

**IMPLEMENTASI STRATEGI PELESTARIAN CAGAR BUDAYA  
DALAM UPAYA PEMASARAN GUNA  
MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN MELALUI  
DINAS PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN  
KOTAWARINGIN BARAT**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
gelar Magister Manajemen Program Magister  
Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang



Disusun Oleh :  
**KEZIA ABDI**  
Nim : 20402300238

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM SULTAN  
AGUNG SEMARANG  
2024**

# HALAMAN PENGESAHAN

## TESIS

### **“IMPLEMENTASI STRATEGI PELESTARIAN CAGAR BUDAYA DALAM UPAYA PEMASARAN GUNA MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN MELALUI DINAS PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN KOTAWARINGIN BARAT”**

Disusun Oleh:

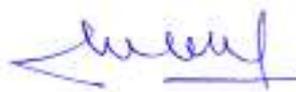
KEZIA ABDI

NIM. 20402300238

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya  
dapat diajukan ke hadapan sidang panitia ujian Tesis  
Program Magister Manajemen  
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 23 November 2024

Pembimbing,



Prof. Dr. Widodo, SE, M.Si

NIDN.210490020

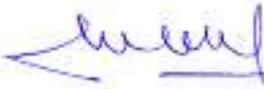
**HALAMAN PERSETUJUAN**

**"IMPLEMENTASI STRATEGI PELESTARIAN CAGAR BUDAYA  
DALAM UPAYA PEMASARAN GUNA  
MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN MELALUI  
DINAS PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN  
KOTAWARINGIN BARAT"**

**KEZIA ABDI  
20402200173**

Telah dipertahankan di depan penguji Pada  
Tanggal 23 November 2024

Pembimbing,



Prof. Dr. Widodo, SE, M.Si  
NIDN.210490020

Penguji I



Prof. Dr. Heru Sulisty, SE, Si  
NIDN: 0605106702

Penguji II



Dr. Budi Cahyono, SE, M.Si  
NIDN. 0609116802

Tesis ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelas Magister Manajemen  
Tanggal 23 November 2024

Ketua Program Magister Manajemen



Prof. Ibnu Khajar, SE, M.Si  
NIDN. 216491028

## PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : KEZIA ABDI  
NIM : 20402300238  
Program Studi : MAGISTER MANAJEMEN  
Fakultas : EKONOMI

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi\* dengan judul :

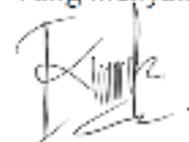
### **IMPLEMENTASI STRATEGI PELESTARIAN CAGAR BUDAYA DALAM UPAYA PEMASARAN GUNA MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN MELALUI DINAS PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN KOTAWARINGIN BARAT**

dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 23 November 2024

Yang menyatakan,



KEZIA ABDI  
NIM 20402300238

\*Coret yang tidak perlu

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : KEZIA ABDI  
NIM : 20402300238  
Program Studi : MAGISTER MANAJEMEN  
Fakultas : EKONOMI

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang berjudul:

### **IMPLEMENTASI STRATEGI PELESTARIAN CAGAR BUDAYA DALAM UPAYA PEMASARAN GUNA MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN MELALUI DINAS PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN KOTAWARINGIN BARAT**

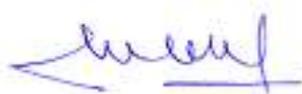
merupakan hasil karya sendiri, bebas dari peniruan terhadap karya orang lain, kutipan pendapat dan tulisan orang lain dikutip sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah yang berlaku. Tesis yang penulis ajukan benar-benar asli dan belum pernah diajukan oleh orang lain untuk mendapatkan gelar akademik Magister Manajemen baik di Unissula maupun di perguruan tinggi lainnya. Tesis ini tidak terdapat karya-karya atau pendapat yang dipublikasikan oleh orang lain, dan atau penulis sendiri secara tertulis telah mencantumkan dengan jelas nama pengarang serta dicantumkan dalam daftar pustaka.

Saya bersedia menarik tesis yang telah diajukan, apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan dalam tesis ini terkandung ciri-ciri plagiat dan bentuk-bentuk peniruan lainnya yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pembimbing

Semarang, 23 November 2024

Yang Menyatakan,



**Prof. Dr. Widodo, SE, M.Si**  
NIDN. 0608026502



**KEZIA ABDI**  
NIM 20402300

## KATA PENGANTAR

Puji syukur yang sedalam-dalamnya ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan limpahan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian dengan judul “IMPLEMENTASI STRATEGI PELESTARIAN CAGAR BUDAYA DALAM UPAYA PEMASARAN GUNA MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN MELALUI DINAS PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN KOTAWARINGIN BARAT”

Tujuan dari penelitian tesis ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai derajat Magister Manajemen pada Program Studi Pasca Sarjana Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Di dalam proses penulisan tesis ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga penulisan tesis ini dapat terselesaikan tepat waktu. Oleh karena itu penulis haturkan ucapan terima kasih tak terhingga kepada dosen pembimbing, Bapak dan Ibu dosen di Program Studi Pasca Sarjana, keluarga tercinta terutama support dari keluarga tersayang, karena telah sudi kiranya kehilangan banyak waktu dikarenakan kesibukan penulis serta tidak lupa kepada Kepala Bidang Kebudayaan dan rekan-rekan kerja serta responden yang juga telah meluangkan waktu untuk membantu proses penyelesaian penelitian ini, tanpa adanya responden penelitian tidak akan pernah selesai.

Pangkalan Bun, 23 November 2024

Penulis



KEZIA ABDI

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi strategi pelestarian cagar budaya dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Kotawaringin Barat melalui Dinas Pendidikan dan Kebudayaan. Fokus utama penelitian adalah mengidentifikasi bagaimana kualitas produk wisata dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan emosional pengunjung sebagai salah satu determinan peningkatan kunjungan wisatawan.

Penelitian menggunakan model empiris dengan pendekatan kuantitatif yang melibatkan analisis data primer dari survei kepada pengunjung situs cagar budaya. Variabel independen dalam penelitian ini adalah **kualitas produk wisata** dan **kualitas pelayanan**, sedangkan variabel dependen adalah **kepuasan emosional** pengunjung. Pengolahan data menggunakan metode **Structural Equation Modeling (SEM)** untuk menguji hubungan antar variabel yang diuji.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk wisata dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan emosional pengunjung. Selain itu, kepuasan emosional terbukti memediasi hubungan antara kualitas produk dan pelayanan dengan niat untuk kembali berkunjung, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Strategi pelestarian cagar budaya yang diimplementasikan oleh Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Kotawaringin Barat terbukti efektif dalam meningkatkan kualitas destinasi wisata dan mempromosikan peningkatan kunjungan wisatawan.

Rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian ini adalah perlunya peningkatan kualitas produk wisata dan pelayanan yang lebih baik melalui berbagai program pelestarian dan pemasaran cagar budaya secara terintegrasi. Hal ini diharapkan mampu menciptakan pengalaman wisata yang lebih bermakna bagi pengunjung dan meningkatkan daya tarik cagar budaya sebagai destinasi wisata unggulan.

**Kata Kunci:** Cagar Budaya, Kualitas Produk Wisata, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Emosional, Pemasaran Wisata, Kabupaten Kotawaringin Barat

# DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Maslah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	4
2.1 Kepuasan Pengunjung .....	4
2.2 Kualitas Produk Wisata.....	5
2.3 Kualitas Pelayanan Wisata.....	5
2.4 Model Empirik .....	6
BAB III METODE PENELITIAN .....	7
3.1 Metode Penelitian yang di Digunakan.....	7
3.2 Definisi variabel dan Operasional Variabel Penelitian.....	8
3.2.1 Definisi Variabel Penelitian.....	8
3.2.2 Operasional Variabel Penelitian .....	9
3.3.2 Sampel .....	16
3.4 Teknik Sampling.....	17
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	18
1. Studi Kepustakaan .....	18
2. Studi Lapangan.....	18
A. Wawancara .....	18
B. Kuesioner .....	19
3.6 METODE ANALISI DAN UJI HIPOTESIS.....	20
3.6.1 Uji Instrumen .....	20
3.6.2 Uji Validitas .....	21
3.7 Uji Reliabilitas .....	23
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	24
STS (Sangat Tidak Setuju).....	25
Skala.....	26
Kategori.....	26

3.7.3 Uji Hipotesis .....	32
3.8 Rancangan Kuesioner .....	156
3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	156
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	157
4.1 Deskripsi Responden .....	157
4.2 Deskripsi Data Variabel Penelitian.....	159
1.    Kualitas Pelayanan (X1) .....	159
2.    Harga (X2) .....	161
3.    Kepuasan Pengunjung (Y) .....	162
4.3 Analisis Data .....	162
4.3.1 Pengujian Persyaratan Analisis Regresi Berganda.....	162
1.    Uji Normalitas .....	162
2.    Uji Multikolinieritas .....	164
3.    Uji Heteroskedasitas.....	165
a.    Pengujian Hipotesis 1 .....	168
b.    Pengujian Hipotesis 2 .....	168
4.    Koefisien Determinasi.....	169
4.4 Pembahasan .....	170
4.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung.....	170
4.4.2 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pengunjung.....	171
4.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pengunjung secara Simultan .....	172
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	174
5.1 Kesimpulan .....	174
5.2 Implikasi Teoritis dan Manajerial.....	174
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	174
5.2.2 Implikasi Manajerial.....	174
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	175
DAFTAR PUSTAKA .....	176

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia yang memiliki 17.508 pulau dan dihuni 360 suku bangsa. Kaya dengan keberagaman budaya serta tradisi serta kepulauan yang indah serta citarasa kuliner turut melengkapi minat para wisatawan dalam negeri bahkan wisatawan mancanegara untuk melirik Indonesia sebagai salah satu tujuan destinasi wisata. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Tahun 2022 sektor pariwisata menyumbang devisa negara sebesar US\$4,26 miliar dari tahun sebelumnya hanya mencapai angka sebesar US\$0,4 miliar. Untuk lebih lengkapnya lagi kita bisa melihat tabel dibawah ini.

Tabel 1.1  
Kontribusi Pariwisata Dalam Perolehan Devisa Tahun 2020 – 2022  
(Dalam Miliar USD)

NO	Tahun	Jumlah
1	2020	3,38
2	2021	0,49
3	2022	4,26

Sumber data : Data Badan Pusat Statistik 2021

ahwa kontribusi Pariwisata dalam perolehan devisa negara meningkat cukup signifikan dari tiga tahun terakhir, pasca pemulihan perekonomian pandemi covid 19. Bahkan target dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di tahun 2023 ini bisa mencapai di kisaran angka US\$5,95. Untuk mencapai angka tersebut pemerintah berupaya dengan optimal melalui proses pengembangan pelestarian cagar budaya, salah satunya dengan pemeliharaan situs situs budaya serta tradisi adat budaya yang tersebar di wilayah Indonesia.

Seperti halnya dengan Kotawaringin Barat adalah salah satu daerah yang kaya akan warisan sejarah dan budaya di Indonesia. Terletak di Provinsi Kalimantan Tengah, wilayah ini memiliki potensi besar untuk mengembangkan Destinasi Wisata yang mengungkap sejarah dan kekayaan budaya yang ada

disana. Kabupaten Kotawaringin Barat sendiri memiliki warisan sejarah yang merupakan sejarah panjang yang melibatkan kerajaan kuno dan pengaruh kolonial Belanda.

