



**DETERMINAN KEPUASAN PENGUNJUNG  
OBJEK WISATA KAISAR WATER BOOM**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**AHMAD DARMAJI SIREGAR**

NIM. 15 402 00232

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**

**PADANGSIDIMPUAN**

**2022**



**DETERMINAN KEPUASAN PENGUNJUNG  
OBJEK WISATA KAISAR *WATER BOOM***

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

**Oleh :**

**AHMAD DARMAJI SIREGAR**

NIM. 15 402 00232

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**PEMBIMBING I**

**Muhammad Isa, S.T., M.M.**  
NIP. 19800605 201101 1 003

**PEMBIMBING II**

**Rodame Monitorir Napitupulu, M.M**  
NIP. 19841130 201801 2 001

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PADANGSIDIMPUAN**

2022



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733  
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. **Ahmad Darmaji Siregar**  
Lampiran : 6 (Enam Eksemplar)

Padangsidempuan, Maret 2022  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam IAIN Padangsidempuan  
Di-  
Padangsidempuan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Ahmad Darmaji Siregar** yang berjudul "**Determinan Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Kaisar Water Boom**" Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

**PEMBIMBING I**

**Muhammad Isa, S.T., M.M.**  
NIP. 198006052011011003

**PEMBIMBING II**

**Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.**  
NIP. 19841130 201801 2 001

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : AHMAD DARMAJI SIREGAR  
NIM : 15 402 00232  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : **Determinan Kepuasan Pengunjung Objek Wisata  
Kaisar Water Boom**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, <sup>22</sup>Maret 2022  
Saya yang Menyatakan,



*Amy*

AHMAD DARMAJI SIREGAR  
NIM. 15 402 00232

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

---

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : AHMAD DARMAJI SIREGAR  
NIM : 15 402 00232  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul “**Determinan Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Kaisar *Water Boom***”. Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Padangsidempuan  
Pada tanggal : 22 Maret 2022  
Yang menyatakan,



*Ahmad Darmaji Siregar*

AHMAD DARMAJI SIREGAR  
NIM. 15 402 00232



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733  
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : Ahmad Darmaji Siregar  
NIM : 15 402 00232  
FAKULTAS/JURUSAN : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah  
JUDUL SKRIPSI : Determinan Kepuasan Pengunjung Objek  
Wisata Kaisar *Water Boom*

Ketua,

Delima Sari Lubis, M.A.  
NIP. 19840512 201403 2 002

Sekretaris,

Rini Hayati Lubis, M.P.  
NIP. 19870413 201903 2 011

Anggota

Delima Sari Lubis, M.A.  
NIP. 19840512 201403 2 002

Rini Hayati Lubis, M.P.  
NIP. 19870413 201903 2 011

Zulaila Matondang, S.Pd., M.Si  
NIDN. 2017058302

Ja'far Nasution, Lc., M.E.I.  
NIDN. 2004088205

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan  
Hari/Tanggal : Kamis, 01 April 2022  
Pukul : 09.00 WIB s/d 11.00 WIB  
Hasil/Nilai : Lulus / 74 (B)  
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,41  
Predikat : Sangat Memuaskan



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. H.Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

---

**PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI : DETERMINAN KEPUASAN PENGUNJUNG OBJEK  
WISATA KAISAR WATER BOOM**

**NAMA : AHMAD DARMAJI SIREGAR  
NIM : 15 402 00232**

Telah Dapat Diterima untuk Memenuhi Salah Satu Tugas  
dan Syarat-Syarat dalam Memperoleh Gelar  
**Sarjana Ekonomi (S.E)**  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, April 2022  
Dekan,



**Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si.**  
NIP. 19780818 200901 1 015

## ABSTRAK

**Nama : Ahmad Darmaji Siregar**  
**NIM : 15 402 00232**  
**Judul : Determinan Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Kaisar *Water Boom***

Latar belakang masalah pada penelitian ini adalah harga tiket masuk objek wisata Kaisar *Water Boom* yang cukup mahal dibandingkan dengan objek wisata lain yang ada di Kota Padangsidimpuan. Namun pengunjung objek wisata Kaisar *Water Boom* lebih banyak dibandingkan dengan objek wisata air lainnya yang ada di Kota Padangsidimpuan. Rumusan masalah penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh harga dan lokasi secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Kaisar *Water Boom*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Kaisar *Water Boom*.

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan bidang ilmu perilaku konsumen. Kepuasan pengunjung merupakan penilaian dari pengunjung atas penggunaan barang atau jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya. Harga ialah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk dapat menikmati barang ataupun jasa. Lokasi merupakan tempat dimana perusahaan melakukan kegiatan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data diperoleh dengan menyebarkan angket kepada 99 responden. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik (uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas), uji regresi linier berganda, dan uji hipotesis (uji koefisien determinasi, uji parsial, uji simultan).

Hasil penelitian secara *R square* besar 0,232 atau 23,2%. Hal ini menjelaskan bahwa variabel harga dan lokasi memberikan pengaruh sebesar 23,2% terhadap kepuasan pengunjung kaisar *Water Boom* sedangkan 76,8% dipengaruhi oleh variabel lain. Secara parsial (uji t) harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Kaisar *Water Boom*. Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Kaisar *Water Boom* Secara simultan (uji F) harga dan lokasi berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Kaisar *Water Boom*.

**Kata Kunci: Harga, Kepuasan Pengunjung, Lokasi.**



## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini. sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang figur pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para Sahabatnya.

Skripsi Ini Berjudul “**Determinan Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Kaisar Water Boom**”. Untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah Konsentrasi Manajemen Bisnis Syariah pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur , peneliti berterima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag Rektor IAIN Padangsidimpuan , bapak Dr. Erawadi M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.Hi,M.Si, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E, M.Si, Selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Drs. H. Armyn Hasibuan, M.Ag, Selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Ibu Dra. Replita, M.Si Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, S.Ei., M.A, Sebagai Ka. Program Studi Ekonomi Syariah, Civitas Akademika IAIN Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
4. Bapak Muhammad Isa, ST., M.M selaku pembimbing I dan Ibu Rodame Monitorir, M.M, selaku Pembimbing II, yang telah menyediakan waktu dan tenaganya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga menjadi amal yang baik dan mendapat balasan dari Allah SWT.
5. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum, Selaku Kepala Perpustakaan serta Pegawai Perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi Peneliti untuk memperoleh buku-buku yang peneliti butuhkan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Segenap Bapak dan Ibu Dosen, Pegawai dan Civitas Akademik IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan, dorongan, dan motivasi yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.

7. Kepada tempat pihak pengelola Kaisar Water Boom yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian di Kaisar Water Boom Desa Joring Natobang Kecamatan Padangsidempuan Angkola Julu.
8. Penghargaan dan terimakasih yang tidak ternilai kepada ibunda tercinta almh. Elis Harahap dan ayahanda tercinta Rajin Siregar S.Pd, serta ibu Juwita Sihombing S.Pd, yang tanpa pamrih memberikan kasih sayang, dukungan moril dan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya, serta terimakasih juga kepada abanganda Ade Irawan Siregar S.Pt dan adinda Anisa Helmi Siregar karena keluarga selalu menjadi tempat istimewa bagi peneliti.
9. Kepada sahabat-sahabat peneliti yang senantiasa memberikan bantuan, motivasi dan semangat untuk peneliti yang terkhusus kepada Saharuddin Nasution, S.E., Fitra Sandria, S.Pd, Lia Angelina, S.Pd, Nopritanti Harahap, S.E, Gina Lestari Harahap, S.Pd, Adinda Cahaya Putri, S.E, Siti Aminah Lubis, S.Pd, Muhammad Afrizal Hasibuan, S.Pd, Suhendra Efendi Harahap, S.Pd, Amilin Lubis, S.Pd.
10. Kepada sahabat Pendaki Mania Mantap (PMM) yang membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini terkhusus kepada Abdul Haris Ritonga, Amd.Kom, Silvia Tama Putri Chaniago, S.E, Annisa Lubis, S.E, Putra Pratama, S.E, Muhammad Ridwan Pane dan Dewi Kumala Sari.
11. Kepada kakak-kakak Purna Prumuka IAIN Padangsidempuan dan Dewan Racana IAIN Padangsidempuan terkhusus kepada kak Muhammad Ikb

Hasibuan, S.E, Kak Faridah Daulay, S,H, Kak Ryandri Fadillah Nasution, S.Pd, Kak Rahma Sari Siregar, S.E, Kak Tua Dalimunthe S.Sos, Kak Sofyan, S.Sos, yang memberikan bantuan baik secara moral dan materi.

12. Kepada teman-teman Prodi Ekonomi Syariah konsentrasi Manajemen Bisnis angkatan 2015 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan dan seluruh teman-teman angkatan 15 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, Maret 2022  
Peneliti,

Ahmad Darmaji Siregar  
NIM. 17 402 00059

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	esdan ye
ض	ḏad	ḏ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ž	ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘.	komaterbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki




ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 1. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	<i>Fathah</i>	A	A
	<i>Kasrah</i>	I	I
	<i>Dammah</i>	U	U

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

TandadanHuruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	<i>fathah dan ya</i>	Ai	a dan i
و.....	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

c. *Maddah*

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا.....!.....ى	<i>fathahdanalifatauya</i>	ā	a dan garis atas
ى.....ى	<i>Kasrahanya</i>	ī	i dan garis di bawah
و.....و	<i>ḍommahdanwau</i>	ū	u dan garis di atas

2. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. *Ta marbutah* hidup

*Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

b. *Ta marbutah* mati

*Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

3. *Syaddah (Tsaydid)*

*Syaddah* atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

#### 4. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ا. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang sdiikuti oleh huruf *qamariah*.

a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

#### 5. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

#### 6. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harakat* yang dihilangkan



maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bias dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

## **7. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

## **8. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian takterpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman *tajwid*.

Sumber : Tim Puslitbang Lektor Keagamaan. Pedoman *Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama.

## DAFTAR ISI

### Halaman

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI</b>	
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Batasan Masalah.....	8
D. Definisi Operasional Variabel.....	8
E. Rumusan Masalah .....	9
F. Tujuan Penelitian .....	9
G. Tujuan Penelitian .....	10
H. Sistematika Pembahasan.....	11
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b>	
A. Landasan Teori.....	12
1. Kerangka Teori .....	12
a. Pengertian Kepuasan Pengunjung.....	12
1) Pengukuran Kepuasan Pengunjung .....	16
2) Sifat-Sifat Pelanggan .....	16
3) Indikator Kepuasan Pelanggan.....	17
b. Harga .....	19
1) Pengertian Harga .....	19
2) Indikator Harga.....	21
3) Tujuan Penentuan Harga.....	22
c. Lokasi .....	23
1) Pengertian lokasi .....	23
2) Keuntungan penentuan lokasi .....	24
3) Indikator lokasi.....	25
B. Penelitian Terdahulu.....	27
C. Kerangka Pikir .....	35
D. Hipotesis .....	36

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	38
B. Jenis Penelitian .....	38
C. Populasi dan Sampel.....	38
D. Sumber Data.....	40
E. Instrumen Pengumpulan Data.....	41
F. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	43
G. Analisis Data .....	44

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	50
1. Sejarah Berdiri Kaisar <i>Water Boom</i> .....	50
B. Hasil Analisis Data .....	51
1. Hasil Analisis Data .....	51
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	54
3. Hasil Uji Normalitas .....	55
4. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	55
a. Hasil Uji Multikolinieritas .....	55
b. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	56
5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	57
6. Hasil Uji hipotesis .....	58
a. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	58
b. Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	59
c. Hasil Uji Simultan (Uji F).....	60
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	60
D. Keterbatasan Penelitian .....	63

### **BAB V KESIMPULAN**

A. Kesimpulan .....	65
B. Saran .....	65

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

### Halaman

Tabel I.1 Data Luas dan Harga Tiket Wisata Air di Kota Padangsidempuan .....	4
Tabel I.2 Data Pengunjung Wisata Air di Kota Padangsidempuan .....	5
Tabel I.3 Lokasi Wisata Wisata Air di Kota Padangsidempuan .....	6
Tabel I.4 Defenisi Operasional Variabel.....	8
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel III.1 Pengunjung Kaisar <i>Water Boom</i> Tahun 2020-2021 .....	39
Tabel III.2 Skala Ordinal.....	42
Tabel III.3 Kisi-kisi Angket .....	42
Tabel IV. 1 Harga Tiket Masuk dan Jam Operasional.....	51
Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pengunjung .....	52
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Variabel Harga .....	52
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi .....	53
Tabel IV.5 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pengunjung.....	54
Tabel IV.6 Hasil Uji Reliabilitas Harga.....	54
Tabel IV.7 Hasil Uji Reliabilitas Lokasi.....	54
Tabel IV.8 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	55
Tabel IV.9 Hasil Uji Multikolinearitas .....	56
Tabel IV.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	57
Tabel IV.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	57
Tabel IV.12 Hasil Koefisien Determinasi.....	58
Tabel IV.13 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	59
Tabel IV.14 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	60

## DAFTAR GAMBAR

### Halaman

Gambar II.1 Kerangka Pikir .....	36
----------------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Surat Validasi Angket
- Lampiran 2 : Lembar Kuesioner
- Lampiran 3 : Daftar Pernyataan Angket
- Lampiran 4 : Hasil Pengisian Angket/Kuesioner
- Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 6 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 : Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 8 : Hasil Uji Multikolinearitas
- Lampiran 9 : Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 10 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda
- Lampiran 11 : Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 12 : Hasil Dokumentasi

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Wisata merupakan kegiatan yang identik dengan hari libur, baik akhir pekan (*weekend*), tanggal merah dan libur panjang. Oleh karena itu suatu objek wisata harus mampu meningkatkan keunggulannya untuk memberikan kepuasan kepada pengunjungnya setelah mengunjungi objek wisata tersebut. Sumatera utara memiliki banyak destinasi wisata alam maupun buatan yang telah dikenal banyak wisatawan dalam ataupun luar negeri sehingga Sumatera Utara harus lebih mengembangkan potensi wisata yang dimilikinya.

Kota Padangsidimpuan pun mulai memperlihatkan sisi potensi Daya Tarik Wisata (DTW) khususnya wisata air, seperti Kaisar *Water Boom* di Desa Joring Natobang, kolam renang Siharangkarang di Desa Siharangkarang, kolam renang Puncak Angkola di Desa Joring Lombang, kolam renang Libers di Desa Pudun, kolam renang Mulia di Padang Matingggi dan *Water Park Kita Bersama* di Batunadua.

Kaisar *Water Boom* merupakan salah satu destinasi wisata air di kota Padangsidimpuan. Kaisar *Water Boom* terletak di Desa Joring Natobang Kecamatan Padangsidimpuan Angkola Julu. Desa Joring Natobang lebih dikenal dengan nama Desa Poken Jior. Selain sebagai salah satu alternatif tujuan wisata yang sebelumnya masyarakat Kota Padangsidimpuan khususnya, lebih banyak berwisata keluar daerah seperti Aek Sijorni dan

Parsariran di Kabupaten Tapanuli Selatan dan ke beberapa pantai di Tapanuli Tengah seperti Pantai Pandan, Pantai Bosur dan Pantai Kalangan.

Kaisar *Water Boom* Menawarkan suasana unik. Dimana areanya dibatasi oleh areal persawahan masyarakat sekitar. Selama berlibur disana akan disuguhkan oleh pemandangan hijau persawahan dan perbukitan yang mengelilingi area *Water Boom* tersebut.

Untuk menarik minat pengunjung untuk berkunjung ke Kaisar *Water Boom* perlu menentukan harga dan lokasi yang cocok dan strategis seperti, akses menuju lokasi yang mudah dijangkau, lahan parkir yang cukup dan harga yang sesuai dengan apa yang diharapkan pengunjung. Lokasi atau tempat atau letak adalah tempat dimana perusahaan atau usaha dibangun. Faktor lokasi merupakan faktor yang menentukan suatu bisnis dapat berjalan dengan baik. Penempatan usaha salah satu determinan yang paling penting dalam perilaku konsumen, pemilik usaha harus menentukan lokasi yang strategis dalam menempatkan usaha yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung. Karena apabila terjadi kesalahan dalam menempatkan usaha dapat berakibat kepada keberlangsungan usaha.

