

**PENGARUH KUALITAS PRODUK WISATA DAN HARGA TIKET
TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG KAMPUNG MAIN CIPULIR**

Rozi Yuliani

Program Studi Perhotelan

Fakultas Pariwisata, Universitas Muhammdiyah Sumatera Barat

ABSTARCT

Tourism object that are able to compete in the markets are the company that provides quality products or services and ticket price that suitable with tourist expectation. So the tourism object is expected to continue to make improvements, especially on quality of products, services and price. Tourism object also need to seek advice service to give the best to their tourist. This requires the identification of the main determinants of product quality and price from the perspective of the tourist.

This study aims to determine the influence of quality tourism product and ticket price on tourist satisfaction. Where is the independent variable consist of quality tourism product and ticket price influence's tourist satisfaction variable as the dependen variable, either partially or simultaneously.

The research methode used is quantitative methode with explanatory survey approach, the research done on large and small populations studied, but the data is the data obtaine from samples taken from the population by using statistical methods, while the statistical methods used in data analysis in multiple linier regression.

The results showed that the first hypothesis is partially the quality tourism product has significant influence on tourist satisfaction. The second hypothesis of the test results showed that partially, the ticket price has significant influence on tourist satisfaction. And the third hypothesis showed that simultaneous the quality tourism product and ticket price has significant influence on tourist satisfaction.

Conclusions from the research is that the three hypothesis proposed research is acceptable, that is there are significant influences the quality tourism product an ticket price to tourist satisfaction either partially or simultaneously. Advice from the author is

to increase tourist satisfaction can be done by the way to repair the ticket price suitable with visitor capability

Keyword: Quality Tourism Product, Ticket Price, Tourist Satisfaction

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Kampung Main Cipulir telah resmi beroperasi dari tahun 2009. Berdasarkan data yang diperoleh dari Kampung Main Cipulir jumlah pengunjung bervariasi. Bervariasinya jumlah pengunjung bias dikaitkan dengan kepuasan pengunjung Kampung Main Cipulir, baik dari segi kualitas produk wisata yang berfokus pada Mutu Atraksi, Mutu Amenitas dan Mutu Aksesibilitas beserta harga tiket yang ditawarkan oleh Kampung Main Cipulir.

Harga merupakan aspek penting, namun yang terpenting adalah apakah pengunjung mendapatkan sesuatu sesuai dengan harga yang mereka bayar dengan apa yang mereka nikmati guna mendapatkan kepuasan disebuah obyek wisata. Meskipun demikian elemen ini mempengaruhi pengunjung dari segi harga yang dibayarkannya, biasanya semakin mahal harga yang harus dibayar maka pengunjung mempunyai harapan yang lebih besar terhadap obyek wisata yang mereka kunjungi. penetapan harga yang tepat sesuai dengan produk yang ditawarkan oleh Kampung Main Cipulir dapat menciptakan kepuasan pengunjung, pengunjung yang merasa puas dapat menjadi pengunjung yang loyal. Harga akan mempengaruhi biaya perjalanan wisata yang harus dikeluarkan oleh pengunjung. Penetapan harga (*price*) yang tepat dan kualitas produk wisata yang ditawarkan, merupakan salah satu strategi yang sangat penting untuk menciptakan kepuasan pengunjung di Kampung Main Cipulir dan diharapkan semakin mendorong pengunjung untuk mengunjungi obyek wisata Kampung Main Cipulir.

B. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan masalah yang dijadikan fokus penelitian, masalah pokok penelitian tersebut dirumuskan sebagai berikut :

- Apakah kualitas produk wisata berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengunjung Kampung Main Cipulir?

- Apakah harga tiket berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengunjung Kampung Main Cipulir?
- Apakah kualitas produk wisata dan harga tiket berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengunjung Kampung Main Cipulir?

Penulis memfokuskan kepada pembahasan atas masalah-masalah pokok yang dibatasi dalam konteks permasalahan yang terdiri dari :

- Pengaruh kualitas produk wisata terhadap kepuasan pengunjung Kampung Main Cipulir
- Pengaruh harga tiket terhadap kepuasan pengunjung KMC
- Pengaruh kualitas produk wisata dan harga tiket terhadap kepuasan pengunjung Kampung Main Cipulir

C. TUJUAN MASALAH

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk wisata dan harga tiket terhadap kepuasan pengunjung Kampung Main Cipulir

TINJAUAN PUSTAKA

A. KERANGKA TEORITIS

- **Kualitas**

kualitas itu menunjuk pada pengertian pemenuhan standar atau persyaratan tertentu, kualitas juga mempunyai pengertian sebagai upaya untuk melakukan perbaikan dan penyempurnaan secara terus menerus dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan sehingga dapat memuaskan pelanggan (Tjiptono,1997:2).