Kerajaan Kutaringin adalah salah satu kerajaan bercorak Islam di Kalimantan Tengah yang didirikan pada abad ke 17. Pendiri Kerajaan Kutaringin adalah Pangeran Adipati Antakusuma (1673-1696) dari Kesultanan Banjar. Hal ini menciptakan warisan sejarah yang berlimpah, termasuk situs bersejarah, bangunan bersejarah dan peninggalan sejarah lain nya. Selain itu masyarakat di Kotawaringin Barat memiliki beragam budaya, termasuk tradisi, kesenian, Tarian, dan festival yang khas. Kekayaan budaya ini menjadi daya tarik unik bagi para wisatawan yang ingin mengalami kebudayaan lokal. Dengan keragaman sejarah serta budaya yang dimiliki oleh Kabupaten Kotawaringin Barat, potensi untuk mengembangkan destinasi wisata yang berfokus pada aspek aspek ini sangat besar. Hal ini juga memiliki potensi untuk meningkatkan ekonomi lokal melalui Pariwisata Sejarah budaya

Tabel 1.2



The table displays the number of foreign and domestic tourists visiting Kotawaringin Barat from 2017 to August 2022. The total number of tourists shows a general upward trend, with a significant dip in 2020 due to the pandemic, followed by a recovery in 2021 and 2022.

TAHUN	WISATAWAN MANCANEGARA	WISATAWAN NUSANTARA	JUMLAH
2017	15.163 orang	96.309 orang	111.472 orang
2018	17.317 orang	115.675 orang	132.992 orang
2019	16.552 orang	296.563 orang	313.115 orang
2020	4.683 orang	210.515 orang	215.398 orang
2021	510 orang	221.881 orang	222.391 orang
sd Agustus 2022	3.863 orang	268.610 orang	272.473 orang

Sumber : <https://dispar.kotawaringinbaratkab.go.id/data-kunjungan->

Melihat data di atas gambaran mengenai kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara ke kabupaten Kotawaringin Barat, hal ini menunjukkan bahwa Kotawaringin Barat tetap diminati oleh para wisatawan sebagai tujuan destinasi wisata. Meskipun memiliki potensi besar, pelestarian cagar budaya dan sejarah merupakan tantangan penting. Dibutuhkan langkah langkah proaktif untuk memastikan pelestarian warisan ini, sambil

tetap mengambil manfaat dari pariwisata. Melakukan pengembangan dan pelestarian cagar budaya tentu tidak semudah membuat teori dan peraturan yang ada, dalam kenyataannya mendukung pembangunan pariwisata memiliki permasalahan baik dari eksternal maupun internal. Seperti halnya di Kabupaten Kotawaringin Barat sendiri.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka, perumusan masalah dalam masalah ini adalah implementasi Strategi Pelestarian Cagar Budaya Dalam Upaya Pemasaran Guna Meningkatkan Kunjungan Wisatawan melalui Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Kotawaringin Barat ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Implementasi Strategis Pelestarian Cagar Budaya Dalam Upaya Pemasaran Guna Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Melalui Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Kotawaringin Barat, untuk meningkatkan dan mengoptimalkan pemasukan pendapatan daerah



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kepuasan Pengunjung**

Kepuasan Pengunjung merupakan situasi atau tingkat perasaan seseorang yang diberikan daerah (tempat wisata). Objek wisata mempunyai tujuan memuaskan wisatawan, kepuasan wisatawan merupakan faktor penting khususnya untuk meningkatkan pemasukan bagi penyelenggara objek wisata. Kepuasan wisatawan menjadi acuan keberhasilan daerah tempat wisata dalam memberikan pelayanannya pada konsumen. Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk wisata yang riil atau actual dengan kinerja yang diharapkan (Sangadji dan Sopiah, 2013). Menurut Zeithaml dan Bitner (2013) konsumen yang merasa puas pada produk atau jasa yang dibeli dan digunakan akan kembali menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan, hal ini akan membangun kesetiaan konsumen. Menurut Kotler (2011) kepuasan adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan wisatawan. Kotler dan Keller, (2011) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Maka dapat disimpulkan bahwasannya kepuasan wisatawan adalah perasaan senang ataupun puas setelah berkunjung ke suatu obyek wisata. Semakin puas wisatawan dapat berdampak pada semakin banyaknya jumlah wisatawan dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan daerah. Akan tetapi apabila kepuasan wisatawan rendah maka akan berdampak pada menurunnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke lokasi obyek wisata.

## **2.2 Kualitas Produk Wisata**

Wisatawan lebih mengenal istilah obyek wisata daripada produk wisata. Kualitas obyek wisata ditentukan oleh sejauh mana komponen obyek tersebut mampu memuaskan pelanggannya sesuai dengan janji yang ditawarkan oleh produsen (Sulistiyani, 2010). Kualitas objek wisata merupakan unsur penting yang menjadi pertimbangan wisatawan dalam memilih suatu objek wisata. Kualitas produk wisata merupakan persepsi akan fungsi yang sesungguhnya dirasakan oleh konsumen atau wisatawan (Kotler, 2011). Pendapat lainnya menyatakan bahwa kualitas produk melambangkan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya yang meliputi keawetan, keandalan, kemudahan penggunaan dan perbaikannya. (Machfoedz, 2010). Menurut Tjiptono & Diana (2016) kualitas wisata adalah menetapkan harga untuk menutup biaya riset dan pengembangan, serta menciptakan citra kualitas tinggi. Citra kualitas produk dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. upaya menghasilkan produk berkualitas tinggi biasanya membutuhkan biaya besar. Secara umum kualitas produk wisata merupakan salah satu cara bagi penyelenggara wisata untuk menguasai pasar objek wisata. Sedangkan bagi masyarakat kualitas adalah alat ukur sekaligus cara seseorang dalam mencapai kepuasan. Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dapat dilihat dari obyek wisata yang ditampilkan sesuai dengan harapannya dan minat penganjur. Semakin baik kualitas obyek wisata yang ditawarkan maka wisatawan akan cenderung merasa puas dan akan kembali lagi.

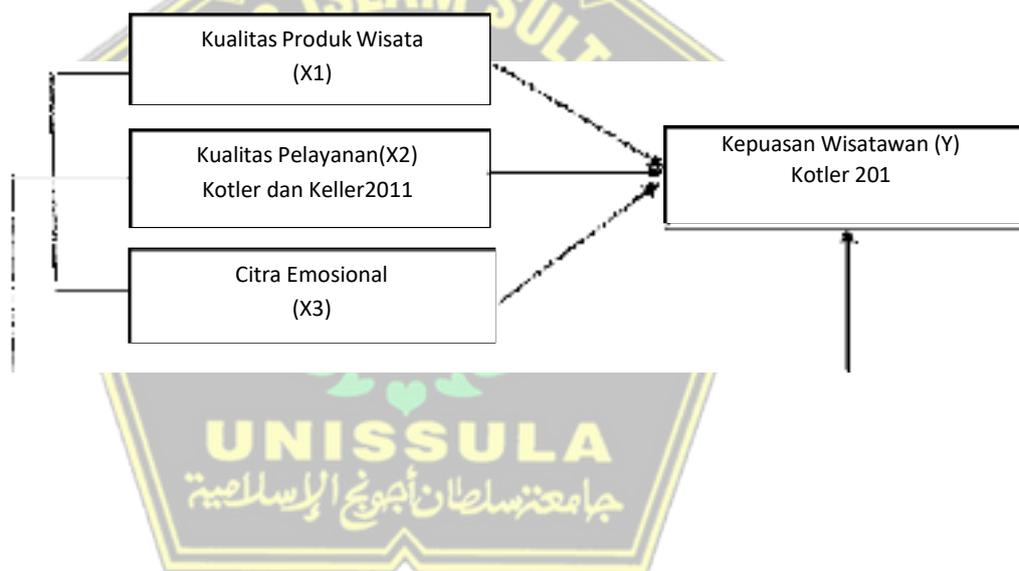
## **2.3 Kualitas Pelayanan Wisata**

Menurut (Tjiptono, 2017) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan wisatawan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* (Parasuraman, et al, 2013). Menurut Wykof (dalam Tjiptono, 2017) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan wisatawan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* (Parasuraman, et al, 2013). Tjiptono dan Chandra (2011) berpendapat Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan wisatawan serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan wisatawan. Kotler dan Keller (2011) berpendapat pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan

oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kualitas Pelayanan Objek wisata merupakan dasar bagi kepariwisataan. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan Objek wisata adalah segala sesuatu yang dapat membuat wisatawan ingin berada kembali di tempat wisata ataupun mengunjungi tempat wisata tersebut karena perasaan puas atas pelayanan yang di dapatkan di objek wisata tersebut serta keunikan dan nilai yang tinggi, yang menjadi tujuan wisatawan datang ke suatu daerah tertentu.

## 2.4 Model Empirik

Berdasarkan Kajian pustaka tersebut diatas, Maka model empirik penelitian ini dampak pada gambar 2.1 yang menjelaskan bahwa kepuasan emosional konsumen pengunjung wisatawan dipengaruhi oleh kualitas produk wisata dan kualitas pelayanan



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Metode Penelitian yang di Digunakan

Metode bagi suatu penelitian merupakan suatu alat didalam pencapaian suatu tujuan untuk memecahkan suatu masalah. Metode penelitian ini akan mengarahkan penelitian pada suatu tujuan tertentu. Penelitian yang dilakukan di Wisata Cagar Budaya Istana Kuning Kabupaten Kotawaringin Barat ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi suatu masalah. Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2016:2), metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian ini didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yang rasional, empiris dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian ini dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara yang digunakan. Sistematis artinya, proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah yang bersifat logis. Data yang diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi suatu masalah. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2016:11) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau hubungan dengan variabel lain. Sedangkan penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori dan akan mencoba menghasilkan metode ilmiah yakni status hipotesa yang berupa

kesimpulan, apakah suatu hipotesa diterima atau ditolak. Penelitian verifikatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik

### **3.2 Definisi variabel dan Operasional Variabel Penelitian**

Variabel merupakan suatu atribut, nilai atau sifat dari objek, individu atau kegiatan yang mempunyai banyak variasi tertentu antara satu dan lainnya yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan dicari informasinya serta ditarik kesimpulannya. Operasionalisasi variabel digunakan agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya, maka peneliti harus memasukkan proses atau operasional alat ukur yang akan digunakan untuk kuantifikasi gejala atau variabel yang ditelitinya. Aspek yang diteliti dalam penelitian ini meliputi variabel ( $X^1$ ) Kualitas Pelayanan, variabel ( $X^2$ ) Harga dan ( $y$ ) yaitu Kepuasan Wisatawan. Variabel-variabel tersebut kemudian di operasionalisasikan berdasarkan dimensi, indikator, ukuran dan skala penelitian. Adapun penjelasan lebih lanjut mengenai definisi dan operasionalisasi variabel penelitian adalah sebagai berikut.