Dalam menjalankan usaha bisnis tujuan utamanya adalah memaksimalkan keuntungan dengan cara menciptakan kepuasan bagi pengunjung. Kepuasan diartikan sebagai suatu keadaan di mana harapan pengunjung terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima



pengunjung. Semakin berkualitas produk yang diberikan pada pengunjung maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan pengunjung.<sup>1</sup>

Kepuasan akan mendorong pengunjung untuk membeli ulang produk. Sebaliknya, jika pelanggan merasa kecewa maka tidak akan membelinya lagi di kemudian hari. Kepuasan pengunjung merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pengunjung. Kekecewaan timbul apabila kinerja yang aktual tidak memenuhi harapan pengunjung.

Istilah lokasi usaha, biasa diganti dengan istilah tempat didirikan usaha. Kedua, istilah itu tempat dimana melakukan aktifitas ekonominya, dalam memilih lokasi terbaik, perlu pula diperhatikan sifat bisnis perusahaan yang akan mengeluarkan produknya dan jika direncanakan membangun usaha, sebaiknya menentukan lokasi usaha yang dekat dengan pinggiran kota dan tidak jauh dari keramaian.

Kaisar *Water Boom* didirikan dilokasi yang cukup strategis yang tidak jauh dari pusat kota dan memiliki luas lahan  $\pm$  6 hektar. Dengan lokasi seluas itu banyak fasilitas yang dapat dinikmati pengunjung wisata tersebut. Kaisar *Water Boom* memiliki tiga kolam renang, dua kolam renang utama dan satu kolam renang khusus perlombaan. Selain itu juga ada juga fasilitas lain seperti, sepeda, motor kelompok *cross mini*, seluncuran dan lapangan balap *motorcross*.

---

<sup>1</sup>Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), hlm. 182.

Selain lokasi, harga juga merupakan suatu faktor penentu kepuasan pengunjung. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan kondisi perekonomian pengunjung atau calon pengunjung, agar dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut. Bagi pengunjung, harga merupakan suatu pertimbangan dalam melakukan keputusan. Harga merupakan nilai yang diberikan oleh konsumen terhadap suatu barang/jasa kepada produsen.

Berikut ini data perbandingan Kaisar *Water Boom* dengan wisata air lainnya yang ada di Kota Padangsidempuan.

**Tabel I.1**  
**Data Luas dan Harga Tiket Wisata Air**  
**di Kota Padangsidempuan**

No	Nama Tempat Wisata	Luas (hektar)	Harga Tiket Masuk (Rp)
1	Kaisar <i>Water Boom</i>	± 6	25.000 – 30.000
2	Kolam Puncak Angkola	± 1,5	10.000
3	Kolam Siharang-karang	± 1	10.000
4	Kolam Libers	± 1	13.000
5	Kolam Mulia	± 2	10.000-20.000
6	Water Park Idola	± 1	15.000-25.000

*Sumber data : Pihak Pengola Wisata Air di Kota Padangsidempuan<sup>2</sup>*

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa harga tiket masuk ke Kaisar *Water Boom* lebih mahal dan pengunjungnya juga lebih banyak. Hal ini sejalan dengan fasilitas yang didapatkan didapatkan oleh pengunjung. Pada hari senin sampai Kamis dengan membayar tiket sebesar Rp25.000,00 pengunjung sudah dapat menikmati beberapa fasilitas, yaitu sepeda dan seluncuran. Sedangkan pada hari Sabtu, Minggu dan hari libur nasional

---

<sup>2</sup> Hasil Wawancara Dengan Beberapa Pihak Pengelola Objek Wisata Air di Kota Padangsidempuan.

dengan membayar Rp30.000,00 pengunjung dapat menikmati fasilitas tambahan, yaitu sepeda, karaoke, *motorcross* mini.

Pada hari tertentu ada fasilitas tambahan yang bisa dinikmati pengunjung yaitu, kora-kora dan biang lala. Kedua fasilitas tersebut bisa dipakai pada saat libur hari raya dan hari besar lainnya. Pada libur hari raya juga pihak Kaisar *Water Boom* menambah hiburan yaitu pasar malam<sup>3</sup>.

Berikut ini data perbandingan pengunjung Kaisar *Water Boom* dengan Pengunjung Wisata Air di Kota Padangsidempuan selama tahun 2020-2021.

**Tabel I.2**  
**Data Pengunjung Wisata Air**  
**di Kota Padangsidempuan (Orang)**

No	Nama Tempat Wisata	Tahun 2020	Tahun 2021
1	Kaisar <i>Water Boom</i>	10600	12576
2	Kolam Puncak Angkola	4610	5789
3	Kolam Siharang-karang	6846	7612
4	Kolam Libers	480	540
5	Kolam Mulia	-	-
6	Water Park Idola	275	365

*Sumber data : Pihak Pengelola Kaisar Water Boom , Kolam Puncak Angkola dan Kolam Siharang-karang.*<sup>4</sup>

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa pengunjung Kaisar *Water Boom* lebih banyak dalam dua tahun terakhir dibandingkan dengan wisata air yang ada di Kota Padangsidempuan. Hal ini sejalan dengan berbagai fasilitas yang memadai dan lokasi yang luas.

Berdasarkan hasil wawancara dengan saudari Gusani Siregar yang menyatakan harga yang diberikan oleh pihak Kaisar *Water Boom* sesuai

---

<sup>3</sup> Hasil Wawancara Husin Regar, Manager Kaisar *Water Boom* ( Sabtu, 30 Januari 2021 Pukul 14.00 WIB)

<sup>4</sup> Hasil Wawancara Dengan Beberapa Pihak Pengelola Objek Wisata Air di Kota Padangsidempuan

dengan fasilitas yang didapatkan, dan tempatnya sangat luas dan tidak membosankan.<sup>5</sup> Sedangkan hasil wawancara dengan saudara Basir Nasution yang menyatakan harga tiket masuk pada Kolam Kaisar *Water Boom* lumayan mahal jika dibandingkan dengan kolam renang lainnya di kota ini, tapi tempatnya bagus cocok untuk kumpul keluarga.<sup>6</sup> Sedangkan hasil wawancara dengan saudara Arif Sutanto Nasution yang mengatakan bahwa, harga tiket masuk lumayan mahal dibanding wisata air lainnya terutama dibandingkan dengan pesaing terdekatnya dan sebagian fasilitas tidak dapat digunakan pada hari biasa<sup>7</sup>.

**Tabel I.3**  
**Lokasi Wisata Wisata Air**  
**di Kota Padangsidempuan**

No	Nama Tempat Wisata	Waktu (Menit) dan Jarak (Km) Tempuh dari Pusat Kota	Kondisi Jalan
1	Kaisar <i>Water Boom</i>	26 (10 Km)	cukup baik
2	Kolam Puncak Angkola	36 (15 Km)	rusak
3	Kolam Siharang-karang	21 (9,4 Km)	cukup baik
4	Kolam Libers	9 (3,6 Km)	baik
5	Kolam Mulia	19 (9,8 Km)	baik
6	Water Park Idola	12 (6 Km)	baik

*Sumber data : Aplikasi Google Map*

Dari tabel I.3 di atas dapat dilihat bahwa lokasi Kaisar *Water Boom* tidak terlalu jauh dari pusat kota dibandingkan dengan wisata air lainnya yang ada di Kota Padang Sidempuan. Lokasi Kaisar *Water Boom* ini cukup strategis berada dipinggir jalan raya. Jalan menuju Kaisar *Water Boom* cukup bagus, walaupun masih ada jalan yang rusak di beberapa tempat.

<sup>5</sup>Hasil Wawancara Dengan Saudari Gusnani (Sabtu, 30 Januari 2021, Pukul 14.12 WIB)

<sup>6</sup>Hasil Wawancara Dengan Saudara Basir Nasution (Sabtu, 30 Januari 2021, Pukul 14.45 WIB)

<sup>7</sup> Hasil Wawancara Dengan Arif Sutanto Nasution (Sabtu, 30 Januari 2021, Pukul 15.30 WIB).

Kaisar *Water Boom* didirikan diatas lahan seluas  $\pm$  6 hektare yang dikelilingi oleh rumah warga dan persawahan milik warga sekitar. Akses jalan menuju lokasi Kaisar *Water Boom* ada tiga yaitu melalui Batunadua, Sihadabuan dan jalan lintas Sipirok lewat Sibio-bio.

Hasil wawancara dengan saudari Ros Intan yang mengatakan bahwa lokasi kolam Kaisar *Water Boom* ini lumayan dekat dengan pusat kota dan jalan menuju tempat ini tidak terlalu buruk tapi terbayarkan dengan apa yang didapatkan pada tempat ini.<sup>8</sup> Sedangkan hasil wawancara dengan saudara Safri Azhari Harahap yang menyatakan bahwa akses kendaraan umum menuju Kaisar *Water Boom* jarang, apalagi pada hari libur dan jalan menuju Kaisar *Water Boom* kurang baik dan masih banyak yang berlubang<sup>9</sup>.

Berdasarkan permasalahan diatas dan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kembali tentang pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian berjudul **“Determinan Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Kaisar *Water Boom* .”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diklasifikasikan beberapa permasalahan yang dapat diteliti, antara lain:

1. Sebagian pengunjung merasakan puas dengan harga tiket sebagian lagi tidak merasa puas.
2. Sebagian pengunjung merasa harga dari tiket terlalu mahal namun sebagian lagi harga tidak terlalu mahal, sehingga dalam hal ini sebagian

---

<sup>8</sup>Hasil Wawancara Dengan Saudara Ros Intan (Sabtu 30 Januari 2021, Pukul 15.15 WIB)

<sup>9</sup> Hasil Wawancara Dengan Safri Azhari Harahap (Sabtu 30 Januari 2021, Pukul 15.30 WIB)

pengunjung menyatakan harga adalah bagian penting bagi pengunjung namun sebagian lagi tidak menjadi bagian penting.

3. Sebagian pengunjung menyatakan lokasi merupakan faktor penting bagi pengunjung namun sebagian lagi menyatakan tidak penting.
4. Sarana transportasi menuju lokasi yang jarang.
5. Kondisi jalan kurang baik.
6. Terdapat beberapa objek wisata air di Kota Padangsidempuan yang berpotensi pesaing Kaisar Water Boom.

### C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terfokus dan terarah pada permasalahan yang dibahas perlu dilakukan pembatasan masalah. Pembatasan masalah dalam penelitian ini meliputi pembatasan objek penelitian (yakni pembahasan dan variabel) dan subjek penelitian (*Kaisar Water Boom*). Dengan demikian, peneliti hanya memfokuskan pada variabel penelitian yang memengaruhi kepuasan pengunjung, yaitu harga dan lokasi.

### D. Definisi Operasional Variabel

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami judul penelitian, maka akan dijelaskan definisi operasional variabel dari penelitian yang berjudul Determinan Kepuasan Pengunjung Wisata Kaisar *Water Boom*.

**Tabel I.4**  
**Defenisi Operasional Variabel**

Variabel	Defenisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Kepuasan pengunjung (Y)	Kepuasan pengunjung adalah tingkat perasaan senang atau kecewa	1. Harapan Pelanggan 2. Pengalaman Yang Dirasakan 3. Minat Berkunjung	Interval

	konsumen setelah membandingkan antara produk dan jasa yang di terima dan yang diharapkan.	Kembali 4. Kesiediaan Untuk Merekomendasikan	
Harga (X <sub>1</sub> )	Harga ialah sejumlah uang yang dibutuhkan konsumen sehingga dapat menikmati ataupun membeli barang serta jasa yang ditawarkan.	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas. 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat	Interval
Lokasi (X <sub>2</sub> )	Tempat adalah dimana perusahaan melakukan kegiatan. Tempat yang menarik bagi pelanggan adalah tempat yang menyenangkan.	1. Strategis 2. Sarana transportasi yang memadai 3. Visibilitas 4. Fasilitas pendukung	Interval

#### E. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Kaisar *Water Boom* ?
2. Apakah terdapat pengaruh lokasi secara parsial terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Kaisar *Water Boom* ?
3. Apakah lokasi dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Kaisar *Water Boom* ?

#### F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Kaisar *Water Boom* .
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Kaisar *Water Boom* .
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi secara simultan terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Kaisar *Water Boom* .

#### **G. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

##### 1. Bagi Pihak Pengelola Kaisar *Water Boom*

Sebagai masukan dan pertimbangan dalam mewujudkan dan meningkatkan kepuasan pengunjung Kaisar *Water Boom*. Penelitian ini merupakan sumbangan pemikiran dalam bidang manajemen pemasaran dalam menetapkan kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan kebijakan Kaisar *Water Boom*.

##### 2. Bagi Peneliti

Penelitian ini berguna bagi peneliti untuk menyelesaikan tugas untuk mendapat gelar SE. Sebagai proses pembelajaran dan pemahaman peneliti dalam bidang manajemen bisnis, khususnya bidang pemasaran

##### 3. Bagi IAIN Padangsidimpuan

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan pengembangan keilmuan, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.



## H. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah penyusunan skripsi ini, maka pembahasan diklasifikasikan agar tidak terjadi kekeliruan. Sistematika pembahasan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut.

Bab I pendahuluan yang didalamnya menjelaskan latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, definisi operasional, tujuan penelitian serta kegunaan penelitian.

Bab II landasan teori yang didalamnya menjelaskan tentang pengertian keputusan pengunjung, harga dan lokasi, teori dan pembahasan yang berkaitan dengan variabel penelitian. Pada bagian ini juga disertakan ayat-ayat yang berkaitan dengan variabel penelitian. Penelitian ini juga mencantumkan penelitian terdahulu sebagai acuan dan memperkuat penelitian. Hipotesis sementara yang disimpulkan untuk menjelaskan hasil yang diperoleh penelitian sebelum melakukan riset ke lapangan.

Bab III metode penelitian yang di dalamnya menjelaskan lokasi penelitian dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, instrumen pengumpulan data dan metode analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian yang didalamnya menjelaskan tentang gambaran umum *Kaisar Water Boom*, hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V Penutup yang didalamnya dari keseluruhan yang memuat kesimpulan, disertai dengan saran-saran kemudian dilengkapi dengan lampiran-lampiran

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Kerangka Teori**

###### **a. Pengertian Kepuasan Pengunjung**

Kepuasan diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan pelanggan terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima pelanggan. Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang diharapkan.<sup>10</sup> Kepuasan pelanggan diukur dengan seberapa besar harapan pelanggan tentang pelayanan sesuai dengan kinerja produk dan pelayanan yang aktual.

Kepuasan akan mendorong pelanggan untuk membeli ulang produk. Sebaliknya, jika pelanggan merasa kecewa maka tidak akan membelinya lagi di kemudian hari. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan. Kekecewaan timbul apabila kinerja yang aktual tidak memenuhi harapan pelanggan.

Pelanggan adalah seseorang yang secara kontinu dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu

---

<sup>10</sup>Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), hlm. 181.

jasa dan membayar produk atau jasa tersebut.<sup>11</sup> Pelanggan merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh perusahaan. Dalam menentukan tingkat kepuasan, seorang pelanggan sering kali melihat dari nilai lebih suatu produk maupun kinerja pelayanan yang diterima dari suatu proses pembelian produk (jasa).

Kepuasan pelanggan merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang atau jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya.<sup>12</sup> Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan sikap konsumen terhadap suatu produk atau jasa sebagai hasil dari evaluasi konsumen setelah menggunakan sebuah produk atau jasa. Konsumen akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan produk atau jasa menyenangkan hati.

Perusahaan yang mampu menciptakan kepuasan pada pelanggan akan mampu memberikan manfaat, diantaranya memberikan dasar yang kuat sehingga terciptanya kepuasan pelanggan yang pada akhirnya disebut loyalitas pelanggan. Kepuasan pada pelanggan akan menghalangi mereka agar tidak terpengaruh perusahaan lain. Disamping itu kepuasan pada pelanggan akan mendorong mereka untuk melakukan pembelian ulang (*repurchase*) serta mengajak orang lain untuk menggunakan jasa tersebut (*referral*).

