



**PENGARUH FASILITAS DAN HARGA TIKET
TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG *WATER
BOOM* DOFA DESA TANDIHAT
KECAMATAN ULU BARUMUN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**MARLINA SOSANTI PASARIBU
NIM. 18 402 00267**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**



**PENGARUH FASILITAS DAN HARGA TIKET
TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG *WATER
BOOM* DOFA DESA TANDIHAT
KECAMATAN ULU BARUMUN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**MARLINA SOSANTI PASARIBU
NIM. 18 402 00267**

PEMBIMBING I

**Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M.
NIP. 19790720 201101 1 005**

PEMBIMBING II

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

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKHALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **MARLINA SOSANTI PASARIBU**

Lampiran : 6 (Enam Eksemplar)

Padangsidempuan, 24 Oktober 2022

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad

Addary Padangsidempuan

Di-

Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **MARLINA SOSANTI PASARIBU** yang berjudul **"Pengaruh Fasilitas Dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung Water Boom Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun"**. 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 UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary 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.

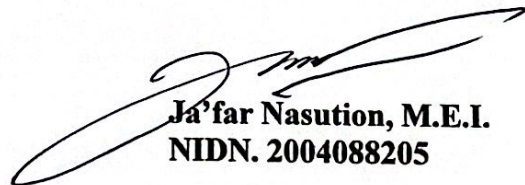
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I



Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M.
NIP. 19790720 201101 1 005

PEMBIMBING II



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

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : MARLINA SOSANTI PASARIBU

NIM : 18 402 00267

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : **Pengaruh Fasilitas Dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumon.**

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 UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary 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 UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 24 Oktober 2022

Saya yang Menyatakan,



MARLINA SOSANTI PASARIBU
NIM. 18 402 00267

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : MARLINA SOSANTI PASARIBU

NIM : 18 402 00267

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Fasilitas Dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumon”**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan 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 : Padangsidimpuan
Pada tanggal : 24 Oktober 2022
Yang menyatakan,



MARLINA SOSANTI PASARIBU
NIM. 18 402 00267



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile (0634) 24022
Website:uinsyahada.ac.id

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : MARLINA SOSANTI PASARIBU
NIM : 18 402 00267
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Fasilitas dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun

Ketua

Dr. Darwis Harahap, S.H.I. M.Si.
NIP. 197808182009011015

Sekretaris

Irdi Aini, M.E.
NIP. 198912252019032010

Anggota

Dr. Darwis Harahap, S.H.I. M.Si.
NIP. 197809182009011015

Irdi Aini, M.E.
NIP. 198912252019032010

Muhammad Isa, M.M.
NIP. 198006052011011003

Aliman Syahuri Zein, M.E.I.
NIDN. 2028048201

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Jumat/ 13 Januari 2023
Pukul : 14.00 WIB – Selesai
Hasil/Nilai : Lulus / 71 (B)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl.H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

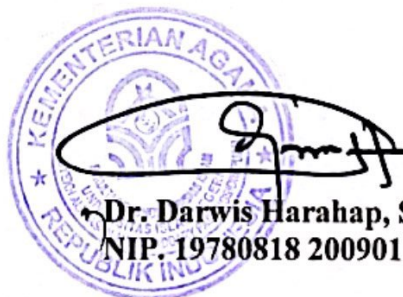
PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PENGARUH FASILITAS DAN HARGA
TIKET TERHADAP KEPUASAN
PENGUNJUNG *WATER BOOM* DOFA DESA
TANDIHAT KECAMATAN ULU
BARUMUN**

Nama : **MARLINA SOSANTI PASARIBU**
Nim : **18 402 00267**
Tanggal Yudisium : **28 Januari 2023**
Indeks Prestasi Kumulatif : **3,71**
Predikat : **Pujian**

Telah Dapat Diterima untuk Memenuhi
Syarat dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidempuan, 28 Januari 2023
Dekan,



Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.?
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : MARLINA SOSANTI PASARIBU
Nim : 18 402 00267
Judul Skripsi : Pengaruh Fasilitas Dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumon

Kepuasan pengunjung yang belum terpenuhi disebabkan adanya ketidaksesuaian harapan seperti mahalnya harga tiket tidak sebanding dengan fasilitas yang diberikan apalagi *Water Boom* bertempat dipedesaan, namun pengunjung *Water Boom* Dofa setiap tahunnya tidak berkurang bahkan justru fluktuasi. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh fasilitas dan harga tiket secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumon. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan harga tiket terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumon.

Pembahasan dalam penelitian ini berkaitan dengan Manajemen Bisnis. Sehubungan dengan itu pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan kepuasan pengunjung, fasilitas dan harga. Kepuasan pengunjung merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipresepsikan produk atau (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan pengunjung. Harga merupakan suatu nilai tukar yang dikeluarkan pembeli untuk mendapatkan barang atau jasa dan dinyatakan dalam satuan moneter.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan membagikan kuesioner. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji statistik deskriptif, uji normalitas, uji asumsi klasik (uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi (R^2), uji parsial (uji t), dan uji simultan (uji F).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti dengan menggunakan program *SPSS versi 26* menunjukkan bahwa terdapat pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumon, dan terdapat pengaruh harga tiket terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumon. Terdapat pengaruh fasilitas dan harga tiket terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumon.

Kata Kunci: Fasilitas, Harga Tiket, Kepuasan Pengunjung

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum WarahmatullahiWabarakatuh

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT karena berkat rahmat, hidayah serta inayahNya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Fasilitas dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung Water Boom Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun”**. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari akhir.

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 penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini yaitu:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan serta 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 UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary 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 UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
4. Bapak Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M, selaku Pembimbing I dan Bapak Ja'far Nasution, M.E.I. selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga menjadi amal yang baik dan mendapat balasan dari Allah SWT.
5. Bapak Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M, selaku validator peneliti yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti.
6. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum , selaku Kepala Perpustakaan dan para pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku yang peneliti butuhkan dalam penyelesaian skripsi ini.

7. Bapak serta Ibu Dosen UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
8. Teristimewa kepada keluarga tercinta Ayahanda Tercinta Zulkifli Pasaribu dan Ibunda Daliana Harahap pahlawanku yang tak pernah lelah bekerja keras, berdoa disetiap waktu, mendidik serta menyemangati untuk keberhasilan dan mencapai cita-cita peneliti. Kepada kakakku tersayang Juli Sefriana Pasaribu, S.Pd, abangku Bustami Ibrahim Muda Pasaribu, S. Kep., Ns., dan kakakku Nur Hasna Pasaribu, S.Sos., yang paling berjasa dalam hidup peneliti. Doa dan usahanya yang tidak mengenal lelah memberikan dukungan dan harapan dalam menyelesaikan skripsi ini. Dan terimakasih juga kepada keluarga lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
9. Kepada tempat pihak pengelola *Water Boom* Dofa yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian di *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumon.
10. Terkhusus sahabat peneliti Hafizul Makruf AM Hasibuan, Ayu Rahmawati Sihombing, Winda Wulandari Gultom, Indah Meilyah , Endang Sri Wahyuni, Mariatun Kibitia, Linda Yuni Ritonga, Winda Wapidah yang selalu memberikan motivasi dan dorongan untuk menyelesaikan karya ini , serta rekan-rekan Manajemen Bisnis (MB-2) dan seluruh mahasiswa/I angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar.

11. Ucapan terimakasih untuk teman-teman KKL, dan magang tahun 2022 yang telah memberikan semangat kepada peneliti.
12. 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.

Disini peneliti mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT , karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Amin Yarabbal Alamiin. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Wassalamu alaikum WarahmatullahiWabarakatuh

Padangsidempuan, Oktober 2022

MARLINA SOSANTI PASARIBU
NIM. 18 402 00267

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi adalah pengalihan tulisan dari satu bahasa ke dalam tulisan bahasa lain. Dalam skripsi ini transliterasi yang dimaksud adalah pengalihan bahasa ‘Arab ke bahasa latin.

Penulisan transliterasi ‘Arab-Latin’ disini menggunakan transliterasi dari keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158 Tahun 1987 dan No. 0543 b/U/1987. Secara garis besar uraiannya adalah:

A. 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	ṭa	ṭ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je(dengan titik di bawah)
ح	ḥa	ḥ	Ha
خ	Kha	Kh	Kadan ha (dengan titik di atas)

د	Dal	D	De
ذ	ḏal	ḏ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	ṣad	ṣ	Es
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di atas)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ع	‘ain	‘.	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge (dengan titik di atas)
ف	Fa	F	Ef (dengan titik di atas)
ق	Qaf	Q	Ki (dengan titik di atas)
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

A. Vokal

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

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	fathāh	A	A
— —	Kasrah	I	I
—و	ḍommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathāhdanya	Ai	a dan i
و و	fathāhdanwau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا...و... و...	fathāh dan alif atau ya	□	a dan garis atas
ي...و...	Kasrah dan ya	-	i dan garis dibawah
و...و...	ḍommah dan wau	□	u dan garis diatas

B. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta marbutah hidup yaitu Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dummah, transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta marbutah mati yaitu 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).

C. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem 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.

D. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah 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.

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

E. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan di awal kata, ia tidak dilambangkan. Karena dalam penulisan Arab berupa Alif.

F. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, mau pun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaiakan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaiakan.

G. 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 capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital 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.

H. Tajwid

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

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL/SAMPIL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM	

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah	9
D. Definisi Operasional.....	10
E. Rumusan Masalah	12
F. Tujuan Penelitian.....	12
G. Manfaat Penelitian.....	13
H. Sistematika Pembahasan.....	14

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori	16
1. Kepuasan Pengunjung.....	16
a. Pengertian Kepuasan Pengunjung.....	16
b. Ciri-Ciri Pengunjung yang Puas	17
c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pengunjung ...	18
d. Indikator Kepuasan Pengunjung	19
e. Pengukuran Kepuasan Pengunjung.....	20
f. Kepuasan Pengunjung dalam Perspektif Islam	21
2. Fasilitas	23
a. Pengertian Fasilitas	23
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Fasilitas	25
c. Indikator Fasilitas.....	26
d. Fasilitas dalam Perspektif Islam	27
3. Harga.....	28
a. Pengertian Harga.....	28

b. Penetapan Harga	29
c. Tujuan Penetapan Harga	30
d. Indikator Harga	31
e. Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam	32
4. Hubungan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung.....	36
5. Hubungan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung.....	38
B. Penelitian Terdahulu	39
C. Kerangka Pikir	44
D. Hipotesis	45

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian	46
B. Jenis Penelitian.....	46
C. Populasi dan Sampel	46
1. Populasi.....	46
2. Sampel.....	47
D. Instrument Pengumpulan Data.....	48
1. Kuesioner Atau Angket.....	49
2. Wawancara.....	50
3. Observasi.....	50
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	51
1. Uji Validitas	51
2. Uji Reliabilitas	51
F. Analisis Data	52
1. Statistik Deskriptif	52
2. Uji Normalitas.....	52
3. Uji Asumsi Klasik.....	53
a. Uji Multikoleniaritas	53
b. Uji Heteroskedastisitas.....	53
4. Uji Regresi Linear Berganda.....	54
5. Uji Hipotesis	55
a. Koefisien Determinasi	55
b. Uji Parsial (Uji t).....	55
c. Uji Simultan (Uji F).....	56

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	57
1. Sejarah Singkat <i>Water Boom</i> Dofa	57
2. Struktur Organisasi	58
B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	59
1. Uji Validitas	59
2. Uji Reliabilitas	61
C. Hasil Analisis Data	63
1. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	63
2. Hasil Uji Normalitas	64

3. Uji Asumsi Klasik.....	64
a. Uji Multikolinearitas.....	64
b. Uji Heteroskedastisitas.....	65
4. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	67
5. Hasil Uji Hipotesis.....	68
a. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	68
b. Uji signifikan Parsial (t).....	69
c. Uji Signifikan Simultan (F)	70
D. Pembahasan Hasil Penelitian	71
E. Keterbatasan Penelitian.....	76

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	78
B. Saran	78

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Data Jumlah Pengunjung <i>Water Boom</i> Dofa	2
Tabel I.2 Definisi Operasional Variabel	10
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu	39
Tabel III.1 Indikator Skor	49
Tabel III.2 Kisi-Kisi Kuesioner	49
Tabel IV.1 Harga Tiket Masuk dan Jam Operasional	58
Tabel IV.2 Uji Validitas Kepuasan Pengunjung (Y)	60
Tabel IV.3 Uji Validitas Fasilitas (X ₁)	60
Tabel IV.4 Uji Validitas Harga Tiket (X ₂)	61
Tabel IV.5 Uji Reliabilitas Kepuasan Pengunjung (Y)	61
Tabel IV.6 Uji Reliabilitas Fasilitas (X ₁)	62
Tabel IV.7 Uji Reliabilitas Harga Tiket (X ₂)	62
Tabel IV.8 Uji Statistik Deskriptif	63
Tabel IV.9 Uji Normalitas	64
Tabel IV.10 Uji Multikolinearitas	65
Tabel IV.11 Uji Heteroskedastisitas	66
Tabel IV.12 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	67
Tabel IV.13 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	68
Tabel IV.14 Uji Parsial (Uji t)	69
Tabel IV.15 Uji Simultan (Uji F)	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pikir	45
Gambar IV.1 Struktur Organisasi	59

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Daftar Riwayat Hidup**
- Lampiran 2 : Surat Pernyataan Pembimbing Skripsi**
- Lampiran 3 : Surat Permohonan Izin Riset**
- Lampiran 4 : Surat Balasan Izin Riset**
- Lampiran 5 : Validasi Angket Penelitian**
- Lampiran 6 : Kuesioner Penelitian**
- Lampiran 7 : Dokumentasi Penyebaran Angket Penelitian**
- Lampiran 8 : Surat Keterangan Selesai Penelitian**
- Lampiran 9 : Data Angket**
- Lampiran 10 : Hasil Olahan Data Penelitian**
- Lampiran 11 : Tabel r, Titik Persentase Distribusi t, Titik Persentase Distribusi F**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kepuasan merupakan penilaian atau ciri keistimewaan produk atau jasa, yang menyediakan tingkat kesenangan pelanggan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan pelanggan.¹ Kepuasan pengunjung adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima. Kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan terhadap persepsi pengalaman (dirasakan/diterima).²

Menciptakan kepuasan pengunjung dilakukan dengan cara memberikan harapan kepada pengunjung sebagai salah satu untuk upaya meningkatkan kunjungan pengunjung. Harapan dan kepuasan dua hal yang tidak dapat dipisahkan untuk mengevaluasi fasilitas dan sarana serta pelayanan suatu objek wisata.

Kepuasan disebut jika terpenuhi harapan pengunjung terhadap sarana, fasilitas objek wisata. Sebaliknya kepuasan tidak terpenuhi jika tidak sesuai dengan harapan pengunjung. Menjaga kepuasan pengunjung juga sangat penting untuk menjaga keberlangsungan suatu objek wisata tersebut.³

¹ Inggang Perwangsa Nuralam, *Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen dalam Pemasaran Perbankan Syariah* (Malang: UB Press, 2017), hlm. 58.

² Didin Fatihuddin and Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2019), hlm. 210.

³ Ratu Maesaroh, *Dampak Citra Destinasi Kualitas Pelayanan dan Harapan Wistawan* (Indonesia: Guepedia, 2019), hlm. 13.

Water Boom Dofa salah satu tempat rekreasi yang menawarkan rekreasi liburan, tempat pemandian kolam dengan design modern yang berada di Tandihat Kecamatan Ulu Barumun Kabupaten Padang Lawas, Lokasi ini diyakini sebagai salah satu tujuan utama tempat wisata dan tempat bermain air yang bisa dinikmati oleh semua kalangan mulai dari anak-anak, kalangan dewasa maupun yang sudah berkeluarga. Konsep modern wisata ini memiliki fasilitas utama seperti kolam renang dengan luncuran air. Seluncuran pada satu kolam dari tiga kolam yang ada juga bervariasi ada untuk anak-anak dan juga untuk dewasa. Dan disediakan juga fasilitas penunjang seperti musholla (tempat ibadah), hiburan musik umum, tempat makan dan locker (tempat penyimpanan barang dan pakaian pengunjung).

Tabel I. 1
Data jumlah pengunjung *Water Boom* Dofa
Tahun 2018-2021

No	Tahun	Jumlah Pengunjung
1	2018	20.345
2	2019	22.125
3	2020	13.248
4	2021	18.498
Jumlah		74.216

Sumber : Hikmah Kasir Water Boom Dofa

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa pada tahun 2018 jumlah pengunjung sebanyak 20.345, pada tahun 2019 jumlah pengunjung mengalami peningkatan dengan jumlah 22.125, pada tahun 2020 mengalami penurunan dengan jumlah pengunjung 13.248 yang cukup drastis diakibatkan dampak *Covid-19*, pada tahun 2021 jumlah pengunjung

mengalami peningkatan kembali dengan jumlah 18.498 pengunjung. Hal ini terlihat jumlah pengunjung dari tahun 2018-2021 masih fluktuatif.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti, pada saat akhir pekan dan hari-hari libur nasional *Water Boom* Dofa di padati pengunjung akan tetapi peneliti menemukan masalah yang berhubungan dengan kepuasan pengunjung pada *Water Boom* Dofa bahwa sebagian pengunjung masih merasa kurang puas dengan apa yang diberikan oleh pihak *Water Boom* Dofa disebabkan adanya ketidaksesuaian harapan seperti mahalnya harga tiket tidak sebanding dengan fasilitas yang disediakan oleh *Water Boom* Dofa sehingga sebagian pengunjung masih mempertimbangkan ketika ingin berkunjung kembali. Apalagi tempat *Water Boom* Dofa ini bertempat dipedesaan.

