedia jasa dan konsumen dan diharapkan

konsumen menjadi puas dengan iringan pelayanan yang baik ini. Menurut Tjiptono (2010), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Hal ini menjadi pertimbangan Kolam Renang Tirtayasa untuk meningkatkan pelayanannya mulai dari pelayanan parkir hingga pelayanan di area kolam renang.

Penentuan subyek penelitian dalam penelitian ini adalah berdasarkan rating di *Google Review*. Tabel 1.1 menunjukkan kolam renang yang paling banyak dikunjungi dan diberi ulasan penilaian yang pertama yaitu Kolam Renang Tirtayasa. Kolam Renang Tirtayasa memiliki jumlah pengunjung yang cukup banyak, namun dari hasil penilaian hanya memiliki nilai rating 4,1 dibandingkan dengan kolam renang lain yang lebih sedikit pengunjungnya.

**Tabel 1. Jumlah Ulasan Pengunjung 10 Kolam Renang Paling disukai di Kediri dan Penilaian Pengunjung Dalam Skala 1-5 Bintang**

No.	Nama Kolam Renang	Jumlah Ulasan	Nilai
1.	Kolam Renang Tirtayasa	351	4,1
2.	Kolam Renang Tirta Indah	291	4,1
3.	Kweden Regency Hunian & Kolam Renang	37	4,3
4.	Sumber Dlopo	318	4,4
5.	Kolam Renang Taman Bulusan Kediri	5	5,0
6.	Kolam Renang Tirtoyoso Kediri	293	4,3
7.	Kolam Renang & Taman Wisata Paggora	2	4,0
8.	Kolam Renang Brigif 16	255	4,6
9.	Kolam Renang Gua Selomangkling	57	4,1
10.	Kolam Renang Konsen Unit 6 Gudang Garam Dlopo	47	4,5

*Sumber data: Ulasan dan Penilaian dari Masyarakat atau Local Guide Google Maps, 2020*

Mendasarkan pada latar belakang di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, fasilitas dan kualitas pelayanan baik secara parsial maupun serempak terhadap kepuasan pengunjung Kolam Renang Tirtayasa Kediri.

---

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan kunci untuk mempertahankan pelanggan. Sudah seharusnya pemilik perusahaan memperhatikan kepuasan pengunjung, konsumen atau pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2009), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja sesuai ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja tidak sesuai dengan ekspektasi, pelanggan tidak puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Sedangkan menurut Tjiptono (2014), kepuasan konsumen adalah evaluasi purnabeli antara persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak bisa memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan.

Kepuasan konsumen adalah penilaian sesuatu yang telah konsumen dapatkan dan gunakan berdasarkan apa yang konsumen harapkan dibandingkan dengan kenyataan yang ada, jika seperti yang konsumen harapkan maka akan muncullah perasaan senang yang disebut dengan puas, dan jika kenyataan tidak sesuai dengan apa yang kita harapkan, maka akan muncul perasaan kecewa dan tidak senang yang disebut dengan perasaan kurang puas atau tidak puas. Indikator kepuasan konsumen menurut Irawan (2009) terdiri dari perasaan puas, langganan, merekomendasikan pada orang lain dan terpenuhinya harapan konsumen.

### 2. Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2013), Sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Sedangkan menurut Kotler (2012), harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk itu.

Kebijakan mengenai harga sifat hanya sementara, pemilik perusahaan harus mengikuti perkembangan harga dipasar dan harus mengetahui posisi perusahaan dalam situasi pasar secara keseluruhan sehingga dapat menetapkan harga yang tepat untuk produk barang atau jasa yang dipasarkan.

Menurut Kotler dan Armstrong terjemahan Sabran (2012), ada empat indikator harga yaitu: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat/kualitas.

### **3. Fasilitas**

Menurut Lupiyoadi (2011), fasilitas adalah sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan fungsi. Fasilitas merupakan komponen individual dari penawaran yang mudah ditumbuhkan atau dikurangi tanpa mengubah kualitas dan model jasa. Fasilitas juga merupakan alat untuk membedakan program lembaga pendidikan yang satu dari pesaing yang lainnya

