



## Pengaruh Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Daya Tarik Wisata Dempo Anai Land

Fauzi Alfiandri<sup>1</sup>, Feri Ferdian<sup>2</sup>

Universitas Negeri Padang

e-mail: [Fauzialfiandri02@gmail.com](mailto:Fauzialfiandri02@gmail.com)

**Abstract.** *The issue discovery pertaining to amenities, costs, and visitor happiness is the driving force behind this. Quantitative research is one of the research types used. In this study, two different data kinds were used: primary and secondary. The study's participants were tourists who had visited Dempo Anai Land. One hundred customers were selected as the research sample using a non-probability selection technique. A Likert scale questionnaire that has undergone validity and reliability testing was used as the data gathering method. Data from the study were handled using SPSS 25.00. The research results shown that the facilities category in quite agree, namely 3.32, the price variable category in quite agree with 3.40 and the visitor satisfaction variable shows the quite agree category with a percentage of 3.36. As a result, the facility value (X1) has a significant and positive impact on visitor satisfaction (Y) with a beta or standardized coefficient of 0.501 with T count (6.468) and a significance of  $0.000 < 0.05$ . Similarly, the price research hypothesis (X2) has a significant and positive impact on visitor satisfaction (Y) with a beta or standardized coefficient of 0.352 with T count (2.026) and a significance of  $0.000 < 0.05$ . Furthermore, an Adjusted R Square value of 0.102 was obtained, showing that the impact of the facility variables (X1) and price (X2) on the visitor satisfaction variable (Y) was 10.2%, while 89.8% was influenced by other factors.*

**Keywords:** *Facilities, Prices and Visitor Satisfaction.*

**Abstrak.** Penelitian ini dilatarbelakangi oleh dijumpainya permasalahan menyangkut fasilitas, harga dan rasa kepuasan dari pengunjung. Jenis penelitian yang dipakai yakni kuantitatif. Jenis dari data yang dipakai pada penelitian ini mencakup atas data primer dan sekunder. Populasi pada penelitian ini ialah pengunjung di Dempo Anai Land. Sampel pada penelitian totalnya 100 orang konsumen melalui teknik penetapan sampel memakai *non probability sampling*. Teknik untuk mengumpulkan data dilaksanakan melalui kuesioner (angket) memakai skala likert yang sudah dilakukan pengujian terhadap validitas dan reliabilitasnya. Data dari penelitian ini dilakukan pengolahan melalui bantuan SPSS 25.00. Hasil dari penelitian memperlihatkan fasilitas masuk dalam kategori yang cukup setuju yakni 3,32, variabel harga dalam kategori cukup setuju dimana diraih 3,40 dan variabel kepuasan pengunjung memperlihatkan kategori yang cukup setuju melalui persentase yang diraih 3,36. Pada nilai fasilitas (X1) diraih *Beta* atau *Standardized Coefficient* yakni 0.501 disertai T hitung (6.468) dimana signifikan diraih  $0.000 < 0.05$  maka variabel fasilitas (X1) menyumbangkan pengaruh yang positif dan juga signifikan pada rasa puas dari pengunjung (Y), maka hipotesis dari penelitian harga (X2) diraih *Beta* atau *Standardized Coefficient* yang nilainya 0.352 disertai T hitung (2.026) yang signifikansi diraih  $0.000 < 0.05$  maka variabel harga (X2) menyumbangkan pengaruh yang positif dan juga signifikan pada rasa puas dari pengunjung (Y). Berikutnya angka *Adjusted R Square* yang nilainya 0,102 maknanya pengaruh dari variabel fasilitas (X1) dan harga (X2) pada variabel rasa puas dari pengunjung (Y) pada angka 10,2% namun 89,8% mendapat pengaruh dari faktor lain.

**Kata kunci :** Fasilitas, Harga dan Kepuasan Pengunjung.

### PENDAHULUAN

Indonesia ialah kawasan yang mempunyai keunggulan pariwisata yang sebagai satu diantara tujuan populer untuk wisatawan. Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Pasal 1 Ayat 3 mengungkapkan “Pariwisata ialah bermacam aktivitas wisata yang disokong oleh bermacam fasilitas dan pemberian pelayanan yang diadakan masyarakat, pengelola usaha, pemerintahan pusat maupun daerah.” Undang-undang ini mendukung

pariwisata di Indonesia. Selanjutnya “Pariwisata ialah kegiatan yang dinamis yang mengikutsertakan orang banyak dan menghidupkan bermacam sektor usaha,” (Ismayanti, 2010: 1). Tujuan dari program pengembangan pariwisata ialah memberikan jalan bagi pertumbuhan industri pariwisata. Produk pariwisata ialah satu diantara industri yang akan menarik wisatawan pada bidang pariwisata.