Kepuasan menjadi salah satu tujuan penting bagi suatu perusahaan juga menjadi salah satu tolak ukur untuk keberhasilan suatu perusahaan. Kepuasan memegang peranan yang sangat penting untuk menjamin kelangsungan hidup suatu usaha terutama perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Terciptanya kepuasan pengunjung dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan para pengunjung menjadi harmonis dan memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas-loyalitas pengunjung serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan bagi perusahaan.

Adapun beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung diantaranya adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan kemudahan. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada *Water Boom Dofa*, bahwa salah satu faktor yang berpengaruh dalam mencapai tingkat kepuasan pengunjung adalah fasilitas dan harga tiket.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa orang yang pernah berkunjung ke *Water Boom Dofa*. Hasil wawancara peneliti dengan Fadhilah Mutmainnah mengatakan bahwa:

Dia masih kurang puas karena ketidaksesuaian dengan apa yang diharapkannya sehingga dia merasa kecewa karena apa yang dia harapkan kurang sesuai, misalnya saja musholla yang ada di *Water Boom Dofa* terlalu terbuka sehingga ketika dia melaksanakan sholat dia merasa kurang nyaman, dan pondok tempat makan pengunjung posisinya terlalu dekat dengan toilet sehingga kurang nyaman dan kurang selera makan akibat ada aroma bau dari aliran toilet tersebut, hal tersebut akan mempengaruhi kepuasannya sehingga dia kurang merekomendasikan *Water Boom* ini kepada teman maupun keluarganya.⁴

Wawancara dengan Doar Hasibuan mengatakan bahwa:

Dia merasa puas berkunjung ke *Water Boom Dofa* tidak ada keluhan sehingga dia tidak merasa kecewa dengan apa yang diharapkannya dan dia sangat merekomendasikan *Water Boom Dofa* keteman- temannya untuk berkunjung.⁵

Wawancara dengan Nur Kholilah mengatakan bahwa:

Dia kurang puas, karena tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, sehingga membuatnya mempertimbangkan untuk berkunjung kembali. Ketidaksesuaian yang dia rasakan terhadap harga tiket yang relatif mahal apalagi *Water Boom* tersebut bertempat

⁴ Hasil Wawancara dengan Fadhilah Mutmainnah, Orang yang pernah berkunjung ke *Water Boom Dofa* Pada Tanggal 11 April 2022 Pukul 19.53 Wib.

⁵ Hasil Wawancara dengan Doar Hasibuan, orang yang pernah berkunjung ke *Water Boom Dofa*, Pada Tanggal 11 April 2022 Pukul 10.41 Wib.

dipedasaan, kolam yang kurang luas dan juga karyawan *Water Boom Dofa* masih kurang memperhatikan kebersihan misalnya dalam kamar mandi tissue masih berserakan. Tetapi *Water Boom Dofa* ini cukup direkomendasikan untuk keluarga.⁶

Berdasarkan hasil wawancara di atas dengan beberapa pengunjung terdapat sebagian pengunjung yang masih merasa tidak puas, terlihat bahwa kepuasan pengunjung pada *Water Boom Dofa* juga ada hubungannya dengan faktor fasilitas dan harga tiket. Pengunjung merasa bahwa fasilitas yang ada di *Water Boom Dofa* masih ada yang kurang memadai atau belum sepenuhnya memadai dan juga harga tiket yang ditetapkan *Water Boom Dofa* cukup relatif mahal yang berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Untuk mencapai kepuasan pengunjung maka perusahaan harus bekerja keras untuk menarik minat pengunjung dan berusaha mempertahankan pengunjung mengingat semakin ketatnya persaingan diantara penyedia jasa. Untuk mewujudkan kepuasan pengunjung, pihak *Water Boom* harus memberikan fasilitas yang baik dan harga yang terjangkau.

Fasilitas adalah berbagai sarana yang dapat dimanfaatkan dan memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi para wisatawan selama mereka melakukan perjalanan wisata di suatu daerah tujuan wisata.⁷ Fasilitas merupakan faktor penunjang utama dalam suatu kegiatan. Perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan design fasilitas yang menarik akan mempengaruhi pengunjung untuk datang

⁶ Hasil Wawancara dengan Nur Kholilah, Orang yang pernah berkunjung ke *Water Boom Dofa* Pada Tanggal 16 April 2022 Pukul 15.36 Wib.

⁷ Irfan Dwidya Prijambada, *Pengembangan Pariwisata Berbasis Ekonomi Digital Di Daerah Tertinggal* (Yogyakarta: Kementerian Desa DPT dan Transmigrasi, 2019), hlm. 48.

berkunjung. Fasilitas utama merupakan sarana yang sangat dibutuhkan dan dirasakan sangat perlu selama pengunjung berada di objek wisata. Sedangkan fasilitas penunjang merupakan sarana yang bersifat sebagai pelengkap utama sehingga pengunjung terpenuhi apapun kebutuhan selama mengunjungi.

Fasilitas yang sesuai dengan harapan atau keinginan pengunjung tentunya merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung. Pada dasarnya fasilitas dalam perusahaan jasa merupakan faktor yang menentukan pilihan-pilihan orang untuk berkunjung ke tempat wisata. Untuk mewujudkan kepuasan pengunjung perusahaan harus memberikan fasilitas yang baik, karena fasilitas juga merupakan salah satu penunjang bisnis, dimana dengan adanya fasilitas dapat membuat pelanggan merasa nyaman apabila fasilitas yang disediakan sesuai kebutuhan maka pengunjung akan merasa puas.

Harga merupakan unsur paling penting dalam sebuah perusahaan, dimana dengan adanya harga maka perusahaan akan mendapatkan manfaat bagi keberlangsungan perusahaan. Harga juga merupakan alat yang dijadikan sebagai proses pertukaran terhadap suatu barang atau jasa. Harga semata-mata tergantung pada kebijakan perusahaan tetapi tentu saja dengan mempeertimbangkan berbagai hal. Murah atau mahal nya suatu jasa yang digunakan sangat relative sifatnya. Perusahaan harus selalu memonitor harga yang ditetapkan oleh para pesaing, agar harga yang ditentukan oleh perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi atau sebaliknya.

Harga yang ditetapkan *Water Boom Dofa* untuk hari Sabtu, Minggu dan hari libur nasional sebesar Rp 25.000 sedangkan hari senin sampai jumat sebesar Rp 20.000. Dapat kita ketahui bahwa penetapan harga merupakan salah satu acuan keberhasilan dalam pengelola *Water Boom Dofa*.

Penetapan harga yang dilakukan oleh pengelola *Water Boom Dofa* juga menjadi salah satu acuan keberhasilan dalam memberikan rasa puas kepada pengunjung dan juga salah satu faktor bagi para pengunjung untuk datang kembali ke tempat tersebut. Penentuan harga juga salah satu hal yang begitu penting untuk diperhatikan mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Harga yang terlalu mahal akan meningkatkan laba jangka pendek dan juga akan sulit dijangkau oleh pelanggan.

Beberapa bukti empiris terkait kepuasan pengunjung menunjukkan hasil penelitian yang berbeda-beda. Menurut Rezeki Teguh Sulistiyana, dkk dalam penelitiannya menyatakan bahwa “Fasilitas wisata dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan variabel harga mempunyai pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan variabel lainnya”.⁸ Sedangkan menurut Andi Muhammad Irfan dalam penelitiannya menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan, fasilitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan

⁸ Rezeki Teguh Sulistiyana, “Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Museum Satwa),” dalam *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 25, No. 1 (2015): hlm. 7.

sedangkan variabel harga tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap kepuasan pelanggan”.⁹

Pada penelitian Oniansyah, dkk dalam penelitiannya menyatakan bahwa “Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian Unit Seketeng”.¹⁰ Pada penelitian Rosita, dkk dalam penelitiannya menyatakan bahwa “Fasilitas wisata dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengunjung TMR”.¹¹

Pada penelitian Nofitasari, dkk dalam penelitiannya menyatakan bahwa “Fasilitas, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen”.¹² Pada penelitian Endang dan Laily Nur Cholida menyatakan bahwa “Fasilitas dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang di terminal Rajekwesi Bojonegoro”.¹³

Dari beberapa penjelasan di atas, menunjukkan adanya hasil penelitian yang tidak konsisten dan berbeda-beda, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan maksud untuk mengembangkan studi dari penelitian sebelumnya. Adapun judul yang

⁹ Andi Muhammad Irfan, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan,” *dalam Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 9, No. 2 (2018): hlm. 96.

¹⁰ Oniansyah, dkk, “Analisis Pengaruh Kualitas dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian (Studi Kasus Pada PT. Pegadaian Unit Seketeng, Kecamatan Sumbawa),” *dalam Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 2, No. 2 (2019): hlm. 25.

¹¹ Rosita, “Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta,” *dalam Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, Vol. 13 (2016): hlm. 71.

¹² Nofitasari, “Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Nggone Koncoku Coffe House di Surakarta,” *dalam Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol. 16, No. 2 (2016): hlm. 259.

¹³ Endang and Laily Nur Cholida, “Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang di Terminal Rajekwesi Bojonegoro,” *dalam Jurnal Teknik*, Vol. 9, No. 2 (2017): hlm. 915.

diangkat dalam penelitian ini berjudul “**PENGARUH FASILITAS DAN HARGA TIKET TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG *WATER BOOM DOFA DESA TANDIHAT KECAMATAN ULU BARUMUN***”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang peneliti uraikan diatas, maka peneliti menyimpulkan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kurangnya kepuasan pengunjung diakibatkan harga tiket tidak sebanding dengan fasilitas.
2. Fasilitas yang belum sepenuhnya memadai.
3. Belum terpenuhinya harapan pengunjung untuk mendapat kenyamanan ketika berkunjung ke *Water Boom Dofa*.
4. Sebagian pengunjung merasa harga tiket cukup mahal sehingga pengunjung mempertimbangkan ketika ingin berkunjung kembali.
5. Adanya ketidaksesuaian dengan hasil penelitian-penelitian yang sebelumnya.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi yang telah diuraikan diatas, peneliti membatasi masalah agar tidak meluas dan lebih terarah kepada masalah yang diteliti. Batasan masalah pada penelitian ini adalah tentang pengaruh fasilitas dan harga tiket terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom Dofa* Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah definisi terhadap variabel berdasarkan konsep teori namun bersifat operasional agar variabel tersebut dapat di ukur atau bahkan dapat di uji baik oleh peneliti maupun peneliti lain.¹⁴ Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat. Adapun definisi operasional variabel pada penelitian ini adalah:

Tabel I. 2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel	Skala
Fasilitas (X ₁)	Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. ¹⁵ Adapun fasilitas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sarana penunjang yang menciptakan rasa menyenangkan yang disertai dengan kemudahan dan pemenuhan kebutuhan	1. Kelengkapan, kebersihan dan kerapihan fasilitas 2. Kondisi dan fungsi fasilitas 3. Kemudahan penggunaan fasilitas ¹⁶	Ordinal

¹⁴ Ketut Swarjana, *Metodologi Penelitian Kesehatan* (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), hlm. 49.

¹⁵ Lira Netriad, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Pada Puskesmas Tarusan Kabupaten Pesisir Selatan," *dalam Jurnal Martua*, Vol. 3, No. 1 (2021): hlm. 96.

¹⁶ Ronald P. C. Fanggidae and Maria Leliana R. Bere, "Pengukuran Tingkat Kepuasan Wisatawan Terhadap Fasilitas Wisata di Pantai Lasiana," *dalam Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas*, Vol. 4, No. 1 (2020): hlm. 55.

	pengunjung <i>Water Boom</i> Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumon.		
Harga Tiket (X ₂)	Harga merupakan kesesuaian antara sejumlah uang yang dikeluarkan konsumen dengan manfaat yang didapat untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari jasa pelayanan yang diberikan. ¹⁷ Adapun harga dalam penelitian ini adalah faktor penentu permintaan pasar pada suatu jasa <i>Water Boom</i> Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumon.	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas 3. Daya saing harga¹⁸	Ordinal
Kepuasan Pengunjung (Y)	Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang diprespsikan produk atau (hasil) terhadap ekspektasi mereka. ¹⁹ Jadi yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah kepuasan pengunjung dalam fasilitas dan harga tiket yang diberikan kepada pengunjung	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan untuk merekomendasikan²⁰	Ordinal

¹⁷ Nofitasari, dkk, "Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Nggone Koncoku Coffe House Di Surakarta," hlm. 256.

¹⁸ Ade Yusuf, *Manajemen Pemasaran* (Universitas Pamulang: Insan Cendikia Mandiri, 2022), hlm. 39.

¹⁹ Muhammad Busro, *Teori- Teori Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), hlm. 106.

²⁰ Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hlm. 92.

	<i>Water Boom</i> Dofa di Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun.		
--	---	--	--

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun ?
2. Apakah harga tiket berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun ?
3. Apakah fasilitas dan harga tiket berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun ?

F. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pemaparan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga tiket terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan harga tiket terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun.

G. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan bahan referensi untuk penelitian dan menambah wawasan, serta mampu meningkatkan pengetahuan lebih jauh mengenai fasilitas dan harga tiket serta pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung. Dan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan dalam meraih gelar akademik sarjana ekonomi (SE).

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya dan diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi pembaca, terutama yang berkaitan dengan penelitian ini.

3. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan atau pertimbangan sebagai referensi kepustakaan dalam memberikan kontribusi positif bagi kemajuan dan pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu manajemen.

4. Bagi Perusahaan

Melalui penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan yang bermanfaat bagi perkembangan perusahaan kedepannya.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini dibuat untuk memudahkan penulis dalam menyusun skripsi ini dan agar mudah dipahami oleh pembaca. Adapun sistematika pembahasan ini adalah:

Bab I Pendahuluan Pada bagian pendahuluan di dalamnya berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

Bab II Landasan Teori Pada bagian landasan teori di dalamnya berisi tentang kerangka teori yang menjelaskan uraian-uraian tentang teori dari masing-masing variabel dari berbagai referensi yang berbeda mengenai kepuasan pengunjung, fasilitas, harga, kemudian penelitian ini diperkuat diperkuat dengan penelitian terdahulu, kerangka pikir dan hipotesis yang dikemukakan peneliti.

Bab III Metode Penelitian Pada bagian metodologi penelitian di dalamnya memuat lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas serta analisis data yang dikemukakan peneliti.

Bab IV Hasil penelitian dan pembahasan yang berisi tentang gambaran umum objek penelitian kemudian menjelaskan tentang analisis penelitian berisikan hasil data yang di olah berkaitan dengan teknik pengelolaan dan analisis data.

Bab V Penutup yang terdiri dari kesimpulan dari hasil peneliti yang telah dilakukan dan saran yang merupakan akhir uraian yang telah dikemukakan di atas.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Kepuasan Pengunjung

a. Pengertian Kepuasan Pengunjung

Kepuasan pengunjung sangat penting bagi setiap industri wisata yang benar-benar menerapkan manajemen pemasaran. Karena pengunjung yang kepuasannya terpenuhi akan melakukan tindakan-tindakan yang cenderung menguntungkan destinasi. Kepuasan diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan pengunjung terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima pengunjung. Pengunjung adalah orang-orang yang datang ke suatu kawasan atau tempat rekreasi dengan maksud dan tujuan tertentu atau untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa.¹

Kepuasan pengunjung merupakan perasaan seseorang terhadap kinerja dari suatu produk yang dirasakan dan diharapkannya.² Memuaskan kebutuhan pengunjung adalah keinginan setiap perusahaan, selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pengunjung dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan.

¹ E.K.S Harini Muntasib, dkk, *Rekreasi Alam dan Ekowisata* (Bogor: IPB Press, 2014), hlm. 65.

² Meithiana Indrasari, hlm. 84.

Pengunjung yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa, hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang.

Kepuasan pengunjung merupakan salah satu yang menjadi peranan penting dalam dunia bisnis, dimana tonggak utama dalam keberhasilan suatu perusahaan adalah kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan harus jeli dalam pemenuhan kepuasan mengetahui bahwa kebutuhan dan keinginan pengunjung yang setiap saat berubah.³ Kepuasan pengunjung merupakan perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja/harapan. Kepuasan atau ketidakpuasan pengunjung merupakan sikap pengunjung terhadap suatu produk atau jasa sebagai hasil dari evaluasi konsumen setelah menggunakan sebuah produk atau jasa.

b. Ciri-Ciri Pengunjung yang Puas

Kotler menyatakan ciri-ciri pengunjung yang merasa puas sebagai berikut:⁴

- 1) Loyal terhadap produk atau jasa, yaitu membeli ulang dari produsen yang sama.
- 2) Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif, yaitu merekomendasi kepada calon pengunjung lain mengatakan

³ Fuadi, dkk, *Ekonomi Syariah* (Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm. 68.

⁴ Ali Rusdi Bedong, dkk, *Menyikapi Pemilu Berkeadilan* (Soreang Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2019), hlm. 199.

hal-hal yang baik mengenai produk atau jasa perusahaan tersebut.

- 3) Perusahaan menjadi pertimbangan utama, yaitu ketika memilih perusahaan lain, perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan utama.

c. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pengunjung

Menurut Irawan, terdapat lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu: ⁵

1) Kualitas Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2) Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan di bidang jasa akan membuat pelanggan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang mereka harapkan. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk membeli produk atau jasa yang sama.

