

**SKRIPSI**

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA WISATA TMII DI KOTA METRO**

Oleh :

**MIRNA DESI ANA YANTI  
NPM. 2003011063**



**Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**

**1445 H / 2024 M**

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA TEMPAT WISATA TMII YANG ADA  
DI KOTA METRO**

Diajukan untuk memenuhi tugas dan memenuhi sebagai syarat memperoleh gelar  
sarjana ekonomi ( S.E )

oleh:

Mirna Desi Ana Yanti

NPM: 2003011063

Pembimbing : Yudhistira Ardana, M.E.K

Jurusan: Ekonomi Syariah

Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**

**TAHUN AJARAN 1445 H / 2024 M**



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: [www.syariah.metrouniv.ac.id](http://www.syariah.metrouniv.ac.id);  
e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

**NOTA DINAS**

Nomor : -  
Lampiran : 1 (satu) berkas  
Hal : **Pengajuan skripsi untuk dimunaqosyahkan**

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Metro  
Di -  
Tempat

*Assalamualaikum Wr.Wb*

Setelah kami mengadakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka, Skripsi penelitian yang disusun oleh:

Nama : Mirna Desi Ana Yanti  
NPM : 2003011063  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul : **PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA WISATA TMII  
DI KOTA METRO**

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro untuk dimunaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb*

Metro, 21 Mei 2024  
Pembimbing,

Yudhistira Ardana, M.E.K  
NIP. 19890602 202012 1 011

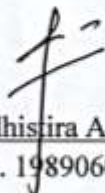
## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA WISATA TMII DI  
KOTA METRO  
Nama : Mirna Desi Ana Yanti  
NPM : 2003011063  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah

## MENYETUJUI

Untuk di munaqosyah kan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

Metro, 21 Mei 2024  
Pembimbing,

  
Yudhistira Ardana, M.E.K  
NIP. 19890602 202012 1 011



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

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15A Inggulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metroainiv.ac.id E-mail: iainmetro@metroainiv.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

No: B-2018/In.28.3/D/PP.00.9/06/2024

Skripsi dengan Judul: "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA WISATA TMII DI KOTA METRO" disusun oleh: Mirna Desi Ana Yanti, NPM: 2003011063, Jurusan: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Kamis, 06 Juni 2024

**TIM PENGUJI:**

Ketua/Moderator : Yudhistira Ardana, M.E.K

Penguji I : Yuyun Yunarti, M.Si

Penguji II : Zumaroh, M.E.Sy

Sekretaris : Iva Faizah, M.E

(.....)  
(.....)  
(.....)  
(.....)

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Mas Jalil, M.Hum  
NIP. 19620812 199803 1 001

## ABSTRAK

### PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TEMPAT WISATA TMII YANG ADA DI KOTA METRO

Kepuasan pelanggan merupakan hal terpenting yang harus dicapai dalam suatu layanan. Hal ini dikarenakan apabila para pelanggan tidak puas dengan layanan yang telah diberikan maka akan berdampak pada pelanggan yang tidak loyal terhadap tempat wisata. Agar pelanggan merasa puas dan tidak berpindah ke tempat lain, maka tempat wisata TMII harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana tanggapan pengunjung tentang harga, dan kualitas pelayanan dan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pendekatan penelitian pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan instrument angket dengan skala *likert*. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan tempat wisata TMII Kota Metro dan menggunakan teknik sampling teknik *random sampling*. Diperoleh sampel sebanyak 91 responden. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan pengujian asumsi klasik dan asumsi hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada tempat wisata TMII Kota Metro dengan nilai  $t_{hitung} 4.888 > t_{tabel} 1,987$  pengaruh tersebut sebesar 27%. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada tempat wisata TMII Kota Metro dengan nilai  $t_{hitung} 2.502 > t_{tabel} 1,987$  pengaruh tersebut sebesar 13%. Dan secara simultan terdapat pengaruh antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai  $F_{hitung} 29.240 > F_{tabel} 3.10$  pengaruh tersebut sebesar 40% sedangkan sisanya sebesar 60% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan**

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mirna Desi Ana Yanti

NPM : 2003011063

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian- bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 21 Mei 2024



Mirna Desi Ana Yanti  
NPM. 2003011063

## MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا , إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

(Q,S surat As-Syarah Ayat 5 dan 6)



## **PERSEMBAHAN**

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT dan shalawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua penulis ayahanda tercinta bapak Isgiono dan ibunda tercinta ibu Widayanti yang senantiasa memberikan dukungan penuh baik berupa doa dan motivasi maupun dukungan material untuk terus melanjutkan pendidikan dan menggapai impian.
2. Sahabat seperjuangan dari semester satu sampai sekarang yang selalu memberikan do'a motivasi dan semangat Yunita Sari sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
3. Bapak Yudhistira Ardana, M.E.K selaku pembimbing skripsi yang selalu memberikan dukungan, arahan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
4. Sahabat – sahabatku tercinta yang selalu membantu dan memberikan do'a dan semangat yaitu saudara Tanti, Anggun, Sindi, Rani, Rizka dan Putri.
5. Teman-teman jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2020, terkhusus kelas A yang telah sama-sama saling menguatkan untuk tetap berjuang menyelesaikan pendidikan di IAIN Metro.
6. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

7. Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu oleh penulis yang mendukung serta banyak membantu penulis mengumpulkan data dan informasi untuk penyusunan skripsi ini.

## **KATA PENGANTAR**

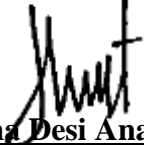
Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini. Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian Skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag, PIA selaku Rektor IAIN Metro.
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Yudistira Ardana M.E.K, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah dan Pembimbing skripsi yang telah memberi bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi kepada peneliti.
4. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

Kritik dan saran demi perbaikan Skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga Skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Ekonomi Syariah.

Peneliti, 21 Mei 2024

  
**Mirna Desi Ana Yanti**  
NPM. 2003011063

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSTUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ORISINALITAS PENELITIAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Batasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah .....	8
E. Tujuan dan Manfaat penelitian.....	8
F. Penelitian Relevan.....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>14</b>
A. Kepuasan Pelanggan .....	14
B. Harga .....	16

C. Kualitas Pelayanan .....	17
D. Kerangka Berfikir.....	19
E. Hipotesis Penelitian.....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
A. Rancangan Penelitian .....	24
B. Definisi Oprasional Variabel .....	24
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	26
D. Teknik Pengumpulan Data.....	28
E. Instrumen Penelitian.....	28
F. Teknik Analisis Data.....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
A. Hasil Penelitian.....	37
B. Pembahasan .....	51
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>56</b>
A. Kesimpulan.....	56
B. Saran .....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP PENULIS</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penelitian Relevan .....	9
Tabel 3.1	Definisi Oprasional.....	23
Tabel 3.2	Sekala Likert .....	27
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden .....	39
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas .....	40
Tabel 4.3	Hasil Uji Reabilitas .....	41
Tabel 4.4	Hail Uji Normalitas .....	42
Tabel 4.5	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	43
Tabel 4.6	Hasil Uji Multikolinieritas .....	44
Tabel 4.7	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	45
Tabel 4.8	Hasil Uji Parsial (t) .....	46
Tabel 4.9	Hasil Uji f.....	48
Tabel 4.10	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	49
Tabel 4.11	Hasil Regresi Linier Berganda.....	50
Tabel 4.12	Hasil Data Perhitungan Sumbangan Efektif (SE).....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Daftar Harga Tiket .....	5
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir .....	18



## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Surat Penunjukan Bimbingan Skripsi
2. Outline
3. Alat Pengumpul Data
4. Surat Research
5. Surat Tugas
6. Surat Balasan Research
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Surat Uji Plagiasi Turnitin
9. Tabulasi Data Angket
10. Hasil Validitas dan Reliabilitas
11. Hasil Regresi Linier Berganda
12. f Tabel
13. t Tabel
14. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
15. Foto-foto Penelitian
16. Screenshot Penyebaran Angket Online
17. Riwayat Hidup

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Tempat wisata merupakan wahana rekreasi dan hiburan bagi keluarga dalam bersantai dan menghilangkan rasa jenuh pada aktivitas pekerjaannya. Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara suka rela dan bersifat sementara untuk bersenang-senang menikmati objek dan daya tarik wisata.<sup>1</sup> Wisata saat ini mulai beragam seperti halnya wisata kolam renang untuk obyek wisata pemandian.<sup>2</sup> Kolam renang merupakan tempat untuk rekreasi dan tempat untuk melakukan olahraga bagi pecinta renang. Wisata ini tidak hanya diminati oleh anak-anak saja akan tetapi juga orang dewasa hingga lanjut usia. Pengunjung paling banyak adalah anak-anak usia sekolah mulai dari tingkat PAUD hingga SMA, karena kegiatan renang merupakan salah satu kegiatan ekstrakurikuler yang juga diadakan di sekolah.

Dalam hal ini bahwa suatu tempat wisata harus berisikan komponen untuk menjadi suatu objek wisata yang baik agar dapat menarik serta membuat wisatawan puas terhadap wisata yang dituju. Kepuasan konsumen adalah perasaan konsumen, baik itu berupa kesenangan atau ketidakpuasan yang timbul dari membandingkan sebuah produk dengan

---

<sup>1</sup> Marsono, *Agro dan Desa Wisata* (Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 2019), 2.

<sup>2</sup> Muhammad Basuki Hadimuljono, *Sumber Daya Air dan Pengembangan Wilayah Infrastruktur Keairan Mendukung Pengembangan Wisata, Energi dan Ketahanan Pangan* (Malang : UB Press, 2018), 118.

harapan konsumen atas produk tersebut.<sup>3</sup> Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya.<sup>4</sup>

Ada lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu: Kualitas Produk, Kualitas pelayanan, Emosional Faktor, Harga, dan Kemudahan.<sup>5</sup> Untuk itu perusahaan ataupun perseorangan pemilik tempat wisata tentunya harus tanggap atas apa yang akan dilakukan agar pelanggan merasa puas dan dapat mengunjungi kembali. Harga merupakan salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan. Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar-kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya Selain dalam memberikan harga yang murah, tentunya faktor dari pada kualitas pelayanan juga harus diperhatikan mengingat kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan adalah adanya Keputusan dalam penentuan harga dalam pemasaran jasa sangat penting mengingat produk yang ditawarkan oleh layanan atau jasa tersebut bersifat tidak berwujud. Harga yang dibebankan terhadap jasa yang ditawarkan menjadikan indikasi kualitas jasa yang akan diterima oleh konsumen.<sup>6</sup> Selain itu harga menjadi hal penting yang harus diperhatikan

---

<sup>3</sup> Sudaryono, Manajemen Pemasaran (Yogyakarta : CV ANDI OFFSET, 2016), 79.

<sup>4</sup> John C. Mowen dan Michael Minor, Perilaku Konsumen (Jakarta : PT Erlangga, 2002),

<sup>5</sup> Hendy Irawan Juwandi, Kepuasan Pelayanan Jasa, (Jakarta: Erlangga, 2004), 97

<sup>6</sup> Rambat Lupiyoadi, Manajemen Pemasaran Jasa (Jakarta : Salemba Empat, 2013), 136.

oleh suatu perusahaan, agar konsumen tertarik terhadap apa yang ditawarkan dan menjadikan kepuasan bagi konsumen itu sendiri.

Selain harga, pelayanan merupakan faktor terpenting dalam memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi para pengunjung yang datang untuk menikmati objek wisata tersebut. Kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik.<sup>7</sup> Jadi semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin besar pula kepuasan dari pengunjung atau pelanggan. Seorang karyawan perlu memperhatikan sikap yang baik terutama Kesopanan pelayanan termasuk dalam tingkah laku, tutur bahasa yang baik dan sopan yang dapat dilakukan seorang dalam menghadapi konsumen, Keramahan merupakan cara bicara yang lemah lembut, saling sapa dan salam dalam memberikan pelayanan, Kecepatan Dengan adanya kecepatan dalam pelayanan dapat memberikan kesan bagi konsumen untuk tidak bosan dalam menunggu sesuatu yang diinginkan, dan Ketepatan merupakan sesuatu yang sering diharapkan oleh seseorang dalam melakukan pekerjaan sehingga dapat terwujudnya suatu keinginan. Dengan adanya pelayanan yang baik akan memberikan kesan dan nilai tersendiri bagi seseorang untuk datang lagi, selain itu juga memberikan kepuasan yang maksimal.

Kolam renang TMII merupakan tempat rekreasi bagi masyarakat Metro dan sekitarnya. Lokasi ini beralamat di JL. Imam Bonjol No. 8, 29

---

<sup>7</sup> J. Supranto, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : Untuk Menaikkan Pangsa Pasar, (Jakarta : Rineka Cipta, 2006), 230.