#### **3.2.1 Definisi Variabel Penelitian**

Istilah variabel dapat diartikan bermacam-macam. Dalam tulisan ini variabel diartikan sebagai segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian. Menurut Sugiyono (2016:38) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel terikat (dependent variable) dan variabel bebas (independent variable). Pada penelitian ini terdapat tiga variabel yang akan diteliti, yaitu variabel  $X_1$ , variabel  $X_2$ , variabel  $Y$ . Variabel-variabel tersebut adalah sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Pelayanan sebagai Variabel Independen ( $X_1$ )

Menurut Fandy Tjiptono (2014:268) kualitas pelayanan adalah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampainnya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

2. Variabel Harga Sebagai Variabel Independen (X2)

Menurut Kotler dan Keller (2015:312) harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa.

3. Variabel Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Dependen (Y)

Menurut Kotler dan Keller (2016:153) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja pelayanan (hasil) yang diterima dengan kinerja yang diharapkan oleh konsumen.

### 3.2.2 Operasional Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel adalah upaya penelitian secara rinci yang diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari penelitian secara rinci yang diperlukan untuk menentukan jenis indikator, serta skala dari penelitian variabel-variabel terkait, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan sesuai dengan judul penelitian.

Penelitian ini terdiri dari tiga variabel yang akan diteliti, yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) sebagai variabel independen, dan Kepuasan Wisatawan (Y) sebagai variabel dependen. Berikut adalah tabel mengenai konsep dan indikator dari variabel-variabel tersebut:

**TABEL 1.1**  
**Operasional Variabel**

Variabel	Dimensi Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Kualitas Pelayanan (X1) Kualitas Pelayanan adalah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan keinginan serta ketepatan penyampainnya untuk mengimbangi harapan pelanggan.	Bukti Fisik (Tangible)	Kebersihan selalu terjaga dengan baik	Tingkat kebersihan selalu terjaga dengan baik	Ordinal	1
		Ketersediaan Lahan parkir yang memadai	Tingkat ketersediaan lahan parkir yang memadai	Ordinal	2
		Kerapihan karyawan	Tingkat kerapihan karyawan	Ordinal	3
		Fasilitas/tempat istirahat yang memadai	Tingkat fasilitas/tempat istirahat yang memadai	Ordinal	4
Fandy Tjiptono (2014:268).	Empati (Empathy)	Keramahan pegawai dalam melayani wisatawan	Tingkat keramahan pegawai dalam melayani wisatawan	Ordinal	5
		Kesamaan pelayanan	Tingkat kesamaan pelayanan	Ordinal	6
		Kesopan santunan pegawai	Tingkat kesopan santunan pegawai	Ordinal	7
		Kepedulian pegawai akan kebutuhan atau	Tingkat kepedulian pegawai akan	Ordinal	8

		keinginan dari wisatawan	kebutuhan atau keinginan dari wisatawan			
Daya Tanggap (Responsiveness)		Kecepatan dalam menanggapi keluhan dari wisatawan	Tingkat kecepatan dalam menanggapi keluhan dari wisatawan	Ordinal	9	
		Kecepatan dalam pelayanan tiket masuk	Tingkat kecepatan dalam pelayanan tiket masuk	Ordinal	10	
		Pegawai senantiasa membantu wisatawan	Tingkat pegawai senantiasa membantu wisatawan	Ordinal	11	
	Kehandalan (Reliability)		Pelayanan sesuai yang telah dijanjikan/ditawarkan	Tingkat pelayanan sesuai yang telah dijanjikan/ditawarkan	Ordinal	12
			Kemampuan pegawai dalam memberikan pengetahuan	Tingkat kemampuan pegawai dalam memberikan pengetahuann	Ordinal	13
	Jaminan (Assurance)		Jaminan keamanan	Tingkat jaminan keamanan wisatawan	Ordinal	14
			Jaminan Keselamatan	Tingkat jaminan keselamatan wisatawan	Ordinal	15

<b>Harga (X2)</b>  <b>Harga adalah</b> <b>sejumlah uang</b> <b>yang ditagihkan</b> <b>atas suatu</b> <b>produk dan jasa</b> <b>atau jumlah</b> <b>darinilai yang</b> <b>ditukarkan</b> <b>para pelanggan</b> <b>untuk</b>	<b>Fungsi</b> <b>Biaya</b> <b>(Cost</b>	<b>Keterjangkauan</b> <b>Harga</b>	<b>Tingkat</b> <b>Keterjangkauan</b> <b>Harga</b>	<b>Ordinal</b>	<b>16</b>
	<b>Function)</b>	<b>Harga Diskon</b>	<b>Tingkat Harga</b> <b>Diskon</b>	<b>Ordinal</b>	<b>17</b>
	<b>Harga</b> <b>Pesaing</b> <b>(Competitor</b>	<b>Perbandingan</b> <b>harga dengan</b> <b>pesaing</b>	<b>Tingkat</b> <b>Perbandingan</b> <b>harga dengan</b> <b>pesaing</b>	<b>Ordinal</b>	<b>18</b>
	<b>Price)</b>	<b>Rate harga</b>	<b>Tingkat rate</b> <b>harga</b>	<b>Ordinal</b>	<b>19</b>



<p>memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa.</p> <p>Kotler dan Keller (2015:312).</p>	<p>Nilai Pelanggan (<i>Customer Value</i>)</p>	<p>Kesesuaian harga dengan fasilitas yang disediakan</p>	<p>Tingkat Kesesuaian harga dengan fasilitas yang disediakan</p>	<p>Ordinal</p>	<p>20</p>
		<p>Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan</p>	<p>Tingkat Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan</p>	<p>Ordinal</p>	<p>21</p>
<p>Kepuasan (Y)</p> <p>Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja pelayanan (hasil) yang diterima dengan kinerja yang diharapkan oleh konsumen.</p> <p>Kotler dan Keller (2016:153).</p>	<p>Kinerja (Performance)</p>	<p>Kepuasan atas sikap pegawai yang sopan dan memberi perhatian</p>	<p>Tingkat kepuasan atas sikap pegawai yang sopan dan memberi perhatian</p>	<p>Ordinal</p>	<p>22</p>
		<p>Kepuasan terhadap fasilitas penunjang</p>	<p>Tingkat kepuasan terhadap fasilitas penunjang</p>	<p>Ordinal</p>	<p>23</p>
	<p>Harapan (Expectation)</p>	<p>Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan apa yang didapatkan</p>	<p>Tingkat biaya yang dikeluarkan sesuai dengan apa yang didapatkan</p>	<p>Ordinal</p>	<p>24</p>
		<p>Pelayanan sesuai dengan harapan</p>	<p>Tingkat pelayanan sesuai dengan harapan</p>	<p>Ordinal</p>	<p>25</p>

		<b>Kepuasan atas kemudahan (seperti kemudahan pembelian tiket dan akses)</b>	<b>Tingkat kepuasanatas kemudahan (seperti kemudahan pembelian tiket dan akses)</b>	<b>Ordinal</b>	<b>26</b>
--	--	--	---	----------------	-----------

Sumber : Olah Data Peneliti (2018)

### 3.3 Populasi Dan Sampel

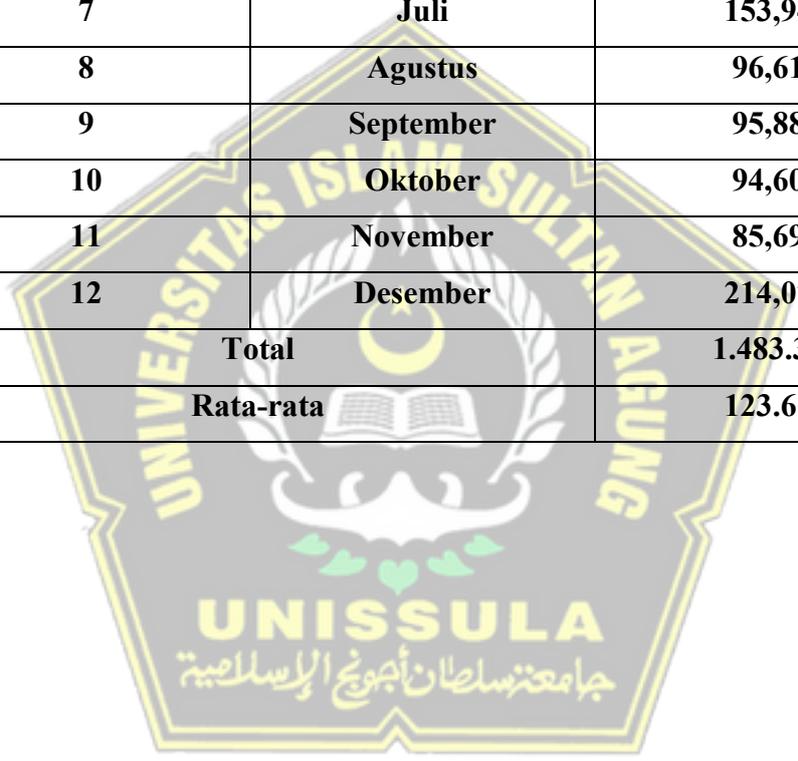
Dalam penelitian ini, penulis membutuhkan objek atau subjek agar masalah dapat terpecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Dan untuk mempermudah pengolahan data maka penulis akan mengambil bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel.

#### 3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya yang selanjutnya adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Fokus penelitian ini berlokasi di Wisata Cagar Budaya Istana Kuning Kabupaten Kotawaringin Barat dimana populasi pada penelitian ini adalah wisatawan yang telah melakukan kunjungan wisata pada tahun 2024, maka dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut ini.

**TABEL 1**  
**Jumlah Populasi Wisatawan Istana Kuning Tahun 2024**

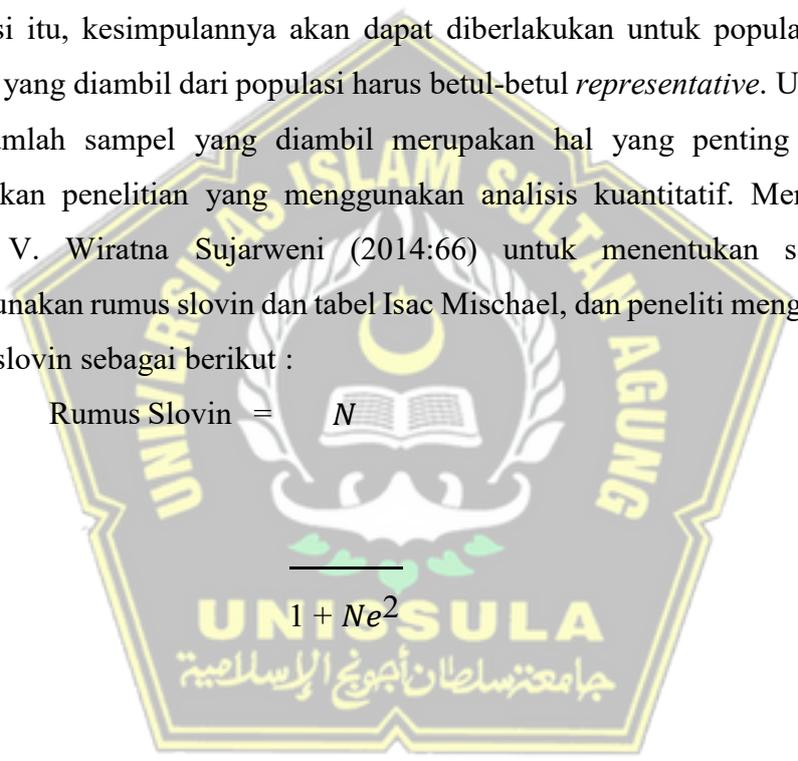
No	Tahun	Jumlah
1	Januari	183000
2	Februari	87,167
3	Maret	107,841
4	April	128,077
5	Mei	121,778
6	Juni	114,416
7	Juli	153,948
8	Agustus	96,611
9	September	95,881
10	Oktober	94,609
11	November	85,698
12	Desember	214,074
<b>Total</b>		<b>1.483.346</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>123.612</b>



### 3.3.2 Sampel

Populasi memiliki jumlah yang sangat besar, sehingga peneliti menggunakan sampel untuk memudahkan dalam pengolahan data penelitian. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi pada penelitian.