---

174. <sup>11</sup>Rambat dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2007),

<sup>12</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Prenada Media Group, 2010), hlm. 162.

Islam juga mengatur tentang kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai dengan kenyataan yang diterima.<sup>13</sup> Allah SWT memberikan pedoman kepada mukmin (pelaku usaha) agar berlemah lembut kepada objek dakwah. Firman Allah SWT dalam Q.S At-Taubah ayat 59:

وَلَوْ أَنَّهُمْ رَضُوا مَا آتَاهُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ سَيُؤْتِينَا اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ وَرَسُولَهُ إِنَّا إِلَى اللَّهِ رَاغِبُونَ

Artinya : 59. Jikalau mereka sungguh-sungguh ridha dengan apa yang diberikan Allah dan RasulNya kepada mereka, dan berkata: "Cukuplah Allah bagi Kami, Allah akan memberikan sebagian dari karunia-Nya dan demikian (pula) Rasul-Nya, Sesungguhnya Kami adalah orang-orang yang berharap kepada Allah," (tentulah yang demikian itu lebih baik bagi mereka<sup>14</sup>).

Ayat diatas menjelaskan bahwa jikalau seandainya mereka itu puas dengan apa yang diberikan Allah dan Rasul-Nya kepada mereka baik banyak maupun sedikit, dan berkata dalam keadaan puas dan rela cukuplah Allah bagi kami dengan apa yang telah dianugerahkan-nya saat ini, nanti di kali lain, Allah akan memberikan kepada kami sebagaimana dari karunia-Nya dan demikian pula Rasulnya-nya, baik dari harta rampasan perang, sedekah atau apapun. Sesungguhnya kami adalah orang-orang yang

---

<sup>13</sup>Herman Kartajaya & Muhammad Syair Syula, *Marketing Syariah* (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006), hlm. 98.

<sup>14</sup>Departemen Agama Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Semarang : Raja Publishing, 2011).

hanya kepada Allah, tidak kepada selain-nya kami selalu berharap. Kalau seperti itu sikap dan ucapan mereka (tentulah) yang demikian itu lebih baik bagi mereka).

Firman-nya: *ma atahumul-llahu wa* rasuluh menggambarkan adanya dua pihak yang memberi yaitu Allah dan Rasul-nya. Penyebutan nama Allah menurut mereka untuk mengisyaratkan bahwa pemberian Rasul itu adil dan telah direstui Allah SWT. Ada juga yang memahami bahwa pembagian dari pihak Rasul berkaitan dengan hadiah, *anfal*, *ghanimah* dan lain-lain yang termasuk wewenang Rasul. Sayyid Quthub menilai sebagai melukiskan adab jiwa, lidah dan iman. Adab jiwa dengan kepuasan hati menerima apa yang dianugerahkan Allah SWT, merupakan kepuasan yang lahir dari penyerahan diri kepada-nya, adalah lidah dengan ucapan cukuplah Allah bagi kamil dan adab iman yang dicerminkan oleh harapan akan perolehan sebagian dari karunia-Nya.

Sebuah transaksi ekonomi pasti tidak terlepas dari penjual dan pembeli yang mana hal ini digambarkan dalam bentuk kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa yang diperoleh dari penjualan. Berdasarkan dengan penyediaan layanan konsumen, islam telah mengatur bagaimana cara untuk menghasilkan produk dan layanan yang berkaitan untuk konsumen. pencapaian kualitas yang terbaik

pada perusahaan memerlukan dasar bangunan manajemen islam yang kokoh atau disebut *Total Islam Quality*.<sup>15</sup>

#### 1) Pengukuran Kepuasan Pengunjung

Beberapa cara yang yang dapat dilakukan untuk mengukur kepuasan, yaitu sebagai berikut:

- a) Sistem keluhan dan saran, organisasi yang berpusat pada pelanggan (*costumercentered*) memberikan kesempatan yang luas bagi para konsumen untuk menyampaikan saran keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, menyediakan kartu komentar, dan sebagainya. Informasi ini dapat memberikan ideide dan masukan kepada perusahaan dan memungkinkan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat mengatasi masalah.
- b) Survei Kepuasan Pelanggan. Metode ini dapat dilakukan melalui pos, telepon, atau wawancara pribadi. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen, sekaligus memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para konsumennya.

#### 2) Sifat-Sifat Pelanggan

Berikut sifat-sifat pelanggan yang harus dikenali oleh perusahaan yaitu:<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah* (Jakarta: Lentera Hati, 2002). hlm, 593.

- a) Pelanggan dianggap sebagai raja.
  - b) Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya.
  - c) Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung.
  - d) Pelanggan mau diperhatikan.
  - e) Pelanggan merupakan sumber pendapatan perusahaan.
- 3) Indikator Kepuasan Pelanggan
- a) Harapan Pelanggan

Secara harfiah diartikan sebagai keinginan supaya menjadi kenyataan. Harapan lebih lanjut didefinisikan sebagai kondisi internal yang menjadi dorongan bagi individu untuk mencapai kepuasan untuk mengurangi ketidakseimbangan.<sup>17</sup> Sejalan dengan hal tersebut dapat dikatakan bahwa harapan adalah suatu dorongan yang dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dan merupakan kekuatan dari keinginan individu untuk mencapai tujuannya. Dengan demikian harapan merupakan dorongan internal dari individu untuk mencapai keinginan yang akan memberikan kepuasan kepada individu tersebut.

- b) Pengalaman yang dirasakan

Pengalaman merupakan persepsi pelanggan terhadap hasil yang dirasakan setelah menerima pelayanan.

---

<sup>16</sup> M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 223.

<sup>17</sup>Ali Hasan, *Marketing* (Jakarta: PT. Buku Kita, 2008), hlm. 68.

Pengalaman yang diterima pelanggan maka akan berdampak pada perusahaan.

c) Minat pembelian ulang

Minat pembelian ulang, kepuasan pelanggan diukur berdasarkan perilaku dengan jalan menanyakan pelanggan apakah akan berbelanja atau akan menggunakan jasa perusahaan lain. Kepuasan yang diberikan pada pelanggan akan mendorong pelanggan untuk membeli ulang produk. Sebaliknya, jika pelanggan merasa kecewa maka tidak akan membelinya lagi di kemudian hari.

d) Kesiediaan untuk merekomendasikan

Kepuasan yang telah diberikan pada pelanggan akan mendorong mereka untuk melakukan pembelian ulang (*repurchase*) serta mengajak orang lain untuk menggunakan jasa tersebut (*referral*). Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama (seperti pembelian mobil, rumah, asuransi jiwa, tour (*keliling*)) akan ada kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan pada teman atau keluarga.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup>*Ibid*, hlm. 69.



## b. Harga

### 1) Pengertian Harga

Harga (*price*) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.<sup>19</sup> Harga (*price*) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena menentukan seberapa menguntungkan perusahaan dengan menjual produk berupa barang dan jasa.<sup>20</sup> Harga sering kali disebut sebagai indikator nilai, jika harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang diterima atas suatu barang atau jasa. Pada tingkat harga tertentu bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat pula.

Dalam konsep ekonomi Islam, penentuan harga dilakukan oleh yang menjadi kekuatan-kekuatan pasar yaitu permintaan dan penawaran. Ibnu Qudamah memberikan dua alasan tidak memperkenankan penentuan harga, yaitu:<sup>21</sup>

- a) Rasulullah SAW tidak pernah mau menetapkan harga meskipun penduduk menginginkan hal itu terjadi.

---

<sup>19</sup>Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), hlm. 289.

<sup>20</sup>M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm. 179.

<sup>21</sup>Sukarno Wibowo, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: CV Putaka Setia, 2013), hlm. 213.

- b) Penetapan harga merupakan ketidakadilan yang tidak dilarang yang melibatkan hak milik seseorang yang mana didalamnya setiap orang mempunyai hak untuk menjual pada harga berapapun dengan syarat sepakat antar penjual dan pembeli. Sesuai dengan firman Allah SWT dalam Qur'an surah An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ  
إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا  
أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *Hai Orang-Orang yang Beriman! Janganlah Kamu Saling Memakan Harta Sesamamu Dengan Jalan Yang Batil, Kecuali Dengan Jalan Perdagangan Yang Berlaku Dengan Suka Sama-Suka Di Antara Kamu. Dan Janganlah Kamu Membunuh Dirimu. Sesungguhnya Allah maha penyayang kepadamu.*<sup>22</sup>

Adapun yang menarik dari Al-qur'an ketika berbicara tentang perdagangan adalah penekanan pada sisi etika perdagangannya. Al-qur'an sangat mengkritik para pedagang yang tidak jujur. Mengurangi atau berlaku curang dalam timbangan disamakan dengan orang yang melakukan kerusakan. Dengan demikian, kuatnya perintah Al-qur'an tentang berdagang yang diiringi dengan penekanan pada etika menunjukkan bahwa tijarah adalah satu bentuk pengumpulan

---

<sup>22</sup>Departemen Agama Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Semarang : Raja Publishing, 2011).

harta yang sangat dianjurkan.<sup>23</sup> Makna dari ayat di atas adalah larangan mengkonsumsi harta batil yang tidak membawa kepada keberhasilan masyarakat dan bahkan tidak mengakibatkan jatuhnya atau rusaknya praktek riba, pembelian, penjualan, dan lain-lain.

## 2) Indikator harga

Adapun indikator harga adalah sebagai berikut.<sup>24</sup>

### a) Keterjangkauan harga

Dalam menetapkan harga perusahaan sudah mempertimbangkan harga yang akan diberikan untuk mendapat keuntungan yang akan didapatkan. Harga yang terlalu tinggi bagi konsumen, mengakibatkan kalangan menengah kebawah sulit untuk menjangkau produk tersebut. Sedangkan harga dengan kategori rendah dapat dijangkau oleh semua kalangan konsumen.

Menetapkan harga tinggi dapat menguntungkan perusahaan dan merugikan konsumen apabila dilakukan dalam jangka panjang. Namun, dalam jangka pendek perusahaan harus mampu menanggung kerugian-kerugian yang timbul. Sasaran yang banyak dianut oleh perusahaan adalah menetapkan harga dengan atas dasar memperoleh keuntungan yang sebanyak-banyaknya.

---

<sup>23</sup>Tarigan Azhari Akmal, *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi*, (Bandung: Ciptapustaka Media Perintis, 2012), hlm.146

<sup>24</sup>Asasuri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2017), hlm 55.

b) Kesesuaian harga dengan kualitas

Dalam hal ini perusahaan harus mempertimbangkan kesesuaian antara harga dan kualitas. Dengan harga yang diberikan harus sesuai dengan kualitas yang terdapat pada produk atau jasa yang diterima.

c) Daya saing harga

Tingkat permintaan barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan harus dipertimbangkan dengan harga para pesaing yang dapat mempengaruhi proses penetapan harga.

d) Kesesuaian harga dengan manfaat

Dalam hal ini harus mempertimbangkan kesesuaian harga dengan manfaat yang akan diterima oleh konsumen. Dengan harga yang diberikan pada produk yang dibuat harus sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen pada produk ataupun jasa yang dibeli.

3) Tujuan Penentuan Harga

Penentuan harga oleh sebuah perusahaan dimaksudkan dengan berbagai tujuan yang hendak dicapai. Tujuan penentuan harga produk secara umum antara lain:

- a) Untuk bertahan hidup, tujuan dalam hal ini adalah mencari harga serendah mungkin, dengan maksud agar produk atau jasa yang ditawarkan akan dijual dengan syarat-syarat yang menguntungkan meskipun harganya murah.

- b) Untuk memaksimalkan keuntungan, tujuan dari harga ini adalah untuk mengharapkan peningkatan penjualan sehingga perusahaan dapat meningkatkan keuntungan.
- c) Untuk memberikan kesan kepada konsumen bahwa kualitas produk, yaitu produk atau layanan yang diberikan, berkualitas tinggi atau lebih tinggi dari para pesaingnya.
- d) Untuk meningkatkan pangsa pasar, perusahaan dapat menetapkan harga rendah dan mengharapkan peningkatan jumlah pelanggan dan beralih ke produk yang ditawarkan oleh pelanggan pesaing.
- e) Karena merupakan pesaing, dalam hal ini harga ditentukan dengan mempertimbangkan harga pesaing. Tujuannya agar harga yang ditawarkan menjadi harga milik kompetitor. Tidak melebihi.<sup>25</sup>

c. Lokasi

1) Pengertian lokasi

Lokasi merupakan tempat dimana perusahaan melakukan kegiatan. Tempat yang menarik bagi pelanggan adalah tempat yang menyenangkan. Penentuan lokasi sangat penting karena apabila perusahaan salah dalam menentukan lokasi yang dipilih maka akan mengakibatkan terjadinya peningkatan biaya yang harus dikeluarkan. Harga produk yang akan dipasarkan nantinya

---

<sup>25</sup>Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 54.

juga akan sangat tergantung pada lokasi pabrik yang dipilih, karena harga pasar akan terpengaruh dengan jarak lokasi pabrik dengan pasar. Selanjutnya akan sangat terkait dengan kemampuan bersaing barang yang diproduksi yang nantinya akan berpengaruh terhadap laba perusahaan.<sup>26</sup>

Dalam memilih lokasi tergantung dari keperluan lokasi tersebut. Penentuan lokasi harus disesuaikan dan dipertimbangkan sesuai keperluan perusahaan, misalnya untuk lokasi kantor pusat, lokasi untuk pabrik, lokasi untuk gudang dan lokasi untuk kantor cabang.

## 2) Keuntungan penentuan lokasi

Penilaian lokasi yang tepat akan memberikan berbagai keuntungan bagi perusahaan, baik dari segi finansial maupun non finansial.<sup>27</sup> Keuntungan yang diperoleh dengan mendapatkan lokasi yang tepat adalah:

- a) Pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat lebih memuaskan.
- b) Kemudahan dalam memperoleh tenaga kerja yang diinginkan baik jumlah atau kualifikasinya.
- c) Kemudahan dalam memperoleh bahan baku atau bahan penolong dalam jumlah yang diinginkan secara terus-menerus.

---

<sup>26</sup>Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis: Analisis Integratif dan Studi Kasus* (Malang: UIN Maliki Press, 2010), hlm. 89.

<sup>27</sup>Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 148.

- d) Kemudahan untuk memperluas lokasi usaha.
  - e) Memiliki nilai atau harga ekonomis yang lebih tinggi dimasa yang akan datang.
  - f) Meminimalkan terjadinya konflik terutama dengan masyarakat dan pemerintahan setempat.
- 3) Indikator lokasi
- a) Lokasi Strategis

Lokasi yang menarik bagi pelanggan adalah tempat yang paling strategis, menyenangkan dan efisien. Untuk mencapai sasaran, tempat yang baik dapat dilakukan dengan jalan sebagai berikut:<sup>28</sup>

- (1) Memperbanyak saluran distribusi, misalnya langsung ke konsumen atau tidak langsung, yaitu melalui para agen.
- (2) Memperluas segmentasi atau cakupannya, misalnya segmen lokal, regional, nasional dan internasional.
- (3) Menata penampilan tempat usaha, misal posisi produk.
- (4) Menggunakan cara penyampaian barang seefisien mungkin.
- (5) Mengubah persediaan dari gudang yang satu ke gudang yang lain. Hal ini penting untuk mengendalikan persediaan dan penawaran.

---

<sup>28</sup>Suryana, *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hlm. 209.

b) Sarana Transportasi

Adanya transportasi yang memadai akan memudahkan bertemunya antara pelaku usaha dengan pelanggan. Dengan adanya transportasi yang terjamin dan akses jalan yang mudah akan memudahkan pelanggan menjangkau lokasi usaha tersebut. Kemudahan transportasi yang mudah dijangkau karyawan dan pelanggan merupakan keputusan tentang pemilihan alat transportasi, penentuan jadwal pengiriman, rute yang harus ditempuh dan selanjutnya.<sup>29</sup>

c) Visibilitas

Visibilitas adalah kemudahan untuk melihat. Maksudnya ialah lokasi yang mudah dilihat dengan jarak pandangan normal. Keberadaan lokasi yang dapat dilihat dengan jelas akan mempermudah pelanggan/calon pelanggan untuk mendatangnya.

d) Fasilitas pendukung

Fasilitas pendukung adalah segala sesuatu yang mempermudah upaya serta memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan tertentu.