Kunjungan menuju tempat wisata juga dipengaruhi oleh produk pariwisata. Satu diantara fungsi dari sebuah produk pariwisata yakni sebagai pemandu bagi pengunjung setiap kali melakukan kunjungan menuju destinasi wisata. Karakteristik dari produk wisata inilah yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk datang. Suwanto (2009:48) mengungkapkan fasilitas, aksesibilitas, dan atraksi atau wahana wisata sebagai contoh indikator atribut produk wisata. Ketiga unsur tersebut perlu dihadirkan sedemikian rupa sehingga lebih menarik bagi calon wisatawan dan memberikan kenyamanan bagi mereka (Muljadi, 2012: 89).

Fatihudin dan Firmansyah (2019:206) mengungkapkan rasa kepuasan dari pelanggan ialah tolak ukur atau indikasi yang memperlihatkan sebesar apa konsumen atau pemakai produk bidang usaha atau jasa sangat menyenangi produk maupun jasa yang digunakan. Selanjutnya menurut Somad dan Priansa (dalam Nurizki dan Ferdian 2023) mengungkapkan rasa puas dari pengunjung yakni sebesar apa kinerja yang diraih melalui sebuah produk sejalan terhadap apa yang diharapkan pengunjung. Adapun indikator rasa puas dari pengunjung berdasarkan argumen Hawkins dan Lonney diambil dari Tjiptono (2014:101) yakni kecocokan dari apa yang diharapkan, minat melakukan kunjungan kembali dan rasa sedia memberikan rekomendasi. Sedangkan faktor yang memberikan pengaruh pada rasa kepuasan dari pengunjung berdasarkan pendapat Kotler (2011) yakni mencakup atas kualitas produk, pemberian layanan, citra emosional, harga, dan biaya. Kepuasan pengunjung berdampak positif terhadap suatu daya Tarik wisata. Menurut Cooper dkk (dalam Saputra & Ferdian 2017) mengungkapkan daya tarik wisata semestinya mengandung 4 bidang yang mencakup atas (Attraction, aksesibilitas, amenities dan ancillary. Salah satu kegunaan dalam menjaga produk wisata yaitu untuk meningkatkan kepuasan pengunjung. Salah satu tempat wisata yang ada dikota padang yaitu Dempo Anai Land. Wisata Dempo Anai Land merupakan objek wisata ini mempunyai nilai keindahan cagar alam dan airnya yang bersumber langsung dari kaki gunung tandikat yang menyuguhkan kondisi pemandian air terasa dingin dan alami. Objek wisata ini populer dengan airnya yang indah, maka tidaklah heran apabila objek wisata ini terus banyak dikunjungi oleh para

wisatawan setiap hari nya. Terkhusus ketika hari libur dan hari besar lainnya. Dalam meningkatkan kepuasan pengunjung perlu di perhatikan fasilitas yang ada diobjek wisata.

Fasilitas Wisata ialah segala hal berupa sarana pendukung wisata yang dengan khusus diadakan guna memberikan pelayanan kegiatan wisata untuk para pengunjung lokasi wisata supaya mereka meraih pengalaman yang bermutu mencakup atas akomodasi, tempat makan, dan pusat informasi (Nurdin Hidayah, 2019:153). Indikator dari fasilitas wisata berdasarkan pendapat Sumayang (2003:124), yakni mencakup atas kelengkapan, bersih dan rapi untuk fasilitas yang disajikan, keadaan dan fungsi dari fasilitas yang akan disajikan, mudah dalam memakai fasilitas yang di tawarkan. Tidak hanya fasilitas wisata yang diperhatikan, tetapi harga yang disajikan terhadap pengunjung harus sejalan terhadap fasilitas-fasilitas yang diraih.