Menurut Sugiyono (2016:80) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative*. Ukuran sampel atau jumlah sampel yang diambil merupakan hal yang penting jika peneliti melakukan penelitian yang menggunakan analisis kuantitatif. Menurut Rescoe dalam V. Wiratna Sujarweni (2014:66) untuk menentukan sampel dapat menggunakan rumus slovin dan tabel Isac Mischael, dan peneliti menggunakan cara rumus slovin sebagai berikut :

$$\text{Rumus Slovin} = \frac{N}{1 + Ne^2}$$


Dimana:

n= Jumlah sampel

N= Jumlah populasi

e= Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolerir (Tingkat kesalahan yang diambil dalam sampling ini adalah 10%).

Jumlah populasi sebanyak 1.483.346 dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,1), sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasitersebut adalah sebesar:

$$n = \frac{1.483.346}{1 + (1.483.346)(0,1)^2} = \frac{1.483.346}{14.834,46} = 99,993 \approx 100 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan rumus dalam pengambilan sampel diatas maka dapat didapat diperoleh jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 100 orang.

Maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini menurut hasil perhitungan dengan menggunakan rumus Slovin yaitu berjumlah 100 orang wisatawan yang berkunjung ke objek wisata alam Gunung Tangkuban Perahu Bandung untuk dijadikan ukuran ukuran sampel penelitian.

### 3.4 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian. Teknik sampel merupakan teknik pengumpulan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2016:65), “*nonpropability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak diberi peluang/kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”. *Nonprobability sampling* terdiri dari *sampling* sistematis, *sampling* kuota, *sampling incidental*, *sampling* jenuh, dan *snow ball sampling*.

Pada laporan penelitian ini peneliti menggunakan *sampling incidental*, menurut Sugiyono (2016:67) “*sampling incidental* yaitu teknik penentuan sampel

berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data”.

#### **4.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dan *instrument* pengumpulan data merupakan faktor penting demi keberhasilan penelitian. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan data, siapa sumbernya dan apa alat yang digunakan. Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk megumpulkan data. Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui:

##### **1. Studi Kepustakaan**

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari literatur seperti buku, jurnal, situs website, majalah ilmiah guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang di teliti.

##### **2. Studi Lapangan**

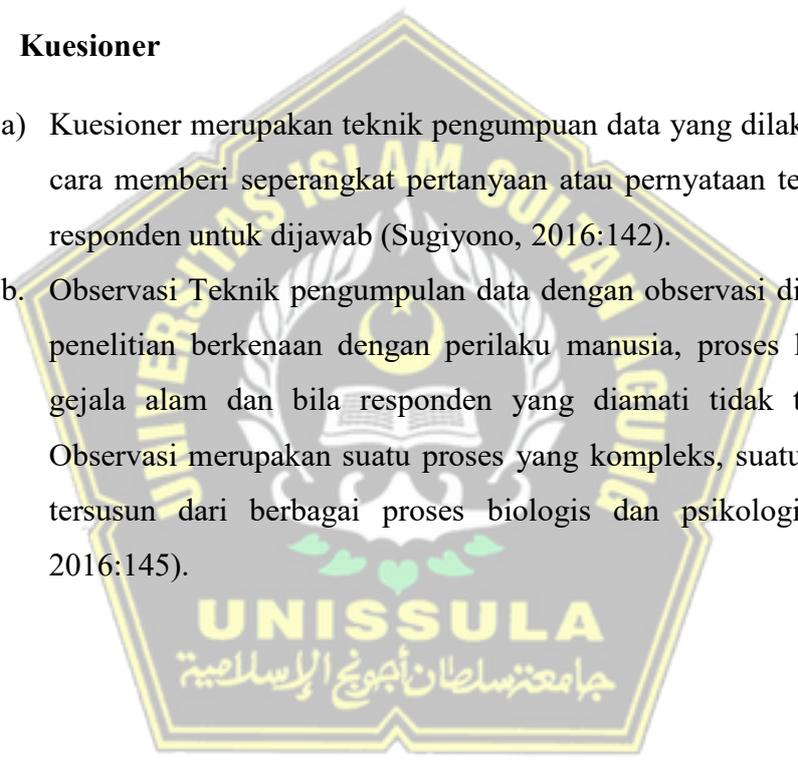
###### **A. Wawancara**

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit (Sugiyono, 2016 : 137). Dalam hal ini wawancara dibedakan menjadi dua macam yaitu:

- a) Wawancara terstruktur, yang digunakan apabila telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang diperoleh
- b) Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap dengan pengumpulan datanya. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan kepada wisatawan yang berkunjung ke Istana Kuning Tangkuban Kabupaten Kotawaringin Barat.

## **B. Kuesioner**

- a) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2016:142).
- b. Observasi Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis (Sugiyono 2016:145).



### **3.4 METODE ANALISI DAN UJI HIPOTESIS**

Analisis data pada penelitian kuantitatif merupakan hasil pengolahan data atas jawaban yang diberikan responden terhadap pernyataan dari setiap item kuesioner. Setelah data dari seluruh responden terkumpul, maka peneliti melakukan pengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah. Analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X1) Kualitas Pelayanan dan (X2) Harga terhadap variabel dependen (Y) Kepuasan Wisatawan.

#### **3.4.1 Uji Instrumen**

Instrumen penelitian adalah alat untuk mengukur nilai variabel yang diteliti guna memperoleh data pendukung dalam melakukan suatu penelitian. Jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian tergantung pada jumlah variabel yang akan diteliti. Instrumen penelitian yang lazim digunakan dalam penelitian adalah beberapa daftar pertanyaan kuesioner yang diberikan kepada masing-masing responden yang menjadi sampel dalam penelitian. Keabsahan suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan, untuk menguji keabsahan tersebut diperlukan dua macam pengujian yaitu uji validitas (*test of validity*) dan uji reliabilitas (*test of reliability*).

Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas. Validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas untuk menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat konsistensi pengukuran dari satu responden ke responden yang lain atau dengan kata lain sejauh mana pernyataan dapat dipahami sehingga tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan tersebut.

### 3.6.3 Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2016:200) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan *valid*, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak *valid*. Dalam mencari nilai korelasi penulis menggunakan rumus *Pearson Product Moment*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{n\sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n\sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi

n = jumlah responden

x = skor yang diperoleh subjek dari seluruh item (jawaban responden)

y = skor total yang diperoleh dari seluruh item

Dasar mengambil keputusan :

- Jika r hitung > r tabel, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- Jika r hitung < r tabel, maka instrumen atau item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

Sugiyono (2016:179) menyatakan syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 keatas. Oleh karena itu, semua pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid. Uji validitas dilakukan kepada 30 responden awal yang diambil sebelum penelitian dilaksanakan.. Hasil uji instrumen dengan uji validitas disajikan pada Tabel 4.10.

**Tabel 3.3.**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	No item	Validitas	
		r hitung	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1_1	0.789	valid
	X1_2	0.597	valid
	X1_3	0.669	valid
	X1_4	0.487	valid
	X1_5	0.767	valid
	X1_6	0.678	valid
	X1_7	0.644	valid
	X1_8	0.716	valid
	X1_9	0.568	valid
	X1_10	0.772	valid
	X1_11	0.747	valid
	X1_12	0.713	valid
	X1_13	0.762	valid
	X1_14	0.707	valid
	X1_15	0.710	valid

Harga (X2)	X2_16	0.563	valid
	X2_17	0.509	valid
	X2_18	0.626	valid
	X2_19	0.564	valid
	X2_20	0.446	valid
	X2_21	0.655	valid
Kepuasan Pengunjung (Y)	Y1_22	0.686	valid
	Y1_23	0.755	valid
	Y1_24	0.601	valid
	Y1_25	0.550	valid
	Y1_26	0.521	valid

Sumber: Lampiran 4.

Berdasarkan Tabel 3.3, menunjukkan hasil bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian terdiri dari Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Kepuasan Pengunjung (Y) memiliki korelasi skor faktor dengan skor total bernilai positif dan besarnya di lebih dari 0,3. Artinya, seluruh item pernyataan dalam kuesioner penelitian ini adalah valid.

### 3.7 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi atau ketepatan data dalam interval waktu tertentu (Sugiyono, 2016:173).

Cara yang digunakan dalam uji reliabilitas ini adalah dengan membandingkan hasil dari perhitungan *Cronbach alpha* ( $\alpha$ ) yang dilakukan dengan aplikasi SPSS (*Statistical Program for Social Science*) versi 26. Dari pengolahan data SPSS akan diketahui besaran nilai Alpha. Jika koefisien korelasi lebih besar dari nilai kritis atau apabila nilai alpha cronbach  $> 0,7$ , maka item tersebut

dinyatakan realibel (Ghozali, 2011: 48). Adapun hasil uji reliabilitas instrumen adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.4. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,936	Reliabel
Harga (X2)	0,797	Reliabel
Kepuasan Pengunjung (Y)	0,821	Reliabel

Berdasarkan Tabel 3.4, hasil dari uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari masing - masing variabel memiliki nilai lebih besar dari 0,7. Artinya seluruh pernyataan dalam kuesioner penelitian dinyatakan reliabel.

#### 4.7.1 Analisis Deskriptif

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan mengenai fakta-fakta yang ada secara faktual dan sistematis. Metode yang digunakan adalah sebagai berikut : hasil pengoperasian variabel disusun dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan (kuesioner/angket). Dimana Kualitas Pelayanan (variabel X1), Harga (variabel X2) dan Kepuasan Wisatawan (variabel Y), setiap item dari kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot/nilai yang berbeda.

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendaat responden tentang fenomena sosial. Dalam skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument dimana alternatifnya berupa pertanyaan. Jawaban dari setiap item instrument yang menggunakan skal likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengai sangat negatif, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pertanyaan alternatif. Seperti pada tabel yang disajikan sebagai berikut:

**TABEL 3.1**  
**Skala Likert**

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	SS (Sangat Setuju)	5
2	S (Setuju)	4
3	KS (Kurang Setuju)	3
4	TS (Tidak Setuju)	2
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber: Sugiyono (2016:137)

Setiap pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan kedua variabel diatas (variabel bebas dan variabel terikat) dalam operasionalisasi variabel ini semua variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pertanyaan-pertanyaan tipe skala likert.