Banjarsari Kec. Metro Utara Kota Metro. Kolam renang beroperasi setiap hari Selasa sampai dengan Minggu mulai jam 08.00 - 17.00 WIB. Pengunjung kolam renang TMII sangat beragam mulai dari anak sekolah tingkat PAUD hingga SMA selain itu juga masyarakat sekitar baik dewasa maupun lanjut usia. Kolam renang TMII telah menyediakan beberapa fasilitas seperti halnya waterboom, dan ada juga wahana prahu kano, bebek goes, mobil listrik, taman bermain anak-anak, ada juga pembelajaran edukasi tentang pertanian, pembelajaran edukasi lebah khususnya untuk anak-anak PAUD dan TK, dan ada yang terbaru di TMII yaitu wisata buah melon dan strawberry, TMII mencoba untuk membuat wisata baru seperti wisata hewan unggas, fasilitas tersebut terdapat harga yang berbeda-beda kecuali taman bermain anak yang free atau tidak dipungut biaya. Dan TMII menyediakan *resto gardenia* dan *caffe farmhouse*, dan tersedia wifi, kantin, kamar mandi, tempat mushola, saung dan area parkir yang luas.<sup>8</sup> Dari hasil wawancara dengan superfaisor Pengunjung yang datang di TMII setiap hari Selasa- Jum'at rata-rata di bawah 100 tiket, sedangkan di hari libur sekitar di atas 100 tiket yang terjual.

---

<sup>8</sup> Hasil wawancara dengan bapak Arif, teknisi yang ada di TMII, pada hari Kamis 14 Maret 2024

Berikut daftar harga tiket masuk yang ada di TMII Metro.

**Gambar 1.1 Daftar Harga Tiket**



Sumber: TMII Metro

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengunjung yang pernah berwisata dikolam renang TMII untuk mengetahui kepuasan pengunjung. Saudara Lida menyatakan bahwa fasilitas di kolam renang TMII terutama pada fasilitas kamar mandi kurang nyaman karena hanya ada kran dan tidak terdapat bak mandi dan tidak menggunakan pintu melainkan hordeng dengan keadaan gelap kurang adanya penerangan, kamar mandi bagian depan tidak terdapat tempat sampah sehingga sampah banyak yang berserakan, akan tetapi saudara Lida tetap puas dan kembali kesana untuk berenang.<sup>9</sup> Meskipun demikian, saudara Aulia menyampaikan bahwa kurangnya fasilitas kolam renang anak yang kotor dan kurangnya fasilitas kantin yang ada pada kolam renang TMII yaitu kurang lengkapnya penjual

<sup>9</sup> Hasil wawancara dengan saudara Lida, yang pernah berkunjung di TMII, pada tanggal 15 Maret 2024.

untuk keperluan mandi seperti sabun, sampo dan tidak hanya menjual makanan saja.<sup>10</sup>

Hasil wawancara dengan saudara Melati diketahui bahwa tarif masuk kolam renang tergolong masih tinggi dibanding dengan kolam renang seperti Taman Palem Indah yang berkisar Rp 25.000 hingga Rp 30.000 dihari libur. Selain itu, Kolam Renang TMII memberlakukan tarif per hari nya Rp 35.000 per orang namun jika hari *weekend* tariff tetap sama. Meskipun tarif masuk kolam renang lebih tinggi dibandingkan kolam renang lain, saudara Melati merasa puas dan tetap memilih TMII dibandingkan kolam renang yang lain.<sup>11</sup> Hal ini berbanding terbalik dengan teori hukum permintaan yang dikutip oleh Sigit Sarjono yaitu jika harga turun maka permintaan akan barang tersebut akan bertambah sebaliknya jika harga naik maka jumlah barang yang diminta akan berkurang.<sup>12</sup>

Berdasarkan informasi dari pengunjung atas nama Tika menyampaikan bahwa pelayanan pelayanan yang ada belum maksimal. Terutama pelayanan yang dilakukan oleh karyawan dalam hal keramahan, kesopanan dan kecepatan. Karena di tempat tersebut karyawannya cuek, jarang senyum, dalam melayani pembelian tiket.<sup>13</sup> Hal ini berbanding terbalik dengan teori *Schiffman* yang dikutip oleh Freddy bahwa kepuasan

---

<sup>10</sup> Hasil wawancara dengan saudara Aulia yang pernah berkunjung di TMII, Pada tanggal 15 Maret 2024.

<sup>11</sup> Hasil wawancara dengan saudara Melati, yang pernah pengunjung di TMII, pada tgl 15 Maret 2024.

<sup>12</sup> Sigit Sarjono, *Ekonomi Mikro Teori dan Aplikasi* (Yogyakarta : ANDI, 2017), 67.

<sup>13</sup> Hasil wawancara dengan saudara Tika yang pernah berkunjung di TMII, pada tanggal 15 Maret 2024.

pelanggan merupakan perasaan seseorang terhadap kinerja dari suatu produk atau jasa yang dibandingkan dengan harapannya.<sup>14</sup>

Pelayanan merupakan poin penting dalam pengolahan jasa hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Syaiful Aswad, Realize, Ronald Wangdra yang menunjukkan bahwa secara simultan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Batam.<sup>15</sup>

Berdasarkan fenomena dan permasalahan di atas maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terhadap Pengaruh Harga dan kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tempat Wisata TMII yang ada di Kota Metro.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka indentifikasi sebagai berikut :

1. Kurangnya kelengkapan kantin.
2. Tempat bilas yang kurang nyaman.
3. Harga tiket yang ada di TMII lebih mahal dibandingkan dengan Taman Palem Indah Metro.
4. Pelayanan yang diberikan cuek, jarang senyum, dalam melayani pembelian tiket.
5. Adanya persaingan wisata yang ada di Metro.
6. Kurangnya keramah tamahan pegawai.

---

<sup>14</sup> Fredy Rangkuti, *Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima* (Jakarta : IKAPI, 2016), 80.

<sup>15</sup> Syaiful Aswad, Realize, Ronald Wangdra, Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center, vol 6 no.2 2018



### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah sebelumnya, maka penelitian ini difokuskan pada harga dan pelayanan sebagai variabel bebas terhadap kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat, dan lokasi penelitian hanya pada tempat wisata TMII yang ada di Metro.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah peneliti kemukakan di atas, maka dapat dirumuskan secara operasional permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan ditempat wisata TMII yang ada di Metro?
2. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan ditempat wisata TMII yang ada di Metro?
3. Bagaimana pengaruh antara harga dan pelayanan secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan ditempat wisata TMII yang ada di Metro?

### **E. Tujuan dan Manfaat penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

- a) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan ditempat wisata TMII yang ada di Metro.

- b) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan ditempat wisata TMII yang ada di Metro.
- c) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan ditempat wisata TMII yang ada di Metro.

## **2. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini diharapkan akan menghasilkan informasi yang tentunya bermanfaat sebagai bahan evaluasi perusahaan guna memperbaiki kinerjanya.

### **a. Manfaat Teoritis**

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi para pelanggan dan dipergunakan sebagai referensi dan literatur kepustakaan terkait dengan pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
- 2) Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau bahan masukan bagi penelitian selanjutnya.

### **b. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

- 1) Bagi Pihak kolam renang

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengelola TMII untuk mempertahankan kepercayaan pengunjung dalam

memberikan kepuasan dan kenyamanan bagi pengunjung yang datang.

- 2) Dapat dijadikan acuan dalam menentukan program dan pemberian pelayanan kepada pengunjung yang ada di TMII Metro.

## F. Penelitian Relevan

Penelitian relevan memuat uraian secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu tentang persoalan yang akan dikaji. Penelitian mengemukakan dan menunjukkan dengan tegas bahwa masalah yang akan dibahas belum pernah diteliti atau berbeda dengan penelitian sebelumnya. Adapun penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Ana musdalifah,<sup>16</sup> N.L. Sintya Jayant , N.N. Yulianthini ,<sup>17</sup> Soniya Listyo Anggraita,<sup>18</sup> Syaiful Aswad, Realize, Ronald Wangdra,<sup>19</sup> Desindra Ayu Tralisma.<sup>20</sup>

---

<sup>16</sup> Ana Musdalifah, pengaruh fasilitas, harga dan pelayanan karyawan terhadap kepuasan pengunjung di kolam renang tirta joyo, fakultas ekonomi dan bisnis islam institut agama islam negeri ponorogo,2020

<sup>17</sup> N.L. Sintya Jayant , N.N. Yulianthini, Pengaruh Fasilitas serta Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Domestik Objek Wisata Taman Air Tirtagangga. Universitas Putera Batam,2022

<sup>18</sup>Soniya Listyo Anggraita,” Pengaruh Fasilitas, Persepsi Harga dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Umbul Pongok Klaten”, (Jurnal bisnis manajemen dan akuntansi, Universitas Duta Bangsa Surakarta, Indonesia, 2023).

<sup>19</sup> Syaiful Aswad, Realize, Ronald Wangdra , pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna air bersih masyarakat kampung air batam center, Universitas Putera Batam,2018.

<sup>20</sup> Desindra Ayu Tralisma “pengaruh harga dan produk terhadap keputusan memilih objek wisata air buatan (Studi Pada Kolam Renang Kasri Kota Kediri)”. (skripsi, ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam, IAIN Kediri, 2020).

**Tabel 1.1**  
**Penelitian Relevan**

<b>NO</b>	<b>Peneliti/ tahun/judul</b>	<b>Hasil</b>	<b>Persamaan</b>	<b>Perbedaan</b>
1.	Ana musdalifah,2020 , pengaruh fasilitas, harga dan pelayanan karyawan terhadap kepuasan pengunjung di kolam renang tirto joyo	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung, variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung, variabel pelayanan karyawan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung, variabel fasilitas, harga dan pelayanan karyawan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengunjung	Variabel bebas : kualitas pelayanan dan harga  Variabel terikat : kepuasan pengunjung	Variabel bebas (x1):fasilitas
2.	N.L. Sintya Jayant , N.N. Yulianthini,202 2, Pengaruh Fasilitas serta Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Domestik Objek Wisata Taman Air Tirtagangga	Hasil dari studi ini ialah (1) Fasilitas serta kualitas pelayanan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan objek wisata Taman Air Tirtagangga pada kalangan wisatawan domestik, (2) Fasilitas memberikan pengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan objek wisata Taman Air Tirtagangga pada kalangan wisatawan domestik (3) Kualitas	Variabel bebas : kualitas layanan  Variabel terikat : kepuasan pengunjung	Variabel bebas : fasilitas  Variabel bebas : harga, pelayanan

		<p>pelayanan memberikan pengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan pelanggan objek wisata Taman Air Tirtagangga pada kalangan wisatawan domestik .</p>		
3.	<p>Soniya Listyo Angraita, 2023, Pengaruh Fasilitas, Persepsi Harga dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Umbul Ponggok Klaten</p>	<p>Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa fasilitas, persepsi harga dan citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada wisata Umbul Ponggok. Sedangkan hasil uji f fasilitas, persepsi harga dan citra destinasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada wisata Umbul Ponggok.</p>	<p>Variabel bebas : persepsi harga</p>	<p>Variabel bebas : pengaruh fasilitas , perepsi harga, citra destinasi,</p> <p>Variabel terikat : minat berkunjung kembali pada objek wisata Umbul Ponggok Klaten</p> <p>Variabel terikat : kepuasan pelanggan</p>
4.	<p>Syaiful Aswad, Realize, Ronald Wangdra, 2018, pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen</p>	<p>hasil penelitian tentang hasil uji t, t hitung untuk harga dan kualitas layanan lebih besar dari t tabel, dapat disimpulkan ada beberapa pengaruh positif dan harga</p>	<p>Variabel bebas : pengaruh harga dan kualitas pelayanan</p>	<p>Perbedaan indikator harga - reliabilitas -daya tanggap -jaminan -empati -bukti fisik</p>

	pengguna air bersih masyarakat kampung air batam center	signifikan terhadap kepuasan pelanggan, ada pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan kepuasan pelanggan. Hasil uji F lebih besar F tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga dan kualitas layanan secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.		Indikator harga - Keterjangkauan harga -Kesesuaian harga dengan kualitas produk atau jasa -Daya saing harga -Kesesuaian harga dengan manfaat
5.	Desindra Ayu Tralisma , 2020, pengaruh harga dan produk terhadap keputusan memilih objek wisata air buatan (Studi Pada Kolam Renang Kasri Kota Kediri)	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil perhitungan (r) didapatkan hasil 0,867, maka harga (X1) dan produk (X2) mempunyai hubungan yang sangat kuat terhadap keputusan memilih (Y).	Variabel bebas : pengaruh harga	Variabel bebas (x2) : produk
			Variabel bebas : pelayanan	Variabel terikat : keputusan memilih
				Variabel terikat: kepuasan pelanggan

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kepuasan Pelanggan**

##### **1. Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan berasal dari bahasa latin “*satis*” (yang berarti cukup baik) dan “*facio*” (membuat atau melakukan). Kepuasan merupakan sebagai upaya dalam memenuhi sesuatu atau membuat sesuatu memadai.<sup>1</sup>

Kepuasan konsumen merupakan perasaan pelanggan, baik berupa kepuasan atau ketidak puasan yang timbul ketika membandingkan sebuah produk dengan harapan konsumen atas produk tersebut.<sup>2</sup> Kepuasan pelanggan dapat pula didefinisikan sebagai suatu keadaan yang dicapai dimana suatu kebutuhan, keinginan dan harapan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.<sup>3</sup>

##### **2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan pelanggan**

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan menurut Irawan yang dikutip oleh Anang adalah:

---

<sup>1</sup> Fandy Tjiptono, Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian (Yogyakarta : CV ANDI OFFSET, 2014), 353.