3) Emosional

Pengunjung merasakan bangga dan mendapatkan keyakinan

⁵ Candrianto, *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar* (Malang: Literasi Nusantara, 2021), hlm. 50-51.

bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

4) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen. Elemen ini mempengaruhi konsumen dari segi biaya yang dikeluarkan, biasanya semakin mahal harga suatu produk atau jasa, maka pelanggan atau konsumen memiliki nilai ekspektasi yang lebih tinggi.

5) Kemudahan

Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Dari beberapa faktor kepuasan pengunjung, peneliti mengambil dua faktor yang menjadi masalah di *Water Boom Dofa* yaitu fasilitas dan harga. Pada faktor fasilitas ini merujuk pada kualitas produk yang diberikan pemilik jasa pariwisata.

d. Indikator Kepuasan Pengunjung

Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjipjono atribut pembentuk kepuasan terdiri dari:⁶

1) Kesesuaian Harapan

Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara

⁶ Minto Waluyo, *Manajemen Psikologi Industri* (Malang: CV Iliterasi Nusantara Abadi, 2019), hlm. 232.

kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang diraskan oleh pelanggan.

2) Minat Berkunjung Kembali

Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.

3) Kesediaan merekomendasikan

Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah diraskannya kepada teman atau keluarga.

e. Pengukuran Kepuasan Pengunjung

Pengukuran kepuasan pelanggan pada akhirnya menjadi suatu kebutuhan dalam perusahaan karena seperti diungkapkan sebelumnya bahwa tujuan didirikanya suatu perusahaan adalah untuk memberikan yang terbaik bagi pelanggan.⁷

Secara metodologis, teknik pengukuran kepuasan pelanggan terdiri atas tiga macam:⁸

- 1) Studi complain atau keluhan pelanggan yang disampaikan lewat kartu saran, media sosial, email dan seterusnya. Studi complain juga bisa dilakukan dengan mengamati surat pembaca di media massa dan media sosial.
- 2) *Ghost Shopping*, yaitu menggunakan peneliti yang bertindak sebagaimana konsumen biasa tanpa menyebutkan identitas dan

⁷ Ujang Sumarwan, *Riset Pemasaran dan Konsumen* (Bogor: IPB Press, 2011), hlm. 147.

⁸ Fandy Tjiptono and Anastasya Diana, *Kepuasan Pelanggan, Konsep Pengukuran, dan Strategi* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2019), hlm. 131-133.

maksud sebagai pelanggan, seorang *Ghost shopper* akan berinteraksi dengan staf perusahaan yang diteliti seperti layaknya pelanggan biasa.

- 3) Survei kepuasan pelanggan, baik lewat tatap muka langsung, melalui telepon email ataupun cara lain. Melalui survei ini perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik langsung dari pelanggan.

f. Kepuasan Pengunjung dalam Prespektif Islam

Islam mengajarkan umatnya untuk saling tolong menolong dalam hal kebaikan antara satu dengan yang lainnya, begitu juga dalam hal muamalah. Muslim harus qona'ah mengenai hal-hal yang sudah didapatkan dan tidak diperbolehkan menggunakan prinsip yang tidak syar'i dengan alasan ingin mendapatkan harta lebih banyak walaupun untuk menghidupi keluarga.

Sebuah transaksi ekonomi pasti tak terlepas dari penjualan dan pembelian yang mana hal ini digambarkan dalam bentuk kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa yang diperoleh dari penjualan. Dalam kepuasan pelanggan interaksi antara penjual dan pembeli (hubungan baik manusia), Allah berfirman dalam Qur'an Surah *Āli 'Imrān* Ayat 159 telah memberikan pedoman kepada mukmin (Pelaku usaha) agar berlemah lembut (memuaskan kepada objek dakwah customer atau pelanggan).

فَبِأَرْحَمَةٍ مِنَ اللَّهِ لَئِنْ لَمْ يَكُنْ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ
 فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَا نَقُضُوا مِنْ حَوْلِكَ
 فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ
 فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ
 إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.⁹

Tafsir ayat diatas menjelaskan bahwa Allah membimbing dan menuntut kaum muslimin secara umum, kini tuntutan diarahkan kepada Nabi Muhammad Saw, sambil menyebutkan sikap lemah lembut Nabi kepada kaum muslimin khususnya mereka yang telah melakukan kesalahan dan pelanggaran dalam perang uhud. Sebenarnya cukup banyak hal dalam peristiwa perang uhud yang dapat mengundang emosi manusia untuk marah. Namun demikian, cukup banyak pula bukti yang menunjukkan kelemahan lembutan Nabi saw. Beliau bermusyawarah dengan mereka sebelum memutuskan berperang. Beliau menerima usul mayoritas mereka, walau beliau sendiri kurang berkenan, beliau tidak memaki dan

⁹ Departemen Agama RI, *Al- Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: Al- Qosbah, 2021), hlm. 71.

mempermasalahkan para pemanah yang meninggalkan markas mereka tetapi hanya menegurnya dengan halus dan lain-lain.¹⁰

Dari ayat tersebut, Allah mengajarkan kepada kita agar selalu bersikap lemah lembut, manusia selalu membutuhkan seseorang yang penuh kasih sayang, wajah yang teduh dan ramah, cinta dan kasih sayang, serta jiwa yang penuh kelembutan. Sifat yang baik tersebut menurut Sayyid Qutb, mengisyaratkan bahwa sikap lemah lembut harus dimiliki oleh setiap mukmin, terlebih lagi jika dirinya adalah seorang pemimpin.

2. Fasilitas

a. Pengertian Fasilitas

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.¹¹ Fasilitas merupakan suatu jasa pelayanan yang disediakan oleh suatu objek wisata untuk mendukung aktivitas-aktivitas pengunjung yang berkunjung disuatu objek wisata. Apabila suatu objek wisata memiliki fasilitas yang memadai serta memenuhi standar pelayanan dan dapat memuaskan pengunjung maka dapat menarik wisatawan untuk berkunjung kembali ke tempat wisata tersebut. Fasilitas adalah tolak ukur dari semua pelayanan yang diberikan serta sangat tinggi pengaruhnya

¹⁰ Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah Cetakan Ke V* (Jakarta: Lentera Hati, 2017), hlm. 309.

¹¹ Suwitho, *Pengusahan Yang Sukses Pasti Menjaga Kepuasan Pelanggannya* (Purwokerto: CV. Pena Persada, 2022), hlm. 66.

terhadap kepuasan pengunjung, karena dengan tingkat fasilitas yang ada juga sangat memudahkan pengunjung dalam beraktifitas serta nyaman untuk menggunakan fasilitas yang ada.¹²

Fasilitas adalah sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan fungsi. Fasilitas merupakan komponen individu dari penawaran yang mudah ditumbuhkan atau dikurangi tanpa mengubah kualitas dan model jasa. Fasilitas merupakan faktor penunjang utama dalam suatu kegiatan. Perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian.¹³ Fasilitas wisata merupakan sarana penunjang yang dapat menciptakan rasa menyenangkan yang disertai dengan kemudahan dan pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam menikmati produk wisata yang ditawarkan. Fasilitas yang lengkap dan suasana yang menyenangkan akan mempengaruhi pengunjung dalam melakukan kunjungan kembali. Suasana dan desain fasilitas yang menarik juga menimbulkan kepuasan bagi pengunjung karena salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung merupakan adanya fasilitas yang lengkap dan memadai.

¹² Mohammad Rizal Nur Irawan, "Pengaruh Fasilitas Wisata Promosi dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Wisata Wego Lamongan," dalam *Jurnal E Copreneur*.12, no. Vol. 4, No. 2 (2021): hlm.124.

¹³ Emmywati, "Pengaruh Kualitas Layanan Yang Terdiri dari Kenyamanan, Keamanan, Kemudahan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Galeri Seni dan Pusat Meditation Ponorogo Jawa Timur," dalam *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, Vol. 1, No. 3 (2016): hlm. 187.

b. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Fasilitas

Desain dan tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pengunjung. Menurut Tjiptono terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi fasilitas dalam suatu jasa diantaranya adalah:¹⁴

1) Sifat dan tujuan organisasi

Sifat dan tujuan organisasi seringkali menentukan persyaratan desainnya, contohnya desain tempat makan, desain kamar mandi. Desain fasilitas yang baik dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya perusahaan mudah dapat dikenali dan desain interior yang ada dalam suatu perusahaan bisa menjadi ciri khas tersendiri.

2) Ketersediaan tanah dan kebutuhan akan ruang atau tempat

Setiap perusahaan jasa membutuhkan lokasi fisik untuk mendirikan fasilitas jasanya. Dalam menentukan lokasi fisik diperlukan beberapa faktor yaitu kemampuan financial, peraturan pemerintah berkaitan dengan kepemilikan tanah, dan pembebasan tanah, dan lain-lain.

3) Fleksibilitas

Fleksibilitas desain sangat dibutuhkan apabila volume permintaan sering berfluktuasi dan jika spesifikasi jasa cepat berkembang, sehingga resiko keuangan relative besar. Kedua

¹⁴ Rico Irwanda, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit Dr. Gl. Tobing PTPN II Tanjung Morawa”, *Skripsi* (Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2018), hlm. 30.

kondisi ini menyebabkan fasilitas jasa harus dapat disesuaikan dengan kemungkinan perkembangan di masa akan datang.

4) Estetis

Fasilitas jasa tertata rapi, menarik dapat meningkatkan sikap positif pengunjung pada suatu jasa, selain itu aspek karyawan terhadap pekerjaan dan motivasinya juga meningkat.

5) Masyarakat dan lingkungan sekitar

Masyarakat (terutama masalah social dan lingkungan hidup) dan lingkungan disekitar fasilitas jasa memainkan peranan penting dan berpengaruh besar terhadap perusahaan, apabila perusahaan tidak mempertimbangkan faktor ini, maka kelangsungan hidup perusahaan bisa terancam.

6) Biaya kontruksi dan operasi

Kedua jenis biaya ini dipengaruhi desain fasilitas, biaya konstruksi dipengaruhi oleh jumlah dan jenis bangunan yang digunakan. Biaya operasi dipengaruhi oleh kebutuhan energy ruangan yang berkaitan dengan perubahan suhu.

c. Indikator Fasilitas

Adapun indikator fasilitas dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:¹⁵

- 1) Kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas yang ditawarkan adalah keadaan fasilitas perusahaan yang

¹⁵ Fuma Rosida, “ Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Kunjungan Wisata di Pantai Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat”, *Skrpsi* (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2018), hlm. 42.

dilengkapi oleh atribut yang menyertai dan didukung dengan kebersihan dan kerapian saat konsumen menggunakan fasilitas tersebut.

- 2) Kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan adalah fasilitas yang berfungsi dengan baik dan tidak mengalami kerusakan. Karena fasilitas yang mempunyai kondisi dan fungsi yang baik akan dapat memberikan beberapa manfaat dan membuat para pelanggan merasa nyaman.
- 3) Kemudahan penggunaan fasilitas yang ditawarkan, fasilitas yang ditawarkan kepada konsumen adalah fasilitas yang sudah familier kepada konsumen sehingga menggunakannya dengan mudah.

d. Fasilitas dalam Perspektif Islam

Fasilitas dalam Islam dapat berupa fasilitas fisik seperti ruangan yang nyaman dan sarana prasarana lainnya yang membuat pengunjung merasa nyaman.¹⁶ Dalam Islam fasilitas yang disediakan hendaknya memberikan kenyamanan dan keamanan bagi para pengunjung.

Fasilitas yang disediakan oleh pihak pengelola wisatapun sebaiknya dalam keadaan bersih dan rapi, misalnya fasilitas mukena yang akan digunakan kaum muslimah saat ingin melaksanakan shalat, serta kamar mandipun hendaknya selalu

¹⁶ Ayu Wandira, “Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Bank Mandiri KCP Teluk Batung Bandar Lampung)”, *Skripsi* (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018), hlm. 22-23.

dalam keadaan bersih karena Islam telah mengajarkan umat muslim agar senantiasa menjaga kebersihan.

3. Harga

a. Pengertian Harga

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan adalah harga. Harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang/jasa dimana kesepakatan tersebut diridhai oleh kedua belah pihak. Harga menjadi komponen penentu dalam sebuah perusahaan karena harga berkaitan dengan pemasukan perusahaan dan menjadi pengaruh bagi perusahaan tersebut. Harga adalah suatu nilai tukar yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan barang atau jasa yang dikeluarkan oleh seseorang atau kelompok pembeli pada waktu dan tempat tertentu dan dinyatakan dalam satuan moneter.¹⁷

Menurut buku Danang Sunyoto harga itu sebenarnya merupakan nilai yang dinyatakan dalam suatu mata uang atau alat tukar terhadap suatu produk tertentu. Dalam kenyataannya besar kecilnya nilai atau harga itu tidak hanya ditentukan oleh faktor fisik saja yang diperhitungkan, tetapi faktor-faktor psikologis dan faktor-faktor lain berpengaruh pula terhadap harga. Jadi pengertian harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah produk tertentu atau kombinasi barang dan jasa.

¹⁷ Arief Rakhman Kurniawan, *Dasar-Dasar Marketing* (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2018), hlm. 22.

Harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk.¹⁸ Dalam konteks ekonomi, biasanya harga dipandang sebagai jumlah uang yang harus kita keluarkan untuk mendapatkan sesuatu yang kita inginkan yaitu kita menganggap harga sebagai suatu perbandingan (rasio) formal yang mengidentifikasi kuantitas uang atau barang dan jasa yang diperlukan untuk memperoleh suatu jumlah barang atau jasa.

b. Penetapan Harga

Suatu keputusan paling sulit untuk suatu usaha baru adalah memutuskan harga yang tepat untuk produk/jasa. Produk/jasa berkualitas mungkin ditetapkan pada harga tinggi untuk mempertahankan citranya. Penetapan harga merupakan salah satu strategi yang dilaksanakan oleh berbagai perusahaan dengan alasan dapat memengaruhi kemampuan perusahaan dalam memengaruhi konsumen dan bersaing. Dalam suatu usaha penentuan harga merupakan suatu kewajiban yang besarannya harus disesuaikan dengan kemampuan target pasar yang telah ditentukan. Bagi seorang penjual penentuan harga merupakan variabel yang sangat

¹⁸ Lumintang Intan Sintya, "Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Online Pada Mahasiswa Feb Unsrat Manado," *dalam Jurnal EMBA*, Vol. 6, No. 3 (n.d.): hlm. 1779.

penting, karena dalam bauran pemasaran harga adalah satu-satunya variabel yang menjadi pemasukan bagi perusahaan.¹⁹

Dalam menentukan harga perusahaan harus mengutamakan nilai keadilan. Jika kualitas barang atau jasa bagus, harga tentu juga tinggi, sebaliknya jika seseorang mengetahui keburukan yang ada dibalik barang atau jasa yang ditawarkan, harga juga disesuaikan dengan kondisi produk tersebut. Perubahan harga bisa mencerminkan citra produk atau jasa yang berbeda.

c. Tujuan Penetapan Harga

Penentuan harga yang akan ditetapkan harus disesuaikan dengan tujuan perusahaan. Adapun tujuan penentuan harga oleh suatu perusahaan secara umum adalah sebagai berikut:²⁰

1) Untuk bertahan hidup

Jika tujuan perusahaan dalam menentukan harga adalah untuk bertahan hidup, penentuan harga dilakukan semurah mungkin dengan tujuan agar produk atau jasa yang ditawarkan laku dipasaran dengan harga murah, tetapi masih dalam kondisi yang menguntungkan.

2) Untuk memaksimalkan laba

Penentuan harga bertujuan agar penjualan, meningkat sehingga laba menjadi maksimal. Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.

¹⁹ Miguna Astutu and Nurhafizah Matondang, *Manajemen Pemasaran UMKM Dan Digital Sosial Media* (Yogyakarta: Depublish, 2020), hlm. 17.

²⁰ Kasmir and Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 53-54.

3) Untuk memperbesar *market share*

Untuk memperbesar *market share* maksudnya adalah untuk memperluas atau memperbesar jumlah pelanggan. Penentuan harga yang murah diharapkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan pelanggan pesaing beralih.

4) Karena pesaing

Penentuan harga dengan melihat harga pesaing bertujuan agar harga yang ditawarkan lebih kompetitif dibandingkan harga yang ditawarkan pesaing. Artinya dapat melebihi harga pesaing atau sebaliknya lebih rendah.

d. Indikator Harga

Menurut Kotler dan Keller menyebutkan beberapa indikator harga yaitu sebagai berikut:²¹

1) Keterjangkauan harga

Harga yang terjangkau adalah harapan konsumen sebelum mereka melakukan pembelian, konsumen akan mencari produk yang harganya dapat mereka jangkau. Keterjangkauan harga aspek penetapan harga yang dilakukan oleh penjual yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen.

2) Kesesuaian harga dengan kualitas

Untuk produk tertentu, biasanya konsumen tidak keberatan apabila harus membeli dengan harga relative mahal asalkan

²¹ Yosef Tonce and Yoseph Darius Purnama Ranga, *Minat Dan Keputusan Pembelian* (Jawa Barat: CV. Adanu Abimata, 2022), hlm.20-21.

kualitas produknya baik. Namun konsumen lebih menginginkan produk dengan harga murah dan kualitas baik yang dapat diperoleh oleh konsumen.