- **Produk Wisata :**

Middleton (2001:122) memberikan pengertian produk wisata lebih dalam yaitu produk wisata secara umum terbentuk disebabkan oleh tiga komponen utama yaitu atraksi wisata, fasilitas di daerah tujuan wisata dan aksesibilitas.

- **Kualitas Produk Wisata**

Bodlender dalam Solahuddin Nasution, M. Arif Nasution dan Jamianton Damanik (2005:89), kualitas produk wisata adalah persepsi terhadap daya tarik wisata serta harapan atas kepuasan-kepuasan yang akan diperoleh dari atraksi wisata tersebut berakumulasi menjadi kekuatan yang besar untuk mendorong

seseorang untuk menentukan pilihan atas destinasi wisata yang akan dikunjungi. Kualitas produk wisata ditentukan oleh sejauh mana komponen objek tersebut mampu memuaskan pengunjungnya sesuai dengan janji yang ditawarkan oleh pihak daerah tujuan wisata

- **Dimensi Kualitas Produk Wisata**

Poerwanto (2004), menemukan ada 7 dimensi kualitas produk wisata yang semuanya merupakan satu kesatuan yang tidak dipisahkan antara kualitas dimensi yang satu dengan lainnya dan berkaitan dengan tingkat kepuasan wisatawan. Tujuh dimensi kualitas produk wisata tersebut, yaitu: Atraksi (daya tarik obyek), Pelayanan, Informasi, Kebersihan, Fasilitas umum, Aksesibilitas, Sumber Daya Manusia (SDM)

- **Karakteristik Produk Wisata**

1. Intangibility (tidak berwujud). Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dalam hal ini adalah nilai tidak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan atau rasaaman.
2. Unstorability. Jasa tidak mengenal persediaan dan penyimpanan. Pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan dengan partisipasi konsumen dalam prosesnya.
3. Customization. Jasa sering kali didesain khusus untuk kebutuhan pelanggan.

- **Harga**

Harga menurut Stanton (1998) dapat didefinisikan harga adalah jumlah yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

- **Persepsi**

Persepsi adalah bagaimana kita melihat dunia sekitar kita. Persepsi didefinisikan sebagai proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan stimuli ke dalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia (Schiffman, G.Leon, Lazar, Leslie, 2004).

- **Kepuasan Pengunjung**

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapan (Oliver dalam Supranto, 2006:

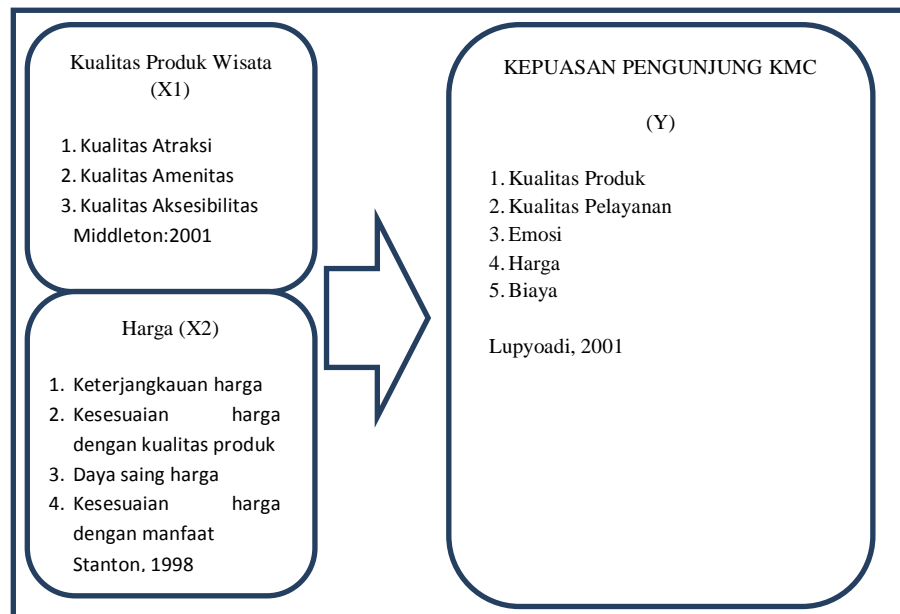
233). Sedangkan menurut Engel (dalam Tjiptono, 2004:161) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