<sup>2</sup> Sudaryono, Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2016), 79.

<sup>3</sup> Daryanto dan Ismanto Setyo Budi, Konsumen dan Pelayanan Prima (Yogyakarta : Gava Media, 2014), 90.

a. Kualitas produk

Pelanggan akan puas apabila dalam menggunakan atau memperoleh suatu produk tersebut kualitasnya baik.

b. *Service quality*

Kepuasan terhadap kualitas merupakan driver yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah SERVQUAL.

c. *Emotional factor*

Pelanggan akan merasa puas karena adanya emosional value yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.

d. Biaya dan kemudahan

Pelanggan cenderung akan lebih puas jika mendapatkan biaya yang murah serta kemudahan dalam mendapatkan produk atau pelayanan.<sup>4</sup>

### **3. Indikator Kepuasan Pelanggan**

Indikator kepuasan pelanggan terdiri dari:

a. Kinerja

Kinerja yaitu ketika kinerja setingkat dengan ekspektasi yang diinginkan pelanggan maka nasabah akan puas dan senang. Apabila kinerja perusahaan mencapai ekspektasi yang diharapkan, nasabah akan teramat puas dan senang.

---

<sup>4</sup> Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta : Deepublish, 2018), 134.



## b. Ekspetasi

Ekspetasi yaitu perasaan pelanggan dari pengalaman melakukan transaksi sebelumnya, mengenai informasi dari teman yang di dapat atau pemasar atau pesaing.<sup>5</sup>

Berdasarkan indikator kepuasan pelanggan indikator yang akan diukur yaitu kinerja dan ekspetasi.

## B. Harga

### 1. Pengertian Harga

Harga menurut Philip Kotler adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.<sup>6</sup> Dapat diartikan bahwa harga ialah besaran uang atau nilai tukar atas barang atau jasa yang memberikan kegunaan bagi pengunjung.

### 2. Indikator Harga

Menurut Kotler dan Amstrong ada 4 indikator harga, yaitu :

#### a. Keterjangkauan Harga

Harga yang diberikan oleh perusahaan terhadap produk mereka dapat dijangkau oleh para konsumennya. Harga yang sesuai dan terjangkau tentunya akan menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli produk mereka.

---

<sup>5</sup> Philip, K., & Lane, K. K. (2008). Manajemen Pemasaran. (M. Adi & H. Wibi, Eds.) (tiga belas). Jakarta: Erlangga.

<sup>6</sup> Philip Kotler dalam Meithiana Indrasari, Pemasaran & Kepuasan Pelanggan (Jawa Timur: Unitomo Press, 2019), 36.

b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk atau jasa

Harga yang diberikan perusahaan terhadap produknya sesuai dengan kualitas produk yang mereka hasilkan, misalnya jika harganya tinggi maka kualitas produk yang diberikan pun memiliki kualitas yang tinggi sehingga konsumen pun merasa tidak keberatan jika membeli produk tersebut.

c. Daya saing harga

Dalam pasar, perusahaan sebaiknya juga memperhatikan bahwa harga yang diberikan memiliki daya saing yang tinggi terhadap para kompetitornya. Jika harga yang diberikan terlampaui tinggi di atas harga para kompetitor maka produk tersebut tidak memiliki daya saing yang baik.

d. Kesesuaian harga dengan manfaat

Manfaat produk yang dimiliki harus sesuai dengan harga yang diberikan oleh perusahaan terhadap produk mereka. Ada baiknya jika harga yang tinggi memiliki manfaat produk yang tinggi pula.<sup>7</sup>

## C. Kualitas Pelayanan

### 1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu yang diperlukan

---

<sup>7</sup> Kotler dan Armstrong, Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12, (Jakarta: Erlangga, 2008), 278

seseorang).<sup>8</sup> Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri, dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas, dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Sehingga dengan adanya pelayanan yang mampu memberikan kenyamanan bagi konsumennya maka akan memberikan konsumen untuk datang kembali ke suatu tempat tersebut.<sup>9</sup>

## **2. Indikator Kualitas Pelayanan**

Indikator pelayanan menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Candra yang dikutip oleh Donni Juni Priansa meliputi :

### **a. Kesopanan**

Kesopanan pelayanan termasuk dalam tingkah laku, tutur bahasa yang baik dan sopan yang dapat dilakukan seorang dalam menghadapi konsumen.

### **b. Keramahan**

Keramahan merupakan cara bicara yang lemah lembut, saling sapa dan salam dalam memberikan pelayanan.

---

<sup>8</sup> Tim Penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta : Balai Pustaka, 1990), 415.

<sup>9</sup> Malayu Hasibuan, Dasar-Dasar Perbankan (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2005), 152.

c. Kecepatan

Dengan adanya kecepatan dalam pelayanan dapat memberikan kesan bagi konsumen untuk tidak bosan dalam menunggu sesuatu yang diinginkan.

d. Ketepatan

Ketepatan merupakan sesuatu yang sering diharapkan oleh seseorang dalam melakukan pekerjaan sehingga dapat terwujudnya suatu keinginan.<sup>10</sup>

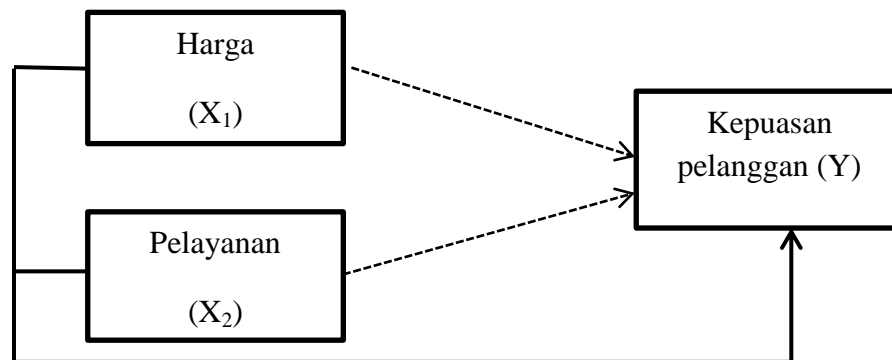
#### **D. Kerangka Berfikir**

Kerangka berfikir adalah perpaduan antara konsep dan teori. Dasar utama menyusun kerangka berfikir adalah tinjauan pustaka dan latar belakang.<sup>11</sup> Dari apa yang telah dijelaskan diatas, maka selanjutnya akan diuraikan kerangka berfikir mengenai Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung pada tempat wisata TMII yang ada di Metro. Dalam penelitian ini ada dua variabel independent dan satu variabel dependen. Dua variabel independen adalah Harga dan Kualitas Pelayanan, sedangkan variabel dependen adalah kepuasan pengunjung. Model konsep dari penelitian ini di jelaskan melauai gambar 2.1 di bawah ini :

---

<sup>10</sup> Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung : Alfabeta, 2017), 209-210.

<sup>11</sup> Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, (Malang : UINMALIKI PRESS, 2011), 107



Gambar 2.1 kerangka penelitian

**Keterangan :**

—————> : Berpengaruh secara simultan.

-----> : Berpengaruh secara parsial.

**E. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan dalam penelitian.<sup>12</sup> Berdasarkan dengan kerangka pemikiran diatas dapat ditarik hipotesis sementara yaitu :

**1. Hubungan Antar Variabel**

a. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Harga merupakan salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan. Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar-kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya.

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D* (Bandung : Alfabeta, 2017),63

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fitrianti, Ruski, Subandi Widjaya menunjukkan bahwa harga terdapat pengaruh terhadap variabel kepuasan pengunjung. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu bahwa hipotesis pertama sebagai berikut . hal tersebut maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

$H_1$ = Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan

$H_0$ = Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

b. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik.<sup>13</sup> Kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan. Kualitas pelayanan juga harus diperhatikan mengingat kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Jadi semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin besar pula kepuasan dari pengunjung atau pelanggan.

---

<sup>13</sup> J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, 230

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh N.L. Sintya Jayanti, N.N. Yulianthini menjelaskan bahwa Kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu bahwa hipotesis kedua sebagai berikut Sehingga hipotesis dalam penelitian ini adalah:

$H_2$ = Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap  
Kepuasan pelanggan

$H_0$ = Pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap  
kepuasan pelanggan

c. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya. Sedangkan pemenuhan 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 kembali membeli produk atau jasa yang sama.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ilham Masda Priotomo, menjelaskan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

pelanggan. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu bahwa hipotesis ketiga sebagai berikut Sehingga hipotesis dalam penelitian ini adalah:

$H_3$  = Harga dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan

$H_0$  = Harga dan Pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.<sup>1</sup> Dalam penelitian ini menunjukkan hubungan atau pengaruh dua variabel atau lebih yaitu pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket).

#### **B. Definisi Oprasional Variabel**

##### **1. Definisi Variabel**

Variabel penelitian adalah suatu sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam variabel penelitian dibedakan dua macam variabel, yaitu:

- a) Variabel Independen adalah variabel bebas yang tidak terikat dan bersifat mempengaruhi. Dalam penelitian ini variabel independent adalah Harga ( $X_1$ ), dan kualitas Pelayanan ( $X_2$ ).
- b) Variabel dependent adalah variabel terikat dan bersifat dipengaruhi atau yang menjadi akibat. Dalam penelitian ini variabel dependent adalah Kepuasan Pengunjung ( $Y$ ).

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, hal 7.

## 2. Definisi Oprasional

Definisi operasional merupakan unsur-unsur dari sebuah penelitian yang menjelaskan bagaimana untuk mengukur suatu variabel. Sehingga dengan adanya variabel operasional tersebut mampu menunjukkan indikator-indikator yang menjadi pendukung variabel-variabel yang dianalisa.<sup>2</sup> Tanpa definisi operasional, peneliti akan mengalami kesulitan dalam menentukan pengukuran hubungan antar variabel yang masih bersifat konseptual.

**Tabel 3.1**  
**Definisi oprasional**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi konsep</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
<b>Harga (X<sub>1</sub>)</b>	Harga merupakan suatu nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain untuk memperoleh manfaat dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu dan tempat tertentu.	a. Keterjangkauan harga b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk atau jasa c. Daya saing harga d. Kesesuaian harga dengan manfaat. <sup>3</sup>	<i>Likert</i>
<b>Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)</b>	Kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik.	a. Kesopanan b. Keramahan c. Kecepatan d. Ketepatan. <sup>4</sup>	<i>Likert</i>
<b>Kepuasan Pelanggan</b>	Kepuasan konsumen merupakan perasaan	a. Kinerja b. Ekspetasi. <sup>5</sup>	<i>Likert</i>

<sup>2</sup> Masri Singarimbun, Metodologi Penelitian Surva, (Jakarta: LP3ES, 2000), 46.

<sup>3</sup> Kotler dan Amstrong, Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12, (Jakarta: Erlangga, 2008), 278

<sup>4</sup> Donni Juni Priansa, Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer (Bandung : Alfabeta, 2017), 209-210.

(Y)	konsumen, baik berupa kepuasan atau ketidakpuasan yang timbul ketika membandingkan sebuah produk dengan harapan konsumen atas produk tersebut.		
-----	--	--	--

## C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>6</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang datang di wisata TMII pada bulan Februari 2024 sebesar 980 pengunjung.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar *representative*

---

<sup>5</sup> Philip, K., & Lane, K. K. (2008). Manajemen Pemasaran. (M. Adi & H. Wibi, Eds.) (tiga belas). Jakarta: Erlangga.

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 115.

(mewakili).<sup>7</sup> Adapun dalam penelitian ini pengunjung yang ada di TMII Metro. Berdasarkan penentuan jumlah pengunjung yang akan dijadikan sampel, peneliti menggunakan teknik *Slovin* dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

$n$  = Sampel

$N$  = Populasi

$e$  = Perkiraan tingkat kesalahan.<sup>8</sup>

Dalam penelitian ini, digunakan presentase 10% sebagai batas kesalahan pengambilan sampel, sehingga berdasarkan rumus tersebut jumlah sampel dan populasi sebanyak.

$$n = \frac{980}{1 + 980(0,1)^2}$$

$$n = \frac{980}{10,8}$$

$$n = 90,74$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dengan jumlah populasi 980 pengunjung maka sampel dalam penelitian ini berjumlah 90,74 namun karena subyek bukan bilangan pecahan, maka dibulatkan menjadi 91 pengunjung.