Alma (2011:169) mengungkapkan, harga ialah satuan moneter atau tolak ukur yang lain (contohnya barang dan jasa-jasa yang lain) yang dilakukan penukaran supaya meraih hak miliki atau pemakaian sebuah barang dan jasa yang mana membuat konsumen meraih rasa puas. Adapun indikator-indikator dari harga menurut Kusdyah (2012:29), yakni mencakup atas harga yang murah, sejalan terhadap layanan yang akan diraih, sejalan terhadap fasilitas yang akan diraih, lebih terjangkau dari pesaing. Pentingnya penelitian ini dilaksanakan disebabkan adanya keterkaitan antara fasilitas dan harga pada rasa puas dari pengunjung di Daya Tarik Dempo Anail Land. Tujuan dari penelitian ini ialah melihat pengaruh dari fasilitas dan harga pada rasa kepuasan dari pengunjung pada Objek Wisata Dempo Anai Land.

## **METODOLOGI**

Jenis dari penelitian ini masuk pada jenis penelitian deskriptif kuantitatif melalui metode asosiatif kausal. Populasi untuk penelitian ini ialah konsumen yang pernah melaksanakan kunjungan, populasi pada penelitian ini sebanyak  $107.350/6= 17.891$  responden. Sampel pada penelitian ini yakni *non-probability sampling* yang dipakai pada penelitian ini yakni *purposive sampling*. Jadi, sampel pada penelitian ini yakni 100 orang responden yang melaksanakan kunjungan pada Daya Tarik Wisata Dempo Anai Land. Jenis dari data untuk penelitian ini mencakup atas data primer dan sekunder. Teknik untuk mengumpulkan data yang dipakai pada penelitian ini yakni melalui penggunaan komunikasi tidak langsung atau menyebarkan kuesioner yang sudah dirancang. Instrumen untuk penelitian yang dipilih untuk penelitian ini ialah melalui

kuesioner (angket) yang dibuat berdasarkan skala likert. Uji coba instrumen terbagi atas uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data menggunakan tabulasi data dan deskripsi data. Pengujian persyaratan analisis terbagi atas pengujian normalitas, heterokedastisitas, dan multikoloniaritas, serta yang terakhir yakni uji hipotesis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Deskripsi Data Variabel Fasilitas

Data pada Variabel fasilitas diraih lewat 7 buah pernyataan yang sudah dilakukan pengujian pada validitas dan kereliabelannya. Berikutnya hal yang ditanya tersebut dibagikan terhadap 100 orang responden untuk meraih jawaban dari responden. Berdasarkan dari hasil penelitian untuk Variabel fasilitas mencakup atas:

**Tabel 1. Tingkat Capaian Variabel Fasilitas**

NO	Indikator	TCR	KATEGORI
1	Kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas	3,33	Cukup setuju
2	Kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan	3,32	Cukup setuju
3	Kemudahan dalam memakai fasilitas yang disajikan	3,33	Cukup setuju

Sumber: Hasil Olahan Data 2024

Data pada Tabel 1 memperlihatkan dimana pada indikator kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas masuk dalam kategori yang cukup setuju dimana persentase yang diraih 3,33, berikutnya pada indikator kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan masuk dalam kategori yang cukup setuju dimana persentase yang diraih 3,32, lalu pada indikator kemudahan dalam memakai fasilitas yang ditawarkan masuk dalam kategori yang cukup setuju dimana persentase diraih 3,33.

### 2. Deskripsi Data Variabel Harga

Data dari Variabel harga yang diraih lewat 8 buah pernyataan yang sudah dilakukan pengujian validitas dan kereliabelannya. Berikutnya butir yang ditanya tersebut dibagikan terhadap 100 orang untuk meraih jawaban dari responden. Berdasarkan dari hasil penelitian pada Variabel harga diperlihatkan pada Tabel 2:

**Tabel 2. Statistik Variabel Harga**

NO	Indikator	TCR	KATEGORI
1	Keterjangkauan harga	3,32	Cukup setuju
2	Sejalan terhadap layanan yang diraih	3,55	Setuju
3	Sejalan terhadap fasilitas yang diraih	3,37	Cukup setuju
4	Lebih terjangkau dari pesaing	3,33	Cukup setuju

Sumber: Hasil Olahan Data 2024

Data pada Tabel 2 memperlihatkan pada indikator keterjangkauan harga termasuk kategori cukup setuju dengan persentase 3,32, selanjutnya pada indikator sesuai layanan yang diraih masuk dalam kategori setuju dengan persentase 3,55, lalu pada indikator sesuai fasilitas yang diraih masuk dalam kategori cukup setuju diraih persentase 3,37, dan pada indikator lebih murah dari pesaing dengan kategori cukup setuju dan persentase 3,33.