Untuk mendeskripsikan data dari setiap variabel penelitian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk kedalam kategori : sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Untuk lebih jelas berikut cara perhitungannya :

Setelah diketahui skor rata – rata, maka hasil tersebut dimasukan ke dalam garis kontinum dengan kecenderungan jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor berikut ini :

$$\sum p = \frac{\sum \text{Jawaban Kuesioner}}{\sum \text{Pertanyaan} \times \sum \text{Responden}} = \text{Skor rata - rata}$$

$$\text{NJI (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kriteria Pertanyaan}}$$

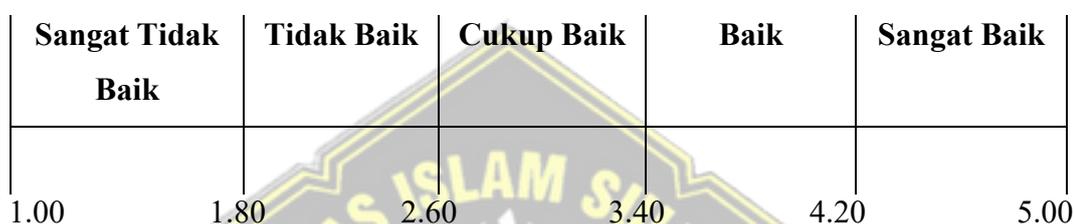
Setelah nilai rata-rata maka jawaban telah diketahui kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu tabel kontinum, yaitu sebagai berikut:

- a. Indeks Minimum            1
- b. Indeks Maksimum        5
- c. Interval                        : 5-1 = 4
- d. Jarak Interval                : (5-1) : 5 = 0,8

**TABEL 4.1**  
**KATEGORI SKALA**

Skala	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Tidak baik
1,81 – 2,60	Tidak Baik
2,61 – 3,40	Kurang baik
3,41 – 4,20	Baik
4,21 – 5,00	Sangat Baik

Sumber: Sugiyono (2016:134)



### 3.7.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori dan penelitian akan coba menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Menurut Sugiyono, (2016:54). Dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode statistik yang digunakan penulis seperti analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, dan analisis koefisien determinasi.

#### 3.7.2.1 Method of Successive Interval (MSI)

Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner, data yang didapat masih dalam bentuk skala ordinal. Peneliti harus merubah data tersebut dari skala ordinal menjadi skala interval. Hal tersebut karena peneliti menggunakan metode analisis linier berganda dalam pengolahan datanya.

Sebelum data dianalisis dengan menggunakan metode analisis linier berganda untuk data yang berskala ordinal harus dirubah menjadi data dalam bentuk skala interval karena penulis meakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang didapat dari skala ordinal masih berupa kalimat sehingga harus dirubah menjadi angka-angka yaitu skala interval. Perubahan data dari skala ordinal menjadi skala interval dengan menggunakan teknik *Method of Successive Interval* (MSI). Langkah-langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Menentukan frekuensi tiap responden (berdasarkan kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap pertanyaan).
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebut dengan proporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar kita tetukan nilai Z.
6. Menentukan nilai Skala (*scale value/SV*)

$$SV = \frac{\text{Density at lower limit} - \text{Density at Upper limit}}{\text{Area Under Upper limit} - \text{Area Under lower limit}}$$

7. Menghitung skor hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan menggunakan rumus :

$$y = sv + [k] k$$

$$= 1 [SVmin]$$

Pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan media komputerisasi, yaitu menggunakan SPSS *for windows* untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval.

### 3.7.1.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel X1 (Kualitas Pelayanan), dan X2 (Harga), dan Y (Kepuasan Wisatawan). Hubungan antar variabel tersebut dapat dicirikan melalui model matematik yang disebut model regresi. Persamaan regresi linier ganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Wisatawan

$\alpha$  = Konstanta

$b_1$ - $b_2$  = Koefisien regresi Kualitas Pelayanan dan Harga

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Harga

e = Standar error / faktor gangguan lain yang mempengaruhi kepuasan

wisatawan selain Kualitas Pelayanan dan Harga

### 3.7.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel X1 (Kualitas Pelayanan) dan X2 (Harga) dan Y (Kepuasan Wisatawan). Rumus yang dikemukakan adalah sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{JK(\text{reg})}{\sum Y^2}$$

Keterangan :

$R^2$  = Koefisien korelasi ganda

$JK(\text{reg})$  = Jumlah kuadrat dalam bentuk deviasi

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat total korelasi dalam bentuk deviasi

Hubungan atau korelasi variabel yang diteliti dapat dilihat dengan menggunakan analisis yang dikemukakan oleh Sugiyono (2016:184). Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

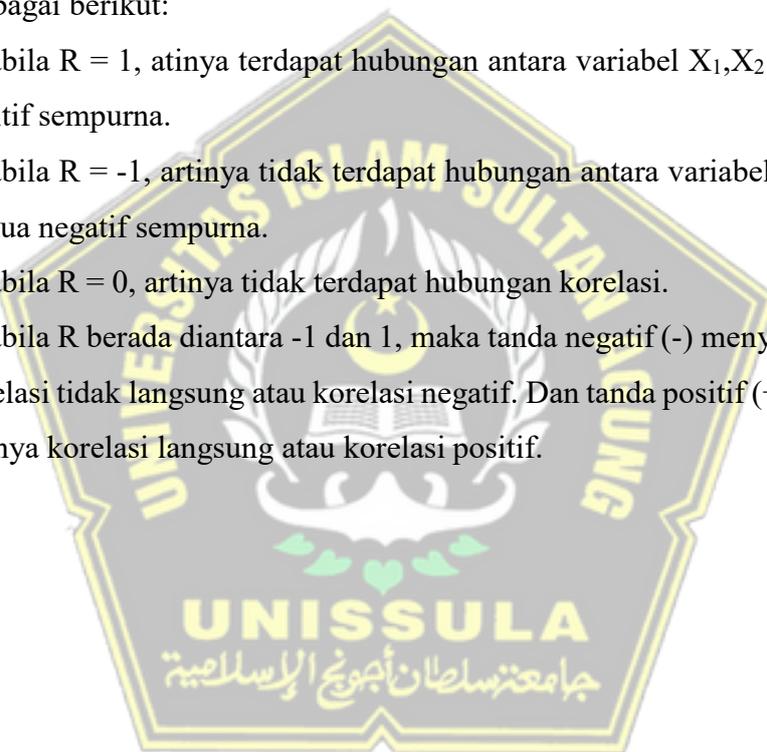
**TABEL 3 Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
<b>0,000-0,199</b>	<b>Sangat Rendah</b>
<b>0,200-0,399</b>	<b>Rendah</b>
<b>0,400-0,599</b>	<b>Sedang</b>
<b>0,600-0,799</b>	<b>Kuat</b>
<b>0,800-1,000</b>	<b>Sangat Kuat</b>

Sumber : Sugiyono (2016:184)

Berdasarkan nilai R yang diperoleh, maka dapat dihubungkan  $-1 < R < 1$  yaitu sebagai berikut:

8. Apabila  $R = 1$ , artinya terdapat hubungan antara variabel  $X_1, X_2$  dan Y, semua positif sempurna.
9. Apabila  $R = -1$ , artinya tidak terdapat hubungan antara variabel  $X_1, X_2$  dan Y, semua negatif sempurna.
10. Apabila  $R = 0$ , artinya tidak terdapat hubungan korelasi.
11. Apabila R berada diantara -1 dan 1, maka tanda negatif (-) menyatakan adanya korelasi tidak langsung atau korelasi negatif. Dan tanda positif (+) menyatakan adanya korelasi langsung atau korelasi positif.



### 3.7.2.1 Analisis Koefisien Determinasi

Analisis determinasi digunakan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) yang merupakan hasil pangkat dua dari koefisien korelasi. . Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, dengan rumus sebagai berikut:

#### a. Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan variabel Harga (X2) terhadap Kepuasan Wisatawan (Y) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya. Berikut adalah rumus koefisien determinasi:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

R<sup>2</sup> = Kuadrat koefisien korelasi ganda

#### b. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis determinasi parsial digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh dari salah satu variabel independen, yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan variabel Harga (X2) terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Wisatawan (Y) secara parsial. Rumus untuk menghitung koefisien determinasi parsial yaitu:

$$Kd = \beta \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

### **Keterangan:**

B = Beta (nilai *standardized coefficients*)

*Zero order* = Matrik korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana apabila :

Kd = 0, Berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, rendah.

Kd = 1, Berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, tinggi.

### **3.7.3 Uji Hipotesis**

Hipotesis adalah kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis akan ditolak jika salah, dan akan diterima jika benar. Penolakan dan penerimaan hipotesis sangat bergantung pada hasil penyelidikan terhadap fakta yang sudah dikumpulkan. Uji hipotesis antara variabel X1 (Kualitas Pelayanan), X2 (Harga), dan Y (Kepuasan Wisatawan).

#### **3.7.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)**

Uji F untuk mengetahui apakah semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependennya, maka dilakukan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji statistik F. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut :

H0 :  $\beta_1 \beta_2 = 0$ , tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan wisatawan.

H1 =  $\beta_1 \beta_2 \neq 0$ , Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan wisatawan.

Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk diketahui tentang diterima atau ditolaknya hipotesis. Untuk melakukan pengujian uji signifikan koefisien berganda digunakan rumus pada di bawah ini:

Dimana :

$$F = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

$R^2$  = Kuadrat koefisien korelasi ganda

$k$  = Banyaknya variabel bebas

$n$  = Jumlah anggota sampel

Maka akan diperoleh distribusi F dengan pembilang ( $K$ ) dan penyebut ( $n-k-1$ ) dengan ketentuan sebagai berikut :

Tolak  $H_0$  jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  –  $H_1$  diterima (signifikan)

Terima  $H_0$  jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  –  $H_1$  ditolak (tidak signifikan)

### 3.7.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Hipotesis parsial digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Hipotesis parsial dijelaskan ke dalam bentuk statistik sebagai berikut:

1.  $H_0 : \beta_1 = 0$ , tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan
2.  $H_1 : \beta_1 \neq 0$ , terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan
3.  $H_0 : \beta_2 = 0$ , tidak terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan wisatawan
4.  $H_1 : \beta_2 \neq 0$ , terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan wisatawan

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus Uji t dengan signifikansi 10% atau dengan tingkat keyakinan 90% dengan rumus :

$$t = \frac{r_p \sqrt{n-2}}{1-r_p}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

rp = Nilai korelasi parsial

Selanjutnya hasil hipotesis thitung dibandingkan ttabel dengan ketentuan sebagai berikut :

Terima H0 Jika thitung < ttabel – H1 ditolak (tidak signifikan)  
Tolak H0 Jika thitung > ttabel – H1 diterima (signifikan)

### 3.3 Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang di operasionalisasikan kedalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel kualitas pelayanan, harga dan kepuasan wisatawan yang tercantum di operasionalisasi variabel. Kuesioner ini bersifat tertutup, pernyataan membawa responden ke jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang sudah disediakan.