---

<sup>7</sup> Ibid., 118.

<sup>8</sup> Sofyan Siregar, *Statistik Parameter Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 61

### 3. Teknik Sampling

Metode pengumpulan sampel dilakukan dengan cara *accidental sampling* yaitu peneliti memilih pengunjung dengan cara mendatangi pengunjung lalu memilih calon pengunjung yang secara kebetulan ditemui namun calon pengunjung harus memiliki karakteristik tertentu, yaitu pengunjung yang pernah berkunjung di tempat wisata TMII tersebut.

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data yang digunakan dengan metode kuesioner (angket).

##### 1. Kuesioner atau angket

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner ini merupakan teknik pengumpulan data yang dinilai efektif dalam mengukur variable yang menggunakan responden dalam jumlah besar dan tersebar di beberapa wilayah atau tempat.<sup>9</sup>

#### E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur peristiwa alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. Instrumen ini

---

<sup>9</sup> Tukiran Taniredja, Hidayati Mustafidah, Penelitian Kuantitatif (Bandung: Alfabeta, 2014), 45.

dipergunakan sebagai alat untuk mengukur dan mengumpulkan data tentang suatu variabel.<sup>10</sup> Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan dalam menghimpun data penelitian. Umumnya instrumen penelitian kuantitatif yang digunakan oleh peneliti, dikembangkan dari jabaran variabel penelitian yang dikembangkan dari teori-teori yang akan diuji melalui kegiatan penelitian yang dilakukan.

Penelitian ini menggunakan skala *likert* dengan metode *scoring* dari angka 1-5. Menurut Sugiyono skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>11</sup> Skala *likert* mempunyai empat atau lebih butir-butir pertanyaan yang dikombinasikan sehingga membentuk sebuah skor/nilai yang menampilkan sifat individu, misalkan pengetahuan, sikap, dan perilaku.<sup>12</sup> Dalam menjawab pertanyaan skala *likert* responden menentukan tingkat persetujuan mereka terhadap suatu pernyataan dengan memilih salah satu dari pilihan yang tersedia.

**Tabel 3.2**  
**Skala Likert**

No	Kategori	Nilai
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Kurang Setuju	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

*Sumber : Sugiyono*

<sup>10</sup>*Ibid*, h. 148.

<sup>11</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, h. 93.

<sup>12</sup>Suzuki Syofian, Timor Setiyaningsih, Dan Nur Syamsiah, —*Otomatisasi Metode Penelitian Skala Likert Berbasis*,|| 2018., h. 8.

## **F. Teknik Analisis Data**

Analisis data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan yang tercantum dalam identifikasi masalah. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi berganda dengan menggunakan software SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) 25. Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner/angket, dengan cara memberikan beberapa pernyataan terkait dengan variabel-variabel diatas yang ditujukan pada responden secara tertulis kemudian dijawab responden berdasarkan pengalaman yang dialaminya.

### **1. Uji Kualitas Data**

#### a) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur secara tepat. Rumus yang digunakan untuk memeriksa valid tidaknya setiap item adalah teknik analisis *korelasi integral Pearson*.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah sebagai berikut:

1. Untuk uji validitas setiap butirnya dapat dilihat pada tabel khususnya untuk kolom *Corrected item total correlation*. Kriteria dikatakan valid jika koefisien tersebut melebihi atau sama dengan 0,3.

b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas pada dasarnya adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Jika hasil pengukuran yang dilakukan secara berulang relatif sama, maka pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Hasil pengukuran dapat dipercaya hanya apabila dalam beberapa pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok objek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama (aspek yang diukur berubah) meskipun tetap ada toleransi bila terjadi perbedaan. Jika perbedaan tersebut sangat besar dari waktu ke waktu maka hasil pengukuran tidak dapat dipercaya (*tidak reliable*).

Pengujian reliabilitas menggunakan teknik *Alpha Cronbach* dengan rumus

$$r_i = \left\{ \frac{k}{k-1} \right\} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{st^2} \right\}$$

Keterangan :

$r_i$  : Koefisien *Alpha Cronbach*

$k$  : Banyak nya item

$\sum s_i^2$  : Jumlah Varians Item



$St^2$ : Varians Total. <sup>13</sup>

## 2. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik adalah pengujian pada variabel penelitian dengan model regresi, apakah dalam variabel dan model regresinya terjadi kesalahan atau penyakit. Berikut ini macam-macam Uji Asumsi Klasik:

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji yang digunakan adalah *Kolmogorov-Smirn* dengan model *monte carlo* dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$KD : 1,36 \frac{n1 + n2}{n1 n2}$$

Keterangan :

KD : jumlah Kolmogorov-smirnov yang dicari

n1 : jumlah sampel yang diperoleh

n2 : jumlah sampel yang diharapkan

Dengan kriteria sebagai berikut:

1) Jika angka signifikan  $> 0,05$  maka data berdistribusi normal,

---

<sup>13</sup> Alizar Isna dan Warto, Analisis Data Kuantitatif Panduan Praktis untuk Penelitian Sosial : Dilengkapi dengan Analisis Regresi Nominal dan Ordinal, (Purwokerto: STAIN Press, 2013), hlm.,359.

- 2) Jika angka signifikan  $< 0,05$  maka data berdistribusi tidak normal.<sup>14</sup>

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dapat dilihat dari nilai  $R^2$ , matrik korelasi variabel-variabel bebas, dan nilai tolerance dan lawannya, dan variance inflation factor (VIF).<sup>15</sup> Langkah-langkah pengujian VIF adalah:

- a) Hitung nilai korelasi antar variabel bebas ( $r$ )
- b) Kuadratkan nilai korelasi antar variabel bebas ( $r^2$ )
- c) Hitung nilai tolerance (TOL) dengan rumus:  $TOL = 1 - R^2$
- d) Hitung nilai VIF dengan rumus:

---

<sup>14</sup> Masrukhin, Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal, Metodologi Penelitian Kuantitatif, (Kudus: Media Ilmu Press, 2015), 106.

<sup>15</sup> Masrukhin, Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai  $R^2$ , matrik korelasi variabel-variabel bebas, dan nilai tolerance dan lawannya, dan variance inflation factor (VIF), Metodologi Penelitian Kuantitatif, (Kudus: Media Ilmu Press, 2015), 102-103.

$$VIF = \frac{1}{(1 - R^2)}$$

e) Menentukan kesimpulan

Jika  $VIF > 10$  dan nilai Tolerance  $< 0.10$  maka terjadi multikolinearitas.

Jika  $VIF < 10$  dan nilai Tolerance  $> 0.10$  maka tidak terjadi multikolinearitas.<sup>16</sup>

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi.

Salah satu cara mendeteksi ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dalam model regresi adalah dengan melakukan uji glejser. Prinsip kerja uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser ini adalah dengan cara melakukan regresi variabel independen terhadap nilai absolute residual atau Abs\_RES dengan rumus persamaan regresi:

$$|U_t| = a + \beta X_t + v_t$$

Keterangan :

$|U_t|$  : absolute residual

---

<sup>16</sup> Ipma Zukemi, Pengujian Statistik, diakses pada tanggal 3 Maret, 2021, <https://www.slideshare.net/IpmaZukemi/uji-asumsiklasik-46558600>

$a$  : konstanta

$\beta$  : koefisien variabel bebas/ independen

$X_t$  : variabel bebas /independen

$v_t$  : unsur kesalahan

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji heterokedastisitas dengan menggunakan uji glejser adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05, maka kesimpulan adalah tidak terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi.
- 2) Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulan adalah terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi.<sup>17</sup>

### 3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah suatu analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat. Bentuk persamaan garis regresi ganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

---

<sup>17</sup> Timotius Febry dan Teofilus, SPSS: Aplikasi Pada Penelitian Manajemen Bisnis, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020) 59-60.

Y = Loyalitas Konsumen

a = Konstanta

X1 = Kualitas Produk

X2 = Pelayanan

beta = Koefisien Regresi yaitu besarnya perubahan yang terjadi pada

Y jika satu unit perubahan pada variabel bebas (Variabel X).

e = Kesalahan Prediksi.<sup>18</sup>

a. Uji t (Parsial)

“Uji t atau uji parsial adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidaknya terhadap variabel dependen”. Menguji tingkat signifikan koefisien korelasi yang digunakan untuk mengetahui keberartian derajat hubungna antara variabel (X) dan variabel (Y) yang digunakan dengan koefisien korelasi. Adapun rumus yang digunakan seperti ditemukan oleh Sugiyono adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = Uji pengaruh parsial

r = Koefisien korelasi

r<sup>2</sup> = koefisien determinasi

n = jumlah data

---

<sup>18</sup> Riduwan dan Sunarto, Pengantar Statistika (Bandung: Alfabeta, 2017), 108 .

### Penentuan hipotesis

H<sub>0</sub> ditolak jika  $t_{hitung} > t_{table}$  pada  $\alpha = 0,05$

H<sub>0</sub> diterima jika  $t_{hitung} < t_{table}$  pada  $\alpha = 0,05$

Sebaliknya :

H<sub>1</sub> diterima jika signifikan  $< \alpha = 0,05$

H<sub>1</sub> ditolak jika signifikan  $> \alpha = 0,05$

#### 1) Penentuan tingkat signifikan

Tingkat pendapatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 95% atau dengan kata lain tingkat signifikannya (*alpha*) sebesar 5%.

#### 2) Penentuan kriteria uji

Penentuan kriteria uji berdasarkan pada perbandingan antara nilai t hitung yang di peroleh dengan t table. Jika nilai t hitung lebih besar dari t table maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima.<sup>19</sup>

#### b. Uji F (simultan)

Uji ini digunakan untuk mengujikan apakah kedua variable independen secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variable dependen. Uji ini digunakan untuk mengujikan apakah kedua variable independen secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variable dependen. Uji F statistik digunakan

---

<sup>19</sup> Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta: Bandung

untuk menguji keberartian pengaruh dari seluruh variable bebas (X) terhadap variable terikat (Y).

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

Keterangan:

$R^2$  : Koefisien Determinasi

N : jumlah data atau kasus

K : jumlah variable independen

Kriteria pengambilan keputusan yaitu:

H1 diterima  $F_{hitung} < F_{table}$  pada  $\alpha = 5\%$

H1 ditolak jika  $F_{hitung} > F_{table}$  pada  $\alpha = 5\%$  <sup>20</sup>

c. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi bisa dipakai untuk mengukur seberapa jauh potensi model yang digunakan dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi terletak antara nol sampai satu, penjelasannya sebagai berikut:<sup>21</sup>

Guna mengukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maupun berganda, akan di gunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

---

<sup>20</sup> Ibid., 208

<sup>21</sup> Fatmawati dan Anggia Sari Lubis, *Pengaruh Perilaku Kewirausahaan terhadap Kemampuan Manajerial pada Pedagang Pakaian Pasar pusat pasar Kota Medan*, Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis, Volume 1 No. 1, Februari 2020, h. 5.

Dimana:

KD = Koefisien Determinasi

$r^2$  = Kuadrat Koefisien Korelasi

100% = bilangan tetap

Kriteria untuk koefisien determinasi adalah:

- a. Jika Kd mendekati nol (0), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah.
- b. Jika Kd mendekati satu (1), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Deskripsi Lokasi Penelitian**

Awal mula sebelum dijadikan kolam renang pada tahun 2017, sebelumnya sudah terbangun resto rumah makan pada tahun 2016. Pembangunan kolam renang secara bertahap selama 1 tahun. Kolam renang ini bertujuan menciptakan wisata keluarga dan beredukasi untuk anak-anak usia dini dalam halnya anak-anak paud hingga SMA. Dan kolam renang ini bertemakan budaya maka diberi nama TMII (Taman Metro Indonesia Indah). Yang beralamat di JL. Imam Bonjol No. 8, 29 Banjarsari Kec. Metro Utara Kota Metro.

Pada awal pembangunan wisata ini memiliki tanah keseluruhan seluas 10 H, dan yang sudah di bangun seluas 4 H. Pihak TMII juga memberikan fasilitas yang ada disana seperti waterboom, wahana prahu kano, bebek goes, mobil listrik dan tempat edukasi seperti menanam sayuran, edukasi lebah dan banyak lainnya. Dan jugaa terdapat tempat parkir yang luas.

TMII ini merupakan usaha mandiri yang didirikan oleh Dr. H. Wahdi Siradjuddin. SP.OG.(K).M.H. yang sekarang menjabat sebagai walikota Metro. Jam oprasional TMII setiap hari selasa sampai dengan hari minggu dari jam 08.00-17.00 sore, dan harga tiket masuk seharga Rp 35.000 perorang.

## 2. Hasil Pengujian Deskripsi

Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden**  
**JENIS KELAMIN**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI-LAKI	23	25.3	25.3	25.3
	PEREMPUAN	68	74.7	74.7	100.0
Total		91	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan SPSS 2024

Dari Tabel 4.1 menunjukkan bahwa pengunjung berjenis kelamin perempuan lebih mendominasi sampel yaitu sebanyak 68 orang sedangkan pengunjung berjenis kelamin laki-laki sebanyak 23 orang.