---

<sup>29</sup>*Ibid*, hlm. 181.



## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah penelitian yang dilakukan oleh beberapa orang sebelum penelitian ini dilakukan, dan hasil penelitiannya dapat dijadikan sebagai bahan referensi maupun bahan pendukung dalam penelitian yang akan kita lakukan. Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang digunakan peneliti yang akan dijadikan sebagai acuan dan tambahan dalam penelitian ini

**Tabel II.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil penelitian
1	Dewi Mariana, Rachmawati Novaria dan Ute Ch Nasution (2018), Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Air Panas Pacet di Kabupaten Mojokerto	Lokasi ( $X_1$ ), Fasilitas ( $X_2$ ) dan Kepuasan Pengunjung ( $Y$ )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Variabel Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung wisata air panas Pacet di Kabupaten Mojokerto. Jika lokasi baik maka akan berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan pengunjung wisata air panas Pacet di Kabupaten Mojokerto dan sebaliknya.</li> <li>2. Variabel Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung wisata air panas Pacet di Kabupaten Mojokerto. Jika fasilitas baik maka akan berpengaruh</li> </ol>

				<p>terhadap peningkatan kepuasan pengunjung wisata air panas Pacet di Kabupaten Mojokerto dan sebaliknya.</p> <p>3. Lokasi dan Fasilitas secara simultan atau secara bersamaan berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung wisata air panas Pacet di Kabupaten Mojokerto<sup>30</sup>.</p>
2	Afifudin (2016), Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya	Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Wisata Bahari Lamongan	Lokasi ( $X_1$ ), Promosi ( $X_2$ ), Harga ( $X_3$ ) dan Kepuasan Konsumen ( $Y$ )	<p>1. Hasil pengujian menunjukkan bahwa lokasi, promosi dan harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen.</p> <p>2. Hasil pengujian diperoleh koefisien korelasi sebesar 71,9% yang menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel lokasi, promosi dan harga terhadap kepuasan konsumen memiliki hubungan erat<sup>31</sup>.</p>
3	Indri Farisa, dkk. (2018), Program	Pengaruh Daya Tarik, Harga Dan	Daya Tarik ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ )	1. Daya Tarik Wisata berpengaruh positif dan signifikan

<sup>30</sup> Dewi Mariana, Rachmawati Novaria dan Ute Ch Nasution, *Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Air Panas Pacet di Kabupaten Mojokerto*, Jurnal Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2002).

<sup>31</sup> Afifudin, *Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Wisata Bahari Lamongan*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya, 2016.

	Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Untag Surabaya	Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Agrowisata Petik Jeruk Sumbersono)	Dan Lokasi ( $X_3$ ) dan Kepuasan Konsumen (Y)	terhadap Kepuasan Konsumen Agrowisata Petik Jeruk Sumbersono. 2. Harga Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Agrowisata Petik Jeruk Sumbersono. 3. Lokasi Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Agrowisata Petik Jeruk Sumbersono. 4. Daya Tarik, Harga dan Lokasi Wisata berpengaruh secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen Agrowisata Petik Jeruk Sumbersono <sup>32</sup> .
4	Stella Alvianna dan Syarif Hidayatullah, (2020). Media Wisata, Universitas Merdeka, Malang.	Pengaruh Kualitas, Harga dan Layanan Terhadap Kepuasan Kesetiaan Usia Millenial Berkunjung Ke Tempat Wisata	Kualitas Produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), Kualitas pelayanan ( $X_3$ ), Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ) dan Kesetiaan Pelanggan ( $Y_2$ )	1. Kualitas dari produk tidak secara langsung berpengaruh ke kepuasan pelanggan wisata Wendit 2. Harga secara langsung berpengaruh terhadap kepuasan dari pelanggan wisata Wendit 3. Kualitas layanan secara langsung berpengaruh pada

<sup>32</sup> Indri Farisa, dkk., *Daya Tarik, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Agrowisata Petik Jeruk Sumbersono)*, Jurnal Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Untag Surabaya, 2018.

				kepuasan dari pelanggan wisata Wendit <sup>33</sup> .
5	Rizmaulida Triandini dan Lenny Yusrini (2018). Jurnal EDUTURISMA, Program Studi Usaha Perjalanan Wisata.	Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung di Panorama Pabangbon Leuwiliang Bogor	Lokasi (X <sub>1</sub> ), Fasilitas (X <sub>2</sub> ) dan Kepuasan Pelanggan (Y)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi dan fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung.</li> <li>2. Lokasi Panorama Pabangbon yang cukup jauh dari pusat kota Bogor membuat pengelola perlu meningkatkan aksesibilitas menuju kawasan.</li> <li>3. fasilitas, Panorama Pabangbon Bogor harus memperhatikan pemeliharaan dan pengembangan fasilitas yang ada di kawasannya supaya pengunjung yang datang merasa puas dan melakukan kunjungan berulang<sup>34</sup>.</li> </ol>
6	Ikrima Maulida Ikmala, dkk (2020). Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis JSMB Vol. 7.	Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Pengunjung Tempat Wisata Beejay Bakau	Produk (X <sub>1</sub> ), Harga (X <sub>2</sub> ), Promosi (X <sub>3</sub> ), Tempat (X <sub>4</sub> ), Orang (X <sub>5</sub> ),	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk, harga, promosi, proses dan sarana prasarana berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengunjung.</li> <li>2. Tempat tidak berpengaruh signifikan dan</li> </ol>

<sup>33</sup> Stella Alvianna dan Syarif Hidayatullah. *Pengaruh Kualitas, Harga dan Layanan Terhadap Kepuasan Kesetiaan Usia Millenial Berkunjung Ke Tempat Wisata*, Jurnal Media Wisata, Universitas Merdeka, Malang, 2020.

<sup>34</sup> Rizmaulida Triandini dan Lenny Yusrini. *Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung di Panorama Pabangbon Leuwiliang Bogor*. Jurnal EDUTURISMA, Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, 2018.

		Resort (BJBR) Kota Probolinggo	Proses (X6), Sarana Prasarana (X7) dan Kepuasan Konsumen (Y)	positif terhadap kepuasan pengunjung. 3. Orang tidak berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pengunjung <sup>35</sup> .
7	Wahyu Eko Saputro, dkk (2020). Jurnal Geo Ekonomi ISSN- Elektronik (e): 2503-4790, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Balikpapan	Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pantai Manggar Segara Sari Balikpapan)	Daya tarik wisata (X1), Harga (X2), kualitas pelayanan (X3), Berkunjung ulang (Y) dan kepuasan konsumen (Z)	1. Daya Tarik Wisata terbukti berpengaruh positif tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Pantai Manggar Segara Sari dan hipotesis dapat diterima. 2. Persepsi Harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Pantai Manggar Segara Sari dan hipotesis dapat diterima. 3. Kualitas Pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Pantai Manggar Segara Sari dan hipotesis dapat diterima. 4. Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan terbukti berpengaruh positif

<sup>35</sup> Ikrima Maulida Ikmala, dkk. *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Pengunjung Tempat Wisata Beejay Bakau Resort (BJBR) Kota Probolinggo*. Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis JSMB Vol. 7, 2020.

				dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Pantai Manggar Segara Sari Balikpapan <sup>36</sup> .
8	Yulita dan Mary Tinjung Prihtanti (2019), Jurnal Pertanian Agros Vol. 21 No.2. Universitas Kristen Satya Wacana	Determinan Kepuasan Pengunjung Wisata Pt. Hidroponik Agrofarm Bandungan	Kualitas pelayan ( $X_1$ ), Kualitas Objek Wisata ( $X_2$ ), Fasilitas ( $X_3$ ), Harga ( $X_4$ ) dan Kepuasan Pengunjung ( $Y$ )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hubungan signifikan pada variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung dengan hasil uji <i>Rank Spearman</i> sebesar 0,556 dengan nilai t-hitung sebesar 4,633 &gt; 2,016 t-tabel.</li> <li>2. Hubungan signifikan pada variabel kualitas objek wisata terhadap kepuasan pengunjung dengan hasil uji <i>Rank Spearman</i> sebesar 0,589 dengan nilai t-hitung sebesar 4,052 &gt; 2,016 t-tabel.</li> <li>3. Hubungan signifikan pada variabel fasilitas penunjang terhadap kepuasan pengunjung dengan hasil uji <i>Rank Spearman</i> sebesar 0,593 dengan nilai thitung sebesar 5,099 &gt; 2,016 t-tabel.</li> <li>4. hubungan signifikan</li> </ol>

<sup>36</sup> Wahyu Eko Saputro, dkk. *Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pantai Manggar Segara Sari Balikpapan)*. Jurnal Geo Ekonomi ISSN-Elektronik (e): 2503-4790, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Balikpapan, 2020.

				pada variabel persepsi harga terhadap kepuasan pengunjung dengan hasil uji Rank Spearman sebesar 0,715 dengan nilai t-hitung sebesar 4,927 > 2,016 t-tabel <sup>37</sup> .
--	--	--	--	--

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut.

1. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Dewi Mariana, Rachmawati Novaria dan Ute Ch Nasution yaitu sama-sama meneliti lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian ini menggunakan rumus Taro Yamena sedangkan pada penelitian terdahulu menggunakan rumus *Accidental Sampling Method* dalam menentukan sampel.
2. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Afifudin yaitu sama-sama meneliti harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian ini menggunakan rumus Taro Yamena sedangkan pada penelitian terdahulu menggunakan rumus *non probability sampling* dalam menentukan sampel.
3. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Indri Farisa yaitu sama-sama menggunakan metode SPSS (*Statistical Package Social Science*). Sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian terdahulu

---

<sup>37</sup> Yulita dan Mary Tinjung Prihtanti, *Determinan Kepuasan Pengunjung Wisata Pt. Hidroponik Agrofarm Bandungan*. Jurnal Pertanian Agros Vol. 21 No.2. Universitas Kristen Satya Wacana, 2019.

terdapat tiga variabel independen yaitu Daya Tarik ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) Dan Lokasi ( $X_3$ ) dan objek penelitiannya adalah Agrowisata Petik Jeruk sedangkan pada penelitian ini terdapat dua variabel independen yaitu harga ( $X_1$ ), lokasi ( $X_2$ ) dan objek penelitiannya adalah Kaisar *Water Boom*.

4. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Stella Alvianna dan Syarif Hidayatullah yaitu sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian terdahulu terdapat tiga variabel independen yaitu Kualitas Produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), Kualitas pelayanan ( $X_3$ ) sedangkan variabel dependennya adalah Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ) dan Kesetiaan Pelanggan ( $Y_2$ ) dan objek penelitiannya adalah tempat wisata sedangkan pada penelitian ini terdapat dua variabel independen yaitu harga ( $X_1$ ), lokasi ( $X_2$ ) sedangkan variabel dependennya adalah Kepuasan Pengunjung ( $Y$ ) dan objek penelitiannya adalah Kaisar *Water Boom*.
5. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Rizmaulida Triandini dan Lenny Yusrini yaitu sama-sama meneliti lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian terdahulu setiap item angket diberikan peringkat berdasarkan metode *Likert Scale Summated Rating*, sedangkan penelitian ini setiap item angket diberikan peringkat berdasarkan metode *interval*.
6. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Ikrima Maulida Ikmala yaitu sama-sama meneliti harga dan lokasi terhadap kepuasan



pelanggan. Sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian terdahulu menggunakan teknik analisis data menggunakan uji validitas yang diuji menggunakan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan tingkat sig. 5% sedangkan penelitian ini menggunakan uji validitas yang diuji menggunakan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan tingkat sig. 10%.

7. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Wahyu Eko Saputro yaitu sama-sama menggunakan data primer dan data sekunder. Sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian terdahulu terdapat Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sample* sedangkan penelitian ini menggunakan *Taro Yamene*.
8. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Yulita dan Mary Tinjung Prihanti yaitu sama-sama meneliti harga terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian terdahulu teknik pengambilan sampel dengan *accidental sampling*, yaitu penentuan sampel secara kebetulan sebanyak 50 responden sedangkan penelitian ini menggunakan *Taro Yemene* dalam penentuan sampel.

### C. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir adalah sintesa dari teori-teori yang digunakan dalam penelitian sehingga mampu menjelaskan secara operasional variabel yang akan diteliti, menunjukkan hubungan antar variabel diteliti dan mampu membedakan nilai variabel dari berbagai populasi<sup>38</sup>.

---

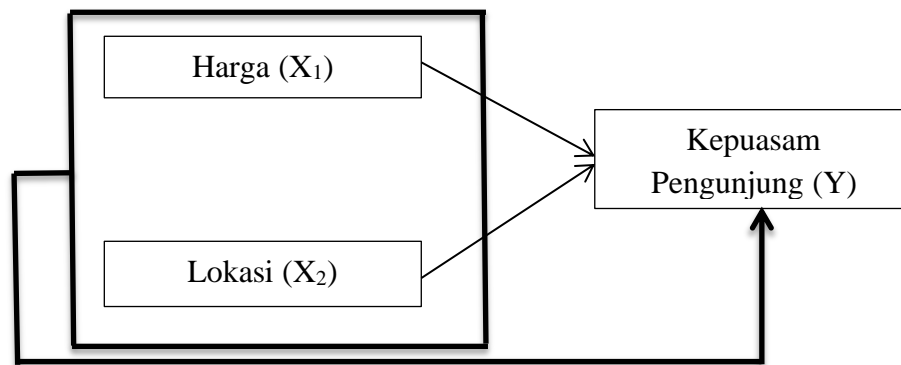
<sup>38</sup> Prof. DR. Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* ( Bandung : Alfabeta, 2012), hal. 477.

Ditinjau dari jenis hubungan variabel, maka disini termasuk hubungan sebab akibat yaitu suatu variabel dapat memengaruhi variabel yang lain, sehingga variabel bebas adalah Harga ( $X_1$ ), Lokasi ( $X_2$ ), sedangkan variabel terikat adalah Kepuasan Pengunjung ( $Y$ ).



Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat disusun sebagai berikut :

**Gambar II.1**

**Skema Kerangka Pikir**



Keterangan :

-  Berpengaruh secara parsial
-  Berpengaruh secara simultan

**D. Hipotesis**

Hipotesis mewakili harapan yang diungkapkan oleh peneliti tentang hubungan antar variabel dalam suatu masalah penelitian. Rumusan pertanyaan penelitian biasanya dibuat dalam bentuk pertanyaan, karena hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan pertanyaan penelitian. Hipotesis ini disebut sementara karena jawaban yang dihasilkan didasarkan pada teori yang relevan daripada fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Oleh karena itu, hipotesis dirumuskan sebagai jawaban

teoritis atas rumusan pertanyaan penelitian, tetapi belum sebagai jawaban empiris.

Adapun fungsi dari hipotesis merupakan sebagai acuan agar mampu mengarahkan penelitian sehingga sesuai dengan yang peneliti harapkan. Berdasarkan dari pengamatan dan penelitian atas permasalahan yang terjadi di atas maka peneliti mengemukakan dugaan sementara (hipotesis) yaitu:

- H<sub>01</sub> : Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung objek Wisata Kaisar *Water Boom*.
- H<sub>a1</sub> : Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung objek Wisata Kaisar *Water Boom*.
- H<sub>02</sub> : Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung objek Wisata Kaisar *Water Boom*.
- H<sub>a2</sub> : Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung objek Wisata Kaisar *Water Boom*.
- H<sub>03</sub> : Harga dan lokasi tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pengunjung objek Wisata Kaisar *Water Boom*.
- H<sub>a3</sub> : Harga dan lokasi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pengunjung objek Wisata Kaisar *Water Boom*.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kaisar *Water Boom* Desa Joring Natobang Kecamatan Padangsidempuan Angkola Julu, sedangkan objek dalam penelitian ini adalah pengunjung yang sedang dan sudah berkunjung ke Kaisar *Water Boom* . Waktu penelitian ini dimulai Februari 2021 sampai dengan Maret 2022.