### 3.4 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang menjadi tempat penelitian dalam pembuatan tesis ini dilakukan di Istana Kuning, Kecamatan Arut Selatan, Kabupaten Kotawaringin Barat, Kalteng. Berdasarkan waktu penelitian yang dilakukan yaitu pada bulan Agustus 2024 sampai bulan Oktober 2024.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskripsi Responden

Pada bagian ini disajikan deskripsi mengenai karakteristik responden penelitian dengan menggunakan analisis deskriptif. Pelaksanaan penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner penelitian pada tanggal 4 sampai dengan 28 Oktober 2024 kepada 100 pengunjung Objek Cagar Budaya Istana Kuning. Hasil penyebaran kuesioner penelitian diperoleh sebanyak 100 kuesioner yang terisi lengkap dan dapat diolah. Deskripsi responden dalam hal ini dapat disajikan sesuai karakteristik responden pada tabel 4.1.

Sajian data pada Tabel 4.1 memperlihatkan bahwa sebagian besar responden adalah pengunjung pria (51%), sedangkan responden wanita (49%). Apabila dilihat dari segi usia, jumlah responden terbanyak adalah usia 15 – 25 tahun sebanyak 46%. Pendidikan terakhir yang dimiliki responden terbanyak adalah S1 yaitu sebanyak 54%.

Pada tabel tersebut terlihat pula bahwa mayoritas responden berprofesi sebagai karyawan swasta sebanyak 35%. Sebagian besar pengunjung adalah warga Kabupaten Kotawaringin Barat yaitu sebanyak 72%. Responden paling banyak mendapat informasi terkait Objek Cagar Budaya Istana Kuning dari keluarga (48%), dimana mayoritas mereka juga berkunjung di Objek Cagar Budaya Istana Kuning bersama keluarga (74%), dan datang atas dorongan keluarga (54%) dan memang sudah direncanakan (97%).

Mayoritas pengunjung yang menjadi responden menuju objek lokasi Istana Kuning menggunakan sarana transportasi motor (45%). Tujuan responden datang ke objek lokasi Istana Kuning paling banyak adalah untuk melihat keragaman budaya daerah (50%).

**Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Karakteristik	Frekuensi (N=100)	Presentase (%)
1	<b>Gender</b>		
	Laki-laki	51	51.0
	Perempuan	49	49.0
2	<b>Usia</b>		
	15 - 25 tahun	46	46.0
	26 - 35 tahun	36	36.0

No	Karakteristik	Frekuensi (N=100)	Presentase (%)
	36 - 45 tahun	13	13.0
	>45 tahun	5	5.0
<b>3</b>	<b>Pendidikan</b>		
	SMP	4	4.0
	SMA	40	40.0
	Diploma	2	2.0
	S1	54	54.0
<b>4</b>	<b>Profesi</b>		
	Karyawan Swasta	35	35.0
	Pegawai Negeri Sipil	8	8.0
	Pelajar/Mahasiswa	21	21.0
	Wiraswasta	20	20.0
	Lainnya	16	16.0
<b>5</b>	<b>Domisili</b>		
	Kabupaten Kotawaringin Barat	72	72.0
	Luar Kabupaten Kotawaringin Barat	28	28.0
<b>6</b>	<b>Asal Informasi</b>		
	Media massa	3	3.0
	Teman	23	23.0
	Keluarga	48	48.0
	Internet	26	26.0
<b>7</b>	<b>Datang dengan siapa</b>		
	Sendiri	2	2.0
	Keluarga	74	74.0
	Rekan kerja	8	8.0
	Pacar	16	16.0
<b>8</b>	<b>Kegiatan berwisata yang biasa dilakukan</b>		
	Pantai	21	21.0
	Pegunungan	31	31.0
	Tempat bersejarah	16	16.0
	Mall	32	32.0
<b>9</b>	<b>Yang mendorong untuk berwisata</b>		
	Diri sendiri	54	54.0
	Keluarga	46	46.0
<b>10</b>	<b>Sarana transportasi yang digunakan</b>		
	Motor	45	45.0
	Mobil	44	44.0
	Angkutan Umum	11	11.0
<b>11</b>	<b>Kunjungan ke lokasi Istana Kuning</b>		
	Dadakan	3	3.0
	Terencana	97	97.0

No	Karakteristik	Frekuensi (N=100)	Presentase (%)
12	<b>Tujuan berwisata ke Objek Cagar Budaya Istana Kuning</b>		
	Refreshing	30	30.0
	Melihat keragaman budaya daerah	50	50.0
	Mengetahui apa saja yang terdapat di Cagar Budaya Istana Kuning	20	20.0

Sumber: Lampiran 4.

#### 4.2 Deskripsi Data Variabel Penelitian

Deskripsi variabel terdiri dari definisi serta gambaran terhadap penilaian responden terhadap variabel Kualitas pelayanan, Harga, dan Kepuasan pengunjung. Pengumpulan data tersebut menggunakan kuesioner. Setiap item pernyataan terdiri dari lima alternatif jawaban yaitu:

- a. Sangat tidak setuju (STS) dengan nilai 1
- b. Tidak setuju (TS) dengan nilai 2
- c. Cukup Setuju (CS) dengan nilai 3
- d. Setuju (S) dengan nilai 4
- e. Sangat setuju (SS) dengan nilai 5.

Gambaran data pada setiap variabel dikelompokkan menjadi 5 kategori seperti telah disajikan pada Tabel 3.4, yaitu: Sangat Tidak baik (skor 1,00 – 1,80), Tidak Baik (skor 1,81 – 2,60), Kurang baik (2,61 – 3,40), Baik (3,41 – 4,20), dan Sangat Baik (4,21 – 5,00). Berikut dipaparkan hasil deskripsi masing-masing variabel penelitian.

#### 1. Kualitas Pelayanan (X1)

Deskripsi jawaban responden pada kuesioner kualitas pelayanan dapat disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 4.2 Deskripsi Data Hasil Kuesioner Kualitas Pelayanan**

Dimensi	Indikator	Item	Mean item	Mean dimensi
Bukti Fisik (Tangibles)	Kebersihan selalu terjaga dengan baik	X1_1	4.29	4.10

Dimensi	Indikator	Item	Mean item	Mean dimensi
	Ketersediaan Lahan parkir yang memadai	X1_2	4.07	
	Kerapihan karyawan	X1_3	4.11	
	Fasilitas/tempat istirahat yang memadai	X1_4	3.94	
Empati (Emphaty)	Keramahan pegawai dalam melayani wisatawan	X1_5	3.74	3.88
	Kesamaan pelayanan	X1_6	3.90	
	Kesopan santunan pegawai	X1_7	3.87	
	Kepedulian pegawai akan kebutuhan atau keinginan dari wisatawan	X1_8	4.01	
	Kecepatan dalam menanggapi keluhan dari wisatawan	X1_9	3.90	
Daya Tanggap (Responsiveness)	Kecepatan dalam pelayanan tiket masuk	X1_10	4.07	3.86
	Pegawai senantiasa membantu wisatawan	X1_11	3.65	
Kehandalan (Reliability)	Pelayanan sesuai yang telah dijanjikan/ditawar kan	X1_12	3.69	3.90
	Kemampuan pegawai dalam memberikan pengetahuan	X1_13	4.10	
Jaminan (Assurance)	Jaminan keamanan	X1_14	3.91	3.83
	Jaminan Keselamatan	X1_15	3.74	
		Mean keseluruhan	3.93	

Sumber: Lampiran 5.

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa secara keseluruhan jawaban responden rata-rata pada kuesioner Kualitas Pelayanan sebesar 3,99 yang termasuk pada kategori Baik (3,41 – 4,20). Artinya, responden berpandangan bahwa kualitas pelayanan pada Objek Cagar Budaya Istana Kuning termasuk baik. Skor rata-rata tertinggi diperoleh pada indikator Kebersihan selalu terjaga dengan baik sebesar 4,29. Skor rata-rata terendah pada variabel kualitas pelayanan diperoleh pada indikator Pegawai senantiasa membantu wisatawan sebesar 3,65. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengunjung merasa pelayanan dengan kualitas terbaik adalah pada tampilan fisik, seperti kebersihan lokasi menjadi hal yang sangat dipersepsikan baik oleh pengunjung.

## 2. Harga (X2)

Deskripsi jawaban responden pada kuesioner tentang harga dapat disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 4.3 Deskripsi Data Hasil Kuesioner Harga**

Dimensi	Indikator	Item	Mean item	Mean dimensi
Fungsi Biaya ( <i>Cost Function</i> )	Keterjangkauan Harga	X2_16	4.11	4.05
	Harga Diskon	X2_17	3.99	
Harga Pesaing ( <i>Competitor Price</i> )	Perbandingan harga dengan pesaing	X2_18	4.25	4.18
	Rate harga	X2_19	4.10	
Nilai Pelanggan ( <i>Customer Value</i> )	Kesesuaian harga dengan fasilitas yang disediakan	X2_20	4.11	4.24
	Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan	X2_21	4.36	
Mean keseluruhan			4.15	

Sumber: Lampiran 5.

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa secara keseluruhan jawaban responden rata-rata pada kuesioner Harga sebesar 4,15 yang termasuk pada kategori Baik (3,41 – 4,20). Artinya, responden berpandangan bahwa harga Objek Cagar Budaya Istana Kuning sesuai dengan pelayanan yang diberikan. Skor rata-rata tertinggi diperoleh pada indikator Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan sebesar 4,36. Skor rata-rata terendah diperoleh pada indikator Harga Diskon sebesar 3,99. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengunjung merasa bahwa harga sesuai dengan layanan yang diberikan.

### 3. Kepuasan Pengunjung (Y)

Deskripsi jawaban responden pada kuesioner tentang Kepuasan Pengunjung dapat disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 4.4 Deskripsi Data Hasil Kuesioner Kepuasan Pengunjung**

Dimensi	Indikator	Item	Mean item	Mean indikator
Kinerja (Performance)	Kepuasan atas sikap pegawai yang sopan dan memberi perhatian	Y1_22	4.03	4.06
	Kepuasan terhadap fasilitas penunjang	Y1_23	4.08	
Harapan (Expectation)	Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan apa yang didapatkan	Y1_24	4.02	3.96
	Pelayanan sesuai dengan harapan	Y1_25	3.95	
	Kepuasan atas kemudahan (seperti kemudahan pembelian tiket dan akses)	Y1_26	3.92	
Mean keseluruhan			4.00	

Sumber: Lampiran 5.

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa secara keseluruhan jawaban responden rata-rata pada kuesioner Harga sebesar 4,00 yang termasuk pada kategori Baik (3,41 – 4,20). Artinya, secara umum responden merasa puas dengan layanan Objek Cagar Budaya Istana Kuning. Skor rata-rata tertinggi diperoleh pada indikator Kepuasan terhadap fasilitas penunjang sebesar 4,08. Skor rata-rata terendah diperoleh pada indikator Kepuasan atas kemudahan (seperti kemudahan pembelian tiket dan akses) sebesar 3,92. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengunjung merasa puas karena fasilitas pendukung yang baik.

#### 4.3 Analisis Data

##### 4.3.1 Pengujian Persyaratan Analisis Regresi Berganda

Teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah teknik analisis regresi berganda. Sebelum melakukan analisis dan interpretasi mengenai data diperlukan uji persyaratan yaitu uji normalitas, multikolinieritas, dan uji heterokedastisitas.

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas diperlukan untuk mengetahui tingkat kenormalan dari distribusi data residual yang telah diperoleh. Jika data yang telah diperoleh menunjukkan gejala (berdistribusi) normal, selanjutnya dapat digunakan sebagai alat untuk menarik kesimpulan. Pengujian

dilakukan dengan menggunakan software SPSS 26 dengan menggunakan teknik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*.