## 3. Deskripsi Data Hasil Penelitian

Mendapatkan data instrumen yang valid dan reliabel maka perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap butir-butir pernyataan sehingga data tersebut layak digunakan untuk pengumpulan data atau tidak. Uji coba instrumen dilakukan dengan menguji butir-butir pernyataan kepada 30 responden.

### a. Uji Kualitas Data

#### 1) Uji validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan hasil dari kolom *Corrected item total correlation*. Kriteria dikatakan valid jika koefisien tersebut melebihi atau sama dengan 0,3. Pada penelitian ini uji validitas dapat menggunakan program IBM SPSS 25.

**Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas  
Item-Total Statistics**

	<b>Corrected Item- Total Correlation</b>	<b>Keterangan</b>
<b>X1.1</b>	<b>.619</b>	<b>Valid</b>
<b>X1.2</b>	<b>.701</b>	<b>Valid</b>
<b>X1.3</b>	<b>.728</b>	<b>Valid</b>
<b>X1.4</b>	<b>.768</b>	<b>Valid</b>
<b>X1.5</b>	<b>.799</b>	<b>Valid</b>
<b>X1.6</b>	<b>.531</b>	<b>Valid</b>
<b>X1.7</b>	<b>.747</b>	<b>Valid</b>
<b>X1.8</b>	<b>.790</b>	<b>Valid</b>
<b>X2.1</b>	<b>.412</b>	<b>Valid</b>
<b>X2.2</b>	<b>.742</b>	<b>Valid</b>
<b>X2.4</b>	<b>.588</b>	<b>Valid</b>
<b>X2.5</b>	<b>.443</b>	<b>Valid</b>
<b>X2.6</b>	<b>.509</b>	<b>Valid</b>
<b>X2.7</b>	<b>.765</b>	<b>Valid</b>
<b>X2.8</b>	<b>.801</b>	<b>Valid</b>
<b>Y1</b>	<b>.556</b>	<b>Valid</b>
<b>Y2</b>	<b>.546</b>	<b>Valid</b>
<b>Y3</b>	<b>.824</b>	<b>Valid</b>
<b>Y4</b>	<b>.557</b>	<b>Valid</b>
<b>Y5</b>	<b>.351</b>	<b>Valid</b>
<b>Y6</b>	<b>.471</b>	<b>Valid</b>

Sumber : Data Olahan SPSS 2024

Berdasarkan pada table di atas dapat diketahui bahwa hasil uji validitas pada instrumen variabel harga, kualitas pelayanan dan

kepuasan konsumen dapat dinyatakan valid dan tidak ada satu yang tidak valid, hal itu dikarenakan setiap item pernyataan memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* yang lebih besar dari 0,3.

## 2). Uji Reliabilitas

Untuk menguji reliabilitas kuesioner pada penelitian ini dengan melihat besaran nilai *cronbach's alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha*  $> 0,60$ .

**Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas**

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
.918	22	Reliable

Sumber: Data Olahan SPSS 2024

Berdasarkan Tabel 4.3 menunjukkan hasil pengujian reliabilitas untuk X1,X2 dan Y. Berdasarkan hasil tersebut diketahui nilai *Cornbach's Alpha* lebih dari 0,60 sehingga item pertanyaan untuk variabel X1, X2 dan Y sudah reliabel. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel X1,X2, dan Y item pertanyaannya telah valid dan reliabel sehingga instrument yang dimiliki dapat digunakan sebagai instrument pengumpulan data penelitian.

## b. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melakukan uji kenormalan distribusi data. Penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov*

*Smirnov*. Pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah jika  $\text{sig} > 0,05$  maka data berdistribusi normal tetapi jika  $\text{sig} < 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal.

**Tabel 4.4 : Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		X1	X2	Y	
N		91	91	91	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	31.67	32.65	24.38	
	Std. Deviation	4.134	3.937	3.014	
Most Extreme Differences	Absolute	.139	.115	.155	
	Positive	.139	.115	.155	
	Negative	-.079	-.067	-.090	
Test Statistic		.139	.115	.155	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 <sup>c</sup>	.005 <sup>c</sup>	.000 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	<b>Sig.</b>	<b>.053<sup>d</sup></b>	<b>.170<sup>d</sup></b>	<b>.020<sup>d</sup></b>	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.047	.160	.016
		Upper Bound	.058	.180	.023

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber: Data Olahan SPSS 2024

Berdasarkan data hasil uji normalitas di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai signifikansi uji normalitas dengan pendekatan *monte carlo* sebesar X1 0,053, X2 0,170 dan Y 0,020. Kriteria penentuan data dapat dikatakan berdistribusi normal yaitu apabila nilai *p-value* (*monte carlo sig (2-tailed)*)  $> 0,05$ . Maka dapat diketahui bahwa nilai *p-value* sebesar X1 0,053  $> 0,05$  X2 0,170  $>$

0,05 dan  $Y$  0,020 > 0,05 artinya data dalam penelitian ini dapat dikatakan berdistribusi normal, sehingga layak untuk digunakan dalam penelitian ini.

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi (p-value) > 0,05 maka  $H_0$  diterima artinya tidak terjadi kasus heteroskedastisitas.

**Tabel 4.5 : Hasil Uji Heteroskedastisitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.597	1.343		1.934	.056
X1	-.070	.044	-.204	-1.592	<b>.115</b>
X2	.045	.046	.125	.974	<b>.333</b>

a. Dependent Variable: ABSRES

Sumber: Data Olahan SPSS 2024

Berdasarkan pada tabel di atas, maka diperoleh nilai sig dari harga (X1) senilai 0,115 > 0,05 nilai sig dari nilai sig dari kualitas pelayanan (X2) Senilai 0,333 > 0,05 sehingga kedua variabel dependen tersebut dikatakan bebas dari masalah heteroskedastisitas. Maka nilai signifikansi kedua variabel di atas lebih besar dari 0,05 dan kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

### 3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Teknik uji multikolinieritas yang digunakan adalah dengan melihat nilai tolerance dan VIF jika nilai VIF < 10 (tidak terjadi multikolinieritas).

**Tabel 4.6 Uji Multikolinieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.672	<b>1.489</b>
	X2	.672	<b>1.489</b>

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olahan SPSS 2024

Berdasarkan tabel 4.6 di atas pada bagian “*collinearity statistic*” dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Nilai VIF untuk variabel (X1) dan (X2) sebesar 1,489 nilainya < 10 maka dapat diketahui tidak terjadi kasus multikolinieritas antar model regresi.

#### c. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara satu atau beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Berdasarkan data yang telah peneliti peroleh dan dianalisis menggunakan program SPSS versi 25, maka didapatkan hasil sebagai berikut.

**Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	<b>7.631</b>	2.260		3.377	.001
	x1	<b>.330</b>	.074	.452	4.488	.000
	x2	<b>.193</b>	.077	.252	2.502	.014

a. Dependent Variable: y

Sumber: Data Olahan SPSS 2024

Hasil uji analisis regresi berganda pada tabel 4.7 dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 7.631 + 0,330X1 + 0,193X2 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, maka dapat diartikan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

#### d. Uji Hipotesis

##### 1. Uji persial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independent secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap variabel dependent. Uji t diukur dengan membandingkan antara  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Apabila ( $sig < 0,05$ ) atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka secara parsial variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependent, begitu juga sebaliknya, apabila ( $sig > 0,05$ )  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka secara parsial variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependent. Nilai  $t_{tabel}$  dihitung dengan rumus berikut:



$$\begin{aligned} Df &= (\alpha/2 ; n-k-1) \\ &= (0,05/2 ; 91-3-1) \\ &= (0,025 ; 87) \end{aligned}$$

$$Df = 1,987608$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

k = Jumlah Variabel

$\alpha = 0,05$  = tingkat kepercayaan = 95%

**Tabel 4.8 Hasil Uji Parsial (t)  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	7.631	2.260		3.377	.001
	x1	.330	.074	.452	<b>4.488</b>	<b>.000</b>
	x2	.193	.077	.252	<b>2.502</b>	<b>.014</b>

a. Dependent Variable: y

Sumber : Data Olahan SPSS 2024

Penjelasan hasil uji t pada masing-masing variabel yakni, sebagai berikut:

a) Harga (X1)

Nilai sig dari variabel harga sebesar  $0,000 < 0,05$ , kemudian untuk  $t_{hitung} 4.488 > t_{tabel} 1,987$ . Hasil analisis ini menunjukkan tingkat signifikansi yang lebih kecil daripada tingkat kesalahan. Maka  $H_0$  ditolak dan **H1 diterima** yang artinya harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

$H_1$ = Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap  
Kepuasan pelanggan

$H_0$ = Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap  
kepuasan pelanggan

b) Kualitas Pelayanan

Nilai sig dari variabel pelayanan sebesar  $0,014 < 0,05$ ,  
kemudian untuk  $t_{hitung} 2.502 > t_{tabel} 1,987$ . Hasil analisis ini  
menunjukkan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari pada  
tingkat kesalahan. Maka  $H_0$  ditolak dan **H2 diterima** yang  
artinya kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap  
kepuasan pelanggan.

$H_2$ = Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap  
Kepuasan pelanggan

$H_0$ = Pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap  
kepuasan pelanggan

## 2. Uji Simultan (Uji f)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel  
independen terhadap variabel dependen secara bersamaan  
dengan menggunakan tingkat signifikan 0,05. Apabila nilai (sig <  
0,05) atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka terdapat pengaruh variabel  
independen secara simultan terhadap variabel terikat.  $F_{tabel}$  dicari  
pada tabel statistik dengan tingkat signifikan 0,05.

$$DF = f (k-1) (n-k) = (3-1) (91-2) = 88$$

$$DF = 3,10$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

k = Jumlah Variabel X

$\alpha = 0,05 =$  tingkat kepercayaan = 95%

**Tabel 4.9 uji f**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	326.388	2	163.194	<b>29.240</b>	.000 <sup>b</sup>
	Residual	491.151	88	5.581		
	Total	817.538	90			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data Olahan SPSS 2024

Berdasarkan pada tabel 4.9, maka dapat diketahui bahwa nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$  dan untuk  $F_{hitung} 29.240 > F_{tabel} 3,10$ .

Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dapat diartikan bahwa hipotesis yang menyatakan Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

$H_3 =$  Harga dan pelayanana berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan

$H_0 =$  Harga dan Pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

### 3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi masing-masing variabel. Besarnya koefisien determinan berkisar 0 sampai dengan 1, besarnya koefisien determinan mendekati angka 1 maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil dari analisis regresi linear berganda diperoleh tabel yang menunjukkan mengenai hasil uji koefisien determinasi penelitian sebagai berikut:

**Tabel 4.10 Uji Koefisien Determinasi  
Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.632 <sup>a</sup>	.399	.386	2.362

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Olahan SPSS 2024

Hasil tabel di atas menunjukkan bahwa:

- a. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,632, hal ini menunjukkan hubungan atau korelasi yang kuat antar harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan nilai koefisien yang positif, maka terdapat hubungan yang positif antar variabel dependent dan variabel independent.
- b. Nilai  $R_{\text{Square}}$  (koefisien determinan) sebesar 0,399, artinya secara simultan harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 39,9% atau dibulatkan sebesar 40% terhadap kepuasan

pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 60% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### 4. Data Perhitungan Sumbangan Efektif (SE)

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, maka dapat diartikan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Tabel 4.11 Hasil Regresi Linier Berganda**  
**Correlations**

		X1	X2	Y
X1	Pearson Correlation	1	.573**	.597**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	91	91	91
X2	Pearson Correlation	.573**	1	.512**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	91	91	91
Y	Pearson Correlation	.597**	.512**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	91	91	91

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

Sumber : Data Olahan SPSS 2024

Perhitungan ini dilakukan untuk mengetahui berapa besar pengaruh masing-masing variabel X terhadap variabel Y. Rumus Sumbangan Efektif (SE)

$$SE(X)\% = \text{Betax} \times \text{Koefisien} \times 100$$

**Tabel 4.12 Data Perhitungan Sumbangan Efektif (SE)**

Nama variabel	Beta	Koefisien korelasi	R square
Harga (X1)	0,452	0,597	40%
Kualitas pelayanan (X2)	0,252	0,512	

Sumber: Data Olahan SPSS 2024

Sehingga dapat dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$\text{SEX1\%} = 0,452 \times 0,597 \times 100 = 26,9\% \text{ atau dibulatkan } 27\%$$

$$\text{SEX2\%} = 0,252 \times 0,512 \times 100 = 12,9\% \text{ atau dibulatkan } 13\%$$

$$\text{SEX1\%} + \text{SEX2\%} = 40\%$$

$$\text{R Square } 27\% + 13\% = 40\%$$

## **B. Pembahasan**

### **1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Harga merupakan salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan. Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Berdasarkan analisis diketahui bahwa Harga berbanding searah terhadap Kepuasan pelanggan. Karna harga yang murah dan terjangkau dapat memberikan kepuasan terhadap pengunjung yang datang.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ana Musdalifah, menjelaskan bahwa secara parsial harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.<sup>22</sup> Karna harga yang diberikan sesuai dengan nilai maka akan dapat meningkatkan Kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis secara parsial, tentang pengaruh variabel harga terhadap kepuasan pelanggan diperoleh keterangan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan yakni, sig dari variabel harga sebesar  $0,000 < 0,05$ , kemudian untuk  $t_{hitung} 4.488 > t_{tabel} 1,987$ . Hasil

---

<sup>22</sup> Ana Musdalifah, pengaruh fasilitas, harga dan pelayanan karyawan terhadap kepuasan pengunjung di kolam renang tirto joyo, fakultas ekonomi dan bisnis islam institut agama islam negeri ponorogo,2020

analisis ini menunjukkan tingkat signifikansi yang lebih kecil daripada tingkat kesalahan. Maka  $H_0$  ditolak dan **H1 diterima** yang artinya harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. pengaruh tersebut sebesar 27%. Ini berarti semakin baik harga yang ditawarkan berakibat pada semakin baiknya kepuasan pelanggan.