3) Daya saing harga

Perusahaan menetapkan harga jual suatu produk dengan mempertimbangkan harga produk yang dijual oleh pesaingnya agar produknya dapat bersaing di pasar.

e. Harga dalam Prespektif Ekonomi Islam

Dalam menentukan harga perusahaan harus mengutamakan nilai keadilan. Harga merupakan salah satu variabel dari pemasaran atau penjualan. Islam memberikan kebebasan dalam harga yang artinya segala bentuk konsep harga yang terjadi dalam transaksi jual beli diperbolehkan dalam ajaran Islam selama tidak ada dalil yang melarangnya, dan selama harga tersebut terjadi atas dasar keadilan dan suka sama suka antara penjual dan pembeli.²²

Menurut jumhur ulama telah sepakat bahwa Islam menjunjung tinggi mekanisme pasar bebas, maka hanya dalam kondisi tertentu saja pemerintah dapat melakukan kebijakan penetapan harga. Prinsip dari kebijakan ini adalah mengupayakan harga yang adil, harga normal, atau sesuai harga pasar dalam penjualan Islam baik yang bersifat barang maupun jasa, terdapat

²² Syamsul Effendi, "Penetapan Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam," dalam *Jurnal Kajian Ekonomi Syariah*, Vol 1, No,2 (2021): hlm. 29.

norma, etika agama dan perikemanusiaan yang menjadi landasan pokok bagi pasar Islam yang bersih.

Harga menjadi sesuatu yang sangat penting, artinya bila harga suatu barang terlalu mahal dapat mengakibatkan barang menjadi kurang laku, dan sebaliknya bila menjual terlalu murah, keuntungan yang didapat akan jadi berkurang. Landasan hukum Islam yang terdiri dari ayat Al Qur'an dan Al-Hadits Nabi SAW telah memberikan ketentuan yang berkaitan dengan harga. Allah berfirman dalam Qur'an Surah *An-Nisā'* ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ
بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ
تَرَاضٍ مِنْكُمْ 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 perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.²³

Tafsir ayat di atas menjelaskan bahwa ayat ini dengan tegas melarang hamba-hamba-Nya yang beriman memakan harta orang lain atau hartanya sendiri dengan cara yang batil ialah melalui

²³ Al- Qur'an Dan Terjemahannya, hlm. 83.

usaha yang tidak diakui oleh syariat seperti cara riba dan judi serta cara-cara lainnya dengan menggunakan berbagai macam tipuan dan pengelabuan. (Tafsir Ibnu Katsir) “kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kalian”, yakni janganlah kalian menjalankan usaha yang menyebabkan perbuatan yang diharamkan tetapi berniaga lah menurut syariat dan dilakukan suka sama suka (saling ridha) diantara penjual dan pembeli.²⁴

Berdasarkan ayat di atas dalam melakukan perniagaan di pasar harus dilakukan dengan baik yaitu dengan rasa suka sama suka dan faktor harga itu diperbolehkan dalam kondisi tertentu. Penetapan harga juga ditegaskan dalam sebuah hadits

عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ قَالَ: قَالَ النَّاسُ: يَا رَسُولَ اللَّهِ غَلَا السَّعْرُ فَسَعَّرْنَا، فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ وَإِنِّي لَا رَجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ تَعَالَى وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ.
(رواه أبو داود)

Artinya: Dari Anas bin Malik, ia berkata: orang-orang berkata, “Wahai Rasulullah, harga telah naik, maka tetapkanlah harga untuk kami, “Lalu Rasulullah SAW bersabda, “Sesungguhnya Allah yang menetapkan harga, yang mempersempit dan yang memperluas, dan aku berharap bertemu dengan Allah sedangkan salah seorang dari kalian tidak menuntutku karena kedzhaliman darah atau harta.

²⁴ Sudarto, *Ilmu Fikih (Refleksi Tentang Ibadah, Muamalah, Munakahat dan Mawaris)* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm. 262.

Dari hadits di atas menyatakan bahwa kenaikan harga yang terjadi di zaman Rasulullah SAW tersebut bukanlah karena tindakan sewenang-wenang dari pada pedagang, tetapi karena memang komoditas yang terbatas, maka wajar barang tersebut akan naik. Oleh karena itu, dalam keadaan demikian Rasulullah Saw tidak mau campur tangan membatasi harga komoditas tersebut.

Menurut Ibnu Taimiyyah naik dan turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang yang terlibat transaksi. Bisa jadi penyebabnya adalah penawaran yang menurun akibat inefisiensi produksi, penurunan jumlah impor barang yang diminta atau juga tekanan pasar. Dan Ibnu Taimiyyah menyatakan “Besarnya kenaikan harga bergantung pada besarnya perubahan penawaran dan atau permintaan. Bila seluruh transaksi sudah sesuai aturan, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah. Jadi titik pertemuan antara permintaan dan penawaran yang membentuk harga keseimbangan hendaknya berada dalam keadaan rela sama rela dan tanpa ada paksaan dari salah satu pihak.

Hal ini sesuai dengan yang dilakukan Rasulullah Saw, karena ia sangat menghargai harga yang adil yaitu harga yang terjadi atas mekanisme pasar yang bebas. Rasulullah Saw menolak untuk membuat kebijakan penetapan harga manakala tingkat harga di Madinah tiba-tiba naik. Akan tetapi Rasulullah sering

melakukan inspeksi ke pasar untuk mengecek harga dan mekanisme pasar. Sering kali dalam inspeksinya beliau menemukan praktek bisnis yang tidak jujur, sehingga beliau menegurnya. Oleh sebab itu, harga adalah instrumen penting dalam jual beli, ketika harga yang ditawarkan itu wajar dan sesuai dengan mekanisme pasar serta aturan yang berlaku maka akan terjadi keadilan harga. Namun, jika harga itu ditetapkan dengan cara batil yang dimasuki unsur-unsur politik, syahwat mencari keuntungan sebanyak-banyaknya, maka yang terjadi adalah ketidakadilan harga.²⁵

4. Hubungan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung

Fasilitas merupakan salah satu kepuasan pengunjung, fasilitas yang sesuai dengan harapan dan keinginan pengunjung tentunya merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung. Fasilitas merupakan sarana baik berupa barang maupun jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan guna mewujudkan kepuasan pelanggannya. Suasana dan desain fasilitas yang menarik akan menimbulkan kepuasan bagi pelanggan, artinya salah satu faktor kepuasan pelanggan adalah dengan adanya fasilitas yang lengkap dan memadai.

Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada

²⁵ Supriadi, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam* (Jakarta: Guepedia, 2018), hlm. 9.

Wisata Parimas Waterpark Mojokerto” yang diterbitkan oleh Chirul Anam dalam jurnal tersebut menunjukkan bahwa adanya hubungan antara fasilitas terhadap kepuasan pelanggan.²⁶

Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada hotel dharmawangsa” yang diterbitkan oleh Nurmin Arianto dan Jefri Muhammad dalam jurnal tersebut juga memiliki hubungan antara fasilitas terhadap kepuasan pengunjung. Fasilitas yang diinginkan pengunjung untuk mencapai kepuasan pengunjung adalah fasilitas yang lengkap, dengan kondisi yang bersih juga terawat dan yang terpenting fasilitas yang ada dapat memenuhi kebutuhan kegiatan pengunjung.²⁷

Berdasarkan penjelasan di atas dikatakan bahwa kepuasan pengunjung tidak terlepas dari pengaruh fasilitas yang diberikan, semakin baik fasilitas yang diberikan oleh tempat wisata maka semakin meningkat kepuasan pengunjung yang didapat. Sebaliknya jika fasilitas yang diberikan tempat wisata kurang baik otomatis kepuasan pengunjung akan menurun. Maka dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan antara fasilitas terhadap kepuasan pengunjung.

²⁶ Chairul Anam, “Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Wisata Parimas Waterpark Mojokerto,” *dalam Jurnal Ekonomi dan Perkembangan Bisnis*, Vol. 4, No. 2 (2020): hlm. 30.

²⁷ Nurmin Arianto and Jefri Muhammad, “Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Dharmawangsa,” *dalam Jurnal Ilmiah Semarang*, Vol. 1, No. 1 (2018): hlm. 114.

5. Hubungan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi keinginan dan kebutuhannya beserta pelayanannya.²⁸ Harga merupakan salah satu faktor yang berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, karena harga telah ditetapkan oleh perusahaan menjadi tolak ukur untuk mencapai kepuasan, dikarenakan harga merupakan salah satu bahan pertimbangan bagi pelanggan untuk membeli suatu produk atau jasa.

Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Fasilitas dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung Kolom Renang Deli Serdang” yang diterbitkan oleh Haditya Putra dan Muhammad Hilman Fikri dalam jurnal tersebut terdapat hubungan harga tiket terhadap kepuasan pengunjung kolam renang Deli Serdang.²⁹

Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Wisata dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung Kampung Main Cipulir” yang diterbitkan oleh Rozi Yuliani dalam jurnal tersebut menunjukkan bahwa adanya hubungan antara harga tiket terhadap kepuasan pengunjung.³⁰

²⁸ Budi Hartono, *Ekonomi Bisnis Peternakan* (Malang: UB Press, 2012), hlm. 176.

²⁹ Haditya Putra and Muhammad Hilman Fikri, “Pengaruh Fasilitas dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung Kolom Renang Deli Serdang,” *dalam Jurnal Bisnis Mahasiswa*, Vol. 2, No. 1 (2022): hlm. 11.

³⁰ Rozi Yuliani, “Pengaruh Kualitas Produk Wisata dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung Kampung Main Cipulir,” *dalam Jurnal Menara Ilmu*, Vol. IX, No. 60 (2015): hlm. 17.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung, dimana jika harga yang ditetapkan oleh suatu perusahaan terlalu tinggi maka tingkat kepuasan pengunjung akan berkurang atau menurun, sebaliknya jika harga yang ditetapkan oleh suatu perusahaan terjangkau maka tingkat kepuasan pengunjung akan naik. Maka dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan antara harga tiket terhadap kepuasan pengunjung.

B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang digunakan dan dianggap saling berhubungan dengan penelitian ini dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel II. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Haditiya Putra dan Muhammad Hilman Fikri (Jurnal Bisnis Mahasiswa Vol. 2 No.1, Januari 2022)	Pengaruh Fasilitas dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung Kolam Renang Deli Serdang.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas dan harga tiket berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung Kolam Renang Deli Serdang.
2	Lira Netriadi, Salfadri dan Tifani Ratu Firdaus (Jurnal Martua Vol. 3 No. 1, Maret 2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Jawat Jalan Pada Puskesmas Tarusan Kabupaten Pesisir Selatan.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien.
3	Ilham Masda Priotomo (Skripsi)	Pengaruh Harga dan Kualitas	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

	IAIN Ponorogo, 2020)	Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus di Museum Motor Antic dan Kolam Renang Cak Soen Kabupaten Ngawi).	harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung.
4	Oniansyah, dkk (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol. 2, No. 2, Desember 2019)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian (Studi Kasus Pada PT. Pegadaian Unit Seketeng , Kecamatan Sumbawa).	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa failitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian Unit Seketeng.
5	Andi Muhammad Irfan (Jurnal Ekonomi Islam Vol. 9 No. 2, Desember 2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan, harga tidak berpengaruh signifikan dan negative dan fasilitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.
6	Nurmin Arianto dan Jefri Muhammad (Jurnal SemarakVol.1 No.1, Februari 2018)	Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Dharmawangsa.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas dan pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengunjung.
7	Lumintang Intan Sintya, S.L.H.V. Joyce. Lapian dan	Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas

	Merlyn M. Karuntu (Jurnal EMBA Vol. 6 No. 3, Juli 2018)	Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Gojek Online Pada Mahasiswa Feb Unsrat Manado.	layanan secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
8	Endang dan Laily Nur Cholida (Jurnal Teknik Vol. 9 No. 2, September 2017)	Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang di Terminal Rajekwesi Bojonegoro.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang di terminal Rajekwesi Bojonegoro.
9	Emmywati (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen Vol. 1 No. 3, Oktober 2016)	Pengaruh Kualitas Layanan Yang Terdiri Dari Kenyamanan, Keamanan, Kemudahan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Galeri Seni dan Pusat Meditation Ponorogo Jawa Timur.	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kenyamanan, kemudahan keamanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
10	Rosita, Sri Marhana dan Woro Hanoum Wahadi (Jurnal Manajemen Resort dan Leisure Vol. 13 No. 1, April 2016)	Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta.	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa fasilitas wisata dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengunjung TMR.
11	Nofitasari, Alwi Suddin dan Rahayu Triastity (Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 16 No. 2, Juni 2016)	Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Nggone Koncoku Coffe House di	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa fasilitas, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

		Surakarta (Survei Pada Pelanggan Nggone Koncoku Coffe House di Surakarta).	
12	Rezeki Teguh Sulistiyana, Djamhur Hamid dan Devi Farah Azizah (Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 25 No. 1, Agustus 2015)	Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Museum Satwa)	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa fasilitas wisata dan harga mempunyai pengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan penelitian tersebut, persamaan dan perbedaan dalam penelitian terdahulu ini adalah sebagai berikut:

1. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Haditya Putra dan Muhammad Hilman Fikri adalah sama sama meneliti tentang variabel X yaitu fasilitas dan harga tiket serta sama sama meneliti tentang variabel Y yaitu kepuasan pengunjung. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya.
2. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Lira Netriadi, dkk adalah sama-sama meneliti tentang variabel Y yaitu kepuasan dan memiliki dua variabel X yang sama yaitu harga dan fasilitas sedangkan perbedaannya terletak pada variabel X1 dan objek penelitiannya.
3. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Ilham Masda Priotomo adalah sama-sama meneliti tentang variabel Y yaitu kepuasan pengunjung dan sama- sama meneliti tentang harga terhadap

kepuasan pengunjung. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada salah satu variabel X nya dan objek penelitiannya.

4. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Oniansyah, dkk adalah sama sama meneliti variabel Y yaitu kepuasan dan sama sama membahas variabel fasilitas. Sedangkan perbedaannya terletak pada salah satu variabel X dan objek penelitiannya.
5. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Andi Muhammad Irfan adalah sama-sama meneliti tentang variabel Y yaitu kepuasan dan sama-sama meneliti variabel harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan perbedaannya adalah pada salah satu variabel X nya dan objek penelitiannya.
6. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurmin Arianto dan Jefri Muhammad adalah sama-sama meneliti tentang variabel Y yaitu kepuasan dan sama sama meneliti tentang variabel fasilitas. Sedangkan perbedaannya adalah pada salah satu variabel X nya dan objek penelitiannya.
7. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Lumintang Intan Sintya, dkk adalah sama-sama meneliti tentang variabel Y yaitu kepuasan dan sama sama meneliti tentang variabel harga. Sedangkan perbedaannya adalah pada salah satu variabel X nya dan objek penelitiannya.
8. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Endang dan Laily Nur Cholida sama-sama meneliti tentang variabel Y

yaitu kepuasan dan sama-sama meneliti variabel fasilitas. Sedangkan perbedaannya adalah pada salah satu variabel X dan objek penelitiannya.

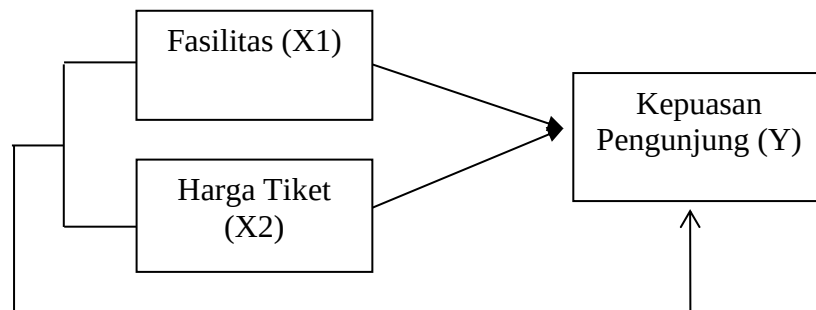
9. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Emmywati adalah sama-sama meneliti tentang variabel Y yaitu kepuasan dan sama-sama meneliti variabel fasilitas. Sedangkan perbedaannya adalah pada salah satu variabel X nya dan objek penelitiannya.
10. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Rosita, Sri Marhana dan Woro Hanoum Wahadi sama-sama meneliti tentang variabel Y yaitu kepuasan pengunjung, sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya.
11. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Nofitasari, Alwi Suddin dan Rahayu Triastity sama-sama meneliti tentang variabel Y yaitu kepuasan pengunjung, sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya.
12. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Rezeki Teguh Sulistiyana, dkk sama-sama meneliti tentang variabel Y yaitu kepuasan dan sama-sama meneliti tentang variabel X yaitu fasilitas dan harga, sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan sebuah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah

diidentifikasi sebagai masalah.³¹ Maka kerangka pikir penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar II.1
Kerangka Pikir Penelitian



D. Hipotesis

Hipotesis atau hipotesa merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya.³² Dikatakan jawaban sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta fakta yang empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.³³

Hipotesis penelitian ini adalah:

H₁= Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom*

Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumon.

H₂= Harga tiket berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom*

Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumon.

H₃= Fasilitas dan harga tiket berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung

Water Boom Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumon.

³¹ Sumanto, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2020), hlm. 29.

³² Budi Gautama Siregar and Ali Hardana, *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* (Medan: CV. Merdeka Kreasi Group, 2021), hlm. 49.