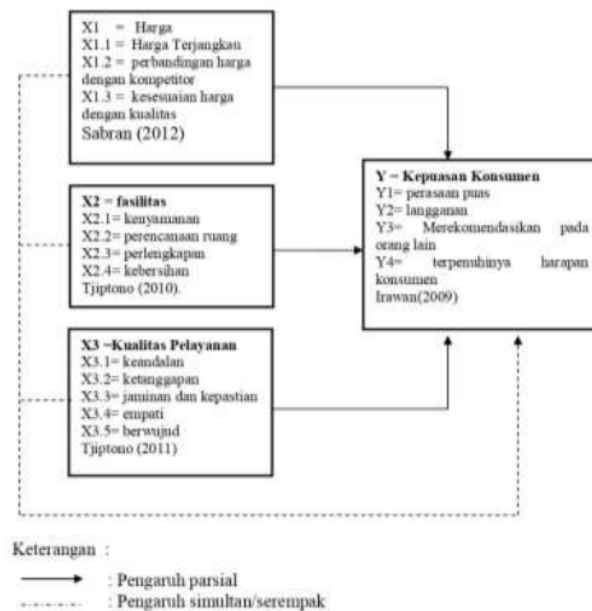
Fasilitas adalah sarana pendukung dalam aktivitas perusahaan berbentuk fisik, dan digunakan dalam kegiatan normal perusahaan, memiliki jangka waktu kegunaan yang relatif permanen dan memberikan manfaat untuk masa yang akan datang. Fasilitas kerja sangatlah penting bagi perusahaan, karena dapat menunjang kinerja karyawan, seperti dalam penyelesaian pekerjaan. Pada suatu perusahaan untuk mencapai suatu tujuan diperlukan alat pendukung yang digunakan dalam proses atau aktifitas di perusahaan tersebut. Fasilitas yang digunakan oleh setiap perusahaan bermacam-macam bentuk, jenis dan manfaatnya. Semakin besar aktifitas suatu perusahaan maka semakin lengkap pula fasilitas dan sarana pendukung dalam proses kegiatan untuk mencapai tujuan tersebut. Menurut Tjiptono (2010), indikator fasilitas adalah kenyamanan, perencanaan ruang, perlengkapan/perabotan dan kebersihan.

### **4. Kualitas Pelayanan**

Kualitas sebagaimana diinterpretasikan ISO 9000 merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Pelanggan yang menentukan dan

menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya. Menurut Tjiptono (2012), mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah penilaian suatu kegiatan ekonomi yang akan diperoleh konsumen jika telah membayar untuk menggunakan jasa dari perusahaan, yang mana bila pelayanan dalam produk jasa menurun atau tidak membuat perasaan senang menerima pelayanan tersebut maka kualitas pelayanan tersebut rendah, dan sebaliknya, jika pelayanan yang didapat sangat baik dan timbul perasaan senang, maka kualitas pelayanan tinggi. Menurut Parasuraman yang dikutip oleh Tjiptono (2011) terdapat lima dimensi pokok dalam kualitas pelayanan, yaitu reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangible*).



Gambar 1. Kerangka Konseptual



## 5. Hipotesis

- H1: Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung Kolam Renang Tirtayasa Kediri.
- H2: Fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung Kolam Renang Tirtayasa Kediri.
- H3: Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung Kolam Renang Tirtayasa Kediri.
- H4: Harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan secara serempak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung Kolam Renang Tirtayasa Kediri.

## III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini termasuk penelitian kausalitas, yaitu menghubungkan variabel bebas (harga, kualitas dan fasilitas pelayanan) dengan variabel tergantung (kepuasan pengunjung). Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Penelitian dilakukan di Kolam Renang Tirtayasa Kediri pada bulan Juli hingga Desember 2019. Populasi adalah seluruh pengunjung Kolam Renang Tirtayasa Kediri, sedangkan sampel ditetapkan sebanyak 40 orang menggunakan random sampling. Data diperoleh dengan menyebar angket, setelah terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Data selanjutnya dianalisis menggunakan Analisis Linier Berganda dengan alat bantu SPSS Versi 23.

## IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil jawaban 40 responden, selanjutnya ditabulasi dan dilakukan analisis menggunakan SPSS. Hasil analisis dapat dideskripsikan sebagai-berikut:

### 1. Hasil Pengujian Asumsi Klasik

Asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multokolonieritas, dan uji auto korelasi. Hasil uji normalitas dengan analisis grafik menunjukkan data telah berdistribusi normal. Uji normalitas menggunakan *probalility plot* menunjukkan data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Uji Multikolinearitas menunjukkan seluruh variabel independen yaitu harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan VIF yang lebih kecil dari 10. Dengan demikian dalam model ini tidak ada masalah multikolinieritas.

Hasil Uji Autokorelasi menunjukkan DW sebesar 1,730 sedangkan DW untuk tingkat=5% dengan n=40 dan k=3 adalah batas bawah ( $du=1,338$  dan  $du=1,658$  dan batas atas  $4-du=2,342$ ). Dapat disimpulkan nilai durbin waston (DW) terletak antara DU s/d 4-DU, sehingga asumsi autokorelasi telah terpenuhi.