## **2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Menurut J. Supranto kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik.<sup>23</sup> Kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan. Kualitas pelayanan juga harus diperhatikan mengingat kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Jadi semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin besar pula kepuasan dari pengunjung atau pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis bahwa Kualitas Pelayanan menjadi salah satu faktor untuk meningkatkan Kepuasan pelanggan di tempat wisata TMII yang ada di kota Metro dengan pemberian Kualitas Pelayanan yang baik, maka pengunjung akan merasa puas.

---

<sup>23</sup> J. Supranto, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : Untuk Menaikkan Pangsa Pasar, (Jakarta : Rineka Cipta, 2006), 230

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh N.L. Sintya Jayanti, N.N. Yulianthini, menjelaskan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.<sup>24</sup> Karena Kualitas Pelayanan yang baik akan mempengaruhi kepuasan pengunjung untuk datang berkunjung kembali.

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis secara parsial, tentang pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh keterangan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan yakni, Nilai sig dari variabel pelayanan sebesar  $0,014 < 0,05$ , kemudian untuk  $t_{hitung} 2.502 > t_{tabel} 1,987$ . Hasil analisis ini menunjukkan tingkat signifikansi yang lebih kecil daripada tingkat kesalahan. Maka  $H_0$  ditolak dan **H<sub>2</sub> diterima** yang artinya pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh tersebut sebesar 13% Ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan berakibat pada semakin baiknya kepuasan pelanggan.

### **3. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Menurut Irawan terdapat lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu: Kualitas Produk, Kualitas pelayanan,

---

<sup>24</sup> N.L. Sintya Jayanti, N.N. Yulianthini, Pengaruh Fasilitas serta Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Domestik Objek Wisata Taman Air Tirtagangga, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja, Indonesia, 2022.



Emosional Faktor, Harga, dan Kemudahan.<sup>25</sup> Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya. Sedangkan pemenuhan 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 kembali membeli produk atau jasa yang sama.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syaiful Aswad, Realize, Ronald Wangdra, menjelaskan bahwa secara simultan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.<sup>26</sup> karena harga yang murah dan pelayanan yang bagus dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis secara parsial, tentang pengaruh variabel Harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh keterangan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan yakni, maka dapat diketahui bahwa nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$  dan untuk  $F_{hitung} 29.240 > F_{tabel} 3,10$ . Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan

---

<sup>25</sup> Hendy Irawan Juwandi, *Kepuasan Pelayanan Jasa*, (Jakarta: Erlangga, 2004), 97

<sup>26</sup> Syaiful Aswad, Realize, Ronald Wangdra, *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center*, vol 6 no.2 2018

pelanggan. Dapat diartikan bahwa hipotesis yang menyatakan Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Sedangkan untuk hasil uji koefisien determinan ( $R^2$ ) diperoleh nilai sebesar 39,9. Besarnya nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari harga dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan sebesar 39,9%, sedangkan sisanya 60,1%, merupakan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah peneliti melakukan penelitian dengan menyebarkan 91 angket dan melakukan analisis terhadap data yang telah diperoleh menggunakan program pengolah angka SPSS versi 25, maka hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa:

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Artinya, bahwa Harga berbanding searah terhadap Kepuasan pelanggan. Karna harga yang murah dan terjangkau dapat memberikan kepuasan terhadap pengunjung yang datang. Hasil penelitian ini dapat diartikan bahwa semakin baik harga yang ditawarkan berakibat pada semakin baiknya kepuasan pelanggan.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Artinya, Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan. Hasil penelitian ini dapat diartikan bahwa Kualitas Pelayanan yang baik akan mempengaruhi kepuasan pengunjung untuk datang berkunjung kembali.
3. Secara simultan terdapat pengaruh antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Artinya, kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang

lebih tinggi kepada konsumennya. Sedangkan pemenuhan kualitas pelayanan di bidang jasa akan membuat pelanggan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang mereka harapkan. Hasil penelitian ini dapat diartikan bahwa karena harga yang murah dan pelayanan yang bagus dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran terhadap berbagai pihak terkait:

### 1. Bagi pengelola kolam renang TMII

Pengelola kolam renang TMII untuk mempertimbangkan dan menentukan harga tiket masuk, dan pelayanan sehingga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan untuk kembali berkunjung.

### 2. Bagi peneliti yang akan datang

Bagi peneliti yang akan datang, semoga penelitian ini dapat memberikan referensi bagi peneliti selanjutnya. Diharapkan peneliti yang akan datang bisa meneliti lebih luas lagi tentang variabel harga dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Anggraita Soniya Listyo,” Pengaruh Fasilitas, Persepsi Harga dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Umbul Pongok Klaten”, Jurnal bisnis manajemen dan akuntansi, Universitas Duta Bangsa Surakarta, Indonesia, 2023.
- Asnawi Nur dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang : UINMALIKI PRESS, 2011.
- Aswad Syaiful, Realize, Ronald Wangdra, Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center, 2018
- Daryanto dan Ismanto Setyo Budi, *Konsumen dan Pelayanan Prima* , Yogyakarta : Gava Media, 2014.
- Fatmawati dan Anggia Sari Lubis, “Pengaruh Perilaku Kewirausahaan terhadap Kemampuan Manajerial pada Pedagang Pakaian Pasar Pusat Pasar Kota Medan”, Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis, Volume 1 No. 1, Februari 2020.
- Febry Timotius dan Teofilus, *SPSS: Aplikasi Pada Penelitian Manajemen Bisnis*, Bandung: Media Sains Indonesia, 2020.
- Firmansyah Anang, *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Deepublish, 2018.
- Gitosudarno Indriyanto, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BPFE, 2014.

- Hadimuljono Muhammad Basuki, *Sumber Daya Air dan Pengembangan Wilayah Infrastruktur Keairan Mendukung Pengembangan Wisata, Energi dan Ketahanan Pangan*, Malang : UB Press, 2018.
- Hasan Igbal, *Pokok-pokok Materi Statistika Edisi ke-2 cet ke 3*, Jakarta: Bumi Aksara, 2005.
- Hasibuan Malayu, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta : PT Bumi Aksara, 2005.
- Isna Alizar dan Warto, “Analisis Data Kuantitatif Panduan Praktis untuk Penelitian Sosial : Dilengkapi dengan Analisis Regresi Nominal dan Ordinal”, Purwokerto: STAIN Press, 2013.
- Juwandi Hendy Irawan, *Kepuasan Pelayanan Jasa*, Jakarta: Erlangga, 2004.
- K Philip., & Lane, K. K. *Manajemen Pemasaran*. (M. Adi & H. Wibi, Eds.) (tiga belas). Jakarta: Erlangga. 2008.
- Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler Philip dan Gary Armstrong, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003.
- Kotler Philip dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Lupiyoadi Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta : Salemba Empat, 2013.
- Marsono, *Agro dan Desa Wisata*, Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 2019.
- Masrukhin, “Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal, Metodologi Penelitian Kuantitatif”, Kudus: Media Ilmu Press, 2015.
- Masrukhin, “Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah regresi diketemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai R<sup>2</sup>, matrik korelasi variabel-variabel bebas, dan nilai tolerance dan lawannya, dan variance inflation factor (VIF), Metodologi Penelitian Kuantitatif”, Kudus: Media Ilmu Press, 2015.
- Mowen John C. dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, Jakarta : PT Erlangga, 2002.
- Musdalifah Ana, pengaruh fasilitas, harga dan pelayanan karyawan terhadap kepuasan pengunjung di kolam renang tirta joyo, fakultas ekonomi dan bisnis islam institut agama islam negeri ponorogo, 2020

- N.L. Sintya Jayanti, N.N. Yulianthini, Pengaruh Fasilitas serta Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Domestik Objek Wisata Taman Air Tirtagangga, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja, Indonesia, 2022.
- Priansa Donni Juni, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer Bandung* : Alfabeta, 2017.
- Rangkuti Fredy, *Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima*, Jakarta : IKAPI, 2016.
- Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- S.Manurung Retno, Nurul Wardani Lubis, Diana Hasyim, ” pengaruh harga dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisata pantai pasir putih parparean kabupaten toba”, *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX*, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan, 2023.
- Sarjono Sigit, *Ekonomi Mikro Teori dan Aplikasi*, Yogyakarta : ANDI, 2017.
- Singarimbun Masri, *Metodologi Penelitian Surva*, Jakarta: LP3ES, 2000.
- Siregar Sofyan, *Statistik Parameter Untuk Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2016.
- Sudaryono, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta : CV ANDI OFFSET, 2016.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta: 2017.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, Alfabeta: Bandung 2018.
- Supranto J., *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2006)
- Supranto J., *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2006.
- Syofian Suzuki, Timor Setyaningsih, Dan Nur Syamsiah, —*Otomatisasi Metode Penelitian Skala Likert Berbasis*,|| 2018.

Taniredja Tukiran, Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Alfabeta, 2014.

Tim Penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta : Balai Pustaka, 1990.

Tjiptono Fandy, *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2014.

Zukemi Ipma, Pengujian Statistik, diakses pada tanggal 3 Maret, 2021.

<https://www.slideshare.net/IpmaZukemi/uji-asumsiklasik-46558600>

## LAMPIRAN





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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1096/In.28.1/J/TL.00/04/2024  
Lampiran : -  
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,  
Yudhistira Ardana, M.E.K. (Pembimbing 1)  
di-

Tempat  
Assalamu/alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **MIRNA DESI ANA YANTI**  
NPM : **2003011063**  
Semester : **8 (Delapan)**  
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**  
Jurusan : **Ekonomi Syariah**  
Judul : **PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TEMPAT WISATA TMII YANG ADA DI KOTA METRO**

Dengan ketentuan sebagai berikut :

- Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
  - Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
  - Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
- Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
- Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu/alaikum Wr. Wb.

Metro, 03 April 2024  
Ketua Jurusan,



Yudhistira Ardana  
NIP 198906022020121011

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik. Untuk memastikan keasliannya, silahkan scan QRCode dan pastikan diarahkan ke alamat <https://sismik.metrouniv.ac.id/v2/cek-suratbimbingan.php?npm=2003011063>.  
Token = 2003011063

**OUTLINE****PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA TEMPAT WISATA TMII YANG ADA  
DI KOTA METRO****HALAMAN SAMPUL****HALAMAN JUDUL****HALAMAN PERSETUJUAN****PENGESAHAN****ABSTRAK****HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN****HALAMAN MOTTO****HALAMAN PERSEMBAHAN****KATA PENGANTAR****DAFTAR ISI****DAFTAR TABEL****DAFTAR LAMPIRAN****BAB I PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang
- B. Identifikasi Masalah
- C. Batasan Masalah
- D. Rumusan Masalah
- E. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- F. Penelitian Relevan

**BAB II LANDASAN TEORI**

- A. Landasan Teori
- B. Kepuasan Pelanggan
- C. Harga
- D. Kualitas Pelayanan
- E. Kerangka Berfikir

F. Hipotesis Penelitian

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Rancangan Penelitian

B. Definisi Operasional Variabel

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

D. Teknik Pengumpulan Data

E. Instrumen Penelitian

F. Teknik Analisis Data

### **BAB IV PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi lokasi Penelitian

2. Deskripsi Data Hasil Penelitian

3. Penguji Hipotesis

B. Pembahasan

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan

B. Saran

### **DAFTAR PUSTAKA**


### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Mengetahui  
Pembimbing Skripsi

  
Yudhistira Ardana, M.E.K.  
NIP. 198906022020121011

Metro, 19 Maret 2024  
Peneliti

  
Mirna Desi Ana Yanti  
NPM. 2003011063

---

**ALAT PENGUKUR DATA**

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA TEMPAT WISATA TMII YANG ADA  
DI KOTA METRO**

**A. KUESIONER PENELITIAN**

Kepada Yth,  
Pengunjung TMII,

Dengan hormat,  
Berdasarkan dengan ini, saya beritakukan bahwa saya :

Nama : Mirna Desi Ana Yanti

NPM : 2003011063

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Dengan hormat dan dengan kerendahan hati, saya selaku peneliti meminta kesediaan anda meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner. Kuisisioner ini digunakan dalam rangka penelitian "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Tempat Wisata TMII Yang Ada di Kota Metro". Keberhasilan penelitian ini akan sangat bergantung pada akurasi dan kelengkapan jawaban anda, sehingga saya sangat berharap dan menghargai jawaban jujur yang anda berikan. Bantuan dan partisipasi anda dalam penelitian ini akan memberikan kontribusi yang berharga pada pengembangan ilmu pengetahuan. Atas kesediaan dan kerjasama anda, saya ucapkan terimakasih.