- **Mengukur Tingkat Kepuasan**

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan dalam mengukur atau memantau kepuasan pelanggannya (Tjiptono, 2004:148), yaitu:

1. Sistem keluhan dan sasaran
2. Survei kepuasan pelanggan

- **Kerangka Pemikiran**



Berdasarkan perumusan masalah dan kosep teori yang ada, maka pernyataan penelitian ini adalah adanya pengaruh kualitas produk wisata dan harga tiket terhadap kepuasan pengunjung Kampung Main Cipulir.

METODELOGI PENELITIAN

A. OBJEK PENELITIAN

Penelitian ini akan dilakukan di Kampung Main Cipulir (KMC) Jl. Masjid Nurul Yaqin, Cidodol RT.005 RW.012 No 1A (Belakang Komplek Cipulir Permai) Kebayoran lama, Jakarta 12220, observasi awal sudah dimulai dari bulan Mei 2013, dan untuk penelitian lebih lanjut akan dimulai pada bulan Juli 2013 . Pada

umumnya diperlukan waktu kurang untuk mengurus ijin penelitian, uji coba instrument, kalibrasi, dan penyempurnaan instrument. Sedangkan waktu selebihnya digunakan untuk pengambilan data, analisis data, dan penulisan hasil penelitian.

B. POPULASI DAN SAMPEL

• Populasi

Dalam penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah Kampung Main Cipulir, sedangkan yang menjadi populasi penelitian dan merupakan unit analisis dari penelitian ini adalah pengunjung domestik yang berkunjung ke Kampung Main Cipulir sebanyak 60.199 orang, data mengenai populasi diperoleh dari Kampung Main Cipulir Tahun 2012

• Sampel

Untuk menentukan sampel adalah dengan menggunakan teknik Slovin.” Rumus Slovin tersebut adalah :

$$n = \frac{60.199}{1 + 60.199 \times (0,1)^2}$$

$$n = 99,83$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan diatas maka jumlah sampel minimal yang berjumlah 99,83 atau dibulatkan menjadi 100 responden.

C. SUMBER DATA

• Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung di lapangan dari responden atau dari yang berkaitan. Pengambilan data primer dengan menggunakan sejumlah instrumen berupa wawancara, kuesioner, dan diolah untuk kepentingan penelitian ini, Sasaran responden yang dimaksud adalah pengunjung Kampung Main Cipulir

• Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah ada atau sudah dikumpulkan untuk tujuan tertentu. Peneliti juga menghimpun data sekunder untuk memperkuat keabsahan penelitian ini. Meski data sekunder membantu konten penelitian, namun dalam penelitian ini tidak menjadi input data yang diolah.

D. TEKNIK ANALISIS DATA

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Terdapat dua macam statistic yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian, yaitu statistic deskriptif dan statistic inferensial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. ANALISIS DATA

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil Uji Validitas

1. Hasil uji validitas variable harga tiket

Hasil pengujian validitas item kuesioner menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dalam setiap variable harga tiket memiliki nilai korelasi diatas 0,361 sebagai nilai batas suatu item kuesioner penelitian dikatakan dapat digunakan (dapat diterima). Sehingga dapat dikatakan bahwa item kuesioner variable harga tiket valid dan dapat digunakan untuk mengukur variable yang diteliti

2. Hasil uji validitas variable kepuasan pengunjung

Hasil pengujian validitas item kuesioner menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dalam setiap variable kepuasan memiliki nilai korelasi diatas 0,361 sebagai nilai batas suatu item kuesioner penelitian dikatakan dapat digunakan (dapat diterima). Sehingga dapat dikatakan bahwa item kuesioner variable kepuasan pengunjung KMC valid dan dapat digunakan untuk mengukur variable yang diteliti.

Hasil Uji Reliabilitas

Hasil koefisien alpha untuk kualitas produk wisata sebesar 0,919, koefisien alpha untuk harga tiket sebesar 0,814 dan koefisien alpha untuk kepuasan pengunjung sebesar 0,899. Nilai alpha yang diperoleh diatas 0,6 sebagai nilai batas suatu instrumen penelitian dikatakan reliable atau handal.