### **3. Deskripsi Data Variabel Kepuasan Pengunjung**

Data untuk Variabel rasa puas dari Pengunjung yang diraih lewat 11 buah pernyataan yang sudah dilakukan pengujian validitas dan kereliabelannya. Berikutnya butir yang akan ditanyakan tersebut dibagikan terhadap 100 orang untuk meraih jawaban. Berdasarkan dari hasil penelitian untuk Variabel rasa puas dari Pengunjung disajikan pada Tabel 3.

**Tabel 3. Statistik Variabel Kepuasan Pengunjung**

NO	Indikator	TCR	KATEGORI
1	Kesesuaian Harapan	3,32	Cukup setuju
2	Minat berkunjung kembali	3,32	Cukup setuju
3	Kesediaan merekomendasikan	3,45	Setuju

Sumber: Hasil Olahan Data 2024

Data pada Tabel 3 memperlihatkan pada indikator kesesuaian harapan masuk kategori cukup setuju dengan persentase 3,32, selanjutnya pada indikator minat berkunjung kembali masuk dalam kategori setuju dimana diraih pesentase 3,32, lalu pada indikator kesediaan merekomendasikan masuk kategori cukup setuju dimana diraih persentase 3,45.

## **C. Uji Persyaratan Analisis**

### **1. Uji Normalitas**

Tujuan pengujian normalitas ialah untuk memastikan kenormalan data dalam berdistribusi. Uji Kolmogorof-Smirnov dipakai untuk mengetahui apakah sebaran data variabel geografis dan citra merek terhadap keputusan pembelian normal distribusinya. Program SPSS 25.00 dipakai untuk pengujian normalitas penelitian. Penilaian suatu sebaran data ditolak atau diterima mengacu pada tingkat signifikansi 0,05. Tabel 4 mencantumkan temuan dari pengujian normalitas.

**Tabel 4. Hasil Pengujian Normalitas Variabel Fasilitas dan Harga terhadap Kepuasan pengunjung**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.18685439
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.067
	Negative	-.056
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber :SPSS, 25.00 (2024)

Dari tabel 4 terlihat dimana variabel fasilitas dan harga terhadap kepuasan pengunjung normal distribusinya, dengan nilai *Asymp Sig* yang besarnya 0,200 dan nilai signifikansi  $>0,05$  pada temuan uji normalitas.

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan pengujian heteroskedastisitas ialah untuk mencari tahu apakah ada ketimpangan varians antara residual observasi yang satu terhadap yang lain pada model regresi. Model regresi yang tidak heteroskedastis dinilai baik. Uji *Glejser* diterapkan dengan software SPSS versi 25.00 untuk mengidentifikasi adanya heteroskedastisitas. Pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas dengan memakai uji *Glejser* didasarkan pada pemikiran bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas maupun nilai signifikan (Sig) antara variabel bebas dengan residu absolut melebihi 0,05 ( $>0,05$ ). Hasil heteroskedastisitas disajikan pada Tabel 5.

**Tabel 5. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas melalui Uji Glejser Variabel Fasilitas dan Harga terhadap Kepuasan pengunjung**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25.154	3.373		7.457	.110
	TX	.200	.117	.186	1.715	.090
	TH	.266	.132	.218	2.019	.056

a. Dependent Variable: TY

Sumber :SPSS 25.00 (2024)

Fasilitas dengan perolehan nilai Sig yang besarnya  $0,090 > 0,05$  dan variabel harga perolehan nilai Sig yang besarnya  $0,056 > 0,05$  berdasarkan temuan analisis uji heteroskedastisitas dengan memakai uji *Glejser* di atas. Oleh karena itu, dapat dikatakan faktor fasilitas dan harga terhadap kepuasan pengunjung tidak memperlihatkan adanya tanda-tanda heteroskedastisitas.

### 3. Uji Multikoleniaritas

Model regresi harga baik semestinya tidak mempunyai korelasi antar variabel independen (tidak terjadi multikolinearitas), oleh karena itu uji multikolinearitas dipakai untuk mencari tahu apakah model regresi mengidentifikasi keberadaan korelasi dari variabel independen. Tes ini menerapkan collinearit diagnostic dengan berbantuan SPSS versi 25.00. Proses dalam mengambil keputusan uji multikolinearitas didasarkan pada pengujian angka *tolerance* dan *Variance Inflation Factor*, atau VIF. Ketika angka VIF tidak mencapai 10,00 dan nilai *tolerance* melebihi 0,10 maka tidak ada mengandung multikolinearitas pada data yang diuji. Tabel 5 menampilkan temuan pengujian multikolinearitas.