#### **B. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi maupun sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan<sup>39</sup>.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya.<sup>40</sup> Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek

---

<sup>39</sup> Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* ( Bandung : Alfabeta, 2012), hal. 13.

<sup>40</sup> *Ibid.*, hal. 115.

maupun benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek tersebut.

**Tabel III.1**  
**Pengunjung Kaisar *Water Boom* Tahun 2020-2021**

No	Tahun	Jumlah Pengunjung
1	2020	10600
2	2021	12576
Total		23176
Rata-rata Pengunjung		11.588

*Sumber Data : Penjualan Tiket Kaisar Water Boom.*

Adapun populasi dari penelitian ini adalah rata-rata jumlah pengunjung yang sedang dan sudah berkunjung ke Kaisar *Water Boom* dalam dua tahun terakhir yaitu tahun 2020 dan 2021 berjumlah 11.588 pengunjung.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah atau karakteristik yang dimiliki oleh populasi<sup>41</sup>. Bila populasi memiliki jumlah yang besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang diteliti dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat digunakan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil harus *representatif* (mewakili).

Dalam penelitian ini mengambil sampel pengunjung yang sedang mengunjungi dan telah mengunjungi Kaisar *Water Boom* .

---

<sup>41</sup> *Ibid.*, hal. 116.

Dari populasi ada penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Taro Yamane dengan tingkat presisi 10% :

$$n = \frac{N}{Nd^2+1}$$

$$n = \frac{11588}{11588(0.1^2)+1}$$

$$n = \frac{11588}{116.88}$$

$$n = 99,14$$

$$= 99 \text{ responden}$$

Adapun jumlah sampel minimum pada penelitian ini yaitu sebanyak 99 responden.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. Dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen<sup>42</sup>.

#### D. Sumber Data

##### 1. Data primer

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diambil langsung dari sumber data pertama di lokasi survei atau penelitian. Dalam hal ini penelitian ini menjadi data primer melalui penyebaran angket/kuesioner kepada konsumen. Skala

---

<sup>42</sup> Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)* (Bandung : CV. Alfabeta, 2012), hlm. 118.

pengukuran angket yang digunakan dalam survei ini adalah skala ordinal yang meliputi kepuasan pengunjung, harga dan lokasi.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari atau berasal dari pihak ketiga atau dari bahan kepustakaan<sup>43</sup>. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data internal dan data eksternal dari pihak *Kaisar Water Boom*.

## E. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data merupakan alat yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatan penelitian yang dapat secara sistematis dan memudahkan kegiatan tersebut. Metode yang menjadi pilihan peneliti dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan angket/kuesioner untuk mengamati orang-orang yang membutuhkan informasi untuk melengkapi penelitian ini. Adapun instrumen yang digunakan sebagai berikut:

### 1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu cara untuk mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana, wawancara adalah percakapan pribadi antara pewawancara dengan narasumber, di mana pewawancara diselidiki dan bertanya langsung tentang objek yang dirancang sebelumnya.<sup>44</sup> Wawancara yang peneliti lakukan pada masyarakat berkaitan dengan alasan mengunjungi *Kaisar Water Boom*.

---

<sup>43</sup> P. Joko Subagiyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek* (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2002), hlm. 87.

<sup>44</sup>A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 372.

## 2. Angket/ kuesioner

Angket adalah teknik pengumpulan data yang memberikan atau menyebarkan daftar pernyataan kepada responden dengan harapan akan menjawab daftar pertanyaan. Pengukuran kuesioner Skala ordinal merupakan skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian untuk membedakan data, sekaligus mengandung unsur pemeringkatan (*ranking*), derajat (*degree*) atau tingkatan (*level*) melalui penilaian tertentu. Penilaian yang dilakukan dapat mengandung unsur objektivitas maupun subjektivitas atau kombinasi keduanya. Skala interval sangat berguna karena mempunyai tingkatan dalam mengukur tingkat loyalitas, hubungan, kepuasan, motivasi, kualitas produk atau jasa, keberhasilan, nilai tambah dan lainnya. Adapun perumusan skala interval sebagai berikut:

**Tabel III.2**  
**Skala**

<b>Kategori</b>	<b>Bobot nilai</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang setuju (KS)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

**Tabel III.3**  
**Kisi-kisi Angket**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Jumlah</b>	<b>No. Soal</b>
Kepuasan pengunjung (Y)	1. Harapan Pelanggan	8	1,2
	2. Pengalaman Yang Dirasakan		3,4
	3. Minat Berkunjung Kembali		5,6
	4. Kesiediaan Untuk Merekomendasikan		7,8



Harga (X <sub>1</sub> )	1. Keterjangkauan harga	9	1,2
	2. Kesesuaian harga dengan kualitas.		3,4
	3. Daya saing harga		5
	4. Kesesuaian harga dengan manfaat		6,7
Lokasi (X <sub>2</sub> )	1. Strategis	7	1,2
	2. Sarana transportasi yang memadai		3,4
	3. Visibilitas		5,6
	4. Fasilitas pendukung		7

### 3. Dokumentasi

Sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahasa yang berbentuk dokumentasi. Sebagian besar datanya berbentuk surat, catatan harian, laporan maupun foto.<sup>45</sup>

## F. Uji Validitas dan Reliabilitas

### 1. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dinyatakan valid bila pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang sedang diukur oleh kuesioner. Uji validitas membantu Untuk mengetahui apakah ada pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner yang perlu diganti karena dianggap tidak relevan.<sup>46</sup> Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan *Person Product Moment Correlation* pada aplikasi SPSS versi 23.

<sup>45</sup>*Ibid*, hlm. 391.

<sup>46</sup>Husein Umar, *Metode Penelitian Skripsi Dan Tesis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm.

Pengujian ini menggunakan uji dua sisi dengan tingkat signifikansi 0,1. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (uji 2 sisi dengan sig. 0,1) maka instrument atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skala total (dinyatakan valid).
- b. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  (uji 2 sisi dengan sig. 0,1) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skala total (dinyatakan tidak valid).<sup>47</sup>

## 2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk menunjukkan sejauh mana suatu instrument dapat memberikan hasil yang konsisten. Oleh karena itu, uji reliabilitas instrument dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi dari suatu instrumen sebagai alat ukur yang dapat dipercaya. Dasar pengambilan keputusan, yaitu:

- a. Apabila nilai *croanbach alpha*  $>0,6$ , maka variabel dinyatakan reliabel.
- b. Apabila *cronbach alpha*  $<0,6$  maka dikatakan tidak reliabel.<sup>48</sup>

## G. Analisis Data

Analisis data merupakan aplikasi dari logika untuk memahami dan menginterpretasikan data yang telah dikumpulkan mengenai subjek permasalahan teknik analisis yang sesuai ditentukan oleh kebutuhan-kebutuhan informasi manajemen, karakteristik atas desain penelitian sifat-sifat data yang dikumpulkan.

---

<sup>47</sup>Dwi Priyanto, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi, 2014), hlm.18.

<sup>48</sup>Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang : UIN Maliki Press, 2011), hlm. 171

## 1. Uji normalitas

Uji normalitas merupakan uji model regresi. Apakah variabel terikat, variabel bebas, atau keduanya berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan dalam uji normalitas adalah uji *Kolmogorov-Smirnov*. Pengambilan keputusan dari uji normalitas dengan metode uji *Kolmogorov-Smirnov*, kriteria uji adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan  $<0,1$  maka  $H_0$  ditolak dan nilai residual tidak berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikan  $>0,1$  maka  $H_0$  diterima dan nilai residual berdistribusi normal.<sup>49</sup>

## 2. Uji Asumsi Klasik

Dalam menguji hipotesis berdasarkan analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini, asumsi klasik harus dipenuhi agar diperoleh nilai pengujian yang tidak bias dan efisien dari persamaan regresi berganda dengan menggunakan metode kuadrat terkecil.

### a. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas berarti terdapat hubungan linier yang sempurna maupun yang pasti antara variabel-variabel yang terdapat pada model regresi. Adapun cara untuk mengetahui gejala multikolinieritas yaitu dengan melihat *variance inflation factor* (VIF) dan *tolerance*. Dengan membandingkan nilai VIF, yaitu apabila nilai VIF  $>10$  maka tidak terjadi multikolinieritas, dan apabila nilai VIF

---

<sup>49</sup>Dwi Priyanto, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi, 2014), hlm. 69.

<10 maka terjadi multikolinieritas. Dengan membandingkan nilai *tolerance*, yaitu jika nilai *tolerance* >0,1 maka tidak terjadi multikolinieritas, apabila nilai *tolerance* <0,1 maka terjadi multikolinieritas.<sup>50</sup>

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan variabel residual yang berbeda dalam setiap pengamatan di dalam model regresi. Regresi dinyatakan baik jika tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas diuji dengan melihat koefisien korelasi spearman's yaitu mengorelasikan variabel independen dengan residualnya. Pengujian menggunakan tingkat signifikan 0,1 dengan uji 2 sisi. Apabila korelasi antara variabel independen dengan residual didapat signifikan >0,1 maka dapat dikatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.<sup>51</sup>

3. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan apabila kita ingin mengetahui bagaimana variabel dependen dapat diprediksi melalui variabel independen secara individual. Analisis regresi linear berganda ialah persamaan regresi dengan menggunakan dua atau lebih variabel independen. Adapun bentuk dari persamaan regresi linear berganda yaitu:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_e X_e + e$$

---

<sup>50</sup>Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran: disertai dengan contoh hasil penelitian*, (Malang: UIN Maliki Pers, 2011), hlm. 176.

<sup>51</sup>*Ibid.* hlm. 108.

Keterangan:

Y = Variabel Dependen (Kepuasan Pengunjung)

X = Variabel Independen (  $X_1$ = harga,  $X_2$  = Lokasi)

$\beta$  = konstanta

e = tingkat error.<sup>52</sup>

Jadi rumus regresi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$KP = \beta + b_1 H + b_2 L + e$$

Keterangan:

KP = variabel kepuasan pengunjung

$\beta$  = konstanta

$b_1$  = koefisien untuk variabel harga

$b_2$  = koefisien untuk variabel lokasi

P = variabel harga (*price*)

Pl = variabel lokasi (*place*)

e = tingkat error

#### 4. Uji hipotesis

##### a. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui sejauh mana kecocokan ataupun ketepatan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data. Koefisien determinasi mendeskripsikan bagian dari variasi total yang dapat diterangkan oleh model. Pengambilan keputusan koefisien determinasi yaitu: apabila semakin

---

<sup>52</sup> Sofyan Yamin, LienA. Rachmach dan Heri Kurniawan, *Regeresi dan Korelasi dalam Genggaman Anda : Aplikasi Software SPSS, EViews, MINITAB, dan STATGRAPHICS*, (Jakarta : Salemba Empat, 2011), hlm. 29.

besar  $R^2$  (mendekati 1), maka ketepatannya dikatakan semakin baik.

Apabila nilai  $0 \leq R^2 \leq 1$  dapat diartikan sebagai berikut:

- 1)  $R^2 = 0$ , berarti tidak ada hubungan ada antara X dan Y
- 2)  $R^2 = 1$ , berarti ada hubungan antara X dan Y.<sup>53</sup>

b. Uji parsial (uji t)

Uji parsial dengan t-test pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel penjelas secara individual dalam menjelaskan variabel terikat.<sup>54</sup> Uji signifikan yang digunakan ialah besarnya peluang maupun probabilitas untuk memperoleh kesalahan ketika mengambil keputusan. Apabila pengujian ini menggunakan tingkat signifikan 0,1 berarti peluang memperoleh kesalahan maksimal 10%. Adapun dasar pengambilan keputusan konsumen dapat digunakan kriteria pengujian antara lain:

- 1) Jika signifikansi  $t < 0,1$  maka hipotesis teruji yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika signifikansi  $t > 0,1$  maka hipotesis tidak teruji yaitu variabel independen berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen.

c. Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah harga dan lokasi yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara

---

<sup>53</sup>Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 184.

<sup>54</sup>Setiawan dan Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrika* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010), hlm. 64.

bersama-sama terhadap kepuasan pengunjung yang hendak diuji.

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

- 1) Jika signifikansi  $F < 0,1$ , maka hipotesis teruji yang berarti variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika signifikansi  $F > 0,1$ , maka hipotesis tidak teruji yaitu variabel-variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

##### 1. Sejarah Berdiri Kaisar *Water Boom*

Kaisar *Water Boom* adalah taman rekreasi air eksklusif yang terletak di Desa Joring Natobang Kecamatan Padangsidimpuan Angkola Julu Kota Padangsidimpuan. Kaisar *Water Boom* diresmikan pada tanggal 19 Juli 2015. Pada Awal Pendiannya Kaisar *Water Boom* dibangun diatas lahan  $\pm$  1 hektare. Sampai sekarang Kaisar *Water Boom* memiliki luas lahan  $\pm$  6 hektar.

Asal nama Kaisar *Water Boom* adalah nama anak ketiga dari pemilik Kaisar *Water Boom* yaitu Kaisar Siregar. Nama pemilik Kaisar Boom ini adalah AKBP Parluatan Siregar, M.H. Beliau lahir di Desa Joring Natobang tanggal 05 Februari 1966. AKBP Parluatan Siregar, M.H bekerja di Polda Sumatera Utara sebagai Wakil Direktur Pembinaan Masyarakat Polda Sumatera Utara. Nama istrinya yaitu Ny. Sandra Dewi Gelar Namora Pardomuan. Dari pernikahannya dikaruniai tiga orang anak yaitu Gabriella Sari Dewi Siregar, Raja Siregar dan Kaisar Siregar.

Kaisar *Water Boom* terletak di Desa Joring Natobang pada titik kordinat  $1^{\circ}27'10.3''$  Lintang Utara dan  $99^{\circ}15'39.7''$  Lintang Timur yang berbatasan dengan 3 desa yaitu Desa Joring Lombang, Desa Mompang dan Desa Simasom.



Berikut ini adalah harga tiket masuk dan jam operasional Kaisar

*Water Boom* :

**Tabel IV. 1**  
**Harga Tiket Masuk dan Jam Operasional**

Hari	Harga Tiket (Rp)	Jam Operasional (WIB)
Senin – Jumat	25.000	08.00-18.00
Sabtu – Minggu	30.000	08.00-18.00

Sumber : Pihak Pengelola Kaisar *Water Boom*<sup>55</sup>

Harga tiket tersebut sudah termasuk akses keseluruhan destinasi dan area permainan di Kaisar Water Park. Namun, bisa saja pengelola merubah harga tiket saat libur nasional seperti Lebaran, Tahun Baru atau Natal tanpa pemberitahuan di awal.

Jam operasioanl Kaisar *Water Boom* ini tidak pernah berubah, kecuali saat libur nasional seperti Lebaran, Tahun Baru atau Natal. Di hari biasa, gerbang karcis mulai dibuka pukul delapan pagi hingga enam sore.

## **B. Hasil Analisis Data**

Pengujian pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan perhitungan statistik dengan bantuan SPSS (*Statistical Package Social Science*) versi 24. Adapun hasil penelitan dari peneliti sebagai berikut:

### 1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan untuk menguji 7 butir pernyataan untuk variabel kepuasan pengunjung, 7 butir pernyataan untuk variabel

---

<sup>55</sup> Hasil Wawancara Dengan Pak Husein Siregar, Manager Ka isar *Water Boom* (10 Maret 2022 Pukul 15.00 WIB)

harga dan 8 butir pernyataan untuk variabel lokasi. Hasil dari uji validitas untuk variabel kepuasan pengunjung, yaitu:

**Tabel IV.2**  
**Hasil Uji Validitas Variabel kepuasan pengunjung**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,488	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 99$ . Pada taraf signifikan 10% $df = (n-2) = (99-2) = 97$ . Sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1663$ .	Valid
2	0,526		Valid
3	0,573		Valid
4	0,511		Valid
5	0,574		Valid
6	0,636		Valid
7	0,642		Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 24.