Hasil uji validitas semua pernyataan dari ketiga variable tersebut valid dan reliable, yang berarti bahwa data penelitian yang diperoleh dari instrumen yang digunakan layak digunakan untuk mengetahui dan menguji permasalahan yang diteliti.

Deskripsi Variable

Deskripsi variable penelitian adalah gambaran mengenai distribusi frekuensi jawaban responden atas kuesioner yang telah dikumpulkan, meliputi variable kualitas produk wisata dan harga tiket sebagai variable bebas (X) dan kepuasan pengunjung KMC sebagai variable terikat (Y). Adapun jawaban responden dapat dijelaskan sebagai berikut:

Variable Kualitas Produk Wisata

hasil penilaian untuk masing-masing indikator kualitas produk wisata. Indikator kualitas produk wisata yang menurut responden tertinggi adalah KMC memiliki keamanan yang baik dengan nilai rata-rata 4,00

hasil penilaian untuk masing-masing indikator harga tiket. Indikator harga tiket yang menurut responden tertinggi adalah harga tiket sesuai dengan kemampuan pengunjung dengan nilai rata-rata 3,27. Secara keseluruhan tanggapan 100 responden terhadap harga di KMC dapat dilihat pada table 4.26

Uji Asumsi Klasik

Suatu model regresi yang baik harus memenuhi tidak adanya masalah asumsi klasik dalam modelnya. Jika masih terdapat asumsi klasik maka model regresi tersebut masih memiliki bias. Persyaratan asumsi klasik yang harus dipenuhi adalah uji autokorelasi, uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Autokorelasi artinya ada tidaknya korelasi diantara anggota-anggota dari serangkaian pengamatan yang tersusun dalam deret waktu terhadap variable dependen, dengan uji Durbin-Watson, tahapan uji Durbin Watson sebagai berikut :kriteria pengujian adalah

1. Tingkat kepercayaan ($\alpha=5\%$),
2. Tabel Durbin Watson ($n=100, k=2$), maka : $DL=1,634, DU=1,715$
3. Jika $DU < DW < 4-DU$, maka tidak terjadi autokorelasi

Table Hasil Uji Analisis Autokorelasi**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,883 ^a	,780	,775	5,52435	2,398

a. Predictors: (Constant), Harga, KualitasProdukWisata

b. Dependent Variable: KepuasanPengunjung

Dari hasil analisis SPSS pada table diatas dapat diketahui nilai Durbin Watson (DW) adalah 2,398. Karena nilai $DU < DW < 4 - DU$, hasilnya adalah $1,715 < 2,398 < 4 - 1,715$, maka dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

Uji Normalitas

Dari hasil analisis data dengan SPSS, diperoleh hasil pada gambar 4.13 Dari gambar tersebut terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinieritas

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa untuk kedua variable bebas tidak terjadi multikolinieritas dengan ditunjukkan nilai tolerance kedua variable bebas kurang dari 1 dan nilai VIF kurang dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas pada model regresi

Uji Heteroskedastisitas

maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi. Cara lain untuk mengetahui adanya masalah heteroskedastisitas dalam model regresi adalah dengan uji Spearman's Rank Correlation, yaitu dengan mengkorelasikan variable bebas terhadap nilai absolut dari residual (error). Apakah koefisien korelasi dari masing-masing variable independen memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi. Pada tabel berikut dapat dilihat nilai signifikansi masing-masing koefisien korelasi variable bebas terhadap nilai absolut dari residual atau error.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh variable independen terhadap variable dependen. Variable-variable yang digunakan antara lain pengaruh kualitas produk wisata dan harga tiket sebagai variable X dan kepuasan pengunjung KMC sebagai variable Y, maka dilakukan analisis dan interpretasi yang akan dijelaskan pada uraian berikut

Analisis Koefisien Regresi Berganda

Dari hasil pengujian dengan program statisti SPSS diperoleh data sebagai berikut:

Tabel Hasil Uji Analisis Koefisien Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,070	4,038		1,503	,136
1 Kualitasprodukwi sata	1,129	,136	,464	8,280	,000
Harga	,792	,081	,547	9,762	,000

a. Dependent Variable: kepuasan

Rumus persamaan regresi linier berganda adalah $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$, dari tabel 4.32 dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut: $Y = 6,070 + 1,129 X_1 + 0,792 X_2$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. $\alpha = 6,070$

Nilai konstanta ini menunjukkan bahwa apabila kualitas produk wisata dan harga tiket nilainya 0, maka kepuasan pengunjung nilainya positif, yaitu 6,070