Metro, 19 Maret 2024  
Peneliti,



**Mirna Desi Ana Yanti**  
NPM, 2003011063

**1. Identitas responden**

**Nama :**

**Jenis kelamin :**

**2. Petunjuk**

1. Bacalah pertanyaan dengan teliti dan berikan jawaban dengan jujur dan benar sesuai dengan kenyataan yang ada !
2. Pilihlah jawaban yang anda anggap benar dengan memberikan tanda (√)
3. Keterangan jawaban STS (Sangat Tidak Setuju), TS (Tidak Setuju), KS (Kurang Setuju), ST (Setuju), SS (Sangat Setuju).
4. Periksa jawaban anda sebelum anda menyerahkan kembali !

**3. Pertanyaan kuisioner**

**1. Harga (X1)**

No	Indikator	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Keterjangkauan harga	Harga tiket yang ditawarkan TMII sangat terjangkau bagi semua kalangan					
		Harga tiket yang terjangkau menarik minat saya untuk berkunjung kembali					
2	Kesesuaian harga dengan kualitas jasa	Harga tiket yang ditawarkan wisata kolam renang TMII sesuai dengan kualitas jasa yang diberikan					
		Harga tiket yang ada di TMII sesuai dengan fasilitas yang ada					

No	Indikator	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
3	Daya saing harga	Harga tiket wisata kolam renang TMII lebih murah dibandingkan dengan kolam renang lainnya					
		Harga tiket wisata kolam renang TMII cukup bersaing dengan wisata kolam renang lainnya					
4	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga tiket yang ditawarkan wisata kolam renang TMII sesuai dengan manfaat yang saya dapat					
		Harga tiket yang ada di TMII sesuai dengan apa yang dapat dimanfaatkan di tempat tersebut					

## 2. Pelayanan (X2)

No	Indikator	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Kesopanan	Kesopanan petugas dalam berkomunikasi					
		Kesantunan petugas dalam berperilaku					
2	Keramahan	Petugas harus bersikap ramah terhadap semua wisatawan tanpa membedakan satu sama lain					
		Menerapkan sistem 5S (senyum, sapa, salam, sopan, santun) dilokasi					

No	Indikator	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
		wisata.					
3	Kecepatan	Kecepatan petugas dalam melayani pembelian tiket masuk					
		Kecepatan petugas dalam melayani penyewaan peralatan renang					
4	Ketepatan	Ketepatan saat pengunjung bertanya kepada karyawan					
		Ketepatan dalam memberikan arahan kepada pengunjung					

### 3. Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Indikator	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Kinerja	Dengan kinerja yang di berikan karyawan saya akan kembali berkunjung di kolam renang TMII					
		Karyawan memberikan kinerja yang terbaik agar pengunjung kembali berliburan kembali					
2	Harga	Saya puas dengan harga yang dikluarkan selama diobjek wisata					
		Saya puas dengan harga makanan diobjek wisata					
3	Ekspetasi	Wahana yang ada di TMII sesuai dengan ekspetasi					

		Lokasi yang ada di TMII sesuai dengan ekspektasi					
--	--	--	--	--	--	--	--

Mengetahui  
Pembimbing Skripsi

  
Yudhistira Ardana, M.E.K.  
NIP. 198906022020121011

Metro, 19 Maret 2024  
Peneliti

  
Mirna Desi Ana Yanti  
NPM. 2003011063





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

Jalan Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1261/In.28/D.1/TL.00/05/2024  
Lampiran :-  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
Pengelola Tempat Wisata TMII  
METRO  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1262/In.28/D.1/TL.01/05/2024,  
tanggal 03 Mei 2024 atas nama saudara:

Nama : **MIRNA DESI ANA YANTI**  
NPM : 2003011063  
Semester : 8 (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada Pengelola Tempat Wisata TMII METRO bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Tempat Wisata TMII METRO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TEMPAT WISATA TMII YANG ADA DI KOTA METRO".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 03 Mei 2024  
Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Putri Swastika SE, M.IF**  
NIP 19861030 201801 2 001



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT TUGAS**

Nomor: B-1262/In.28/D.1/TL.01/05/2024

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **MIRNA DESI ANA YANTI**  
 NPM : 2003011063  
 Semester : 8 (Delapan)  
 Jurusan : Ekonomi Syariah

Untuk: 1. Mengadakan observasi/survey di Tempat Wisata TMII METRO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TEMPAT WISATA TMII YANG ADA DI KOTA METRO".

2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Mengeluarkan,  
 Pejabat Setempat  
  
 Arif Mucandya

Dikeluarkan di : Metro  
 Pada Tanggal : 03 Mei 2024

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF  
 NIP 19861030 201801 2 001



PT. CAHAYA BANGSA JAYA  
“ TAMAN METRO INDONESIA INDAH ”  
Jl. Patimura, Banjar Sari, Metro Utara  
KOTA METRO

Metro, 21 Mei 2024

Kepada Yth.  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Metro  
Di –  
Tempat

Lampiran : -  
Perihal : Pemberian Izin Research

Dengan Hormat

Menindak lanjuti surat permohonan Izin Research yang di ajukan oleh :

Nama : Mirna Desi Ana Yanti  
Npm : 2003011063  
Semester : 8  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul : Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan  
Pada Tempat Wisata TMII Yang Ada Di Kota Metro

Dengan ini saya selaku Supervisor TMII Kota Metro memberikan izin kepada yang bersangkutan untuk melaksanakan Research di TMII Kota Metro.

Demikian izin ini kami berikan, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Supervisor TMII Kota Metro



ARIF MUSTAFA



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
UNIT PERPUSTAKAAN

NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iaim@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA**  
Nomor : P-295/ln.28/S/U.1/OT.01/05/2024

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : MIRNA DESI ANA YANTI  
NPM : 2003011063  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2023/2024 dengan nomor anggota 2003011063


Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 15 Mei 2024  
Kepala Perpustakaan



Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.  
NIP.19750505 200112 1 002





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

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111  
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Mima Desi Ana Yanti  
NPM : 2003011063  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tempat Wisata TMII Yang Ada Di Metro** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan Score 22%.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 27 Mei 2024  
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Yudhistira Ardana, M.E.K.  
NIP.198906022020121011



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

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
 Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id), website: [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI**

Nama : Mirna Desi Ana Yanti      Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI  
 NPM : 2003011063                      Semester / T A : VII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Kamis 9-11-2023	Memperbaiki mutu produk, Petyanaan dan loyalitas Petanngan, Penulisan yang tidak rapih.	f
2.	Rabu 15-11-2023	Indikator dari variabel serta mencari Penelitian terdahulu.	f
3.	Senin 4-12-2023	Memperbaiki latar belakang masalah, Menambahkan Penelitian terdahulu, Gap reasearh, Menambahkan Penelitian relevan, kerangka berfikir, hipotesis Penelitian, definisi oprasional, footnote, daftar pustaka dan Penulisan yang tidak rapih.	f

Dosen Pembimbing

**Lilis Renfiana, M.E**  
 NIP. 199407312020122033

Mahasiswa Ybs,

**Mirna Desi Ana Yanti**  
 NPM. 2003011063



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

Jl. Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id), website: [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI**

Nama : Mirna Desi Ana Yanti      Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI  
NPM : 2003011063                      Semester / T A : VII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
4.	Kamis 21-12-2023	Memperbaiki masalah yang ada di latar belakang masalah. Identifikasi masalah. Batasan masalah. Maksud Penelitian, Penelitian relevan. Mengganti landasan teori, menambahkan rumus, menambahkan koisioner, memperbaiki daftar pustaka dan memperbaiki penulisan yang salah.	↑
5.	Kamis 11-01-2024	Memperbaiki footnote, menambahkan Penelitian relevan, memperbaiki Pertanyaan koisioner (angket)	↓
6.	Jum'at 19-01-2024	Menambahkan footnote, memperbaiki Maksud Penelitian dan memperbaiki Penulisan dan Daftar Pustaka	↑

Dosen Pembimbing

**Lilis Renfiana, M.E**  
NIP. 199407312020122033

Mahasiswa Ybs,

**Mirna Desi Ana Yanti**  
NPM. 2003011063



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

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
 Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id), website: [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Mirna Desi Ana Yanti      Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI  
 NPM : 2003011063                      Semester / T A : VIII/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Selasa 14 Mei 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>- perbaiki hasil pembahasan</li> <li>- tambahkan penelitian terakumulasi dan teori yang mendukung hasil penelitian peneliti</li> <li>- Cek kembali uji empiris klasik</li> </ul>	/
2	Senin 20 Mei 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>- perhitungan subbagian efektif di peroleh setelah uji koefisien determinasi</li> <li>- Suburan pada pembahasan bersamaan dg rumusan masalah</li> <li>- tambahkan narasi teori kepar hasil penelitian</li> </ul>	/

Dosen Pembimbing

  
**Yudhistira Ardana, M.E.K**  
 NIP. 198906022020121011

Mahasiswa Ybs,

  
**Mirna Desi Ana Yanti**  
 NPM. 2003011063





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

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: [stainjus@stainmetro.ac.id](mailto:stainjus@stainmetro.ac.id), website: [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Mirna Desi Ana Yanti      Jurusan/Fakultas      : ESy / FEBI  
NPM : 2003011063                      Semester / T A              : VIII/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Selasa di 10/5/2024	ACC Munqoyah	