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 63.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan pada *Water Boom* Dofa di Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumon Kabupaten Padang Lawas. Adapun waktu penelitian ini mulai Januari 2022 sampai dengan Oktober 2022.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian empiris yang datanya berbentuk angka-angka.¹ Dalam penelitian kuantitatif kita mengenal metode ilmiah yaitu langkah-langkah dalam memproses pengetahuan ilmiah dengan menggabungkan cara berpikir rasional dan empiric dengan jalan membangun jembatan penghubung yang berupa pengajuan hipotesis.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan semua individu yang menjadi sumber pengambilan sampel yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu, dan yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.²

¹ Syahrudin and Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2012), hlm. 40-41.

² Tarjo, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2019), hlm. 45.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah jumlah pengunjung yang sedang berkunjung dan sudah pernah berkunjung atau menikmati jasa *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumon. Dalam penelitian ini populasi yang dipilih dari tahun 2018-2021 yang berjumlah 74.216 pengunjung.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karaktersistik yang dimiliki oleh populasi tersebut.³ Untuk menentukan ukuran sampel dapat digunakan rumus *slovin*.

Dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

dimana:

n: ukuran sampel

N: ukuran populasi

e: persen kelonggaran ketidaktelitian kesalahan sampel yang masih dapat ditolelir atau diinginkan, misalnya 10%

maka jumlah sampelnya adalah:

$$n = \frac{74.216}{1 + (74.216 \cdot 0,1^2)}$$

$$n = \frac{74.216}{1 + (74.216 \cdot 0,01)}$$

³Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, hlm. 81.

$$n = \frac{74.216}{1 + 742,16}$$

$$n = \frac{74.216}{743,16}$$

$n = 99,86$ maka sampel menjadi 100

Berdasarkan perhitungan diatas maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik insidental sampling. Sampling insidental merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan /insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. ⁴

Untuk memudahkan penelitian jumlah yang ditetapkan sebanyak 100 responden dengan karakteristik yang bisa dijadikan sampel pada penelitian ini adalah di atas 17 tahun dan responden pernah berkunjung dan memakai jasa *Water Boom* Dofa.

D. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utamanya adalah mendapatkan data. Untuk memperkuat data yang diperoleh maka perlu adanya proses pengumpulan data yang meliputi:

⁴ Masayu Rosidah and Rafiqah Fijrah, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Deepublish, 2021), hlm. 135.

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner atau angket merupakan metode pengumpulan data untuk yang dilakukan dengan cara memberi atau mengajukan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden.⁵ Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Adapun skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert yaitu sebagai berikut:

Tabel III. 1
Indikator Skor

Kategori Jawaban	Skor Pertanyaan
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Tabel III. 2
Kisi-kisi Angket

No	Variabel	Indikator	Nomor Pernyataan
1.	Kepuasan Pengunjung (Y)	a. Kesesuaian harapan	1, 2
		b. Minat berkunjung kembali	3, 6
		c. Kesiediaan merekomendasikan	4, 5
2.	Fasilitas (X ₁)	a. Kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas	1, 2, 4
		b. Kondisi dan fungsi fasilitas	5, 8

⁵ Vivi Herlina, *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2019), hlm. 1.

		c. Kemudahan penggunaan fasilitas	3, 6, 7
3.	Harga Tiket (X_2)	a. Keterjangkauan harga	1, 4
		b. Kesesuaian harga dengan kualitas	2, 5
		c. Daya saing harga	3, 6

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu dari beberapa teknik dalam mengumpulkan informasi atau data, wawancara adalah proses percakapan yang dilakukan oleh interviewer dan interview dengan tujuan tertentu, dengan pedoman dan bisa bertatap muka maupun melalui alat komunikasi tertentu.⁶ Adapun wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan mewawancarai pengunjung *Water Boom Dofa* tentang kepuasan pengunjung.

3. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan yang mengharuskan peneliti turun lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, waktu, peristiwa, tujuan dan perasaan.⁷ Adapun teknik observasi langsung yang dilakukan dalam penelitian ini adalah mengadakan pengamatan langsung terhadap kepuasan pengunjung pada *Water Boom Dofa*.

⁶ Fandi Rossi Sarwo Edi, *Teori Wawancara Psikodiagnostik* (Yogyakarta: Leutikaproi, 2016), hlm. 1.

⁷ Ahmad Nizar Rangkuti, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Citapustaka Media, 2016), hlm. 143.

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan upaya untuk memastikan tingkat kevalidan atau kesahihan instrumen yang digunakan dalam penelitian (instrumen pengumpulan data).⁸ Yang bertujuan menilai apakah seperangkat alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dengan kriteria jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka instrumen dinyatakan valid, dan jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka instrument dinyatakan tidak valid.

2. Uji Realibilitas

Realibilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konsrtuk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner.⁹ Uji realibilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan untuk lebih dari satu variabel, namun uji realibilitas sebaliknya dilakukan pada masing-masing variabel pada lembar kerja yang berbeda sehingga dapat diketahui konstruk variabel mana yang tidak reliabel. Kriteria uji realibilitas dikatakan baik jika memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$.

⁸ Muhammad Yunus and Lukman Daris, *Analisis Data Penelitian* (Bogor: IPB Press, 2018), hlm. 50-51.

⁹ Surajiyo, *Penelitian Sumber Daya Manusia* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm. 75.

F. Analisis Data

Analisis data adalah rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai social, akademis dan ilmiah.

1. Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum/generalisasi.¹⁰ Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan tentang statistik data seperti min, max, mean, standar diviasi, dan lain-lain untuk mengukur distribusi data.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah uji untuk mengukur apakah data yang ditetapkan memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik. Dengan kata lain uji normalitas adalah uji untuk mengetahui apakah data empirik yang didapatkan dari lapangan itu sesuai dengan distribusi teori tertentu, dalam kasus ini distribusi normal.¹¹ Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorof Smirnov*, untuk dapat menentukan suatu data berdistribudi normal atau tidak dilihat dari nilai signifikannya. Apabila nilai signifikan $>0,1$ maka berdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai $< 0,1$ maka berdistribusi tidak normal.

¹⁰ Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hlm. 111.

¹¹ Diah Wijayanti Sutha, *Biostatistika* (Malang: MNC Publishing, 2019), hlm. 75.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikoleniaritas

Uji Multikoleniaritas merupakan bagian dari uji asumsi klasik dalam analisis regresi. Tujuan digunakannya untuk menguji apakah model regresi ditentukan adanya kolerasi (hubungan kuat) antar variabel bebas atau variabel independen. Dasar pengambilan keputusan dalam uji multikoleniaritas (Tolerance dan VIF).¹² Jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 maka artinya tidak terjadi multikoleniaritas dalam model regresi dan jika nilai tolerance lebih kecil dari 0,10 maka artinya terjadi multikoleniaritas dalam model regresi. Sedangkan melihat nilai VIF, jika $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikoleniaritas dalam model regresi, namun jika $VIF > 10$ maka terjadi multikoleniaritas dalam model regresi.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan model regresi yang baik, karena dapat digunakan untuk menguji terjadinya ketidaksamaan variasi dari residual suatu pengkaji ke pengkajian lainnya.¹³ Adanya heteroskedastisitas dapat menggunakan uji *Spearman's rho*, dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu:

$Sig > 0,1$ artinya data tidak terkena heteroskedastisitas.

$Sig < 0,1$ artinya data terkena heteroskedastisitas.

¹² Timotous and Teofilus, *SPSS Aplikasi Pada Penelitian Manajemen Bisnis* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020), hlm. 55-56.

¹³ Ajat Rujakat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm. 16-17.

4. Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan model persamaan yang menjelaskan hubungan satu variabel terikat (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas, tujuan dari uji regresi linear berganda adalah untuk memprediksi nilai variabel terikat/response (Y) apabila nilai- nilai variabel bebasnya/predictor diketahui.¹⁴

Adapun regresi linear berganda yang dilakukan dalam penelitian untuk mengetahui pengaruh fasilitas (X_1), harga tiket (X_2) terhadap kepuasan pengunjung (Y), bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y: Variabel Dependen

X: Variabel Independen

a: Konstanta

b: Koefisien regresi variabel independen

e: *Error*

Sehingga rumus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$KP = a + b_1 FS + b_2 HT + e$$

¹⁴ Romansyah Sahabuddin, dkk, *Pengantar Statistika* (Makassar: Liyan Pustaka Ide, 2021), hlm. 188.

Keterangan:

KP : Kepuasan Pengunjung

a : Konstanta

b_1b_2 : Koefisien Regresi Berganda

FS : Fasilitas

HT : Harga Tiket

e : *Error*

5. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang diajukan oleh peneliti, yang dijabarkan dari landasan teori atau kajian teori dan masih harus diuji kebenarannya.¹⁵

a. Koefisien Detrminasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel independen.¹⁶ Koefisien determinasi dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari seluruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (Uji t) merupakan pengujian yang dilakukan untuk melihat apakah suatu variabel independen berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen dengan membanding-bandingkan

¹⁵ Sudaryono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 203.

¹⁶ Albert Kurniawan Promo, *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS* (Surabaya: CV Jakad Publishing, 2019), hkm. 31.

t_{hitung} dengan t_{tabel} . Untuk mengetahui signifikan antar variabel bebas dan terikat maka dapat membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} sebagai berikut:¹⁷

- 1) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga memiliki makna bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga memiliki makna bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

c. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama sama (simultan) berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian uji simultan sebagai berikut:¹⁸

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga memiliki makna bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga memiliki makna bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

¹⁷ Mochammad Ilyas Junjuna and Ajeng Tita Nawangsari, *Pengelolaan Data Statistik Dengan Menggunakan Eviews dalam Penelitian Bisnis* (Solok: Insan Cendikia Mandiri, 2021), hlm. 5.

¹⁸ Junjuna and Nawangsari, hlm. 6.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat *Water Boom* Dofa

Water Boom Dofa merupakan salah satu tempat rekreasi yang menawarkan rekreasi liburan, tempat pemandian kolam yang bertempat di Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumon Kabupaten Padang Lawas, lokasi ini sebagai salah satu tempat wisata dan tempat bermain air yang bisa dinikmati oleh semua kalangan mulai dari anak-anak, kalangan dewasa maupun yang berkeluarga.

Water Boom ini memiliki fasilitas utama seperti kolam renang dengan seluncuran air, seluncuran pada satu kolam dari tiga kolam yang ada juga bervariasi dan memiliki tumpahan air pada satu kolam dan dua kolam memiliki seluncuran air. Dan disediakan juga fasilitas penunjang seperti musholla (tempat ibadah), hiburan musik umum, tempat makan dan toilet. *Water Boom* Dofa diresmikan pada 06 Oktober 2016 sebagai *Water Boom* perdana di Kabupaten Padang Lawas yang berlokasi di Tandihat Kecamatan Ulu Barumon.

Asal nama *Water Boom* Dofa adalah gabungan dari nama kedua putri pemilik *Water Boom* Dofa yang berada di Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumon, yang mana pemilik *Water Boom* Dofa ini adalah H. Nukman Harahap, sedangkan nama dari kedua putrinya bernama Jayanti Ramadhane Harahap dan Shifa Arshila Harahap. Jadi

kata dofa adalah gabungan dari nama kedua putri pemilik *Water Boom* tersebut.¹

Adapun harga tiket masuk ke *Water Boom* Dofa dan jam operasional *Water Boom* Dofa:

Tabel VI.1
Harga Tiket Masuk dan Jam Operasional

Hari	Harga Tiket (Rp)	Jam Operasional (WIB)
Senin-Jumat	20.000	08.00-18.00
Sabtu-Minggu	25.000	08.00-18.00

Sumber : Pihak Pengelola Water Boom Dofa

Harga tiket tersebut sudah termasuk akses keseluruhan destinasi dan fasilitas yang ada di *Water Boom* Dofa. Namun, bisa saja pengelola *Water Boom* Dofa mengubah harga tiket pada hari-hari tertentu, misalnya saat libur nasional, lebaran, tahun baru tanpa pemberitahuan di awal. Sama juga halnya dengan jam operasional *Water Boom* Dofa bisa berubah.

2. Struktur Organisasi

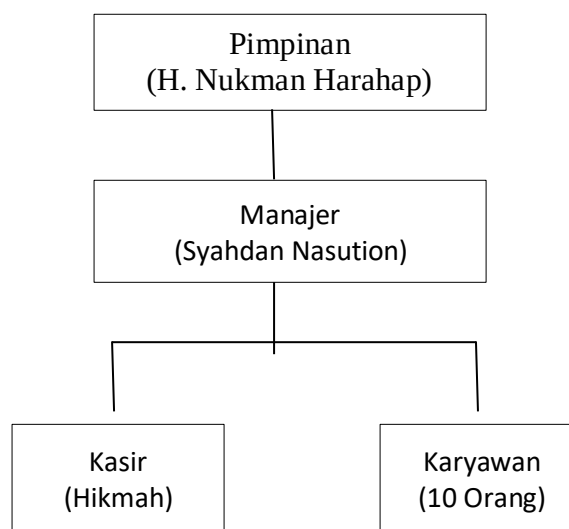
Struktur organisasi adalah suatu komponen-komponen atau unit-unit kerja dalam sebuah organisasi. Struktur organisasi menunjukkan bahwa adanya pembagian kerja dan bagaimana fungsi dan kegiatan-kegiatan berbeda yang dikoordinasikan.

Struktur organisasi adalah suatu susunan atau hubungan antara komponen-komponen dan bagian-bagian dan posisi dalam sebuah

¹ Syahdan Nasution, Manajer *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun, Minggu, 10 Juli 2022.

organisasi. Komponen-komponen yang ada dalam organisasi mempunyai ketergantungan. Sehingga jika terdapat suatu komponen baik maka akan berpengaruh kepada komponen yang lainnya dan tentunya akan berpengaruh juga kepada organisasi tersebut.

Gambar IV.1
Struktur Organisasi *Water Boom* Dofa
Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun



B. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Uji validasi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Dimana r_{tabel} dicari pada signifikansi 10% atau 0,1 dengan derajat kebebasan ($df = n-2$, dimana n = jumlah sampel, jadi $df = 100-2=98$, maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1654. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$) dan nilai r positif maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid.

Tabel IV.2
Hasil Uji Validitas Kepuasan Pengunjung (Y)

Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0,618	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 100$. Pada taraf signifikansi 10% $df = (n-2) = (100-2) = 98$. Sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1654$.	Valid
2	0,702		Valid
3	0,495		Valid
4	0,436		Valid
5	0,370		Valid
6	0,773		Valid

(Sumber : Hasil Output SPSS Versi 26 data diolah 2022)

Berdasarkan tabel IV.2 di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-6 untuk variabel kepuasan pengunjung adalah valid. Dimana r_{tabel} adalah 0,1654 sehingga semua item angket kepuasan pengunjung dinyatakan valid.

Tabel IV.3
Hasil Uji Validitas Fasilitas (X₁)

Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0,450	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 100$. Pada taraf signifikansi 10% $df = (n-2) = (100-2) = 98$. Sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1654$.	Valid
2	0,590		Valid
3	0,386		Valid
4	0,480		Valid
5	0,605		Valid
6	0,626		Valid
7	0,428		Valid
8	0,674		Valid

(Sumber : Hasil Output SPSS Versi 26 data diolah 2022)

Berdasarkan tabel IV.3 di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-8 untuk variabel fasilitas adalah valid. Dimana r_{tabel} adalah 0,1654 sehingga semua item angket fasilitas dinyatakan valid.

Tabel IV.4
Hasil Uji Validitas Harga Tiket (X₂)

Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0,668	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 100$. Pada taraf signifikansi 10% $df = (n-2) = (100-2) = 98$. Sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1654$.	Valid
2	0,747		Valid
3	0,519		Valid
4	0,630		Valid
5	0,662		Valid
6	0,651		Valid

(Sumber : Hasil Output SPSS Versi 26 data diolah 2022)

Berdasarkan tabel IV.4 di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-6 untuk variabel harga tiket adalah valid. Dimana r_{tabel} adalah 0,1654 sehingga semua item angket harga tiket dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh sebuah alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Suatu instrumen dikatakan reliable apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Berikut hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.5
Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pengunjung (Y)
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.619	6

(Sumber : Hasil Output SPSS Versi 26 data diolah 2022)

Berdasarkan tabel IV.5 di atas dapat dilihat nilai *cronbach's alpha* 0,619. Nilai *cronbach's alpha* $0,619 > 0,60$. Sehingga item pernyataan untuk variabel kepuasan pengunjung (Y) dinyatakan reliabel dan dapat diterima. Sedangkan uji reliabilitas untuk variabel fasilitas sebagai berikut:

Tabel IV.6
Hasil Uji Reliabilitas Fasilitas (X₁)
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.642	8

(Sumber : Hasil Output SPSS Versi 26 data diolah 2022)

Berdasarkan tabel IV.6 di atas dapat dilihat nilai *cronbach's alpha* 0,642. Nilai *cronbach's alpha* $0,642 > 0,60$. Sehingga item pernyataan untuk variabel fasilitas (X₁) dinyatakan reliabel dan dapat diterima. Sedangkan uji reliabilitas untuk variabel harga tiket sebagai berikut:

Tabel IV.7
Hasil Uji Reliabilitas Harga Tiket (X₂)
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.724	6

(Sumber : Hasil Output SPSS Versi 26 data diolah 2022)

Berdasarkan tabel IV.7 di atas dapat dilihat nilai *cronbach's alpha* 0,724. Nilai *cronbach's alpha* $0,724 > 0,60$. Sehingga item pernyataan untuk variabel harga tiket (X_2) dinyatakan reliabel dan dapat diterima.