Untuk menetapkan kenormalan dengan uji statistik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a) Taraf signifikansi uji  $\alpha = 0.05$
- b) Membandingkan dengan taraf signifikansi yang diperoleh
- c) Jika signifikansi yang diperoleh  $> \alpha (0,05)$ , maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal
- d) Jika signifikansi yang diperoleh  $< \alpha (0,05)$ , maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal.



**TABEL 4.3 Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.86747843
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.061
	Negative	-.037
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

(Sumber: Lampiran 7)

Hasil Output *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh nilai signifikansi (*p-value*) 0,200. Berdasarkan *Output One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diketahui bahwa hasil uji K-S lebih besar dari taraf signifikansi 5% ( $0,200 > 0,05$ ). Hasil ini memberikan bukti bahwa data residual berdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Jika terjadi korelasi maka dinamakan terdapat problem Multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara peubah bebas. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dapat dilihat dari VIF (*variance inflation faktor*) dan *tolerance*.

**TABEL 5.3 Hasil Uji Multikolinieritas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas pelayanan	0.827	1.210

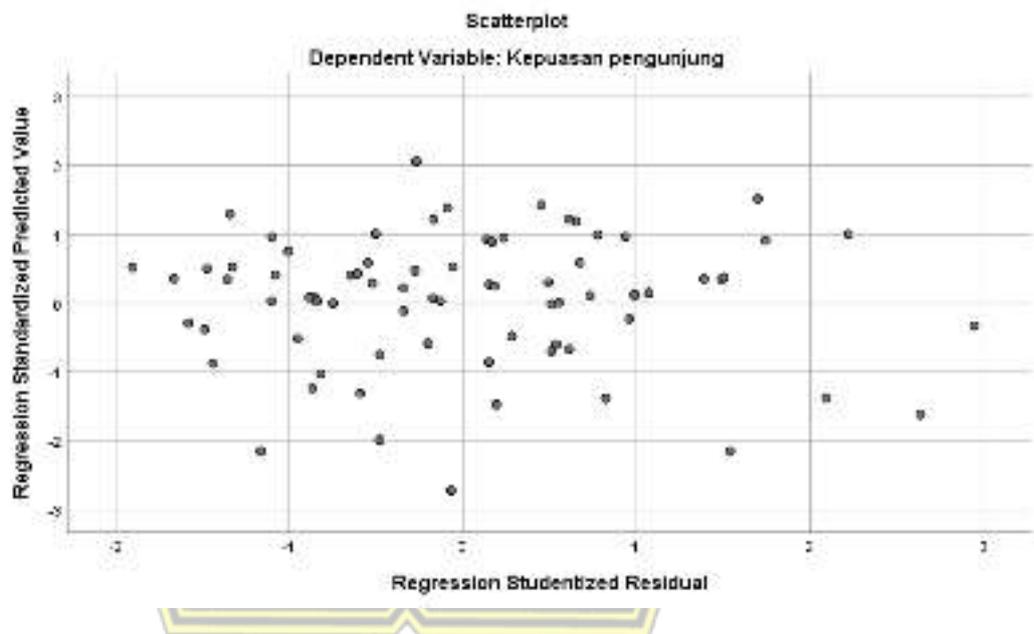
Harga	0.827	1.210
-------	-------	-------

Sumber: Lampiran 7.

Variabel Kualitas pelayanan dan Harga memiliki nilai VIF kurang dari 10, dan nilai Tolerance di atas 0,1. maka dapat disimpulkan tidak terjadi adanya masalah multikolinieritas.

### 3. Uji Heteroskedasitas

Pengujian Heterokedasitas digunakan untuk melihat apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedasitas. Untuk mendeteksi adanya heteroskedasitas dapat dilakukan dengan menggunakan *Scatter Plot*. Apabila tidak terdapat pola yang teratur, maka model regresi tersebut bebas dari masalah heteroskedasitas. Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada grafik berikut:



**Gambar 4.2. Hasil Uji Heteroskedasitas**  
(Sumber: Lampiran 7)

Pada uji heteroskedasitas yang melihat grafik plot, titik-titik menyebar secara acak baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu y maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedasitas.

#### 3.7.3.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini, menganalisis regresi linear berganda peneliti menggunakan seri program statistik SPSS versi 26.0. Hasil analisis regresi linier berganda dapat disajikan pada bagian berikut.

## 1. Uji Simultan (Uji F)

Untuk menguji pengaruh variabel Kualitas pelayanan dan Harga secara bersama-sama terhadap Kepuasan pengunjung, selanjutnya dilakukan pengujian secara simultan dengan menggunakan uji F, dengan hipotesis uji:

Ho:  $\beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$ ; Variabel Kualitas pelayanan, serta Harga secara simultan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan pengunjung.

Ha:  $\beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$ ; Variabel Kualitas pelayanan serta Harga simultan berpengaruh terhadap Kepuasan pengunjung.

Pengujian yang dilakukan secara simultan artinya mencari pengaruh dari ketiga variabel secara bersama-sama terhadap variabel terikat dengan dua cara yaitu dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel, dan juga dengan cara lain yaitu dengan membandingkan nilai signifikansi yang muncul dalam tabel ANOVA di output analisis SPSS dengan nilai probabilitas yaitu 0,05.

Dasar pengujian dalam uji F yaitu jika nilai  $F_{hitung}$  yang ada pada output SPSS lebih besar ( $>$ ) dari  $F_{tabel}$  maka dinyatakan variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen, begitu juga sebaliknya jika nilai  $F_{hitung}$  lebih kecil ( $<$ ) maka dinyatakan bahwa variabel independen secara simultan tidak berpengaruh pada variabel dependen. Berikut hasil uji hipotesis simultan (uji F) melalui *Statistical Program for Social Science* (SPSS) versi 26 berikut :

TABEL 4.6

Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	377.980	2	188.990	53.096	.000 <sup>b</sup>
	Residual	345.260	97	3.559		
	Total	723.240	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan pengunjung

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas pelayanan

Sumber: Lampiran 8.

Dari tabel 4.6 didapatkan nilai F hitung adalah 53,096 yang akan di bandingkan dengan nilai

$F_{tabel}$ . Cara mengetahui  $F_{tabel}$  adalah membandingkan ( $df_1$ ,  $df_2$ ) dengan Rumus :

$$df_1 : k - 1 \Rightarrow 2 - 1 = 1$$

$$df_2 : n - k \Rightarrow 100 - 2 = 98$$

Di mana: k : jumlah variabel; n : jumlah sampel

Letak  $F_{\text{tabel}}$  berada pada kolom ke 2 dan baris ke 98 yang bernilai 2,700. Nilai  $F_{\text{hitung}}$  pada tabel ANOVA diperoleh sebesar 53,096, sehingga dari perhitungan di atas dapat diketahui bahwa  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ . Selain hal tersebut, signifikansi ANOVA senilai 0,000 yang memberikan nilai lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan melakukan uji F diketahui variabel Kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan pengunjung ( $Y$ ).

## 2. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau uji t dilakukan untuk menguji hipotesis yaitu pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individu atau sendiri-sendiri. Dasar pengambilan keputusan uji t parsial dalam analisis regresi terdiri atas dua cara yaitu berdasarkan nilai t hitung dan berdasarkan nilai signifikansi.

1. Nilai t hitung  $>$  t tabel dan nilai signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat
2. Nilai t hitung  $<$  dari t tabel dan nilai signifikan  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Besarnya nilai t tabel ditentukan dengan melihat derajat kebebasan (*degree of freedom*) sebesar  $n-k-1$  pada taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$ . Dimana  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah variabel bebas. Nilai df pada tabel t yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

$$df : n - k - 1 \Rightarrow 100 - 2 - 1 = 97$$

Dalam tabel t nilai dari df 97 pada 0,05 adalah 1,984 dan dilakukan pembulatan menjadi 1,984. Berikut adalah hasil olahan uji hipotesis parsial (uji t) menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS) versi 26 :

**TABEL 7.2 Hasil Uji Parsial**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3.050	1.307		2.333	.022
	Kualitas pelayanan	.178	.027	.510	6.611	.000
	Harga	.243	.055	.342	4.433	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan pengunjung

Sumber: Lampiran 5.

Berdasarkan tabel di atas, penjelasan mengenai uji hipotesis secara parsial dapat disajikan sebagai berikut:

#### a. Pengujian Hipotesis 1

*H1: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Objek Cagar Budaya Istana Kuning.*

Untuk menguji pengaruh variabel Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pengunjung, selanjutnya dilakukan pengujian secara parsial dengan menggunakan uji t, dengan hipotesis uji:

Ho:  $\beta_1 = 0$  ; Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pengunjung.

Ha:  $\beta_1 \neq 0$ ; Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pengunjung.

Pada tabel di atas diketahui variabel Kualitas pelayanan memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , yaitu  $6,611 > 1,984$ , dan taraf signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal tersebut membuktikan bahwa  $H_1$  “Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pengunjung Objek Cagar Budaya Istana Kuning.” dapat **Diterima**. Apabila dilihat dari koefisien regresi sebesar 0,178 menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan, maka kepuasan pengunjung akan semakin meningkat.

#### b. Pengujian Hipotesis 2

*H2 : Harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Objek Cagar Budaya Istana Kuning.*

Untuk menguji pengaruh variabel Harga terhadap Kepuasan pengunjung, selanjutnya dilakukan pengujian secara parsial dengan menggunakan uji t, dengan hipotesis uji:

Ho:  $\beta_2 = 0$  ; Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pengunjung.

Ha:  $\beta_2 \neq 0$ ; Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pengunjung.

Pada tabel di atas diketahui variabel Harga memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , yaitu  $4,433 > 1,984$ , dan taraf signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal tersebut membuktikan bahwa  $H_2$  “Harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Objek Cagar Budaya Istana Kuning.” dapat **Diterima**. Apabila dilihat dari koefisien regresi sebesar 0,243 menunjukkan bahwa pengaruh Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Artinya, semakin sesuai harga, maka kepuasan pengunjung akan semakin meningkat.

#### 4. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen yakni Kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pengunjung Objek Cagar Budaya Istana Kuning, maka dapat dilihat pada nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hasil perhitungan nilai koefisien determinasi dapat disajikan sebagai berikut:

TABEL 4.9 Nilai Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.723	0.523	0.513	1.88663

Sumber: Lampiran 5.

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai  $R^2$  diperoleh sebesar 0,523. Hal ini berarti bahwa besarnya pengaruh Kualitas pelayanan dan harga terhadap Kepuasan pengunjung adalah sebesar 52,3%. Sedangkan sisanya (47,7%) dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

Untuk mengetahui besar pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial dapat dihitung dengan perkalian nilai beta dengan zero order. Hasil perhitungan besar pengaruh variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pengunjung dapat disajikan pada tabel berikut:

TABEL 4.10 Nilai Koefisien Determinasi Parsial

Variabel	Beta	Zero-order	Koefisien Determinasi
Kualitas pelayanan	0.510	0.653	0.333

Harga	0.342	0.555	0.190
		Total	0.523

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 4.10, dapat diketahui bahwa besar pengaruh kualitas pelayanan secara parsial sebesar 0,333 atau 33,3%. Sedangkan besar pengaruh harga secara parsial sebesar 0,190 atau 19,0%. Artinya, kepuasan pengunjung Objek Cagar Budaya Istana Kuning lebih banyak dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan.