**Tabel 5. Hasil Pengujian Multikolineritas Variabel Variabel Fasilitas dan Harga terhadap Kepuasan pengunjung**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	25.154	3.373		7.457	.110		
	TX	.200	.117	.186	1.715	.090	.783	1.277
	TH	.266	.132	.218	2.019	.056	.783	1.277

a. Dependent Variable: TY

Sumber :SPSS,25.00 (2024)

Nilai *tolerance* pada variabel fasilitas dan harga masing-masing besarnya  $0,783 > 0,10$  dan  $1,277 < 10$ , dan untuk variabel kepuasan pengunjung mempunyai nilai VIF

yang besarnya  $1,277 < 10$  mengacu pada temuan uji multikolinearitas pada tabel di atas. Nilai *tolerance* dan VIF bisa dikatakan bahwa model regresi memberikan pengaruh seberapa besar kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh fasilitas dan harga.

## 1. Pengujian Hipotesis

Tujuan pengujian hipotesis analisis regresi linier berganda ialah untuk memastikan sejauh mana variabel fasilitas (X1) dan harga (X2) mempengaruhi kepuasan pengunjung (Y). Hipotesis yang mendasari penelitian ini ialah:

H<sub>1</sub> :Variabel fasilitas memberikan pengaruh signifikan pada variabel kepuasan pengunjung.

H<sub>2</sub> :Variabel harga memberikan pengaruh yang signifikan pada variabel kepuasan pengunjung.

H<sub>3</sub> :Variabel fasilitas dan harga memberikan pengaruh yang signifikan pada variabel kepuasan pengunjung.

Kriteria dalam mengambil keputusan dari hipotesis diatas ialah berikut ini:

- Jika nilai signifikan  $> 0,05$ , maka dilakukan penolakan Ha.
- Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka dilakukan penerimaan Ha.

Dengan memakai analisis regresi berganda, besarnya pengaruh ini ditentukan. Perangkat lunak SPSS 25.00 dipakai untuk melakukan analisis ini dengan cara berikut:

### a) Pengaruh Fasilitas (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)

Temuan analisis pengujian regresi linear berganda memperlihatkan dampak Fasilitas (X1) dan Harga (X2) terhadap kepuasan Pengunjung (Y). Maka bisa diamati pada Tabel 6:

**Tabel 6. Koefisien Determinan**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.346 <sup>a</sup>	.120	.102	3.21988

Sumber :SPSS 25.00 (2024)

Variabel fasilitas (X1) dan harga (X2) mempunyai pengaruh yang besarnya 10,2% terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y), sesuai tabel diatas nilai *Adjusted R Square* yang besarnya 0,102, dan untuk faktor lain di luar penelitian berdampak 89,8%. Tabel uji regresi linier berganda ditampilkan pada Tabel 7:

**Tabel 7. Analisis Regresi Linear Berganda**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	135.698	2	67.849	6.544	.002 <sup>b</sup>
	Residual	995.292	96	10.368		
	Total	1130.990	98			

a. Dependent Variable: TY

b. Predictors: (Constant), TH, TX

Sumber :SPSS, 25.00 (2024)

Berdasarkan temuan uji regresi linier di atas, variabel fasilitas (X1) dan harga (X2) menyumbangkan pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel kepuasan pengunjung (Y) yang ditunjukkan dengan nilai F hitung yang besarnya 6,544 dengan sig. 0,002 < 0,05. Tabel berikut selanjutnya dapat dipakai untuk mencari tahu besar kecilnya koefisien regresi antara variabel harga (X2) dan fasilitas (X1) pada variabel rasa kepuasan dari pengunjung (Y):

**Tabel 8. Koefisien Regresi Variabel Fasilitas (X1) dan Harga (X2) terhadap variabel kepuasan Pengunjung (Y)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1.412	2.821		-.501	.000
	TH1	.529	.082	.501	6.468	.000
	TA2	.482	.106	.352	4.542	.000

a. Dependent Variable: TY

Sumber :SPSS 25.00 (2024)

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2$$

$$Y = 1.412 + 0.5295 X_1 + 0.482X_2$$

Harga (X2) dengan Beta atau *Standardized Coefisien* yang besarnya 0,352 untuk nilai T hitung (2,026) dan signifikansi 0,000 < 0,05 sehingga memperlihatkan bahwa variabel harga (X2) memberikan dampak positif dan juga signifikan pada rasa kepuasan dari pengunjung (Y). Temuan tersebut sesuai dengan tabel di atas yang memperlihatkan bahwa nilai fasilitas (X1) dengan Beta atau *Standardized Coefisien* yang besarnya 0,501 untuk nilai T hitung (6,468) dan signifikansi 0,000 < 0,05.