C. Hasil Analisis Data

1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Hasil uji statistik deskriptif dapat dilakukan dengan cara mencari *minimum*, *maksimum*, *mean* dan *standard deviation* dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.8
Hasil Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KP	100	14.00	28.00	21.3000	3.12533
FS	100	17.00	36.00	29.7000	3.51176
HT	100	12.00	29.00	21.5000	3.05670
Valid N (listwise)	100				

(Sumber : Hasil Output SPSS Versi 26 data diolah 2022)

Hasil uji analisis statistik deskriptif pada tabel IV.8 menjelaskan bahwa variabel Kepuasan Pengunjung mempunyai nilai terendah 14, nilai tertinggi 28 dan nilai rata-rata 21,30 serta nilai simpangan baku 3,125. Variabel Fasilitas mempunyai nilai terendah 17, nilai tertinggi 36 dan nilai rata-rata 29,97 serta nilai simpangan baku 3,511. Variabel Harga Tiket mempunyai nilai terendah 12, nilai tertinggi 29 dan nilai rata-rata 21,50 serta nilai simpangan baku 3,056.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan metode *kolmogrov-smirnov*.

Tabel IV.9
Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogrov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.63550785
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.063
	Negative	-.053
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

(Sumber : Hasil Output SPSS Versi 26 data diolah 2022)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel IV.9 diatas melalui metode *One-Sample Kolmogrov-Smirnov* diperoleh nilai signifikansi (*Asymp.Sig 2 Tailed*) sebesar 0,200 >.0,1. Maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model ditemukan adanya kolerasi antara independen variabel.

Apabila nilai *Variance Inflation Factor* $VIF < 10$ dan nilai *tolerance* $> 0,1$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel IV.10
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
(Constant)	5.357	2.554		2.098	.039		
FS	.353	.082	.397	4.305	.000	.861	1.161
HT	.249	.094	.243	2.639	.010	.861	1.161

a. Dependent Variable: KP

(Sumber : Hasil Output SPSS Versi 26 data diolah 2022)

Berdasarkan tabel IV.10 di atas dapat diketahui nilai *tolerance* dari variabel fasilitas (X_1) adalah $0,861 > 0,1$, variabel harga tiket adalah $0,861 > 0,1$, maka dapat disimpulkan nilai *tolerance* dari kedua variabel di atas lebih besar dari 0,1 (*tolerance* $> 0,1$) sehingga bebas dari multikolinearitas.

Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dari variabel fasilitas adalah $1,161 < 10$, variabel harga tiket adalah $1,161 < 10$, maka dapat disimpulkan nilai FIV dari kedua variabel di atas lebih kecil dari 10 (nilai $VIF < 10$) sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel fasilitas dan harga tiket terhadap kepuasan pengunjung.

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan heteroskedastisitas jika nilai signifikan $<$

0,1 maka dapat dikatakan bahwa terjadi masalah pada heteroskedastisitas, sebaliknya jika nilai signifikan $> 0,1$ maka dapat dinyatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Metode yang digunakan pada penelitian ini untuk menguji heteroskedastisitas menggunakan uji *Spearman's rho*. Uji tersebut dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel IV.11
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Correlations

			fasilitas	harga	Unstandardized Residual
Spearman's rho	fasilitas	Correlation Coefficient	1.000	.278**	.072
		Sig. (2-tailed)	.	.005	.478
		N	100	100	100
	harga	Correlation Coefficient	.278**	1.000	.037
		Sig. (2-tailed)	.005	.	.713
		N	100	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.072	.037	1.000
		Sig. (2-tailed)	.478	.713	.
		N	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

(Sumber : Hasil Output SPSS Versi 26 data diolah 2022)

Berdasarkan tabel IV.11 diatas hasil uji heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa nilai sig. (2-tailed) fasilitas sebesar $0,478 > 0,1$, nilai sig. (2-tailed) dari harga tiket sebesar $0,713 > 0,1$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas dan harga tiket tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

4. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas hubungan yang terdiri dari, fasilitas (X_1), harga tiket (X_2), terhadap kepuasan pengunjung (Y). Hasil outputnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel VI. 12
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.357	2.554		2.098	.039
FS	.353	.082	.397	4.305	.000
HT	.249	.094	.243	2.639	.010

a. Dependent Variable: KP

(Sumber : Hasil Output SPSS Versi 26 data diolah 2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa kolom *Unstandardized Coefficients* bagian kolom B, maka persamaan garis analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah:

$$KP = a + b_1FS + b_2HT + e$$

$$KP = 5,357 + 0,353 FS + 0,249 HT + 2,554$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai Konstanta adalah sebesar 5,357 satuan. Artinya jika variabel fasilitas (X_1) dan harga tiket (X_2) diasumsikan 0 maka kepuasan pengunjung (Y) nilainya sebesar 5,357 satuan.
- Nilai koefisien regresi variabel kualitas fasilitas sebesar 0,353 satuan. Artinya jika kualitas fasilitas diasumsikan naik 1 satuan,

maka akan meningkat kepuasan pengunjung sebesar 0,353 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas fasilitas dengan kepuasan pengunjung.

- c. Nilai koefisien regresi variabel harga tiket sebesar 0,249 satuan. Artinya jika harga tiket diasumsikan naik 1 satuan, maka akan meningkat kepuasan pengunjung sebesar 0,249 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara harga tiket dengan kepuasan pengunjung.

5. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

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

Tabel VI. 13
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.537 ^a	.289	.274	2.66254

a. Predictors: (Constant), HT, FS

(Sumber : Hasil Output SPSS Versi 26 data diolah 2022)

Berdasarkan tabel IV. 13 di atas diketahui nilai *R square* sebesar 0,289 atau 28% hal ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas dan harga tiket berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Water Boom Dofa. Sedangkan 72% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen secara individual (parsial). Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti fasilitas dan harga tiket secara parsial mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengunjung.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima H_a ditolak. Hal ini berarti fasilitas dan harga tiket secara parsial tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

Tabel IV. 14
Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.357	2.554		2.098	.039
FS	.353	.082	.397	4.305	.000
HT	.249	.094	.243	2.639	.010

a. Dependent Variable: KP

(Sumber : Hasil Output SPSS Versi 26 data diolah 2022)

Nilai untuk t_{tabel} di cari pada $\alpha = 10\%$ dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$, dimana n = jumlah sampel dan k = variabel independen, jadi $df = 100-2-1 = 97$. Dengan pengujian dua sisi (signifikansi 0,1) maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,660. Berdasarkan

hasil uji signifikan pasrial (uji t) pada tabel IV. 13 dapat dilihat bahwa pada variabel fasilitas memiliki nilai t_{hitung} 4,305 nilai t_{tabel} sebesar 1,660. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,305 > 1,660$) maka H_1 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun.

Pada variabel harga tiket memiliki t_{hitung} 2,639 nilai t_{tabel} sebesar 1,660. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,639 > 1,660$) maka H_2 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh harga tiket terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun.

c. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti fasilitas dan harga tiket secara simultan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengunjung.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti fasilitas dan harga tiket secara simultan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

Tabel IV. 15
Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	279.356	2	139.678	19.703	.000 ^b
Residual	687.644	97	7.089		
Total	967.000	99			

a. Dependent Variable: KP

b. Predictors: (Constant), HT, FS

Nilai F_{tabel} untuk signifikansi $\alpha = 0,1$ dengan $df_1 = k-1$ atau $3-1 = 2$ (k adalah jumlah variabel), df_2 adalah 100 ($df_2 = n-k-1$) atau $100-2-1 = 97$ (n adalah jumlah responden dan k adalah variabel independen) maka hasil yang diperoleh untuk F_{tabel} sebesar 2,36. Hasil uji simultan (Uji F) pada tabel IV. 14 di atas dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} 19,703 sehingga $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($19,703 > 2,36$) maka H_a diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh fasilitas dan harga tiket secara simultan terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom Dofa*.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul pengaruh fasilitas dan harga tiket terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom Dofa* Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumon. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh fasilitas (X_1), harga tiket (X_2) terhadap kepuasan pengunjung (Y) *Water Boom Dofa* Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumon. Berdasarkan hasil analisis data yang diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 26 maka pembahasan hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun.

Berdasarkan hasil regresi yang telah dilakukan pada penelitian ini, diketahui bahwa pengaruh fasilitas dan harga tiket terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun yaitu hasil uji parsial menyatakan bahwa variabel fasilitas $t_{hitung} > t_{tabel}$ disimpulkan bahwa ada pengaruh antara fasilitas terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun.

Hasil penelitian ini didukung oleh teori Tjiptono yaitu fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen.² Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa oleh karena itu fasilitas harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan pengunjung secara langsung. Artinya semakin baik fasilitas yang diberikan kepada pengunjung maka akan semakin meningkat kepuasan yang dirasakan pengunjung, begitu pula sebaliknya semakin buruk fasilitas yang diberikan kepada pengunjung maka akan semakin rendah kepuasan yang dirasakan pengunjung. Oleh karena itu fasilitas yang disediakan oleh pihak pengelola wisata dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung.

² Sabri and Melly Susanti, *Kewirausahaan* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021), hlm. 195.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Andi Muhammad Irfan yang berjudul “Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas yang diberikan Kenari *Waterpark* Bontang terhadap tingkat kepuasan pelanggan” menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.

Hal diatas membuktikan bahwa Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun, berdasarkan penelitian yang dilakukan , fasilitas yang disediakan oleh pihak pengelola wisata dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung. Karena fasilitas merupakan sarana penunjang yang digunakan perusahaan dalam usaha untuk meningkatkan kepuasan pengunjung, sehingga dapat dikatakan jika kepuasan pengunjung tidak terlepas dari pengaruh fasilitas yang diberikan suatu objek wisata.

2. Pengaruh harga tiket terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun.

Berdasarkan hasil regresi yang telah dilakukan pada penelitian ini, diketahui bahwa pengaruh fasilitas dan harga tiket terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun yaitu hasil uji parsial menyatakan bahwa variabel harga tiket $t_{hitung} > t_{tabel}$ disimpulkan bahwa ada pengaruh antara harga tiket terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun.

Hasil penelitian ini didukung oleh teori Philip Kotler dan Amstrong yaitu harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan kesuatu produk atau jasa, atau jumlah dari suatu yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.³ Artinya 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. Hal ini juga sesuai dengan teori Kotler yang menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku pengunjung salah satunya faktor pribadi yaitu kondisi ekonomi. Sehingga harga menjadi pertimbangan pengunjung sesuai dengan kondisi ekonomi pengunjung itu sendiri. .⁴

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Haditya Putra dan Muhammad Hilman Fikri yang berjudul “Pengaruh fasilitas dan harga tiket terhadap kepuasan pengunjung Kolam Renang Deli Serdang” menyatakan bahwa harga tiket berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pengunjung Kolam Renang Deli Serdang.

Harga tiket berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumon*, hal diatas membuktikan bahwa harga menjadi pertimbangan bagi para pengunjung ketika hendak mau mengunjungi suatu objek wisata karena harga yang ditetapkan harus sesuai dengan kondisi

³ Aprihatiningrum Hidayati, dkk, *Loyalitas dan Kepuasan Konsumen Tinjauan Teoritik* (Jakarta: Cipta Media Nusantara, 2021), hlm. 43.

⁴ Candrianto, hlm. 10.

perekonomian pengunjung kemudian harga yang sesuai dengan fasilitas akan dapat menarik minat pengunjung untuk berkunjung kembali. Sehingga dalam penelitian ini harga yang ditawarkan oleh *Water Boom Dofa* sesuai dengan yang dirasakan konsumen karena pengunjung tidak selalu tertuju pada harga yang rendah, dan harga juga tidak satu-satunya pertimbangan dalam memutuskan untuk berkunjung ke tempat atau lokasi tersebut.

3. Pengaruh fasilitas dan harga tiket terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom Dofa* Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumon.

Berdasarkan hasil regresi yang telah dilakukan pada penelitian ini, diketahui bahwa pengaruh fasilitas dan harga tiket terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom Dofa* Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumon yaitu hasil uji simultan menyatakan bahwa variabel fasilitas dan harga tiket $F_{hitung} > F_{tabel}$ disimpulkan bahwa secara simultan pengaruh fasilitas dan harga tiket berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom Dofa* Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumon.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rezeky Teguh Sulistiyana, dkk yang menyatakan bahwa Fasilitas wisata dan harga mempunyai pengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Lira Netriadi, Salfadri dan Tifani Ratu Firdaus yang menyatakan

bahwa Kualitas pelayanan, harga dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pasien.

Harga dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom Dofa* Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumon, hal ini menunjukkan bahwa fasilitas dan harga tiket mempunyai hubungan yang sangat penting terhadap kepuasan pengunjung dimana fasilitas yang bagus dan harga yang sesuai dengan harapan pengunjung akan dapat menarik lebih banyak pengunjung untuk berkunjung ke wisata tersebut.

E. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah langkah yang disusun dengan sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Keterbatasan yang dirasakan tidak hanya berasal dari diri peneliti sendiri tetapi juga dari faktor lain. Beberapa keterbatasan yang dihadapi peneliti selama penelitian dalam penyusunan skripsi diantaranya:

1. Keterbatasan peneliti dalam menyebar angket (kuesioner) karena peneliti tidak menjamin kejujuran responden dalam memberikan atau menjawab setiap pernyataan yang sudah diberikan sehingga dapat untuk mempengaruhi validitas dan reliabilitas data.

2. Keterbatasan pada penggunaan variabel independen hanya menggunakan variabel fasilitas, harga tiket sebagai variabel yang mempengaruhi kepuasan pengunjung.
3. Keterbatasan bahan materi berupa buku-buku referensi yang dibutuhkan peneliti dalam penulisan skripsi ini membuat peneliti mendapatkan kendala dalam teori telaah pustakanya.

Walaupun demikian, peneliti tetap berusaha agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna 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 fasilitas dan harga tiket terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom* Dofa dengan metode analisis yang digunakan yaitu regresi linear berganda, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis uji t penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumon.
2. Berdasarkan hasil analisis uji t penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan harga tiket terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumon.
3. Berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa fasilitas dan harga tiket secara simultan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengunjung *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumon.

B. Saran

1. Bagi pelaku bisnis agar lebih meningkatkan fasilitas dan menyesuaikan fasilitas dengan harga tiket bagi para pengunjung, agar tetap dapat mempertahankan pengunjung dan agar kepuasan pengunjung semakin meningkat.

2. Bagi peneliti selanjutnya masih ada beberapa faktor yang diduga dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung namun belum dapat dimasukkan oleh peneliti, oleh karena itu disarankan bagi peneliti agar menambah variabel lain yang akan diteliti yang juga merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Astuti, Miguna, and Nurhafizah Matondang. *Manajemen Pemasaran UMKM dan Digital Sosial Media*. Yogyakarta: Depublish, 2020.
- Bedong, Ali Rusdi dkk. *Menyikapi Pemilu Berkeadilan*. Soreang Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2019.
- Busro, Muhammad. *Teori- Teori Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2018.
- Candrianto. *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar*. Malang: Literasi Nusantara, 2021.
- Departemen Agama RI. *Al- Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Al- Qosbah, 2021.
- Dwidya Prijambada, Irfan. *Pengembangan Pariwisata Berbasis Ekonomi Digital di Daerah Tertinggal*. Yogyakarta: Kementerian Desa DPT dan Transmigrasi, 2019.
- Fatihuddin, Didin, and Anang Firmansyah. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2019.
- Fuadi. *Ekonomi Syariah*. Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Hartono, Budi. *Ekonomi Bisnis Peternakan*. Malang: UB Press, 2012.
- Herlina, Vivi. *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputundo, 2019.
- Hidayati, Aprihatiningrum, dkk, *Loyalitas dan Kepuasan Konsumen Tinjauan Teoritik*. Jakarta: Cipta Media Nusantara, 2021.
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- Junjuran, Mochammad Ilyas, and Ajeng Tita Nawangsari. *Pengelolaan Data Statistik Dengan Menggunakan Eviews dalam Penelitian Bisnis*. Solok: Insan Cendikia Mandiri, 2021.
- Kasmir, and Jakfar. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana, 2013.

- Maesaroh, Ratu. *Dampak Citra Destinasi Kualitas Pelayanan dan Harapan Wistawan*. Indonesia: Guepedia, 2019.
- Muntasib, E.K.S Harini, dkk, *Rekreasi Alam dan Ekowisata*. Bogor: IPB Press, 2014.
- Nuralam, Inggang Perwangsa. *Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen dalam Pemasaran Perbankan Syariah*. Malang: UB Press, 2017.
- Promo, Albert Kurniawan. *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*. Surabaya: CV Jakad Publishing, 2019.
- Rangkuti, Ahmad Nizar. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Citapustaka Media, 2016.
- Rakhman Kurniawan, Arief. *Dasar-Dasar Marketing*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2018.
- Rosidah, Masayu, and Rafiqah Fijrah. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish, 2021.
- Rujakat, Ajat. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Sabri and Melly Susanti. *Kewirausahaan*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2021.
- Sahabuddin, Romansyah, and dkk. *Pengantar Statistika*. Makassar: Liyan Pustaka Ide, 2021.
- Sarwo Edi, Fandi Rossi. *Teori Wawancara Psikodiagnostik*. Yogyakarta: Leutikaproi, 2016.
- Shihab, Quraish. *Tafsir Al-Mishbah Cetakan Ke V*. Jakarta: Lentera Hati, 2017.
- Siregar, Budi Gautama and Ali Hardana. *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Medan: CV. Merdeka Kreasi Group, 2021.
- Siyoto, Sandu. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sudarto, *Ilmu Fikih (Refleksi Tentang Ibadah, Muamalah, Munakahat dan Mawaris)*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Sudaryono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Kencana, 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.