Uji Heterokedastisitas menunjukkan *scatterplot* titik-titik menyebar secara acak serata tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dan ini menunjukkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heterokedastisitas. Hal ini berarti dalam model regresi tidak terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

## 2. Analisis Linear Berganda

Hasil perhitungan regresi linier berganda menggunakan SPSS Versi 23.0 disajikan dalam tabel 2 s.d 4 berikut:

**Tabel 2. Kefisien Beta dan Nilai Signifikasi Variabel Penelitian**

Model	Unstandarrized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std.Error	Beta		
Constant	.377	2.161		.175	.862
Harga	.208	.096	.205	2.173	.036
Fasilitas	.969	.127	.716	7.630	.000
Kualitas Pelayanan	.410	.062	.332	6.668	.000

Sumber: data primer diolah

**Tabel 3. Nilai Signifikasi Hasil Uji Serempak**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	727,056	3	242,352	133,570	.000 <sup>b</sup>
	Residual	65,319	36	1,814		
	Total	792,375	39			

Sumber: Data primer diolah

**Tabel 4. Koefisien Korelasi Dan Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.958 <sup>a</sup>	.918	.911	1.347000

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan tabel 2, persamaan regresi linier berganda dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = 0,377 + 0,208 X_1 + 0,969X_2 + 0,410X_3 + e$$

a. Konstanta = 0,377

Artinya apabila harga, fasilitas dan kualitas diasumsikan tidak memiliki pengaruh sama sekali (=0), maka kepuasan pengunjung adalah sebesar 0,377

b. Koefisien harga ( $X_1$ ) = 0,208

Setiap penambahan 1 satuan satuan harga, dengan asumsi fasilitas, dan kualitas pelayanan tetap, maka akan meningkatkan kepuasan pengunjung sebesar 0,208 satuan.

c. Koefisien fasilitas ( $X_2$ ) = 0,969

Setiap penambahan 1 satuan fasilitas, dengan asumsi harga, dan kualitas pelayanan tetap, maka akan meningkatkan kepuasan pengunjung sebesar 0,969 satuan.

d. Koefisien kualitas pelayanan ( $X_3$ ) = 0,410

Setiap penambahan 1 satuan kualitas pelayanan, dengan asumsi harga dan fasilitas tetap, maka akan meningkatkan kepuasan pengunjung sebesar 0,613 satuan.

### 3. Hasil Uji Hipotesis

a. Pengaruh harga terhadap keputusan pengunjung

Tabel 2 menunjukkan nilai signifikansi variabel harga sebesar 0,036. Hal ini menunjukkan nilai signifikansi < 0,05. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan berarti  $H_1$  diterima, yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara harga terhadap kepuasan pengunjung Kolam Renang Tirtayasa Kediri.

b. Pengaruh fasilitas terhadap keputusan pengunjung

---

Tabel 4 menunjukkan nilai signifikansi variabel fasilitas sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan nilai signifikansi  $< 0,05$ . Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan berarti  $H_2$  diterima, yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan pengunjung Kolam Renang Tirtayasa Kediri.

c. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pengunjung

Tabel 4 menunjukkan nilai signifikansi variabel kualitas layanan sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan nilai signifikansi  $< 0,05$ . Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan berarti  $H_3$  diterima, yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pengunjung Kolam Renang Tirtayasa Kediri.

d. Pengaruh harga, fasilitas dan kualitas pelayanan secara serempak terhadap keputusan pengunjung

Tabel 5 menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan nilai signifikansi  $< 0,05$ . Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan berarti  $H_4$  diterima, yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara harga, fasilitas dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengunjung Kolam Renang Tirtayasa Kediri.

#### 4. Koefisien Determinasi

Hasil koefisien determinasi sebesar 0,911, artinya bahwa 91,1 % kepuasan pengunjung Kolam Renang Tirtayasa dipengaruhi oleh harga, fasilitas dan kualitas layanan, sedangkan sisanya 8,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dianalisis dalam model penelitian.

#### 5. Pembahasan

##### a. Pengaruh harga terhadap kepuasan pengunjung Kolam Renang Tirtayasa Kediri

Harga merupakan faktor krusial di tengah persaingan usaha wisata kolam renang di Kediri, sehingga perang tarif harga terjadi dalam bisnis kolam renang di Kediri seiring dengan fasilitas yang ditawarkan. Kolam Renang Tirtayasa itu sendiri merupakan kolam renang tertua di Kediri, sehingga harga pun selalu *update* seiring dengan perkembangan dari segi fasilitas dan

---

pelayanannya. Harga yang ditawarkan memang lebih mahal dibandingkan dengan kolam renang lain di Kediri, namun justru beriringan dengan kepuasan pelanggannya, hal ini dipicu dengan peningkatan kualitas fasilitas seperti tempat parkir luas dan aman serta кафeteria yang menyediakan berbagai makanan dengan tempat duduk yang nyaman. Sejumlah tambahan dana yang dibayarkan pengunjung seiring dengan peningkatan kenyamanan yang dirasakan pengunjung, sehingga pengunjung merasa puas.