Berdasarkan tabel IV.2 untuk variabel kepuasan pengunjung,  $r_{tabel}$  dengan jumlah sampel 99 dengan  $df = n-2$  ( $99-2=97$ ) adalah sebesar 0,1663. Sedangkan  $r_{hitung}$  nya dapat dilihat pada kolom *Pearson Correlation* ( $r_{hitung}$ ), maka dapat dilihat bahwa semua item valid karena masing-masing  $r_{hitung}$  dari masing–masing pernyataan lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka semua item pernyataan pada variabel kepuasan pengunjung valid. Berikut adalah hasil uji validitas untuk variabel harga.

**Tabel IV.3**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Harga**

Penyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,596	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 99$ . Pada taraf signifikan 10% $df = (n-2) = (99-2) = 97$ . Sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1663$ .	Valid
2	0,526		Valid
3	0,571		Valid
4	0,548		Valid
5	0,663		Valid
6	0,548		Valid
7	0,703		Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 24.

Berdasarkan tabel IV.3 untuk variabel harga,  $r_{\text{tabel}}$  dengan jumlah sampel 99 dengan  $df = n-2$  ( $99-2=97$ ) adalah sebesar 0,1663. Sedangkan  $r_{\text{hitung}}$  nya dapat dilihat pada kolom *Pearson Correlation* ( $r_{\text{hitung}}$ ), maka dapat dilihat dari pernyataan 1 sampai 7 dinyatakan valid karena masing-masing  $r_{\text{hitung}}$  dari masing-masing pernyataan lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$  maka semua item pernyataan pada variabel harga valid. Berikut hasil uji validitas untuk variabel lokasi.

**Tabel IV.4**  
**Hasil Uji Validitas Variabel lokasi**

<b>Pernyataan</b>	<b><math>r_{\text{hitung}}</math></b>	<b><math>r_{\text{tabel}}</math></b>	<b>Keterangan</b>
1	0,522	Instrumen valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $n = 99$ . Pada taraf signifikan 10% $df = (n-2) = (99-2)$ $= 97$ . Sehingga diperoleh $r_{\text{tabel}} = 0,1663$ .	Valid
2	0,602		Valid
3	0,400		Valid
4	0,600		Valid
5	0,554		Valid
6	0,647		Valid
7	0,677		Valid
8	0,305		Valid

Sumber: Data Diolah dengan SPSS Versi 24.

Berdasarkan tabel IV.4 untuk variabel lokasi,  $r_{\text{tabel}}$  dengan jumlah sampel 99 dengan  $df = n-2$  ( $99-2=97$ ) adalah sebesar 0,1663. Sedangkan  $r_{\text{hitung}}$  nya dapat dilihat pada kolom *Pearson Correlation* ( $r_{\text{hitung}}$ ), maka dapat dilihat dari pernyataan 1 sampai 8 dinyatakan valid karena masing-masing  $r_{\text{hitung}}$  dari masing-masing pernyataan lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$  maka semua item pernyataan pada variabel lokasi valid.

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

Adapun hasil uji reliabilitas pada penelitian ini yaitu:

**Tabel IV.5**  
**Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pengunjung**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.641	7

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 24.

Berdasarkan hasil tabel IV.5 di atas dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* 0,641. Nilai *Cronbach's Alpha* 0,641 > 0,6, sehingga item pernyataan untuk variabel kepuasan pengunjung dinyatakan reliabel dan dapat diterima. Sedang uji reliabilitas untuk variabel harga sebagai berikut.

**Tabel IV.6**  
**Hasil Uji Reliabilitas Harga**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.693	7

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 24

Hasil uji reliabilitas pada tabel IV.6 di atas dapat dilihat nilai *Cronbach's alpha* 0,693. Nilai *Cronbach's alpha* 0,693 > 0,6, sehingga item pernyataan untuk variabel harga dinyatakan reliabel dan dapat diterima. Sedangkan uji reliabilitas untuk variabel lokasi sebagai berikut.

**Tabel IV.7**  
**Hasil Uji Reliabilitas Lokasi**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.652	8

Sumber: Data Diolah Dengan SPSS Versi 24

Hasil uji reliabilitas pada tabel IV.7 di atas dapat dilihat nilai *Cronbach's alpha* 0,625. Nilai *Cronbach's alpha* 0,625 > 0,6, sehingga variabel lokasi dinyatakan reliabel dan dapat diterima.

### 3. Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel IV.8**  
**Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.19786139
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.080
	Negative	-.055
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.126 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 24

Hasil uji normalitas pada tabel IV.8 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (*Asymp.Sig 2-tailed*) sebesar 0,126. Nilai signifikansi lebih dari 0,1 ( $0,126 > 0,1$ ), maka  $H_0$  diterima yang artinya normalitas terpenuhi. Sehingga data tersebut memenuhi syarat untuk uji parametrik.

### 4. Hasil Uji Asumsi Klasik

#### a. Hasil Uji Multikolinieritas

Berikut adalah hasil uji multikolinieritas pada penelitian ini yaitu:

**Tabel IV.9**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.276	2.874		4.271	.000		
	HARGA	.386	.095	.403	4.066	.000	.814	1.228
	LOKASI	.130	.091	.142	1.433	.155	.814	1.228

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 24

Hasil uji multikolinearitas pada tabel IV.9, dapat diketahui bahwa nilai VIF dari variabel harga adalah 1,228, variabel lokasi adalah 1,228. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai VIF dari variabel harga dan lokasi <10. Nilai *tolerance* untuk variabel harga adalah 0,814, variabel lokasi adalah 0,814. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* dari kedua variabel >0,1. Berdasarkan penilaian tersebut dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas.

b. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini, yaitu:

**Tabel IV.10**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	80.643	27.200		2.965	.004
	HARGA	-1372.914	1166.295	-.207	-1.177	.242
	LOKASI	897.401	839.233	.188	1.069	.288

a. Dependent Variable: ABS

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 24

Hasil uji heteroskedastisitas pada tabel IV.10, dapat diketahui bahwa nilai signifikan dari variabel harga sebesar 0,242 > 0,1, variabel lokasi sebesar 0,288 > 0,1. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada variabel harga dan variabel lokasi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

#### 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Hasil uji regresi dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel IV.11**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.276	2.874		4.271	.000
	HARGA	.386	.095	.403	4.066	.000
	LOKASI	.130	.091	.142	1.433	.155

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 24

Persamaan regresi didapatkan dari hasil perhitungan diatas sebagai berikut:

$$KP = 12,276 + 0,368 H + 0,130 L$$

Penjelasan dari persamaan di atas adalah sebagai berikut.

- a. Nilai Konstanta adalah sebesar 12,276 satuan mempunyai arti jika variabel harga dan lokasi dianggap konstant atau nilainya 0, maka kepuasan pengunjung Kolam Kaisar *Water Boom* sebesar 12,276 satuan.
  - b. Nilai Koefisien regresi harga adalah sebesar 0,386 satuan. Artinya jika harga diasumsikan naik 1 satuan, maka akan meningkat kepuasan pengunjung sebesar 0,386 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara harga dengan kepuasan pengunjung.
  - c. Nilai Koefisien regresi lokasi adalah sebesar 0,130 satuan. Artinya jika lokasi diasumsikan naik 1 satuan, maka akan meningkat kepuasan pengunjung sebesar 0,130 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara lokasi dengan kepuasan pengunjung.
6. Hasil Uji hipotesis
- a. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Adapun hasil dari uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebagai berikut:

**Tabel IV.12**  
**Hasil Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.482 <sup>a</sup>	.232	.216	3.231
a. Predictors: (Constant), LOKASI, HARGA				

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 24



Hasil koefisien determinasi pada tabel IV.12, dapat dilihat bahwa nilai  $r$  sebesar 0,482 artinya korelasi antara variabel harga dan lokasi terhadap kepuasan pengunjung terjadi hubungan yang kuat sebesar 0,482. Nilai  $R Square$  sebesar 0,232 artinya variabel harga dan lokasi mampu menjelaskan variabel dependen atau kepuasan pengunjung sebesar 23,2%. Sedangkan 76,8% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

b. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Adapun hasil analisis regresi sebagai berikut:

**Tabel IV.13**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.276	2.874		4.271	.000
	HARGA	.386	.095	.403	4.066	.000
	LOKASI	.130	.091	.142	1.433	.155

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 24

Hasil uji parsial pada tabel IV.13, dapat dilihat bahwa  $t$  untuk variabel harga adalah 0,000. Maka  $t < 0,1$  atau  $0,00 < 0,1$  maka  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima. Artinya harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung objek wisata *Kaisar Water Boom*.

Sedangkan  $t$  untuk variabel lokasi adalah 0,155. Maka  $t > 0,1$  atau  $0,155 > 0,1$ , maka  $H_{02}$  diterima dan  $H_{a2}$  ditolak. Artinya tidak ada pengaruh lokasi terhadap kepuasan pengunjung objek wisata *Kaisar Water Boom*.

## c. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Adapun hasil uji simultan (uji F) sebagai berikut.

**Tabel IV.14**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	302.730	2	151.365	14.499	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1002.179	96	10.439		
	Total	1304.909	98			
a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG						
b. Predictors: (Constant), LOKASI, HARGA						

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 24

Hasil uji simultan (uji F) pada tabel IV.14, dapat dijelaskan nilai F sebesar 0,000. Maka diperoleh  $F < 0,1$  atau  $0,000 < 0,1$  maka  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima. Artinya harga dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengunjung objek wisata *Kaisar Water Boom*.

### C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul determinan kepuasan pengunjung objek wisata *Kaisar Water Boom*. Data diolah menggunakan bantuan program SPSS versi 24. Berdasarkan hasil analisis, maka pembahasan tentang hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata *Kaisar Water Boom*

Harga adalah jumlah uang yang harus dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan produk dan jasa yang akan beli untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan umumnya dinyatakan dalam

satuan moneter (Rp, dolar, dll.). Harga akan menjadi pertimbangan bagi pengunjung untuk mengunjungi objek wisata, pengunjung akan membandingkan harga dengan fasilitas yang akan diterima apakah sesuai dengan harapan dengan nilai serta jumlah uang yang harus dikeluarkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung objek wisata *Kaisar Water Boom*. Hal ini sesuai dengan teori Nugroho J. Setiadi yang menyatakan bahwa kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh faktor pribadi yaitu keadaan ekonomi. Dimana dalam hal ini harga menjadi pertimbangan pengunjung sesuai dengan keadaan ekonomi pengunjung itu sendiri.<sup>56</sup>

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung.<sup>57</sup> Demikian juga dengan penelitian lain menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Agrowisata Petik Jeruk Sumberono.<sup>58</sup> Demikian juga dengan penelitian lain menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen di Pantai Manggar Segara Sari.<sup>59</sup>

---

<sup>56</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana,2010), hlm.10

<sup>57</sup>Afifudin, *Pengaruh Lokasi, Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Wisata Bahari Lamongan*, Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Diakses Pada Kamis, 10 Maret 2022 Pukul 20.41 WIB.

<sup>58</sup>Indri Farisa, *Pengaruh Daya Tarik, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Agrowisata Petik Jeruk Sumberono)*, Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Untag Surabaya.Diakses Pada Kamis, 10 Maret 2022, pukul 20.55 WIB.

<sup>59</sup>Wahyu Eko Suputro, Dkk, *Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasam Konusmen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pantai Manggar Segara Sari Di Balik Papan)*, jurnal Geo Ekonomi ISSN-Elektronik (e):2503-4790. diakses pada Kamis, 10 Maret 2022 pukul 21.10 WIB

Hal di atas membuktikan bahwa harga menjadi pertimbangan ketika pengunjung hendak mengunjungi sebuah objek wisata harga yang ditetapkan harus sesuai dengan kondisi perekonomian pengunjung dan calon pengunjung, agar dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut.

## 2. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Kaisar *Water Boom*

Lokasi merupakan tempat dimana perusahaan melakukan kegiatan. Tempat yang menarik bagi pelanggan adalah tempat yang menyenangkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Wisata Kaisar *Water Boom*. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori Suryana yang menyatakan bahwa lokasi yang menarik bagi pelanggan adalah tempat yang paling strategis, menyenangkan dan efisien.<sup>60</sup>

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi menjadi pertimbangan masyarakat ketika hendak mengunjungi objek wisata. Masyarakat memperhatikan fasilitas apa saja yang akan didapatkan dari objek wisata yang akan dikunjungi.

---

<sup>60</sup>Suryana, *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), Hlm. 209.

### 3. Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Kaisar *Water Boom*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan lokasi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Kaisar *Water Boom*. Penelitian ini sesuai dengan teori Agus Sucipto yang menyatakan bahwa penentuan lokasi sangat penting karena apabila perusahaan salah dalam menentukan lokasi yang dipilih akan terjadi peningkatan biaya yang harus dikeluarkan<sup>61</sup>. Harga produk yang akan dipasarkan nantinya juga akan sangat tergantung pada lokasi yang dipilih.

Dengan harga yang diberikan sesuai dengan fasilitas yang dapat dinikmati pengunjung, dan lokasi yang akan memberikan dampak yang baik. Hal ini menjadi semakin mempengaruhi pengunjung serta calon pengunjung untuk melakukan kunjungan ke tempat wisata.

#### **D. Keterbatasan Penelitian**

Keseluruhan rangkaian kegiatan dalam penelitian telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metodologi penelitian. Namun, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih memiliki kekurangan dan keterbatasan yang dapat memungkinkan mempengaruhi hasil penelitian. Adapun keterbatasan-keterbatasan yang dihadapi peneliti selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>61</sup>Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis: Analisis Intergratif dan Studi Kasus*, (Malang: Uin Maliki Press, 2010), hlm. 89.

4. Dalam menyebarkan angket (kuesioner) peneliti tidak mengetahui apakah responden mengisi kuesioner dengan jujur dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan yang dapat mempengaruhi validitas data yang diperoleh.
5. Keterbatasan peneliti pada penggunaan variabel yang diteliti yaitu terbatas pada harga dan lokasi. Sedangkan masih banyak variabel lain yang dapat diteliti.

Meskipun demikian, peneliti tetap berusaha agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi hasil penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras, dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh harga dan lokasi terhadap Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Kaisar *Water Boom* dengan metode analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Kaisar *Water Boom* dengan nilai signifikansi  $t < 0,1$  atau  $0,000 < 0,1$ .
2. Lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Wisata Kaisar *Water Boom* dengan nilai signifikansi  $t > 0,1$  atau  $0,115 > 0,1$ .
3. Harga dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Kaisar *Water Boom* dengan nilai signifikansi  $F < 0,1$  atau  $0,000 < 0,1$ .

#### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran-saran yang dapat diberikan peneliti sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Pengelola Kaisar *Water Boom*

Sebagai masukan dan pertimbangan dalam mewujudkan dan meningkatkan kepuasan serta kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan kepuasan pengunjung objek wisata Kaisar *Water Boom*.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai referensi dan menambah wawasan serta sebagai acuan dalam penulisan karya ilmiah selanjutnya tentang determinan kepuasan penganjung Kaisar *Water Boom*.

## 3. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pihak akademis sebagai bahan pengembangan keilmua, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.



## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan*, Jakarta: Kencana, 2014.
- Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016.
- Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis: Analisis Integratif dan Studi Kasus*, Malang: UIN Maliki Press, 2010.
- Ali Hasan, *Marketing*, Jakarta: PT. Buku Kita, 2008.
- Asasuri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2017.
- Departemen Agama Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Semarang : Raja Publishing, 2011.
- Dwi Priyanto, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta: Andi, 2014.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset, 2013.
- Herman Kartajaya & Muhammad Syair Syula, *Marketing Syariah*, Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006.
- Husein Umar, *Metode Penelitian Skripsi Dan Tesis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Kencana, 2012.
- \_\_\_\_\_, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Prenada Media Group, 2010.
- M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*, Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah*, Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang : UIN Maliki Press, 2011.
- \_\_\_\_\_, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran: Disertai dengan Contoh Hasil Penelitian*, Malang: UIN Maliki Pers, 2011.

P. Joko Subagiyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2002.

Rambat dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2007.