#### D. Pembahasan

Berdasarkan temuan penelitian yang sudah peneliti lakukan diraih hasil dimana variabel fasilitas dan harga pada rasa puas dari pengunjung pada Daya Tarik Wisata Dempo Anai Land.

## 1. Fasilitas (X1)

Fasilitas berupa sarana yang perannya signifikan dalam usaha jasa. Berdasarkan temuan penelitian, variabel fasilitas mempunyai persentase yang besarnya 3,32% yang berada pada kategori cukup setuju; indikator kelengkapan, kebersihan, dan kerapihan fasilitas mempunyai persentase yang besarnya 3,33% yang termasuk dalam kategori cukup setuju; dan indikator keadaan dan fungsi fasilitas yang disediakan berada pada kategori cukup setuju dengan proporsi yang besarnya 3,32%, terhadap kemudahan pemakaian fasilitas yang diberikan diwakili oleh indikasi.

Berdasarkan temuan persentase skor dalam penelitian ini dapat diamati bahwa fasilitas yang ada di Daya Tarik Wisata Dempo Anai Land secara keseluruhan menyatakan cukup setuju dengan fasilitas yang disediakan oleh Wisata Dempo Anai Land, artinya Daya Tarik Wisata Dempo Anai Land belum secara maksimal memberikan fasilitas yang sesuai dengan keinginan pengunjung. Hal ini sejalan dengan teori menurut Prasiasa (2013: 24) memaparkana bahwa fasilitas ialah komponen suatu destinasi wisata yang dapat memberikan dorongan kepada wisatawan untuk memutuskan menginap di destinasi tersebut.

## 2. Harga (X2)

Fasilitas merupakan nilai uang yang ditentukan dalam mendapatkan imbalan berupa jasa dan fasilitas. Berdasarkan temuan penelitian diketahui bahwa variabel harga memperlihatkan kategori cukup setuju yang persentasenya 3,40%, pada indikator keterjangkauan harga termasuk kategori cukup setuju dengan persentase 3,32%, pada indikator sesuai layanan yang diterima termasuk kategori setuju dengan persentase 3,55%, pada indikator sesuai fasilitas yang diterima termasuk kategori cukup setuju dengan persentase 3,37%. Dan indikator lebih murah dari pesaing termasuk kategori cukup setuju besaran persentasenya 3,33%.

Berdasarkan temuan persentase skor dalam studi ini bisa diamati bahwa harga yang ada di Daya Tarik Wisata Dempo Anai Land secara keseluruhan menyatakan cukup setuju dengan harga yang ditawarkan oleh Daya Tarik Wisata Dempo Anai Land, artinya Daya Tarik Wisata Dempo Anai Land belum secara maksimal memberikan harga relevan dengan fasilitas yang diberikan kepada pengunjung. Hal ini relevan dengan teori yang dipaparkan oleh Kotler dan Keller (2009:344) bahwa konsumen menukarkan sejumlah nilai tertentu untuk keuntungan memiliki atau memanfaatkan suatu barang atau jasa.

### **3. Kepuasan Pengunjung (Y)**

Kepuasan pengunjung merupakan salah satu yang harus diperhatikan dalam mencapai keinginan pengunjung. Berdasarkan temuan penelitian diketahui bahwa variabel kepuasan pengunjung memperlihatkan kategori cukup setuju yang persentasenya 3,32%, pada indikator kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas termasuk kategori cukup setuju yang persentasenya 3,33%, pada indikator kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan termasuk kategori cukup setuju yang persentasenya 3,32%, pada indikator kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan termasuk kategori cukup setuju yang persentasenya 3,33%.