- Sumanto. , *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2020.
- Sumarwan, Ujang. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: IPB Press, 2011.
- Supriadi, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*. Jakarta: Guepedia, 2018.
- Surajiyo. *Penelitian Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Sutha, Diah Wijayanti. *Biostatistika*. Malang: MNC Publishing, 2019.
- Suwitho, *Pengusahan Yang Sukses Pasti Menjaga Kepuasan Pelanggannya*. Purwokerto: CV. Pena Persada, 2022.
- Swarjana, Ketut. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Andi Offset, 2015.
- Syahrur, and Salim. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media, 2012.
- Tarjo. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2019.
- Timotous, and Teofilus. *SPSS Aplikasi Pada Penelitian Manajemen Bisnis*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2020.
- Tjiptono, Fandy, and Anastasya Diana. *Kepuasan Pelanggan, Konsep Pengukuran, dan Strategi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2019.
- Tonce, Yosef and Yoseph Darius Purnama Rangga, *Minat dan Keputusan Pembelian*. Jawa Barat: CV. Adanu Abimata, 2022.
- Waluo, Minto. *Manajemen Psikologi Industri*. Malang: CV Iliterasi Nusantara Abadi, 2019.
- Yunus, Muhammad, and Lukman Daris. *Analisis Data Penelitian*. Bogor: IPB Press, 2018.
- Yusuf, Ade. *Manajemen Pemasaran*. Universitas Pamulang: Insan Cendikia Mandiri, 2022.

Sumber Jurnal:

- Anam, Chairul. "Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Wisata Parimas Waterpark Mojokerto," *Jurnal Ekonomi dan Perkembangan Bisnis*, Vol. 4, No. 2 (2020).

- Arianto, Nurmin, and Jefri Muhammad. "Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Dharmawangsa," dalam Jurnal Ilmiah Semarak, Vol. 1, No. 1 (2018).
- Effendi, Syamsul. "Penetapan Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam," dalam Jurnal Kajian Ekonomi Syariah, Vol 1, No,2 (2021).
- Emmywati. "Pengaruh Kualitas Layanan Yang Terdiri Dari Kenyamanan, Keamanan, Kemudahan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Galeri Srni dan Pusat Meditation Ponorogo Jawa Timur," Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen, Vol. 1, No. 3 (2016).
- Endang, and Lialy Nur Cholida. "Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang di Terminal Rajekwesi Bojonegoro," Jurnal Teknika, Vol. 9, No. 2 (2017).
- Fanggidae, Ronald P. C., and Maria Leliana R. Bere. "Pengukuran Tingkat Kepuasan Wisatawan Terhadap Fasilitas Wisata di Pantai Lasiana," Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas, Vol. 4, No. 1 (2020).
- Irfan, Andi Muhammad. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan," Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 9, No. 2 (2018).
- Netriad, Lira. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Pada Puskesmas Tarusan Kabupaten Pesisir Selatan," Jurnal Martua, Vol. 3, No. 1 (2021).
- Nofitasari. "Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Nggone Konkoku Coffe House Di Surakarta," Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, Vol. 16, No. 2 (2016).
- Oniansyah. "Analisis Pengaruh Kualitas dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian (Studi Kasus Pada PT. Pegadaian Unit Seketeng, Kecamatan Sumbawa)," Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 2, No. 2 (2019).
- Putra, Haditya, and Muhammad Hilman Fikri. "Pengaruh Fasilitas dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung Kolom Renang Deli Serdang," dalam Jurnal Bisnis Mahasiswa, Vol. 2, No. 1 (2022).
- Rizal, Mohammad and Nur Irawan, "Pengaruh Fasilitas Wisata Promosi dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Wisata Wego Lamongan," dalam Jurnal E Copreneur.12, Vol. 4, No. 2 (2021)
- Rosita. "Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta," Jurnal Manajemen Resort dan Leisure, Vol. 13 (2016).

Sintya, Lumintang Intan. “Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Online Pada Mahasiswa Feb Unsrat Manado,” dalam Jurnal EMBA, Vol. 6, No. 3 (n.d.).

Sulistiyana, Rezeki Teguh. “Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Museum Satwa),” Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 25, No. 1 (2015).

Yuliani, Rozi. “Pengaruh Kualitas Produk Wisata dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung Kampung Main Cipulir,” dalam Jurnal Menara Ilmu, Vol. IX, No. 60 (2015).

Sumber Wawancara:

Hasil Wawancara dengan Doar Hasibuan, orang yang pernah berkunjung ke *Water Boom* Dofa, Pada Tanggal 11 April 2022 Pukul 10.41 Wib.

Hasil Wawancara dengan Fadhilah Mutmainnah, orang yang pernah berkunjung ke *Water Boom* Dofa, Pada Tanggal 11 April 2022 Pukul 19.53 Wib.

Hasil Wawancara dengan Nur Kholilah, orang yang pernah berkunjung ke *Water Boom* Dofa, Pada Tanggal 16 April 2022 Pukul 15.36 Wib.

Syahdan Nasution, Manajer *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumon, Minggu, 10 Juli 2022.

Sumber Lain:

Ayu Wandira, “Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Bank Mandiri KCP Teluk Batung Bandar Lampung)”, *Skripsi* Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018.

Fuma Rosida, “Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Kunjungan Wisata di Panatai Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat”, *Skripsi* Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2018.

Rico Irwanda, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rumah Sakit Dr. Gl. Tobing PTPN II Tanjung Morawa”, *Skripsi* Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2018.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama Lengkap : Marlina Sosanti Pasaribu
2. Jenis Kelamin : Perempuan
3. Tempat/Tgl. Lahir : Pasar Ipuh, 03 Juni 2000
4. Anak Ke : 4 dari 4 bersaudara
5. Kewarganegaraan : Indonesia
6. Status : Mahasiswa
7. Agama : Islam
8. Alamat Lengkap : Desa Pasar Ipuh, Kec. Ulu Barumun, Kab. Padang
Lawas
9. No Telepon/HP : 082248312874
10. Email : marlinasosanti69@gmail.com

B. IDENTITAS ORANG TUA

1. Nama Ayah : Zulkifli Pasaribu
2. Pekerjaan Ayah : Pensiunan
3. Nama Ibu : Daliana Harahap
4. Pekerjaan Ibu : PNS
5. Alamat : Desa Pasar Ipuh, Kec. Ulu Barumun, Kab. Padang
Lawas

C. PENDIDIKAN

1. 2006-2012 : SD N 0614 Paringgonan
2. 2012-2015 : Mts Negeri Sibuhuan
3. 2015-2018 : SMA Negeri 1 Barumun
4. 2018 sampai sekarang : UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary

D. MOTTO HIDUP

Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan



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 : 3297/In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/12/2021
Lampiran : -
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

31 Desember 2021

Yth. Bapak;

1. Budi Gautama Siregar : Pembimbing I
2. Ja'far Nasution : Pembimbing II

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

Nama : Marlina Sosanti Pasaribu
NIM : 1840200267
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Fasilitas dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung Water Boom Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumon.

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak 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 : 1572/In.14/G.1/G.4c/TL.00/05/2022
Hal : Mohon Izin Riset

31 Mei 2022

Yth. Pengelola Water Boom Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun

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

Nama : Marlina Sosanti Pasaribu
NIM : 1840200267
Semester : VIII (Delapan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: "Pengaruh Fasilitas dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung Water Boom Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun".

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.

**WATER BOOM DOFA
DESA TANDIHAT KECAMATAN ULU BARUMUN
Jln. Sibuhuan-Sosopan**

Lampiran : -
Hal : Surat Balasan

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidimpuan
di-
Padangsidimpuan

Dengan Hormat,

Menindak lanjuti surat yang telah kami terima dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan dengan Nomor: 1572/In. 14/G. 4c/TL. 00/05/2022 tanggal 31 Mei 2022 perihal mohon izin riset, maka dengan ini kami menyatakan bahwa:

Nama	: Marlina Sosanti Pasaribu
NIM	: 1840200267
Semester	: VIII (Delapan)
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

Diberikan izin untuk melaksanakan riset di Water Boom Dofa untuk menyelesaikan skripsi dengan judul **"Pengaruh Fasilitas Dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung Water Boom Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun"**

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

Ulu Barumun, 29 Juni 2022
Pengelola Water Boom Dofa



SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : **Dr. Budi Gautama Siregar, SP.d., M.M**

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: **"PENGARUH FASILITAS DAN HARGA TIKET TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG WATER BOOM DOFA DESA TANDIHAT KECAMATAN ULU BARUMUN"**

Yang disusun oleh:

Nama : Marlina Sosanti Pasaribu
NIM : 18 402 00267
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah (MB-2)

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

1. Benar pernyataan yg bersifat negatif
2. Benar dan terdapat yg dikurusi pr setiap variabel peneliti
- 3.

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

Padangsidempuan, 22 Juni 2022

Validator,



Dr. Budi Gautama Siregar. S.Pd., M.M
NIP. 19790720 201101 1 005

LEMBAR VALIDASI ANGKET KEPUASAN PENGUNJUNG (Y)

Petunjuk:

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

Indikator	Nomor Soal		V	VR	TV
	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif			
Kesesuaian harapan	1, 2		✓		
Minat berkunjung kembali	3	6	✓		
Kesediaan merekomendasikan	4, 5		✓		

Catatan:

.....

.....

.....

.....

Padangsidempuan, 22 Juni 2022

Validator,



Dr. Budi Gautama Siregar. S.Pd., M.M
NIP. 19790720 201101 1 005

LEMBAR VALIDASI ANGKET FASILITAS (X₁)

Petunjuk:

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

Indikator	Nomor Soal		V	VR	TV
	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif			
Kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas	1, 2, 4		✓		
Kondisi dan fungsi fasilitas	8	5	✓		
Kemudahan penggunaan fasilitas	3, 6, 7		✓		

Catatan:

.....

.....

.....

.....

Padangsidempuan, 20 Juni 2022

Validator,



Dr. Budi Gautama Siregar. S.Pd., M.M
NIP. 19790720 201101 1 005

LEMBAR VALIDASI ANGKET HARGA TIKET (X₂)

Petunjuk:

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

Indikator	Nomor Soal		V	VR	TV
	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif			
Keterjangkauan harga	1, 4		✓		
Kesesuaian harga dan fasilitas	2	5	✓		
Daya saing harga	3, 6		✓		

Catatan:

.....

.....

.....

.....

Padangsidempuan, 22 Juni 2022

Validator,



Dr. Budi Gautama Siregar. S.Pd., M.M
NIP. 19790720 201101 1 005

ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/I Responden

Di- Tempat

Assalamu 'alaikum, Wr.Wb.

Dengan Hormat,

Dalam rangka melaksanakan penelitian Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (IAIN) Padangsidempuan tentang “**Pengaruh Fasilitas dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung Water Boom Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumon**” diperlukan data-data dan informasi yang mendukung penelitian, maka dengan ini saya memohon dengan sangat kepada Bapak/Ibu/Sdr/I pengunjung atau yang pernah berkunjung ke Water Boom Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumon untuk bersedia mengisi angket yang telah disediakan.

Demikian atas bantuan dan partisipasinya Bapak/Ibu/Sdr/I berikan dalam mengisi lembar angket tersebut saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Wassalamualaikum Wr.wb.

Padangsidempuan, Juli 2022

Hormat saya,

Marlina Sosanti Pasaribu
NIM. 18 402 00267

KUESIONER

**PENGARUH FASILITAS DAN HARGA TIKET TERHADAP
KEPUASAN PENGUNJUNG WATERBOOM DOFA DESA
TANDIHAT KECAMATAN ULU BARUMUN**

Mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi daftar pernyataan di bawah ini dengan memberikan tanda centang (✓) pada kolom yang sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu rasakan. Besar harapan saya kiranya jawaban yang Bapak/Ibu berikan jawaban subjektif mungkin karena sangat membantu keakuratan data dari penelitian ini.

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Usia :

Jenis kelamin : Laki-laki ☐ Perempuan ☐

B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan yang tersedia.
2. Jawablah pernyataan berikut dengan memberi tanda *chek list*(✓) pada kolom yang sudah disediakan. Setiap butir pernyataan berikut terdiri dari 5 pilihan jawaban. Adapun makna dari jawaban tersebut adalah:

No.	Tanggapan Responden	Skor	
		Positif	Negatif
1	Sangat Setuju (SS)	5	1
2	Setuju (S)	4	2
3	Kurang Setuju (KS)	3	3
4	Tidak Setuju (TS)	2	4
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

3. Pernyataan ini semata untuk tujuan penelitian.

C. DAFTAR PERNYATAAN

1. Angket Tentang Kepuasan Pengunjung Water Boom Dofa

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		5	4	3	2	1
		SS	S	KS	TS	STS
1	Apa yang saya peroleh di Water Boom Dofa sesuai dengan harapan saya					
2	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Water Boom Dofa					
3	Jika ada kesempatan saya akan berkunjung kembali ke Water Boom Dofa					
4	Saya akan menginformasikan kepada orang lain mengenai Water Boom Dofa					
5	Saya merekomendasikan Water Boom Dofa ini untuk dikunjungi keluarga saya					
6	Saya merasa kurang puas dan tidak akan melakukan kunjungan ulang ke Water Boom Dofa ini					

2. Angket Tentang Fasilitas Water Boom Dofa

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		5	4	3	2	1
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya merasa Water Boom Dofa memiliki fasilitas dan wahana yang lengkap					
2	Kondisi fasilitas dan wahana Water Boom Dofa bersih					

3	Keamanan fasilitas dan wahana di Water Boom Dofa terjamin					
4	Penataan fasilitas dan wahana di Water Boom Dofa tertata rapi					
5	Saya merasa kondisi fasilitas belum sepenuhnya berfungsi dengan baik					
6	Penggunaan fasilitas dan wahana di Water Boom Dofa sangat mudah					
7	Saya merasa fasilitas yang tersedia mudah ditemukan (toilet, tempat duduk, musholla dan tempat makan).					
8	Fasilitas dan sarana penunjang yang disediakan sudah memadai					

3. Angket Tentang Harga Tiket Masuk Water Boom Dofa

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		5	4	3	2	1
		SS	S	KS	TS	STS
1	Harga tiket Water Boom Dofa terjangkau oleh pengunjung					
2	Harga tiket Water Boom Dofa sesuai dengan fasilitas yang diberikan					
3	Harga tiket Water Boom Dofa lebih murah dibandingkan dengan objek wisata yang lain					
4	Harga tiket yang berlaku membuat saya ingin mengunjungi Water Boom Dofa					

5	Saya merasa harga tiket Water Boom Dofa cukup mahal					
6	Harga tiket masuk Water Boom Dofa dapat dijangkau oleh semua pengunjung					

Ulu Barumon, Juli 2022
Responden

(.....)

Dokumentasi Penyebaran Angket Penelitian



Pengisian angket dengan Wanni Juana sebagai pengnjung di *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun



Pengisian angket dengan Ibu Irma Lestari sebagai pengunjung di *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun



Pengisian angket dengan Ibu Sumi Sefriani sebagai pengunjung di *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun



Pengisian angket dengan Ibu Maisaroh Sabrina sebagai pengunjung di *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun



Pengisian angket dengan Ibu Irmaliza sebagai pengunjung di *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun



Pengisian angket dengan Ibu Rosima Daulay sebagai pengunjung di *Water Boom* Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun



Pengisian angket dengan Bapak Tri Hendra Apria sebagai pengunjung di *Water Boom Dofa* Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun



Melakukan wawancara dengan Bapak Syahdan Nasution sebagai Manajer *Water Boom Dofa* Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun



Kolam renang yang ada di *Water Boom Dofa* Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun



Pintu keluar dari *Water Boom Dofa* Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun

WATER BOOM DOFA
DESA TANDIHAT KECAMATAN ULU BARUMUN
Jln. Sibuhuan-Sosopan

Lampiran : -
Hal : Selesai Riset Penelitian

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidimpuan
di -
Padangsidimpuan

Dengan Hormat,

Saya bertanda tangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Marlina Sosanti Pasaribu
NIM : 18 402 00267
Semester : VIII (Delapan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Sehubungan dengan surat saudara Nomor: 1572/In.14/G. 4c/TL. 00/05/2022, tanggal 31 Mei 2022 perihal mohon izin riset. Dengan ini kami dari pihak Water Boom Dofa menyatakan sesuai dengan pokok surat diatas bahwasanya riset tersebut telah selesai dilaksanakan. Adapun judul riset tersebut adalah **"Pengaruh Fasilitas Dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung Water Boom Dofa Desa Tandihat Kecamatan Ulu Barumun."**

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

Ulu Barumun, 24 Juli 2022
Pengelola Water Boom Dofa


H. Nukman Harahap

Hasil Pengisian Angket/Kuesioner

1. Variabel Kepuasan Pengunjung

RESPONDEN	ITEM PERNYATAAN						KEPUASAN PENGUNJUNG
	1	2	3	4	5	6	
1	2	3	3	3	3	2	16
2	4	2	5	4	4	3	22
3	4	3	4	4	4	4	23
4	4	4	3	4	4	4	19
5	3	1	3	3	3	2	15
6	3	4	4	4	4	4	23
7	4	4	4	4	4	4	24
8	5	5	5	4	4	5	28
9	4	1	4	4	3	4	20
10	5	4	4	3	3	3	22
11	4	3	4	4	4	4	23
12	4	4	4	4	3	4	23
13	3	4	4	5	4	4	24
14	4	2	4	3	4	3	20
15	4	3	4	4	5	5	25
16	3	4	4	4	4	3	22
17	3	3	3	3	3	3	18
18	4	4	3	4	4	2	21
19	5	3	3	4	4	3	22
20	3	4	4	4	2	4	21
21	2	2	3	1	4	2	14
22	3	4	3	3	5	3	21
23	3	2	2	4	4	4	19
24	4	5	4	4	3	3	23
25	2	4	2	4	4	4	20
26	2	4	4	3	4	4	21
27	3	4	5	4	3	4	23
28	5	4	3	4	4	5	25
29	5	5	4	4	4	5	27
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	4	3	4	4	4	23
32	3	2	5	4	3	3	20
33	3	4	4	4	4	3	22
34	3	4	4	4	4	3	22
35	4	5	4	4	4	5	26
36	4	5	3	3	5	3	23