Setiawan dan Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrian*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, Bandung : CV. Alfabeta, 2012.

\_\_\_\_\_, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : Alfabeta, 2012.

\_\_\_\_\_, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016.

Sukarno Wibowo, *Ekonomi Mikro Islam*, Bandung: CV Putaka Setia, 2013.

Suryana, *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Jakarta: Salemba Empat, 2013.

Tarigan Azhari Akmal, *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi*, Bandung: Ciptapustaka Media Perintis, 2012.

## **Jurnal**

Afifudin, *Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Wisata Bahari Lamongan*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya, 2016.

Dewi Mariana, Rachmawati Novaria dan Ute Ch Nasution, *Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Air Panas Pacet di Kabupaten Mojokerto*, Jurnal Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2002.

Ikrima Maulida Ikmala, dkk. *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Pengunjung Tempat Wisata Beejay Bakau Resort (BJBR) Kota Probolinggo*. Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis JSMB Vol. 7, 2020.

Indri Farisa, dkk., *Daya Tarik, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Agrowisata Petik Jeruk Sumbersono)*, Jurnal Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Untag Surabaya, 2018.

Indri Farisa, *Pengaruh Daya Tarik, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Agrowisata Petik Jeruk Sumbersono)*, Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Untag Surabaya.

Rizmaulida Triandini dan Lenny Yusrini. *Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung di Panorama Pabangbon Leuwiliang Bogor*. Jurnal EDUTURISMA, Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, 2018.

Sofyan Yamin, LienA. Rachmach dan Heri Kurniawan, *Regeresi dan Korelasi dalam Genggaman Anda : Aplkasi Software SPSS, EViews, MINITAB, dan STATGRAPHICS*, Jakarta : Salemba Empat, 2011.

Stella Alvianna dan Syarif Hidayatullah. *Pengaruh Kualitas, Harga dan Layanan Terhadap Kepuasan Kesetiaan Usia Millenial Berkunjung Ke Tempat Wisata*, Jurnal Media Wisata, Universitas Merdeka, Malang, 2020.

Wahyu Eko Saputro, dkk. *Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pantai Manggar Segara Sari Balikpapan)*. Jurnal Geo Ekonomi ISSN-Elektronik (e): 2503-4790, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Balikpapan, 2020.

Wahyu Eko Suputro, Dkk, *Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasam Konusmen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pantai Manggar Segara Sari Di Balik Papan)*, jurnal Geo Ekonomi ISSN-Elektronik (e):2503-4790.

Yulita dan Mary Tinjung Prihtanti, *Determinan Kepuasan Pengunjung Wisata Pt. Hidroponik Agrofarm Bandungan*. Jurnal Pertanian Agros Vol. 21 No.2. Universitas Kristen Satya Wacana, 2019.

### **Hasil Wawancara**

Hasil Wawancara Dengan Arif Sutanto Nasution (Sabtu, 30 Januari 2021, Pukul 15.30 WIB).

Hasil Wawancara Dengan Beberapa Pihak Pengelola Objek Wisata Air di Kota Padangsidimpuan.

Hasil Wawancara Dengan Pak Husein Siregar, Manager Kaiser *Water Boom* (10 Maret 2022 Pukul 15.00 WIB).

Hasil Wawancara Dengan Safri Azhari Harahap (Sabtu 30 Januari 2021, Pukul 15.30 WIB).

Hasil Wawancara Dengan Saudara Basir Nasution (Sabtu, 30 Januari 2021, Pukul 14.45 WIB).

Hasil Wawancara Dengan Saudara Ros Intan (Sabtu 30 Januari 2021, Pukul 15.15 WIB).

Hasil Wawancara Dengan Saudari Gusnani (Sabtu, 30 Januari 2021, Pukul 14.12 WIB).

Hasil Wawancara Husin Regar, Manager Kaiser *Water Boom* ( Sabtu, 30 Januari 2021 Pukul 14.00 WIB).

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Pribadi

- 1 Nama : Ahmad Darmaji Siregar
- 2 Tempat/ Tgl. Lahir : Joring Lombang/ 20 Januari 1995
- 3 Agama : Islam
- 4 Kewarganegaraan : Indonesia
- 5 Jenis Kelamin : Laki-laki
- 6 Alamat : Desa Joring Lombang Kecamatan  
Padangsidimpuan Angkola Julu Kota  
Padangsidimpuan
- 7 Email : [ujangregar143@gmail.com](mailto:ujangregar143@gmail.com)
- 8 No. Handphone : 0822 6822 4324

### B. Nama Orang Tua

- 1 Nama Ayah : Rajin Siregar
- 2 Pekerjaan : Pegawai Negeri Sipil (PNS)
- 3 Nama Ibu : Almh. Elis Harahap/Juwita Sihombing
- 4 Pekerjaan : Honorer
- 5 Jenis Kelamin : Laki-laki
- 6 Alamat : Desa Joring Lombang Kecamatan  
Padangsidimpuan Angkola Julu Kota  
Padangsidimpuan

### C. Riwayat Pendidikan

- 1 SD : SD Negeri 200412 Padangsidimpuan
- 2 SMP : SMP Negeri 7 Padangsidimpuan
- 3 SMA : SMA Negeri 6 Padangsidimpuan
- 4 Kuliah : Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan

### D. Pengalaman Organisasi

No	Nama Organisasi	Jabatan	Tahun
1	UKK Pramuka IAIN Padangsidimpuan	Sekretaris Dewan Racana Putra	2017-2018
2	UKK Pramuka IAIN Padangsidimpuan	Ketua Dewan Racana Putra	2018-2019

**LAMPIRAN 1**

**SURAT VALIDASI ANGKET**

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.

NIP : 19841130 201801 2 001

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: “Determinan Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Kaisar Water Boom ”.

Yang disusun oleh:

Nama : Ahmad Darmaji Siregar

Nim : 15 402 00232

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

1. ....
2. ....
3. ....

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

**Padangsidempuan,                      Maret 2022**  
**Validator**

**Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.**  
**NIP. 19841130 201801 2 001**

**LAMPIRAN 2**

**LEMBAR VALIDASI  
ANGKET HARGA (X1)**

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/ Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/ Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

No	Indikator	No Soal	V	VR	TV
1	Kerterjangkauan Harga	1,2			
2	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas	3,4			
3	Daya Saing Harga	5			
4	Kesesuaian Harga Dengan Manfaat	6,7			

Catatan:

.....  
.....  
.....  
.....

**Padangsidimpun,                      Maret 2022**  
**Validator**

**Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.**  
**NIP. 19841130 201801 2 001**

**LEMBAR VALIDASI**  
**ANGKET LOKASI (X2)**

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/ Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/ Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

No	Indikator	No Soal	V	VR	TV
1	Strategis	1,2			
2	Sarana transportasi yang memadai	3,4			
3	Visibilitas	5,6			
4	Fasilitas pendukung	7			

Catatan:

.....

.....

.....

.....

**Padangsidempuan,                      Maret 2022**  
**Validator**

**Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.**  
**NIP. 19841130 201801 2 001**



**LEMBAR VALIDASI**  
**ANGKET KEPUASAN PENGUNJUNG (Y)**

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/ Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/ Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

No	Indikator	No Soal	V	VR	TV
1	Harapan Pelanggan	1,2			
2	Pengalaman Yang Dirasakan	3,4			
3	Minat Berkunjung Kembali	5,6			
4	Kesediaan Untuk Merekomendasikan	7,8			

Catatan:

.....  
.....  
.....  
.....

**Padangsidimpuan,            Maret 2022**  
**Validator**

**Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.**  
**NIP. 19841130 201801 2 001**

### LAMPIRAN 3

#### ANGKET (KUSIONER) PENELITIAN

Hal Kusioner Penelitian

Kepada Yth :  
Pengunjung Kaisar Water Boom  
Di tempat

*Assalamu'alaikum, Wr.Wb.*

Dengan Hormat,

Teriring salam dan do'a semoga kita semua tetap dalam lindungan Allah SWT serta selalu sukses dalam menjalankan aktivitas kita, Aamiin.

Dalam rangka melaksanakan penelitian Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (IAIN) Padangsidempuan tentang **“Determinan Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Kaisar Water Boom”** diperlukan data-data dan informasi yang mendukung penelitian, maka dengan ini saya memohon dengan sangat kepada pengunjung Kaisar Water Boom untuk mengisi angket yang telah disediakan.

Demikian atas bantuan dan partisipasi pengunjung Kaisar Water Boom berikan dalam mengisi lembar pertanyaan tersebut saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besanya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Hormat saya,

Ahmad Darmaji Siregar  
NIM. 15 402 00232

### A. Identitas Responden

Nama : .....

Usia : .....

Jenis Kelamin : .....

Pekerjaan : .....

### B. Petunjuk Pengisian

- Berikan *cheklis* (✓) pada setiap jawaban anda.
- Setiap pernyataan berikut ini terdiri atas lima pilihan jawaban, sebagai berikut:
  - SS = Sangat Setuju (5)
  - S = Setuju (4)
  - KS = Kurang Setuju (3)
  - TS = Tidak Setuju (2)
  - STS = Sangat Tidak Setuju (1)

### C. DAFTAR PERTANYAAN

- Variabel Harga ( $X_1$ )

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Harga tiket masuk bervariasi.					
2	Harga tiket masuk sesuai terjangkau bagi masyarakat.					
3	Harga tiket masuk bersaing dengan fasilitas objek wisata lainnya.					
4	Kaisar Water Boom menyediakan berbagai fasilitas					
5	Harga tiket masuk sesuai dengan daya beli pengunjung.					
6	Harga tiket masuk di Kaisar Water Boom lebih mahal.					

7	Harga tiket masuk sesuai dengan manfaat yang saya rasakan.					
8	Harga tiket masuk sesuai dengan fasilitas yang diberikan.					

2. Variabel Lokasi ( $X_2$ )

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Lokasi Kaisar Water Boom dekat dengan pusat kota.					
2	Lokasi Kaisar Water Boom dekat dengan pemukiman masyarakat.					
3	Lokasi menuju Kaisar Water Boom mudah dijangkau					
4	Tersedianya angkutan umum ke Kaisar Water Boom					
5	Kaisar Water Boom dapat dilihat dengan jelas dari kejauhan					
6	Kaisar Water Boom dapat ditemukan dengan mudah.					
7	Adanya penunjuk jalan menuju Lokasi Kaisar Water Boom dekat dengan pusat kota.					

3. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Harga tiket masuk sesuai dengan harapan saya.					
2	Fasilitas Kaisar Water Boom sesuai					

	dengan harapan saya.					
3	Saya lebih suka Kaisar Water Boom dibanding objek wisata lainnya.					
4	Saya puas dengan Kaisar Water Boom					
5	Saya akan melakukan kunjungan secara berulang ke Kaisar Water Boom					
6	Saya akan menjadikan Kaisar Water Boom sebagai pilihan utama.					
7.	Saya bersedia merekomendasikan Kaisar Water Boom kepada orang lain.					
8.	Menceritakan hal-hal positif Kaisar Water Boom kepada orang lain.					

**Padangsidimpuan,    Maret 2022**  
**Responden**

---

## LAMPIRAN 4

### Hasil Pengisian Angket/Kuesioner

#### 1. Variabel Kepuasan pengunjung

No	1	2	3	4	5	6	7	Total
1	5	5	5	4	5	5	4	33
2	4	3	3	4	5	3	5	27
3	5	3	3	4	4	3	3	25
4	3	3	3	3	3	3	1	19
5	5	4	3	4	3	3	4	26
6	5	4	4	4	4	4	4	29
7	5	4	4	3	4	4	4	28
8	3	3	5	4	5	5	4	29
9	4	3	4	4	4	4	4	27
10	5	3	4	4	4	4	4	28
11	5	4	4	4	4	4	4	29
12	4	3	5	5	5	5	5	32
13	1	1	3	3	2	3	3	16
14	5	5	5	5	5	5	5	35
15	5	4	3	3	5	3	5	28
16	3	3	3	5	4	3	5	26
17	3	2	4	3	3	4	4	23
18	5	3	3	3	3	3	2	22
19	5	4	5	5	4	5	5	33
20	4	3	3	4	3	3	4	24
21	5	4	5	3	5	5	5	32
22	5	4	5	3	4	5	3	29
23	3	3	3	3	3	3	1	19
24	4	3	5	4	5	5	4	30
25	5	3	5	4	4	5	2	28
26	5	3	3	4	3	3	4	25
27	4	3	4	2	3	4	3	23
28	5	5	5	5	4	5	5	34
29	4	4	3	3	4	3	3	24
30	4	4	5	4	5	5	4	31
31	2	3	3	3	2	3	3	19
32	4	5	3	5	3	3	3	26
33	3	3	4	4	5	2	3	24
34	3	5	3	4	4	5	4	28

35	3	2	4	3	2	3	2	19
36	5	5	4	5	4	3	4	30
37	4	3	2	4	3	4	3	23
38	3	5	4	3	4	5	4	28
39	5	3	4	2	5	4	3	26
40	3	5	4	4	5	5	4	30
41	4	4	3	4	3	4	3	25
42	3	5	4	4	5	3	4	28
43	5	4	5	4	5	4	3	30
44	3	3	5	4	4	3	3	25
45	4	4	2	4	4	3	3	24
46	4	5	4	5	4	4	5	31
47	3	4	5	4	3	4	3	26
48	3	3	4	4	3	4	3	24
49	5	4	5	4	3	4	3	28
50	3	3	4	5	4	3	4	26
51	3	3	5	5	4	4	3	27
52	3	5	3	4	5	3	4	27
53	4	3	4	3	4	5	4	27
54	4	2	5	4	2	3	4	24
55	3	4	2	5	4	3	2	23
56	5	4	3	5	3	5	3	28
57	3	4	3	2	3	4	2	21
58	4	4	3	3	4	5	3	26
59	5	4	3	4	3	4	3	26
60	5	3	5	4	3	5	4	29
61	4	3	5	4	4	3	3	26
62	3	3	4	3	4	3	4	24
63	5	3	4	3	4	3	4	26
64	3	5	4	5	3	4	5	29
65	2	5	4	5	5	4	5	30
66	4	3	4	3	4	4	4	26
67	5	5	3	4	3	4	3	27
68	5	5	4	5	4	3	2	28
69	3	4	3	2	4	4	5	25
70	4	2	5	5	3	4	3	26
71	3	5	4	5	2	3	4	26
72	3	5	5	5	5	5	5	33
73	4	5	5	4	5	4	5	32

74	3	5	3	3	3	3	3	23
75	4	4	5	5	4	5	4	31
76	3	5	4	3	5	4	2	26
77	4	5	3	4	5	2	4	27
78	5	4	5	4	5	5	5	33
79	4	5	3	4	3	2	3	24
80	3	5	1	2	4	3	4	22
81	4	3	4	2	4	3	4	24
82	5	5	5	5	5	5	5	35
83	4	3	4	5	3	4	5	28
84	3	4	5	4	3	3	3	25
85	2	3	4	5	2	4	2	22
86	4	5	4	4	4	5	3	29
87	3	3	4	3	5	4	4	26
88	5	5	5	5	3	5	5	33
89	3	3	3	4	5	4	2	24
90	4	4	5	3	3	3	3	25
91	5	3	3	2	4	3	4	24
92	2	4	4	4	5	4	2	25
93	4	3	5	3	2	3	3	23
94	1	5	4	5	5	2	4	26
95	3	4	5	4	4	5	3	28
96	3	3	4	3	5	4	4	26
97	4	5	5	4	3	3	3	27
98	5	4	4	5	5	5	3	31
99	3	3	3	5	4	4	4	26

## 2. Variabel harga

No	1	2	3	4	5	6	7	Total
1	5	5	5	4	5	5	4	33
2	2	4	3	3	4	5	4	25
3	3	5	5	3	4	4	3	27
4	4	3	3	3	3	3	1	20
5	5	4	3	4	3	3	5	27
6	5	4	4	4	4	4	4	29
7	5	4	4	3	4	4	4	28
8	3	3	5	4	5	5	4	29
9	4	3	4	4	4	4	4	27
10	5	3	4	4	4	4	4	28