#### 4.4 Pembahasan

##### 4.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung

Sesuai hasil analisis regresi pada pengujian hipotesis pertama dapat diperoleh informasi bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Objek Cagar Budaya Istana Kuning. Hasil tersebut bermakna bahwa adanya kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pengunjung. Artinya, pelayanan yang diberikan oleh manajemen Objek Cagar Budaya Istana Kuning, seperti lingkungan yang bersih, fasilitas, dan suasana lokasi yang menyenangkan menjadikan pengunjung merasa terhibur sehingga merasa puas dengan pelayanan di Objek Cagar Budaya Istana Kuning.

Temuan penelitian pada analisis deskriptif menunjukkan indikator kualitas pelayanan paling tinggi adalah indikator Kebersihan selalu terjaga dengan baik. Artinya, bahwa responden memiliki pandangan bahwa Objek Cagar Budaya Istana Kuning memiliki fasilitas dan suasana lingkungan yang bersih. Apa yang dirasakan pengunjung membuat mereka merasa puas dengan wisata di Objek Cagar Budaya Istana Kuning. Hal ini didukung temuan pada variabel kepuasan pengunjung, dimana indikator tertinggi adalah kepuasan terhadap fasilitas penunjang. Pengunjung Objek Cagar Budaya Istana Kuning sependapat, berdasarkan tanggapan mereka terhadap kuesioner, kepuasan akan berkembang jika penyedia layanan air terjun memperhatikan kualitas layanan yang diberikan. Semakin andal dan stabil kualitasnya, maka pelayanan wisata semakin bertahan dan dapat memuaskan pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Karisma (2024) dimana variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan adalah semakin baiknya value pada bukti fisik atau *tangible*, yang akan dapat meningkatkan kepuasan pada pelanggan. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Darajat (2021) menunjukkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian lainnya oleh Wibiksana et al (2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan (Saragih et al., 2022). Adanya pengaruh positif menunjukkan semakin baik pelayanan, maka semakin tinggi kepuasan pengunjung.

#### **4.4.2 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pengunjung**

Hasil analisis regresi untuk menguji hipotesis kedua dapat diperoleh informasi bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada Objek Cagar Budaya Istana Kuning. Hal tersebut bermakna bahwa apabila responden mempersepsikan harga sesuai dengan layanan yang diberikan pihak manajemen Objek Cagar Budaya Istana Kuning, maka pengunjung akan lebih puas dengan kunjungannya ke destinasi wisata tersebut.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan indikator harga tertinggi adalah indikator kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan. Hal tersebut berarti bahwa harga tiket masuk di Objek Cagar Budaya Istana Kuning sesuai dengan manfaat yang dirasakan pengunjung. Meskipun harga relatif lebih mahal dibanding kawasan wisata pantai yang lain di sekitar Jepara, tetapi Objek Cagar Budaya Istana Kuning memiliki fasilitas yang berbeda dengan yang lainnya, sehingga pengunjung merasa kunjungannya untuk berwisata di Objek Cagar Budaya Istana Kuning sangat memuaskan. Seperti dijelaskan (Damanik & Yusuf, 2022), bahwa apa yang dirasakan, harapan pengunjung, kualitas yang dirasakan, dan pemahaman tentang biaya dan risiko memiliki pengaruh positif pada kepuasan pengunjung.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Ibrahim & Musadad (2019); Intan & Eviana (2018) menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian lainnya oleh Wahyudi & Yusra (2021) menunjukkan pula bahwa harga memberikan pengaruh positif dan signifikan. Studi yang dilakukan Wardhana (2021) menunjukkan harga tiket dan promosi mempengaruhi kepuasan pengunjung secara signifikan.

#### **4.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pengunjung secara Simultan**

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara bersama sama berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini berarti ketika kualitas pelayanan dan harga dipertimbangkan secara bersamaan, keduanya memberikan efek yang saling melengkapi terhadap kepuasan pengunjung. Misalnya, harga yang kompetitif dan kualitas pelayanan yang baik dapat secara efektif meningkatkan kepuasan pengunjung karena pengunjung merasa mendapatkan nilai lebih dari yang mereka harapkan. Sebaliknya, meskipun harganya terjangkau, tetapi kualitas pelayanan rendah, hal ini bisa menurunkan tingkat kepuasan. Demikian juga jika harga terlalu tinggi, meskipun pelayanan baik, pengunjung mungkin merasa kurang puas. Secara keseluruhan, kombinasi antara kualitas pelayanan dan harga yang sesuai akan membentuk kesan yang positif dan dapat meningkatkan kepuasan pengunjung.

Kepuasan dapat didefinisikan sebagai perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima pelanggan dengan harapan mereka, dengan layanan atau hasil tersebut setidaknya harus memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (Karisma, 2024). Pelayanan yang baik meliputi aspek-aspek seperti keramahan, kecepatan, ketepatan, dan kejelasan informasi yang diberikan oleh pihak penyedia jasa. Jika kualitas pelayanan tinggi, pengunjung cenderung merasa dihargai, nyaman, dan puas. Kualitas pelayanan yang baik bisa meningkatkan kesan positif dan membangun loyalitas pengunjung.

Terkait dengan faktor harga, dijelaskan Intan & Eviana (2018) harga merupakan faktor penting dalam penentuan keputusan berkunjung wisatawan ke daya tarik wisata. Harga menjadi pertimbangan untuk memutuskan apakah sebuah barang atau jasa tersebut cocok untuk digunakan. Konsumen juga tidak jarang membandingkan harga di satu tempat dengan tempat lainnya, sehingga harga menjadi salah satu hal yang dapat mempengaruhi niat berkunjung kembali pada sebuah objek wisata (Riyanti et al., 2020). Pengunjung akan merasa puas jika harga yang dibayarkan sepadan dengan kualitas produk atau pelayanan yang mereka terima. Harga yang terlalu tinggi bisa membuat pengunjung merasa kurang puas, kecuali jika kualitas yang diberikan sangat unggul. Sebaliknya, harga yang terjangkau dan kompetitif bisa memberikan nilai tambah dan meningkatkan kepuasan pengunjung, asalkan kualitas pelayanan tetap terjaga.

Dari hasil uji koefisien determinasi parsial, diketahui bahwa kepuasan pengunjung Objek Cagar Budaya Istana Kuning lebih dominan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (33,3%),

sedangkan pengaruh harga lebih kecil (19,0%). Temuan ini mengindikasikan bahwa pengelola perlu memprioritaskan perbaikan kualitas pelayanan kepada pengunjung. Hal ini dapat dilakukan misalnya dengan memastikan area wisata aman dan bersih untuk semua pengunjung, serta menyediakan pemandu wisata yang informatif untuk menambah nilai pengalaman pengunjung Objek Cagar Budaya Istana Kuning.



## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disajikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung Objek Cagar Budaya Istana Kuning. Hasil tersebut membuktikan bahwa semakin berkualitas layanan yang diberikan kepada pengunjung, maka kepuasan pengunjung akan semakin meningkat.
2. Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung Objek Cagar Budaya Istana Kuning. Hasil tersebut membuktikan bahwa semakin sesuai harga yang dipersepsikan dengan manfaat yang didapatkan pengunjung, maka kepuasan pengunjung akan semakin meningkat.
3. Secara simultan kualitas layanan dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung di Objek Cagar Budaya Istana Kuning. Hasil ini berarti bahwa kombinasi pelayanan yang unggul dan harga yang sesuai akan mempengaruhi kepuasan pengunjung.

#### **5.2 Implikasi Teoritis dan Manajerial**

##### **5.2.1 Implikasi Teoritis**

Penelitian ini telah menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Objek Cagar Budaya Istana Kuning, maka implikasi teoritis hasil penelitian ini yaitu peningkatan kepuasan pengunjung dapat diawali dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan penetapan harga yang tepat.

##### **5.2.2 Implikasi Manajerial**

- 1) Temuan penelitian pada analisis deskriptif menunjukkan variabel kualitas pelayanan memiliki indikator terendah pada indikator bantuan pegawai kepada wisatawan. Atas dasar hasil tersebut, disarankan bagi manajemen perlu memastikan bahwa setiap pegawai memiliki keterampilan pelayanan yang baik, ramah, dan responsif dalam membantu wisatawan. Pelatihan tentang komunikasi yang efektif, cara menanggapi pertanyaan, dan pemahaman mendalam tentang sejarah dan nilai budaya Istana Kuning dapat diberikan. Selain itu, dapat dilakukan penempatan pegawai sesuai dengan keterampilan dan minat mereka di berbagai area penting (seperti bagian

informasi, keamanan, dan pemandu wisata) dapat meningkatkan efisiensi pelayanan dan pengalaman wisatawan.

- 2) Temuan penelitian pada analisis deskriptif diketahui bahwa variabel harga dengan skor terendah adalah pemberian diskon. Bagi manajemen, perlu melakukan lebih banyak promosi dengan pemberian diskon melalui berbagai cara, seperti promosi di instansi atau sekolah, maupun melalui media sosial. Manajemen bisa bekerja sama dengan sekolah, universitas, atau agen perjalanan untuk memberikan potongan harga bagi kelompok pengunjung tertentu. Hal ini tidak hanya menambah pemasukan tetapi juga memperkenalkan tempat wisata kepada segmen baru.
- 3) Temuan penelitian pada analisis deskriptif pada variabel kepuasan pengunjung diketahui bahwa faktor kemudahan pembelian tiket dan akses lokasi menjadi indikator terendah. Temuan tersebut memberi rujukan bagi pengelola untuk meningkatkan kualitas layanannya, seperti pemberian informasi akses menuju lokasi harus dibuat semudah mungkin, termasuk menyediakan petunjuk arah yang jelas dan transportasi yang nyaman dari pusat kota. Manajemen dapat bekerja sama dengan perusahaan transportasi atau menyediakan layanan antar-jemput dari titik tertentu. Selain itu, fasilitas penunjang di lokasi juga perlu dibenahi, misalnya tempat parkir yang memadai, serta aksesibilitas bagi penyandang disabilitas akan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pengunjung.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Penyusunan penelitian ini tidak terlepas dari berbagai kelemahan. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Kajian penelitian hanya terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung di Objek Cagar Budaya Istana Kuning, yaitu: faktor kualitas pelayanan dan harga. Secara teoritis maupun praktis masih terdapat banyak faktor yang turut mempengaruhi kepuasan pengunjung, seperti daya tarik wisata serta fasilitas wisata.
2. Metode pengumpulan data hanya memakai kuesioner tertutup. Teknik ini memungkinkan terdapat jawaban responden yang kurang sesuai dengan apa yang dirasakan responden sesungguhnya. Oleh karena itu, bagi peneliti lebih lanjut perlu menggunakan teknik wawancara agar diungkap lebih banyak fenomena yang muncul terkait dengan permasalahan yang diteliti.

## DAFTAR PUSTAKA

Allison , Michael : Kaye , Jude . 2004 .Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Nirlaba .Jakarta:Yayasan

Obor Indonesia

Andi, Mappi, Sammeng. 2001 .Cakrawala Pariwisata. Jakarta : Balai Pustaka