37	3	2	3	4	4	3	19
38	4	5	1	3	4	4	21
39	2	4	4	4	3	5	22
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	4	3	4	4	23
42	4	3	3	3	3	4	20
43	3	4	3	3	4	4	21
44	3	1	4	3	3	2	16
45	3	2	3	4	4	2	18
46	3	4	3	2	3	5	20
47	2	4	4	4	4	4	22
48	3	2	4	4	3	3	19
49	3	2	3	4	4	2	18
50	4	5	4	4	3	4	24
51	4	4	3	3	4	2	20
52	3	3	4	4	4	3	21
53	2	4	4	4	3	2	19
54	3	2	4	3	4	3	19
55	5	2	4	3	3	3	20
56	4	4	3	2	4	4	21
57	4	4	3	4	3	4	22
58	4	4	2	3	3	4	20
59	4	5	3	5	4	5	26
60	3	4	4	4	4	1	20
61	4	3	4	4	4	4	23
62	3	3	4	4	4	3	21
63	3	3	3	3	3	2	17
64	5	4	4	3	5	4	25
65	4	3	4	3	3	4	21
66	3	2	1	3	4	2	15
67	2	4	3	4	4	2	19
68	4	4	3	4	4	4	23
69	4	3	4	4	4	4	23
70	5	4	3	2	3	4	21
71	3	3	4	3	4	3	20
72	4	2	3	3	3	3	18
73	4	4	4	5	5	4	26
74	5	4	4	3	4	5	25
75	4	5	3	5	4	5	26
76	3	4	5	4	4	4	24
77	4	4	4	4	4	4	24

78	3	4	3	4	3	3	20
79	2	4	4	4	4	2	20
80	5	4	4	4	4	3	24
81	4	4	2	3	4	2	19
82	2	2	4	4	3	1	16
83	3	1	2	4	4	3	17
84	2	3	3	4	4	2	18
85	4	3	4	3	3	4	21
86	3	2	3	3	3	3	17
87	1	2	5	5	3	1	17
88	4	2	4	5	4	2	21
89	4	5	5	5	4	5	28
90	4	5	3	4	3	5	24
91	4	2	5	4	4	4	23
92	4	4	4	4	4	4	24
93	5	5	5	3	3	5	26
94	1	4	3	4	3	1	16
95	3	4	3	3	4	3	20
96	3	2	1	3	3	2	14
97	3	2	3	4	4	2	18
98	4	5	3	4	4	5	25
99	4	5	4	4	4	4	25
100	4	5	5	5	4	4	27

2. Variabel Failitas

RESPONDEN	ITEM PERNYATAAN								FASILITAS
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	3	2	3	3	1	4	4	2	22
2	4	5	4	4	4	4	4	4	33
3	3	5	4	4	2	5	3	3	29
4	4	2	3	3	3	3	3	2	23
5	3	2	3	4	4	2	4	2	24
6	3	3	3	3	4	5	5	5	31
7	4	5	4	3	2	3	4	4	29
8	5	2	5	4	3	5	4	5	33
9	5	5	4	4	5	4	4	4	35
10	4	3	4	4	4	4	4	5	32
11	4	5	4	4	3	3	4	4	31
12	3	4	5	4	5	5	4	4	34
13	3	2	4	3	3	3	3	2	23
14	3	4	3	3	3	5	5	5	31
15	3	4	4	3	4	5	5	3	31
16	3	4	4	5	5	5	5	4	35
17	4	4	5	5	4	4	4	5	35
18	4	5	4	5	4	4	4	4	34
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32
20	3	2	3	4	4	4	4	4	28
21	5	2	4	3	2	3	4	5	28
22	3	3	3	3	4	4	4	2	26
23	3	3	4	3	1	2	1	4	21
24	5	4	5	4	1	5	4	3	31
25	4	4	4	4	4	4	3	2	29
26	5	4	4	4	4	4	3	4	32
27	4	4	4	4	4	3	4	5	32
28	4	4	3	4	5	4	4	5	33
29	4	4	5	5	5	4	4	5	36
30	4	5	4	4	4	4	4	5	34
31	4	4	4	4	4	5	4	4	33
32	4	5	3	2	4	4	5	3	30
33	5	4	5	4	4	4	4	5	35
34	3	5	3	5	3	4	3	4	30
35	4	5	3	5	5	4	4	5	35
36	4	4	4	4	4	5	5	5	35
37	5	4	4	5	3	5	5	4	35
38	4	3	3	4	4	4	4	4	30

39	4	3	4	4	4	4	3	3	29
40	4	4	4	4	4	4	4	5	33
41	4	4	3	5	4	4	4	4	32
42	5	3	3	4	3	4	4	4	30
43	4	3	4	5	4	4	5	5	34
44	4	4	4	5	5	5	4	4	35
45	4	4	3	3	4	4	4	3	29
46	3	3	3	4	3	5	4	4	29
47	3	3	4	4	4	4	4	4	30
48	3	4	4	3	3	4	4	4	29
49	4	2	4	4	4	3	3	4	28
50	3	4	5	5	5	4	3	4	33
51	4	4	4	4	2	4	4	2	28
52	3	3	3	4	4	4	4	3	28
53	2	4	4	4	3	3	4	3	27
54	4	3	4	2	3	3	4	5	28
55	4	3	4	3	3	4	4	4	29
56	4	4	4	4	2	4	4	3	29
57	4	4	4	4	2	4	4	4	30
58	4	5	3	2	3	5	5	3	30
59	4	2	4	3	4	3	4	3	27
60	4	4	4	4	4	4	4	4	32
61	4	5	3	3	3	4	4	4	30
62	1	3	4	5	4	4	4	4	29
63	4	5	4	3	4	5	4	4	33
64	4	5	4	4	4	4	4	3	32
65	4	5	4	4	3	4	3	4	31
66	3	4	4	4	2	3	3	3	26
67	3	5	3	4	3	4	4	4	30
68	4	4	4	4	5	4	4	3	32
69	5	4	4	3	3	4	4	4	31
70	3	3	4	4	3	4	5	4	30
71	4	3	4	3	2	3	4	4	27
72	4	4	4	4	4	4	3	2	29
73	4	4	4	4	4	3	4	5	32
74	3	4	4	4	4	4	5	3	31
75	4	3	4	3	4	4	4	4	30
76	4	4	4	4	4	4	3	3	30
77	4	4	4	4	3	3	5	3	30
78	4	4	4	4	3	4	4	4	31
79	3	3	3	5	4	3	4	2	27

80	5	4	3	4	5	4	5	4	34
81	4	4	4	4	5	4	2	2	29
82	3	3	4	3	3	4	3	2	25
83	3	4	4	3	2	3	4	3	26
84	4	2	4	3	1	4	4	3	25
85	4	4	4	4	3	4	4	4	31
86	3	3	4	4	3	4	4	3	28
87	3	1	3	5	4	5	3	2	26
88	4	4	5	4	4	5	5	5	36
89	3	4	3	3	4	4	4	5	30
90	5	3	4	5	5	5	4	4	35
91	4	4	4	3	4	3	4	3	29
92	3	4	5	4	4	3	4	3	30
93	4	3	4	3	2	4	5	4	29
94	3	3	4	3	2	2	3	2	22
95	4	3	4	5	4	4	2	4	30
96	3	1	2	3	2	1	4	1	17
97	3	2	4	4	3	3	3	3	25
98	4	3	4	3	2	5	2	5	28
99	4	3	4	3	3	4	5	5	31
100	4	5	3	4	4	4	3	4	31

3. Variabel Harga Tiket

RESPONDE N	ITEM PERNYATAAN						HARGA TIKET
	1	2	3	4	5	6	
1	3	3	2	3	2	2	15
2	4	5	4	4	4	3	24
3	4	4	4	3	3	3	21
4	4	4	4	4	3	4	23
5	3	4	3	3	3	3	19
6	2	3	3	3	3	3	17
7	4	4	3	4	4	4	23
8	4	3	4	5	4	4	24
9	5	4	5	4	5	5	28
10	4	3	4	4	3	3	21
11	4	4	3	4	3	4	22
12	4	5	4	4	3	3	23
13	3	4	4	5	4	2	22
14	4	3	5	3	5	4	24
15	4	4	3	2	3	4	20
16	5	4	3	4	4	5	25
17	2	4	4	3	5	4	22
18	3	3	3	3	2	4	18
19	3	3	4	4	4	3	21
20	4	4	3	2	4	4	21
21	3	3	4	3	4	4	21
22	2	1	3	3	2	2	13
23	4	3	3	3	4	4	21
24	4	3	4	3	4	3	21
25	5	4	3	4	4	3	23
26	4	4	3	3	3	3	20
27	3	3	3	3	3	5	20
28	4	4	3	4	4	4	23
29	5	4	4	4	4	4	25
30	5	5	5	4	4	4	27
31	5	4	4	4	4	4	25
32	3	4	4	4	5	4	24
33	3	3	3	4	4	3	20
34	4	3	4	4	4	4	23
35	4	3	3	4	4	4	22
36	5	5	3	3	4	4	24
37	4	4	4	3	4	4	23
38	3	3	2	4	4	3	19

39	5	4	4	4	4	4	25
40	4	3	4	4	3	4	22
41	4	3	4	4	4	4	23
42	4	4	3	4	3	5	23
43	4	3	3	3	3	4	20
44	4	4	3	3	2	5	21
45	2	3	3	4	3	4	19
46	4	3	2	3	3	3	18
47	5	3	2	4	4	4	22
48	4	3	4	3	2	5	21
49	1	2	3	4	4	2	16
50	2	3	4	2	3	3	17
51	4	4	5	3	4	4	24
52	4	3	4	3	3	3	20
53	4	4	3	4	3	4	22
54	4	3	2	2	3	4	18
55	4	3	4	3	2	3	19
56	5	4	3	3	4	4	23
57	5	3	4	3	4	3	22
58	4	4	3	4	4	3	22
59	4	3	2	4	4	4	21
60	5	5	4	4	4	4	26
61	4	4	3	3	3	4	21
62	3	3	4	4	5	4	23
63	3	5	3	4	4	3	22
64	4	3	3	2	1	3	16
65	4	5	5	4	4	4	26
66	3	3	3	4	4	4	21
67	2	2	4	1	3	2	14
68	3	3	3	3	4	3	19
69	4	4	3	4	4	3	22
70	3	4	4	4	4	3	22
71	4	2	4	4	3	4	21
72	3	3	4	4	4	4	22
73	3	3	3	3	4	4	20
74	3	3	3	3	3	3	18
75	4	5	5	5	5	5	29
76	4	5	4	4	4	4	25
77	5	4	3	4	4	3	23
78	4	4	4	4	4	4	24
79	4	4	3	4	5	4	24

80	3	3	3	4	3	3	19
81	4	3	3	3	3	3	19
82	4	5	3	4	4	4	24
83	4	3	4	3	3	3	20
84	2	4	3	4	4	2	19
85	3	3	3	4	4	4	21
86	3	2	3	3	4	4	19
87	3	4	3	3	3	3	19
88	4	4	3	3	4	4	22
89	5	5	3	3	4	5	25
90	3	4	4	5	4	4	24
91	4	4	3	4	4	4	23
92	4	4	5	4	3	4	24
93	4	5	4	4	5	4	26
94	4	3	3	3	2	3	18
95	4	3	3	3	3	4	20
96	2	2	3	1	2	2	12
97	3	3	3	3	3	3	18
98	5	5	3	3	4	5	25
99	4	5	4	4	3	4	24
100	5	5	4	4	4	4	26

Correlations

		ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	ITEM6	KEPUASAN
ITEM1	Pearson Correlation	1	.280**	.117	-.040	.165	.540**	.618**
	Sig. (2-tailed)		.005	.245	.696	.100	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
ITEM2	Pearson Correlation	.280**	1	.104	.177	.187	.508**	.702**
	Sig. (2-tailed)	.005		.302	.078	.063	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
ITEM3	Pearson Correlation	.117	.104	1	.340**	-.016	.200*	.495**
	Sig. (2-tailed)	.245	.302		.001	.877	.046	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
ITEM4	Pearson Correlation	-.040	.177	.340**	1	.175	.117	.436**
	Sig. (2-tailed)	.696	.078	.001		.082	.246	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
ITEM5	Pearson Correlation	.165	.187	-.016	.175	1	.130	.370**
	Sig. (2-tailed)	.100	.063	.877	.082		.196	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
ITEM6	Pearson Correlation	.540**	.508**	.200*	.117	.130	1	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.046	.246	.196		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
KEPUASAN	Pearson Correlation	.618**	.702**	.495**	.436**	.370**	.773**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

[illegible]

ITEM7	Pearson Correlation	.080	.142	-.069	-.076	.141	.268**	1	.260**	.408**
	Sig. (2-tailed)	.426	.160	.496	.450	.162	.007		.009	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM8	Pearson Correlation	.306**	.263**	.250*	.156	.215*	.325**	.260**	1	.674**
	Sig. (2-tailed)	.002	.008	.012	.122	.032	.001	.009		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
FASILITAS	Pearson Correlation	.450**	.590**	.386**	.480**	.605**	.626**	.408**	.674**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		Correlations						HARGA TIKET
		ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	ITEM6	
ITEM1	Pearson Correlation	1	.504**	.150	.196	.172	.491**	.668**
	Sig. (2-tailed)		.000	.137	.050	.087	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
ITEM2	Pearson Correlation	.504**	1	.252*	.355**	.366**	.364**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000		.012	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
ITEM3	Pearson Correlation	.150	.252*	1	.237*	.283**	.174	.519**
	Sig. (2-tailed)	.137	.012		.018	.004	.083	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
ITEM4	Pearson Correlation	.196	.355**	.237*	1	.478**	.218*	.630**
	Sig. (2-tailed)	.050	.000	.018		.000	.029	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
ITEM5	Pearson Correlation	.172	.366**	.283**	.478**	1	.288**	.662**
	Sig. (2-tailed)	.087	.000	.004	.000		.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
ITEM6	Pearson Correlation	.491**	.364**	.174	.218*	.288**	1	.651**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.083	.029	.004		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
HARGA TIKET	Pearson Correlation	.668**	.747**	.519**	.630**	.662**	.651**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.619	6

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.642	8

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.724	6

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KP	100	14.00	28.00	21.3000	3.12533
FS	100	17.00	36.00	29.7000	3.51176
HT	100	12.00	29.00	21.5000	3.05670
Valid N (listwise)	100				

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.63550785
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.063
	Negative	-.053
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.357	2.554		2.098	.039		
FS	.353	.082	.397	4.305	.000	.861	1.161
HT	.249	.094	.243	2.639	.010	.861	1.161

a. Dependent Variable: KP

Correlations

		fasilitas	harga	Unstandardized Residual
Spearman's rho	fasilitas	Correlation Coefficient	1.000	.278**
		Sig. (2-tailed)	.	.005
		N	100	100
	harga	Correlation Coefficient	.278**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.005	.
		N	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.072	.037
		Sig. (2-tailed)	.478	.713
		N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.357	2.554		2.098	.039
FS	.353	.082	.397	4.305	.000
HT	.249	.094	.243	2.639	.010

a. Dependent Variable: KP

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.537 ^a	.289	.274	2.66254

a. Predictors: (Constant), HT, FS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.357	2.554		2.098	.039
FS	.353	.082	.397	4.305	.000
HT	.249	.094	.243	2.639	.010

a. Dependent Variable: KP

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	279.356	2	139.678	19.703	.000 ^b
Residual	687.644	97	7.089		
Total	967.000	99			

a. Dependent Variable: KP

b. Predictors: (Constant), HT, FS

Tabel 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

Titik Presentase Distribusi t (df= 81-120)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,10															
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
92	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
93	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
94	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
95	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
96	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.59	1.58	1.56
97	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.73	1.70	1.67	1.64	1.61	1.59	1.58	1.56
98	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.73	1.70	1.66	1.64	1.61	1.59	1.57	1.56
99	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.83	1.78	1.73	1.70	1.66	1.64	1.61	1.59	1.57	1.56
100	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.64	1.61	1.59	1.57	1.56
101	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.64	1.61	1.59	1.57	1.56
102	2.76	2.36	2.14	2.00	1.90	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.56
103	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
104	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
105	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
106	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
107	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
108	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
109	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
110	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
111	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.58	1.57	1.55
112	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.58	1.57	1.55
113	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.60	1.58	1.57	1.55
114	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.83	1.77	1.72	1.69	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
115	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.83	1.77	1.72	1.69	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
116	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.83	1.77	1.72	1.69	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
117	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.83	1.77	1.72	1.69	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
118	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.69	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
119	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
120	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
121	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
122	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
123	2.75	2.35	2.13	1.99	1.89	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
124	2.75	2.35	2.13	1.99	1.89	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
125	2.75	2.35	2.13	1.99	1.89	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
126	2.75	2.35	2.13	1.99	1.89	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54