11	5	4	4	4	4	4	4	29
12	4	3	5	5	5	5	5	32
13	1	1	3	3	2	3	2	15
14	5	5	5	5	5	5	5	35
15	5	4	3	3	5	3	3	26
16	3	3	3	5	4	3	4	25
17	4	3	4	3	4	4	3	25
18	5	3	3	3	3	3	1	21
19	5	4	5	5	4	5	5	33
20	4	3	3	4	3	3	4	24
21	5	5	5	3	5	5	3	31
22	5	4	5	3	4	5	3	29
23	3	3	3	3	3	3	1	19
24	4	3	5	4	5	5	4	30
25	5	3	5	4	4	5	3	29
26	5	4	3	4	4	3	4	27
27	4	3	4	2	3	4	4	24
28	5	5	5	4	4	5	4	32
29	4	4	3	3	4	3	4	25
30	4	4	5	4	5	5	4	31
31	2	3	3	3	2	3	2	18
32	4	5	3	3	3	3	3	24
33	4	5	4	5	3	3	4	28
34	5	3	4	5	4	5	5	31
35	4	5	3	4	1	5	3	25
36	4	5	3	4	3	3	4	26
37	5	3	4	4	3	4	5	28
38	4	4	5	5	4	3	3	28
39	3	3	3	4	3	5	4	25
40	4	4	5	3	4	2	5	27
41	4	4	3	5	4	4	5	29
42	5	5	4	3	4	2	4	27
43	5	4	5	5	5	4	4	32
44	4	3	4	5	3	3	5	27
45	3	3	5	3	4	5	4	27
46	4	5	4	5	3	4	5	30
47	5	3	4	5	4	3	4	28
48	3	4	2	5	4	4	4	26

49	3	5	5	4	4	5	5	31
50	5	4	3	3	5	3	4	27
51	4	5	5	4	3	2	4	27
52	3	2	5	4	3	4	5	26
53	2	5	5	4	3	5	4	28
54	4	5	3	4	3	5	4	28
55	5	4	3	4	5	4	5	30
56	3	5	4	2	4	5	3	26
57	3	4	3	4	5	3	4	26
58	4	4	5	5	5	3	4	30
59	4	4	5	5	3	4	5	30
60	4	3	5	3	3	1	3	22
61	5	3	4	5	4	5	5	31
62	3	5	4	3	4	5	3	27
63	4	4	5	5	3	3	4	28
64	3	5	4	4	5	5	4	30
65	4	4	3	4	3	4	3	25
66	3	5	4	4	5	3	4	28
67	5	4	5	4	5	4	3	30
68	3	3	5	4	4	3	3	25
69	4	4	2	4	4	3	3	24
70	4	5	4	5	4	4	5	31
71	3	4	5	4	3	4	3	26
72	3	3	4	4	3	4	3	24
73	5	4	5	4	3	4	3	28
74	3	3	4	5	4	3	4	26
75	3	3	5	5	4	4	3	27
76	3	5	3	4	5	3	4	27
77	4	3	4	3	4	5	4	27
78	4	2	5	4	2	3	4	24
79	3	4	2	5	4	3	2	23
80	5	4	3	5	3	5	3	28
81	3	4	3	2	3	4	2	21
82	5	4	4	3	4	4	4	28
83	3	3	5	4	5	5	4	29
84	4	3	4	4	4	4	4	27
85	5	3	4	4	4	4	4	28
86	5	4	4	4	4	4	4	29

87	4	3	5	5	5	5	5	32
88	1	1	3	3	2	3	3	16
89	5	5	5	5	5	5	5	35
90	5	4	3	3	5	3	5	28
91	3	3	3	5	4	3	5	26
92	3	2	4	3	3	4	4	23
93	5	3	3	3	3	3	2	22
94	5	4	5	5	4	5	5	33
95	4	3	4	4	4	4	4	27
96	5	3	4	4	4	4	4	28
97	5	4	4	4	4	4	4	29
98	4	3	5	5	5	5	5	32
99	1	1	3	3	2	3	2	15

3. Variabel lokasi

No	1	2	3	4	5	6	7	8	Total
1	5	5	5	4	3	4	4	4	34
2	3	3	4	4	3	4	5	3	29
3	3	4	4	4	3	5	3	5	31
4	3	3	4	3	3	2	1	5	24
5	3	5	4	4	4	4	4	3	31
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32
7	4	4	4	3	4	4	4	2	29
8	5	5	5	4	3	5	4	2	33
9	4	4	4	4	5	4	4	4	33
10	4	4	4	4	4	4	3	4	31
11	4	5	4	4	4	5	4	4	34
12	5	5	5	5	5	4	5	3	37
13	3	4	3	3	4	2	3	4	26
14	5	5	5	5	5	5	5	5	40
15	3	5	5	3	4	5	5	3	33
16	3	4	4	5	5	5	5	4	35
17	4	4	5	3	5	4	4	3	32
18	3	3	4	3	1	2	2	2	20
19	5	5	5	5	5	5	5	4	39
20	3	5	5	4	4	4	4	4	33
21	5	4	4	3	4	4	5	5	34
22	5	4	3	3	4	4	4	5	32
23	3	3	4	3	1	2	1	4	21
24	5	5	5	4	3	5	4	5	36

25	5	5	5	4	5	4	2	2	32
26	3	4	5	4	5	5	4	4	34
27	4	3	2	2	3	4	3	5	26
28	5	5	5	4	5	4	5	5	38
29	3	3	4	3	2	3	3	3	24
30	5	5	5	4	3	5	4	4	35
31	3	4	3	3	4	2	3	5	27
32	3	4	5	3	5	3	3	2	28
33	4	5	3	5	4	5	5	4	35
34	3	5	4	5	3	4	5	3	32
35	5	3	4	5	3	4	5	4	33
36	4	3	5	4	5	3	4	3	31
37	4	5	4	5	5	5	4	5	37
38	3	5	4	3	3	4	5	4	31
39	2	5	4	3	2	4	3	4	27
40	4	3	5	4	3	4	5	3	31
41	5	5	5	4	3	4	3	3	32
42	4	5	4	5	3	4	3	4	32
43	3	3	4	3	4	5	3	5	30
44	5	5	4	3	5	2	3	5	32
45	3	4	2	5	4	3	4	5	30
46	1	3	4	5	3	4	5	4	29
47	3	5	4	3	4	3	4	1	27
48	5	3	4	5	4	4	3	3	31
49	4	3	5	4	3	3	4	3	29
50	5	2	4	5	3	4	5	2	30
51	3	3	4	4	3	3	5	5	30
52	5	4	3	2	1	3	3	3	24
53	5	4	3	3	4	4	3	4	30
54	3	4	3	3	3	5	5	3	29
55	4	3	4	3	4	3	4	2	27
56	3	4	3	3	2	5	1	4	25
57	3	4	3	3	4	5	5	5	32
58	5	3	4	3	2	3	4	4	28
59	4	4	3	3	4	5	3	4	30
60	4	5	3	5	4	5	4	3	33
61	3	5	3	5	5	4	4	3	32
62	5	5	3	4	3	4	5	3	32
63	4	5	2	5	4	3	4	3	30

64	5	4	5	3	4	5	3	4	33
65	5	5	4	5	4	3	5	4	35
66	4	5	4	5	4	5	4	5	36
67	4	5	4	3	3	4	4	4	31
68	3	4	5	3	4	3	3	3	28
69	3	4	5	4	3	6	5	4	34
70	4	4	4	4	5	4	5	5	35
71	3	4	3	5	3	4	2	3	27
72	3	3	3	5	4	3	3	5	29
73	3	4	3	4	3	2	3	4	26
74	2	3	4	3	4	3	2	3	24
75	2	3	4	3	3	2	3	4	24
76	5	5	5	5	3	4	5	4	36
77	5	5	5	4	5	4	3	2	33
78	3	4	5	3	4	5	3	4	31
79	4	5	4	4	4	4	4	4	33
80	3	3	3	4	4	3	4	3	27
81	3	2	4	3	5	4	3	2	26
82	3	3	3	3	3	3	3	3	24
83	5	4	3	4	5	4	3	4	32
84	3	4	3	4	3	4	3	4	28
85	4	5	4	5	4	4	4	4	34
86	4	5	4	5	4	5	5	4	36
87	3	4	3	2	3	4	3	3	25
88	3	4	3	4	4	3	3	3	27
89	3	4	5	4	5	4	5	4	34
90	3	3	3	5	5	5	3	4	31
91	5	2	3	4	3	2	3	4	26
92	3	4	5	3	4	2	3	2	26
93	5	3	5	4	3	5	4	3	32
94	3	4	5	2	4	2	3	5	28
95	3	3	4	3	3	3	3	3	25
96	5	5	5	5	5	4	5	4	38
97	5	3	4	3	4	3	4	3	29
98	5	3	4	5	3	4	5	3	32
99	5	4	3	5	4	5	4	2	32





X003	Pearson Correlation	.183	.081	1	.210*	.286**	.337*	.309**	.571**
	Sig. (2-tailed)	.070	.424		.037	.004	.001	.002	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99
X004	Pearson Correlation	.183	.095	.210*	1	.211*	.153	.502**	.548**
	Sig. (2-tailed)	.071	.349	.037		.036	.130	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99
X005	Pearson Correlation	.325*	.299*	.286*	.211*	1	.275*	.375**	.663**
	Sig. (2-tailed)	.001	.003	.004	.036		.006	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99
X006	Pearson Correlation	.104	.158	.337*	.153	.275**	1	.260**	.548**
	Sig. (2-tailed)	.305	.119	.001	.130	.006		.009	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99
X007	Pearson Correlation	.285*	.188	.309*	.502*	.375**	.260*	1	.703**
	Sig. (2-tailed)	.004	.062	.002	.000	.000	.009		.000





X04	Pearson Correlation	.231*	.249*	.024	1	.273**	.333**	.431*	.053	.600**
	Sig. (2-tailed)	.022	.013	.815		.006	.001	.000	.601	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X05	Pearson Correlation	.140	.260**	.176	.273*	1	.208*	.257*	.065	.554**
	Sig. (2-tailed)	.167	.009	.082	.006		.039	.010	.523	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X06	Pearson Correlation	.201*	.350**	.164	.333*	.208*	1	.396*	.108	.647**
	Sig. (2-tailed)	.046	.000	.105	.001	.039		.000	.287	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X07	Pearson Correlation	.250*	.257*	.205*	.431*	.257*	.396**	1	.070	.677**
	Sig. (2-tailed)	.013	.010	.042	.000	.010	.000		.492	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X08	Pearson Correlation	-.008	.113	-.127	.053	.065	.108	.070	1	.305**
	Sig. (2-tailed)	.937	.267	.210	.601	.523	.287	.492		.002
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99
TOTAL	Pearson Correlation	.522**	.602**	.400*	.600*	.554**	.647**	.677*	.305**	1

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).										
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										

## LAMPIRAN 6

### Hasi Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan pengunjung

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.641	7

### Hasi Uji Reliabilitas Variabel harga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.693	7

### Hasi Uji Reliabilitas Variabel *brand image*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.652	8

## LAMPIRAN 7

### Hasil uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.19786139
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.080
	Negative	-.055
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.126 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

**LAMPIRAN 8****Hasil uji multikolinieritas**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.276	2.874		4.271	.000		
	HARGA	.386	.095	.403	4.066	.000	.814	1.228
	LOKASI	.130	.091	.142	1.433	.155	.814	1.228

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

## LAMPIRAN 9

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.796	1.799		2.666	.009
	HARGA	-.118	.059	-.221	-1.993	.049
	LOKASI	.028	.057	.054	.491	.624

a. Dependent Variable: RES2

**LAMPIRAN 10****Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.276	2.874		4.271	.000
	HARGA	.386	.095	.403	4.066	.000
	LOKASI	.130	.091	.142	1.433	.155

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

## Lampiran 11

### Hasil uji hipotesis

#### 1. Hasil Uji koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.482 <sup>a</sup>	.232	.216	3.231
a. Predictors: (Constant), LOKASI, HARGA				

#### 2. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.276	2.874		4.271	.000
	HARGA	.386	.095	.403	4.066	.000
	LOKASI	.130	.091	.142	1.433	.155
a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG						

#### 3. Hasil uji simultan (uji F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	302.730	2	151.365	14.499	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1002.179	96	10.439		
	Total	1304.909	98			
a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG						
b. Predictors: (Constant), LOKASI, HARGA						



LAMPIRAN 12

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

**LAMPIRAN 13**

**DOKUMENTASI**



*Pintu Masuk Kaiser Water Boom*



*Bagian Depan Kaiser Water Boom*



*Lapangan Parkir Kaiser Water Boom*



*Wawancara dengan Pihak Pengelola Kaiser Water Boom*



Pengisian Angket oleh Pengunjung Kaisar Water Boom



Pengisian Angket oleh Pengunjung Kaisar Water Boom



Pengisian Angket oleh Mahasiswa yang telah ke *Kaisar Water Boom*



Pengisian Angket oleh Masyarakat yang telah ke *Kaisar Water Boom*

Fasilitas Kaisar *Water Boom*



Mandi Bola



Biang Lala



Kereta Api Mini



Kora-kora



Seluncuran Air





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 69 /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/01/2021  
Lampiran : -  
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

13 Januari 2021

Yth. Bapak/Ibu;

1. Muhammad Isa : Pembimbing I
2. Rodame Monitorir Napitupulu : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Ahmad Darmaji Siregar  
NIM : 1540200232  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Determinan Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Kaisar Water Boom.

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
  
Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 263 /ln.14/G.1/G.4c/TL.00/01/2021  
Hal : Mohon Izin Pra Riset

23 Januari 2021

**Yth. Pengelola Wisata Kaisar Water Park**


Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama : Ahmad Darmaji Siregar  
NIM : 1540200232  
Semester : XI (Sebelas)  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: "Determinan Kepuasan Pengunjung Wisata Kaisar Water Park".

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Wakil Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
  
Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

**KAISAR WATER BOOM**  
**DESA JORING NATOBANG KEC. PADANGSIDIMPUAN ANGKOLA JULU KOTA**  
**PADANGSIDIMPUAN**  
*Jl. Raya Angkola Julu*      *Kode Pos 22733*

---

Padangsidimpuan, 25 Januari 2021

Nomor : 25 / 01 / 2021  
Sifat : Biasa  
Hal : Izin Pra Riset

Kepada :

Yth. Wakil Dekan Bidang Akademik  
Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan

Dengan hormat,

Berdasarkan surat permohonan bapak Nomor : 263/In14./G.1/G.4c/TL.00/001/2021 tertanggal 23 Januari 2021 Perihal Permohonan Izin Pra Riset.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas kami dari Pengelola Wisata Kaisar Water Boom dengan ini benar telah memberi izin untuk mengadakan Pra Riset kepada :

Nama : **Ahmad Darmaji Siregar**  
NIM : 1540200232  
Semester : XI (Sebelas)  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terimakasih.

Hormat Kami

  
**Husin Siregar**  
Manager



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 635 /In.14/G.1/G.4c/TL.00/03/2022  
Hal : Mohon Izin Riset

09 Maret 2022

**Yth. Pengelola Objek Wisata Kaiser Water Boom**

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama : Ahmad Darmaji Siregar  
NIM : 1540200232  
Semester : XIV (Empat Belas)  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: "Determinan Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Kaiser Water Boom".

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

a.n Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
  
Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

**KAISAR WATER BOOM**  
**DESA JORING NATOBANG KEC. PADANGSIDIMPUAN ANGKOLA JULU KOTA**  
**PADANGSIDIMPUAN**  
*Jl. Raya Angkola Julu* Kode Pos 22733

---

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : **HUSIN SIREGAR**  
Jabatan : Manager

Menerangkan bahwa

Nama : **Ahmad Darmaji Siregar**  
NIM : 1540200232  
Semester : XIV (Empat Belas )  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah selesai melaksanakan riset di Kaisar Water Boom Desa Joring Natobang Kecamatan Padangsidimpuan Angkola Julu Kota Padangsidimpuan pada Tanggal 10 s/d 13 Maret 2022.

Demikian surat ini kami buat atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terimakasih.

Padangsidimpuan, 13 Maret 2022  
Hormat Kami



**Husin Siregar**  
**Manager**