Berdasarkan temuan persentase skor dalam penelitian ini bisa diamati bahwa kepuasan pengunjung yang ada di Daya Tarik Wisata Dempo Anai Land secara keseluruhan menyatakan cukup setuju dengan fasilitas dan harga yang ditawarkan oleh Wisata Dempo Anai Land, artinya Daya Tarik Wisata Dempo Anai Land belum secara maksimal memenuhi keinginan dan kebutuhan pengunjung. Hal ini relevan teori yang dipaparkan oleh Kotler dan Keller (2010:211) bahwa tingkat perasaan seseorang ditentukan oleh seberapa baik kinerja suatu produk atau jasa dibandingkan dengan harapannya.

### **4. Pengaruh Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung di Daya Tarik Dempo Anai Land**

Hasilnya, nilai fasilitas (X1) menyumbangkan pengaruh yang signifikan dan positif pada rasa kepuasan dari pengunjung (Y) dengan koefisien beta atau standar yang besarnya 0,501 dengan T hitung (6,468) dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sejalan terhadap hipotesis penelitian harga (X2) menyumbangkan pengaruh yang signifikan dan positif pada rasa kepuasan dari pengunjung (Y) dengan beta atau koefisien terstandar yang nilainya 0,352 perolehan T hitung (2,026) dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

Selain itu ditemukan nilai *Adjusted R Square* yang besarnya 0,102 yang memperlihatkan bahwa 89,8% variasi kepuasan pengunjung disebabkan oleh faktor-faktor di luar penelitian ini, dengan variabel fasilitas (X1) dan harga (X2) mempunyai pengaruh paling besar terhadap kepuasan pengunjung. variabel (Y). Temuan uji regresi linier tersebut di atas menghasilkan nilai F hitung yang besarnya 6,544 dengan sig.  $0,002 < 0,05$  memperlihatkan adanya pengaruh positif dan juga signifikan variabel fasilitas (X1) dan harga (X2) pada variabel rasa kepuasan dari pengunjung (Y).

Hal ini dikuatkan oleh penelitian lain yang memperlihatkan Mashuri, et al. (2023) memaparkan bahwa fasilitas dan harga menyumbangkan pengaruh yang

menguntungkan dan signifikan pada rasa kepuasan dari pelanggan. Selain itu, tambahan penelitian sebelumnya.

## **PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan temuan penelitian berkaitan dengan pengaruh fasilitas dan biaya terhadap kepuasan pengunjung di Objek Wisata Dempo Anai Land, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Fasilitas memperlihatkan secara menyeluruh masuk pada kategori cukup setuju yang persentasenya 3,32%.
2. Harga memperlihatkan secara menyeluruh masuk pada kategori cukup setuju yang persentasenya 3,40%.
3. Kepuasan Pengunjung secara menyeluruh masuk pada kategori cukup setuju yang persentasenya 3,36%
4. Pengaruh fasilitas dan harga terhadap kepuasan pengunjung dengan R Square 0,102 dan dampaknya sebesar 10,2%.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- A.J., Muljadi, 2012, Kepariwisata dan Perjalanan, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Assauri sofjan, 2014. Manajemen pemasaran: raja grafindo persada:jakarta
- Buchari Alma, (2011), Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan Kesembelian, Alfabeth, Bandung.
- Fandi, Tjiptono. 2014. Service, Quality & Satisfaction. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Jasa:(Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan). Deepublish.
- Hawkin dan Lonney dikutip dalam Tjiptono, 2014. Indikator Kepuasan Konsumen, Jakarta: Binarupa Aksara
- Ismayanti. (2010). Pengantar Pariwisata. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Kementrian Pariwisata. (2009). Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata dalam pasal 1
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2011. Manajemen Pemasaran. Edisi Keempat Belas. Jakarta: Indeks 87.
- Kusdyah, Ike. 2012. Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, Dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya).Jurnal Manajemen Pemasaran 7 (1).
- Lalu, Sumayang. 2003. Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

- Nurdin Hidayah. 2019. Pemasaran Destinasi Pariwisata. Bandung: Alfabeta.
- Nurizki, M. I., & Ferdian, F. (2023). Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Daya Tarik Wisata Lereng Green View Tanjung Alai X Koto Singkarak. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(2), 638-644.
- Ronal & Maria. 2020. Pengukuran Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Fasilitas Wisata di Pantai Lasiana. *Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas*. Vol.4, No.1. Kupang.
- Saputra, N., Yuliana, Y., & Ferdian, F. (2021). Pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung di objek wisata Pantai Air Manis Padang. *Journal of Home Economics and Tourism*, 15(2).
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Suwantoro, Gamal. (2009). *Dasar- Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.