**b. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung Kolam Renang Tirtayasa Kediri**

Fasilitas yang ditawarkan oleh Kolam Renang Tirtayasa bisa dikatakan paling lengkap di antara wisata kolam renang lain di Kediri. Fasilitas yang ditawarkan di antaranya tempat parkir dengan pengambilan karcis otomatis dengan penjagaan ketat, кафeteria dengan berbagai sajian kuliner khas Kediri dengan tempat duduk ala cafe yang kekinian, taman bermain untuk anak-anak dan berbagai fasilitas lainnya dapat dinikmati oleh pengunjung Kolam Renang Tirtayasa. Hal ini lah yang membuat pengunjung Kolam Renang Tirtayasa puas, bahkan pengunjung ternyata tidak hanya dari sekitar Kediri, namun juga dari luar wilayah Kediri.

**c. Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung Kolam Renang Tirtayasa Kediri**

Setiap tahunnya Kolam Renang Tirtayasa mengalami peningkatan jumlah pengunjung. Seiring dengan penambahan ini, pengelola juga menambah jumlah staff pelayanan. Penambahan staff dengan SOP yang tertentu ditujukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Kolam Renang Tirtayasa. Mulai dari petugas parkir yang standby untuk mengatur kendaraan bermotor agar selalu rapi, staff yang standby untuk membantu pengunjung dengan penerapan SOP yang secara umum dideskripsikan seperti ramah dan cekatan serta menerapkan senyum, sapa, salam. Staff кафeteria yang lebih dari 3 orang membuat pelayanan lebih cepat. Hal ini lah yang membuat meningkatnya kepuasan pelanggan.

---

## V. PENUTUP

### **Kesimpulan**

Setelah data terkumpul, selanjutnya dilakukan analisis dan pembahasan, maka hasil penelitian menyimpulkan sebagai-berikut:

1. Ada pengaruh signifikan antara harga yang ditetapkan terhadap kepuasan pengunjung Kolam Renang Tirtyasa Kediri
2. Ada pengaruh signifikan antara fasilitas yang disediakan terhadap kepuasan pengunjung Kolam Renang Tirtyasa Kediri
3. Ada pengaruh signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Kolam Renang Tirtyasa Kediri
4. Ada pengaruh signifikan antara harga, fasilitas dan pelayanan secara serempak terhadap kepuasan pengunjung Kolam Renang Tirtyasa Kediri
- 5.

### **Saran**

Atas temuan tersebut, maka disarankan kepada pengelola tempat wisata, khususnya pengelola wisata kolam renang untuk memperhatikan faktor harga, fasilitas dan pelayanan, karena ke tiga faktor tersebut terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Di samping itu fasilitas yang disediakan merupakan faktor dominan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, sehingga pengelola kolam renang perlu memperhatikan sungguh-sungguh masalah fasilitas yang disediakan oleh pengelola kolam renang.

---

## VI. DAFTAR PUSTAKA

- Irawan, Handy. 2009. *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Cetakan ke tujuh, Jakarta: Elex Media Compotindo.
- Kotler, Philip & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2013. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Amstrong, Gary. 2014. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Edisi 14, Jilid ke 1. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa-Teori dan Praktik*. Jakarta: UI Press
- Pertiwi, Florentina Anna Triant. 2018. Pengaruh harga, fasilitas wisata, dan atraksi wisata terhadap kepuasan konsumen objek wisata konservasi. Studi pada pengunjung Taman Safari Indonesia II Prigen, Pasuruan. Skripsi thesis, Sanata Dharma University.
- Rahmawati Desi Kurnia Rahmawati. 2017. Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah. Thesis, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sabran, Bob. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Tjiptono, Fandy. 2010. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi Offset
- , 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset
- [www.blogafhuk.com/kolam-renang-di-kediri/](http://www.blogafhuk.com/kolam-renang-di-kediri/).

ORIGINALITY REPORT

---

13%

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

---

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

---

1%

★ RETNO AYU MULFI. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN LOGISTIK PADA PT. TIKI JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) DI KOTA GRESIK", MANAJERIAL, 2018

Publication

---

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On