Dosen Pembimbing

**Yudhistira Ardana, M.E.K**  
NIP. 198906022020121011

Mahasiswa Ybs,

**Mirna Desi Ana Yanti**  
NPM. 2003011063

## TABULASI KUESIONER

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2	Y.1	y2	y3	Y.4	Y.5	Y.6	Y
5	5	4	4	3	3	5	3	32	3	3	3	3	3	3	3	5	26	3	4	5	3	4	5	24
3	5	3	4	3	5	5	3	31	3	5	3	3	3	3	3	5	28	3	4	3	3	4	5	22
5	5	4	4	4	5	5	3	35	3	5	3	3	3	3	3	5	28	3	4	5	5	4	5	26
5	5	4	4	3	5	3	3	32	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	4	3	2	3	5	20
4	5	5	5	4	3	5	5	36	5	5	3	3	5	5	5	5	36	5	4	5	5	4	5	28
3	3	4	4	4	3	3	5	29	3	3	3	3	5	5	5	3	30	3	3	5	5	4	5	25
3	3	4	4	3	3	3	5	28	3	3	3	3	5	3	5	3	28	3	3	5	5	3	3	22
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	3	3	5	5	5	5	36	5	4	5	5	3	5	27
3	3	5	4	4	4	4	5	32	5	5	4	3	5	5	5	5	37	3	5	5	5	3	5	26
3	3	5	4	3	2	4	5	29	3	3	4	3	5	5	5	3	31	5	5	3	3	3	3	22
3	3	4	4	3	4	4	4	29	3	3	4	3	5	5	5	3	31	3	5	3	5	3	3	22
5	4	4	4	3	3	4	4	31	3	3	4	5	5	5	3	5	33	5	5	5	5	5	5	30
3	3	4	4	2	4	4	4	28	3	5	3	5	5	5	3	5	34	5	3	3	3	3	3	20
5	4	4	4	3	3	4	4	31	3	5	3	5	5	3	5	5	34	5	3	3	3	3	3	20
5	5	4	4	3	4	4	4	33	3	5	3	5	5	5	3	5	34	5	5	3	3	3	3	22
5	4	4	4	4	4	4	4	33	3	5	3	5	3	3	3	5	30	5	5	3	3	3	5	24
5	4	4	4	4	4	4	4	33	5	5	4	3	3	3	5	3	31	5	5	4	3	3	5	25
4	5	5	5	5	5	5	5	39	5	5	3	5	5	5	5	5	38	5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	5	4	5	5	5	37	5	5	3	5	5	5	5	5	38	5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	4	5	4	4	4	34	5	5	3	3	3	3	5	3	30	3	5	3	3	3	5	22
5	4	4	4	3	4	4	4	32	5	3	3	5	3	3	5	3	30	3	5	3	3	5	3	22
3	3	5	5	3	5	5	5	34	5	3	3	5	3	3	5	3	30	5	5	5	5	3	5	28
3	4	4	4	3	4	4	4	30	5	3	5	3	3	4	5	3	31	3	3	3	3	5	3	20
5	4	4	4	3	3	4	4	31	3	3	5	5	3	3	3	5	30	3	5	5	5	3	3	24
4	5	5	5	4	3	4	4	34	3	3	3	5	5	2	3	5	29	3	3	5	5	5	5	26
3	3	3	4	2	3	3	3	24	3	3	5	5	3	2	3	5	29	3	3	5	5	3	3	22
3	3	3	4	2	3	3	2	23	3	3	5	5	3	2	3	3	27	3	5	2	5	5	3	23
3	3	4	4	2	3	3	4	26	3	3	5	5	3	3	3	3	28	3	3	4	5	5	5	25
3	4	4	4	3	4	4	4	30	3	3	3	5	5	2	3	3	27	5	2	4	3	5	5	24
3	3	4	4	3	4	4	4	29	5	3	3	3	5	2	3	3	27	5	2	4	3	5	3	22
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	3	5	5	5	5	5	38	5	5	5	5	5	5	30
3	4	4	3	3	4	4	4	29	3	3	5	3	5	3	3	3	28	5	2	4	3	5	3	22
5	4	4	3	3	3	5	4	31	5	4	3	3	5	3	3	3	29	5	2	3	3	5	3	21
3	4	4	4	3	5	4	4	31	5	4	5	5	5	5	5	5	39	5	2	4	3	5	3	22
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	4	3	4	4	4	28	5	4	5	5	3	3	3	3	31	4	5	4	3	5	3	24
3	4	4	4	4	4	4	4	31	5	4	4	4	3	3	4	4	31	4	5	4	2	5	5	25
3	4	5	4	3	4	4	4	31	5	5	5	5	3	5	5	5	38	4	5	4	2	5	5	25
3	3	4	4	3	4	4	4	29	3	4	4	4	3	3	4	4	29	4	5	3	3	5	5	25
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	3	4	4	5	32	3	4	5	5	3	5	5	4	34	4	3	4	2	5	5	23
4	5	4	4	4	4	4	4	33	3	4	4	4	4	5	4	4	32	4	3	4	2	5	5	23
4	3	3	4	3	4	3	3	27	3	4	4	4	4	5	4	4	32	3	3	4	3	3	5	21
5	5	5	5	4	3	5	5	37	4	4	5	5	5	5	5	5	38	5	5	5	2	4	5	26
3	4	4	4	3	4	4	4	30	4	4	5	5	4	5	4	4	35	4	3	4	3	4	4	22
4	4	3	3	3	4	3	3	27	4	4	5	4	4	5	4	4	34	4	3	4	3	3	4	21
4	4	4	4	3	5	4	4	32	4	4	5	5	4	2	4	4	32	4	5	4	4	4	4	25
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	3	4	4	4	31	3	3	5	3	3	3	4	4	28	3	3	3	3	3	5	20

4	4	2	4	2	4	4	4	28	5	5	4	5	4	2	4	4	33	4	3	4	3	4	3	21
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	4	4	4	4	23
4	4	4	4	2	4	4	4	30	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	4	3	4	4	22
4	3	4	5	3	3	4	4	30	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	3	4	23
4	5	4	4	4	5	4	4	34	3	4	5	4	4	4	4	4	32	4	4	4	3	4	5	24
4	4	4	4	3	4	4	4	31	4	4	5	5	4	4	4	4	34	4	5	4	4	4	4	25
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	2	3	4	21
4	5	4	4	4	4	4	4	33	4	4	5	5	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	3	4	4	4	31	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	4	4	5	5	38	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30
3	4	3	3	2	4	3	3	25	4	4	5	5	4	4	3	3	32	3	5	3	2	3	5	21
3	3	3	4	3	4	3	4	27	4	4	4	4	4	4	3	3	29	4	4	3	3	3	4	21
3	3	3	3	3	4	3	3	25	4	4	3	3	4	4	4	4	30	3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	5	4	4	4	5	37	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	5	4	4	5	5	36	4	4	4	5	4	5	4	5	35	4	5	5	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	4	4	5	4	4	34	4	4	4	4	4	5	5	4	34	4	5	3	4	5	4	25
4	4	4	4	3	3	4	4	30	4	4	4	4	4	4	3	3	31	4	4	3	3	3	4	21
4	4	3	4	4	4	4	4	31	4	4	5	5	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	24
4	4	2	3	4	4	3	2	26	4	4	4	3	3	2	3	4	27	3	4	4	3	4	5	23
4	4	4	4	3	4	4	4	31	4	4	5	5	4	4	4	4	34	4	4	4	4	3	4	23
4	3	4	4	3	4	4	4	30	4	4	5	5	4	4	4	4	34	4	4	3	4	4	4	23
3	4	4	5	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	5	4	33	4	5	5	4	5	4	27
3	3	3	3	2	4	3	4	25	5	4	5	4	5	4	5	4	36	4	5	3	2	4	4	22
5	4	3	3	3	5	4	4	31	4	5	5	5	4	5	5	4	37	5	4	5	5	5	5	29
4	4	4	5	3	3	5	5	33	5	5	4	4	4	5	5	4	36	4	4	4	4	4	5	25
3	3	3	3	3	3	3	3	24	4	4	4	4	4	5	4	5	35	5	4	5	5	5	4	28
3	3	3	3	3	3	4	3	25	3	3	4	4	4	4	4	4	30	4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	4	4	3	3	3	28	3	3	4	4	4	5	5	5	33	5	5	5	4	5	4	28
3	4	4	3	4	4	3	3	28	4	4	5	3	5	5	5	4	35	5	4	4	5	5	5	28
4	4	4	5	5	4	2	2	30	3	4	3	5	4	4	3	4	30	4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	5	4	4	3	4	30	3	4	4	4	4	4	3	3	30	4	4	4	4	4	5	25
4	4	5	4	4	3	3	3	30	4	3	4	4	3	4	4	4	30	4	4	4	4	4	4	24
3	5	5	5	5	5	5	5	38	3	4	5	5	3	3	3	3	29	3	2	4	5	5	5	24
4	5	5	5	5	3	3	3	33	5	5	5	5	3	3	3	5	34	3	3	3	5	5	5	24
3	5	5	5	5	5	5	5	38	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	3	4	2	5	5	22
5	3	5	5	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	24	4	5	5	5	5	5	29

## HASIL UJI VALIDITAS SPSS

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	85.93	86.271	.625	.913
X1.2	85.77	85.771	.704	.912
X1.3	85.83	85.454	.719	.911
X1.4	85.77	86.737	.758	.912
X1.5	86.40	82.110	.787	.909
X1.6	85.73	88.961	.521	.915
X1.7	85.73	87.375	.753	.912
X1.8	85.73	86.961	.797	.911
X2.1	85.73	88.340	.414	.918
X2.2	85.77	86.944	.737	.912
X2.3	85.57	99.426	-.386	.930
X2.4	85.53	86.671	.594	.914
X2.5	85.77	88.599	.436	.917
X2.6	85.87	84.671	.494	.917
X2.7	85.73	85.582	.762	.911
X2.8	85.77	85.495	.794	.910
Y1	85.63	88.654	.558	.915
Y2	86.07	82.685	.551	.917
Y3	85.80	86.441	.823	.911
Y4	86.57	84.047	.554	.915
Y5	85.57	89.426	.358	.919
Y6	85.63	87.689	.464	.917

## HASIL UJI RELIABILITY

Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	96.8
	Excluded <sup>a</sup>	1	3.2
	Total	31	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.918	22

## HASIL ANALISIS REGRESI LINIAR BERGANDA

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			X1	X2	Y
N			91	91	91
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		31.67	32.65	24.38
	Std. Deviation		4.134	3.937	3.014
Most Extreme Differences	Absolute		.139	.115	.155
	Positive		.139	.115	.155
	Negative		-.079	-.067	-.090
Test Statistic			.139	.115	.155
Asymp. Sig. (2-tailed)			.000 <sup>c</sup>	.005 <sup>c</sup>	.000 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		<b>.053<sup>d</sup></b>	<b>.170<sup>d</sup></b>	<b>.020<sup>d</sup></b>
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.047	.160	.016
		Upper Bound	.058	.180	.023

a. Test distribution is Normal.

- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	x2, x1 <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: y

b. All requested variables entered.

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.632 <sup>a</sup>	.399	.386	2.36247

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	326.388	2	163.194	29.240	.000 <sup>b</sup>
	Residual	491.151	88	5.581		
	Total	817.538	90			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2, x1

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.631	2.260		3.377	.001		
	x1	.330	.074	.452	4.488	.000	.672	1.489
	x2	.193	.077	.252	2.502	.014	.672	1.489

a. Dependent Variable: y

## TITIK PERSENTASE DISTRIBUSI T (DF = 81 –120)

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	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 (DF = 46 –90)

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78



**PENGUNJUNG YANG ADA DI TMII METRO**



**WAWANCARA DENGAN SUPERFAISOR**



**PENGISIAN ANGKET DENGAN GURU TK YANG BERKUNJUNG DI  
TMII**



**PENGISIAN ANGKET OLEH ORANG TUA SISWA**



**PENGISIAN ANGKET OLEH ORANG TUA SISWA**



### **KOLAM RENANG YANG ADA DI TMII**



### **PENGISIAN ANGKET DENGAN GURU TK YANG BERKUNJUNG DI TMII**



## PENGISIAN ANGKET OLEH ORANG TUA SISWA



## DAFTAR HARGA TIKET MASUK TMII

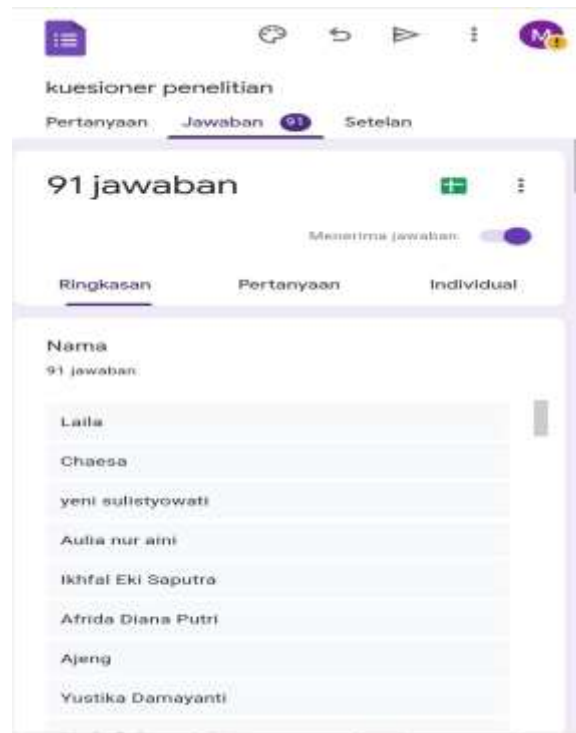
**Liburan ke**  
**tmii** *Waterboom Dan Waterpark*  
**Harga Tiket Masuk**

Waterboom, Water Park, Wisata Golf, Kolam Renang,  
 Taman Bermain Anak-anak Rp. 35.000/1 Kepala

• MARI BELAKANG WATERBOOM	Rp. 10.000
• WISATA WATERBOOM	Rp. 10.000/1 Kepala
• WISATA MARI BELAKANG	Rp. 10.000/1 Kepala
• ALTIMI FOX	Rp. 10.000/1 Kepala
• RESEMPERAN DEVI & SENOR KLING	Rp. 10.000/1 Kepala
• WISATA SPEDAN BANTUNG	Rp. 10.000/1 Kepala
• WISATA PERAWAN KANO	Rp. 10.000/1 Kepala
• SPOT FOTO PATUNG GAJAH, SINGAPORE & RUMAH Pohon	
• WISATA SAYUR & WISATA LERAH MADU	
• MOBIL LISTRIK	Rp. 20.000/1 Kepala
• LOKASI WEDDING OUTDOOR	
• GEDUNG PESTEMUAH	
• CAFE & RESTO	
• WISATA SUWATANG	

Waterboomtmii | Tmii Waterboom Dan Waterpark

## PENGISIAN KUESIONER ONLINE



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Mirna Desi Ana Yanti dilahirkan di Banjarsari Metro Utara pada tanggal 24 Mei 2002, anak tunggal dari pasangan Bapak Isgiono dengan Ibu Widayanti. Pendidikan yang peneliti tempuh pada jenjang pendidikan dasar di SD Negeri 1 Metro Utara selesai pada tahun 2013.

Lalu dilanjutkan pada pendidikan sekolah menengah pertama di SMP Ma'arif 1 Metro, selesai pada tahun 2017. Sedangkan pendidikan menengah kejuruan peneliti tempuh di SMK Negeri 2 Metro, selesai pada tahun 2020. Selanjutnya peneliti melanjutkan pendidikan pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro dimulai pada Semester I Tahun Ajaran 2020/2021.