2. $\beta_1 = 1,129$

Variable kualitas produk wisata X_1 memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di KMC (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,05, serta memiliki koefisien regresi $\beta_1 = 1,129$, hal ini berarti bahwa setiap penambahan satu nilai pada variable kualitas produk wisata (X_1) dan

variable lainnya konstan, maka akan meningkatkan variable kepuasan pengunjung (Y) sebesar 1,129 kali

3. $\beta_2=0,792$

Variable harga tiket X2 memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di KMC (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai sig 0,00 lebih kecil dari 0,05, serta memiliki koefisien regresi $\beta_2=0,792$, hal ini berarti bahwa setiap penambahan satu nilai pada variable harga tiket (X2) maka akan meningkatkan variable kepuasan pengunjung (Y) sebesar 0,792 kali

Analisis Koefisien Korelasi

1) Analisis koefisien korelasi sederhana

Nilai koefisien korelasi sederhana digunakan untuk menentukan kuat atau lemahnya hubungan antara variable kualitas produk wisata terhadap kepuasan pengunjung, variable harga tiket terhadap kepuasan pengunjung. Hasil analisis data dengan SPSS mengenai koefisien korelasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel Hasil Analisis Pearson Correlation

Correlations

		KualitasPro dukWisata	Harga	KepuasanPe ngunjung
KualitasPro dukWisata	Pearson Correlation	1	,525**	,790**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
Harga	Pearson Correlation	,525**	1	,751**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
KepuasanPe ngunjung	Pearson Correlation	,790**	,751**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

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

Berdasarkan tabel 4.33 dapat dianalisis sebagai berikut:

- a. Nilai koefisien korelasi kualitas produk wisata (X1) dengan kepuasan pengunjung (Y) adalah 0,790 artinya keeratan hubungan antara kualitas produk wisata dengan kepuasan pengunjung adalah sebesar 0,790 dan apabila koefisien korelasi ini diinterpretasikan kedalam tabel 4.33, maka termasuk dalam interval koefisien 0,60-0,799, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kualitas produk wisata dengan kepuasan pengunjung KMC
- b. Nilai koefisien korelasi harga tiket (X2) dengan kepuasan pengunjung (Y) adalah 0,751 artinya keeratan hubungan antara harga tiket dengan kepuasan pengunjung adalah sebesar 0,751 dan apabila koefisien korelasi ini diinterpretasikan kedalam tabe 4.33, maka termasuk dalam interval koefisien 0,60-0,799, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara harga dengan kepuasan pengunjung KMC

2). Analisis Koefisien Korelasi Berganda

Nilai atau koefisien korelasi berganda digunakan untuk menentukan kuat atau lemahnya hubungan antara kualitas produk wisata dan harga tiket sebagai variable independen dengan kepuasan pengunjung sebagai variable dependen. Hasil analisis pada Table 4.34 diperoleh koefisien korelasi secara menyeluruh R adalah 0,883 ($R \geq 0,5$) berarti hubungan antara kualitas produk wisata dan harga tiket dengan kepuasan pengunjung di KMC adalah kuat.

Tabel Hasil Analisis Koefisien Korelasi Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,883 ^a	,780	,775	5,52435

a. Predictors: (Constant), Harga, KualitasProdukWisata

b. Dependent Variable: KepuasanPengunjung

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji T)

Untuk menguji keberartian model regresi untuk masing-masing variable secara parsial dapat diperoleh dengan menggunakan uji t. Berikut akan dijelaskan pengujian masing-masing variable secara parsial.

1. Pengaruh kualitas produk wisata terhadap kepuasan pengunjung KMC

Pengujian koefisien regresi dengan uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh variable independen secara parsial yaitu kualitas produk wisata terhadap kepuasan pengunjung KMC, langkah pengujiannya sebagai berikut:

Rumusan Hpotesis

$H_0 : \beta_1 = 0$, Variable kualitas produk wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di KMC

$H_1 : \beta_1 \neq 0$, Variable kualitas produk wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di KMC

Dalam penelitian ini menggunakan uji satu sisi kanan dengan taraf nyata (α) sebesar 5% atau tingkat keyakinan 95% sedangkan $df = n-k-1$, dengan n adalah ukuran sampel yaitu : $100-2-1=97$, maka diperoleh tabel = 1,985

Kriteria pengujian:

Apabila $t_{hitung} > t_{table}$ (1,985), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Apabila $t_{hitung} < t_{table}$ (1,985), maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Berdasarkan perhitungan dengan program SPSS, maka diperoleh nilai t hitung dan signifikansinya seperti pada table sebagai berikut : **Table Uji Parsial (Uji T) Pengaruh Kualitas Produk Wisata dan Harga terhadap**

kepuasan pengunjung KMC

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	22,102	4,606		4,798	,000

KualitasProdukWisata	1,145	,090	,790	12,756	,000
----------------------	-------	------	------	--------	------

a. Dependent Variable: KepuasanPengunjung

Dari tabel diatas diperoleh nilai t hitung table variable kualitas produk wisata (X1)=12,756, t table 1,985 berarti nilai t hitung > t table atau nilai signifikansi dibawah 0,05, maka H0 ditolak dan Hi diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Kampung Main Cipulir.

2. Pengaruh harga tiket terhadap kepuasan pengunjung KMC

Pengujian koefisien regresi dengan uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh variable independen secara parsial yaitu harga tiket terhadap kepuasan pengunjung KMC, langkah pengujiannya sebagai berikut :

Rumusan Hpotesis

H0 : $\beta_2=0$, Variable harga tiket tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di KMC

H1 : $\beta_2\neq 0$, Variable harga tiket berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di KMC

Dalam penelitian ini menggunakan uji satu sisi kanan dengan taraf nyata (a) sebesar 5% atau tingkat keyakinan 95% sedangkan $df = n-k-1$, dengan n adalah ukuran sampel yaitu : $100-2-1=97$, maka diperoleh tabel = 1,985

Kriteria pengujian:

Apabila t hitung > t table (1,985), maka H0 ditolak dan H1 diterima

Apabila t hitung < t table (1,985), maka H0 diterima dan H1 ditolak

Berdasarkan perhitungan dengan program SPSS, maka diperoleh nilai t hitung dan signifikansinya seperti pada table 4.36 sebagai berikut :

Tabel Uji Parsial (Uji T) Pengaruh Harga Tiket terhadap kepuasan pengunjung KMC

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	25,228	4,944		5,103	,000
1 Harga	1,829	,163	,751	11,245	,000

a. Dependent Variable: KepuasanPengunjung

Dari tabel diatas diperoleh nilai t hitung table variable harga tiket (X2)=11,245, t table 1,985 berarti nilai t hitung > dari nilai t table atau nilai signifikansi dibawah 0,05, maka H0 ditolak dan Hi diterima. Hal ini menunjukkan bahwa harga tiket berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Kampung Main Cipulir.

Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variable independen (pengaruh kualitas produk wisata dan harga tiket) secara simultan terhadap kepuasan pengunjung di Kampung Main Cipulir dengan menggunakan uji F . Langkah pengujiannya adalah sebagai berikut

Rumusan Hipotesis :

- H0:β1=β1=0, Kualitas produk wisata dan harga tiket secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Kampung Main Cipulir
- H0:β1≠β1≠0, Kualitas produk wisata dan harga tiket berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Kampung Main Cipulir

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha=5\%$) derajat kebebasan pembilang/df1=(jumlah variable-1) = (3-1) = 2, derajat kebebasan penyebut /df1 = (n-k-1)=(100-2-1)=97, maka F table=3,090

Kriteria pengujian ;

Apabila F hitung >F table (3,090), maka H0 ditolak dan H1 diterima

- Apabila F hitung <F table (3,090), maka H0 diterima dan H1 ditolak

Berdasarkan perhitungan dengan SPSS, maka diperoleh nilai F hitung dan signifikansinya seperti pada tabel 4.37 sebagai berikut

Tabel Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	10481,748	2	5240,874	171,728	,000 ^b
Residual	2960,292	97	30,518		
Total	13442,040	99			

a. Dependent Variable: KepuasanPengunjung

b Predictors: (Constant), Harga, KualitasProdukWisata

Berdasarkan table 4.37, didapatkan nilai F hitung sebesar 171,728, F table 3,090, maka F hitung (171,728) > F table (3,090) atau nilai signifikansi dibawah 0,05, berarti H0 ditolak dan H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk wisata dan harga tiket secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di KMC.

SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN

Berdasarkan analisis hasil penelitian pada Bab IV, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variable kualitas produk wisata terbukti mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Kampung Main Cipulir, hal ini berarti semakin baik kualitas produk wisata, maka kepuasan pengunjung semakin meningkat. Koefisien regresi $\beta_1=1,129$, hal ini berarti bahwa setiap penambahan satu nilai pada variable kualitas produk wisata (X1) dan variable lainnya konstan, maka akan meningkatkan variable kepuasan pengunjung (Y) sebesar 1,129 kali, koefisien korelasi kualitas produk wisata (X1) dengan kepuasan pengunjung (Y) adalah 0,790 artinya keeratan hubungan antara kualitas produk wisata dengan kepuasan pengunjung adalah kuat antara kualitas produk wisata dengan kepuasan pengunjung KMC. Koefisien determinasi (KD) adalah 62,4% artinya kepuasan

pengunjung di KMC dipengaruhi oleh kualitas produk wisata sebesar 62,4% sisanya 37,6% ditentukan oleh variable lain selain variable yang di teliti dalam penelitian ini.

2. Variable harga tiket terbukti mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Kampung Main Cipulir, artinya semakin baik harga tiket, maka semakin tinggi kepuasan pengunjung. koefisien regresi $\beta_2=0,792$, hal ini berarti bahwa setiap penambahan satu nilai pada variable harga tiket (X_2) maka akan meningkatkan variable kepuasan pengunjung (Y) sebesar 0,792 kali. Nilai koefisien korelasi harga tiket (X_2) dengan kepuasan pengunjung (Y) adalah 0,751 artinya keeratan hubungan antara harga tiket dengan kepuasan pengunjung adalah kuat antara harga dengan kepuasan pengunjung KMC. Koefisien determinasi (KD) adalah 56,4% artinya kepuasan pengunjung di KMC dipengaruhi oleh harga sebesar 43,6% sisanya ditentukan oleh variable lain selain variable yang diteliti dalam penelitian ini.
3. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variable kualitas produk wisata dan harga tiket mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Kampung Main Cipulir, artinya bahwa semakin baik kualitas produk wisata dan harga tiket, maka kepuasan pengunjung semakin meningkat. Koefisien korelasi secara menyeluruh R adalah 0,883 ($R \geq 0,5$) berarti hubungan antara kualitas produk wisata dan harga tiket dengan kepuasan pengunjung di KMC adalah kuat. Koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,780 atau 78% Artinya kepuasan pengunjung di KMC dipengaruhi oleh variable kualitas produk wisata dan harga tiket serta bersama-sama atau simultan sebesar 78% dan sisanya 22% dipengaruhi oleh faktor lain diluar kedua variable tersebut

B. SARAN

Saran Untuk Manajemen

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka peneliti merekomendasikan untuk manajemen Kampung Main Cipulir sebagai berikut :

1. Kualitas produk wisata merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dapat memenuhi harapan pengunjung. Untuk dapat meningkatkan kepuasan pengunjung maka pihak manajemen Kampung Main Cipulir harus lebih meningkatkan kualitas produk wisata. Untuk dapat meningkatkan kualitas

produk wisata, maka pihak manajemen harus dapat memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- a. Perlu adanya peningkatan mutu aksesibilitas
 - Kemudahan memperoleh transportasi umum menuju KMC, contohnya tersedianya shuttle bus khusus bagi pengunjung KMC
 - Adanya kenyamanan saat perjalanan menuju KMC, contohnya dibuatkan akses khusus satu jalur bagi pengunjung untuk memasuki objek wisata KMC.
 - Kondisi infrastruktur yang baik menuju KMC, contohnya bekerjasama dengan pemerintah setempat agar jalan diperbaiki dan tiang-tiang listrik serta portal yang terlalu banyak bisa dikurangi.
 - Efisiensi waktu jadi bisa lebih ditingkatkan bagi pengunjung yang tidak memiliki kendaraan sendiri, contohnya meraka tidak perlu menghabiskan waktu banyak untuk mencari kendaraan yang akan masuk kedalam objek wisata Kampung Main Cipulir
 - b. Perlu adanya peningkatan atraksi, indikator atraksi yang dimaksud berupa tingkat keamanan wahana yang baik, tingkat kebersihan yang baik dan keasrian alam dapat tetap lebih dijaga.
 - c. Perlu adanya peningkatan fasilitas penunjang, indikator amenities yang dimaksud adalah tingkat ketersediaan tempat sampah, mutu sarana akomodasi dan tingkat fasilitas hiburan yang baik.
2. Kampung Main Cipulir harus melakukan penelitian secara bertahap dan mendalam mengenai kondisi pendapatan mereka. Jika dibandingkan dengan objek wisata lain di Jakarta Selatan , Kampung Main Cipulir perlu merancang sebuah harga tiket yang sesuai dengan biaya operasionalnya. Fungsinya adalah untuk membantu mereka dalam mencapai keuntungan.

Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka peneliti merekomendasikan untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Di dalam penelitian ini kepuasan pengunjung mampu dijelaskan oleh variable kualitas produk wisata dan harga tiket. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambahkan variable independen lainnya selain kualitas

produk wisata dan harga tiket yang tentunya dapat mempengaruhi variable dependen kepuasan pengunjung agar lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variable-variable independen lain diluar penelitian ini yang bisa mempengaruhi kepuasan pengunjung.

2. Sebaiknya pada penelitian berikut lebih memperluas objek penelitian serta mencari ruang lingkup populasi yang lebih luas, sample yang digunakan sebaiknya juga lebih banyak, dengan demikian peneliti lanjutan dapat semakin memberikan gambaran yang spesifik.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Mappi Sammeng. 2001. Cakrawala Pariwisata. Jakarta:Balai Pustaka.
- Argent G, Saridan A, Campbell EJJ, Wilkie P, Fairweather P, Hadijah JT, Middleton DJ, Pendry C, Pinard M, Warwick M, et al. 1998. Manual of The Larger and More Important Non Dipterocarp Trees of Central Kalimantan, Indonesia. Volume ke-1. Samarinda: Forest Research Institute.
- Bilson Simamora, 2004. Panduan Riset Perilaku Konsumen. Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama
- Darmandi Duriyanto, dkk. (2004). Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama
- Fandy Tjiptono. 1999. Strategi Pemasaran. ANDI. Yogyakarta
- Fandy Tjiptono, 2004, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Gamal Suwanto. 2004. Dasar-dasar Pariwisata. Yogyakarta : Andi
- Gamal Suwanto SH. Penerbit Andhi Yogyakarta. *Dasar - Dasar Pariwisata, Upaya Pengembangan Pariwisata Alternatif (hal. 75)*.H. Oka A. Yoeti. Drs. Penerbit Angkasa Bandung. *Anatomi Pariwisata, Perkembangan Sektor Pariwisata di Indonesia (hal. 71)*.
- Hasan, Ali. 2009. Marketing. Yogyakarta, Media Pressindo
- Ghozali, Imam, 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Edisi Ketiga, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali,Imam. (2002). Aplikasi Analisis Multi Variat dengan Program SPSS.Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang

- Hermawan Kertajaya. (2002). *Marketing Plus siasat Memenangkan Persaingan Global*. Jakarta:PT Erlangga
- Ibrahim, (1997). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Inskeep, E. 1991. *Tourism Planning, An Integrated and Sutable Development Approach*.I.
- Kotler, Phillip dan Gary Amstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, jilid 2, edisi ke-8, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip. dan Keller, Kevin Lane (2010). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Ketiga belas, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, Bowen, John T. Makens, James C, 2006, *Marketing for Hospitality and Tourism*. New Jersey: Pearson Education INC, Upper Saddle River
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta. Bumi Aksara.. 1997. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Andi Offset, Yogyakarta.
- Laws, Eric. (1991) : *Tourism Marketing, Service and Quality Management Perspectives*, Ltd, England : Stanley Thornes (Publisher) Ltd.
- Lukman, Sampara. (2000). *Manajemen Kualitas Pelayanan*. Jakarta: STIA LAN Press.
- Middleton,V. and Clarke, J. (2001). *Marketing in Travel and Tourism*, 3rd edition,Elsevier
- Sadeh, Ehsan, Farid Asgari, Dr. Leila Mousavi, and Sina Sadeh. (2012). *Factors Affecting Tourist Satisfaction and Its Consequences*, *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, Vol 2 No. 2, pp. 1557-1560, Departemen of Management, Faculty of Management and Accounting, Islamic Azad University, Aliabad, Iran
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Rangkuti, Freddy. (2006). *Measuring Customer satisfaction*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Sevilla, G.S. dkk. (1993).*Pengantar Metodologi Penelitian*.Jakarta: UniversitasIndonesia – Press.
- Soekadidjo, R.G.1997. *Anatomi Pariwisata: Memahami Pariwisata sebagai Systematic Linkage*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Swastha dan Irawan. 1990. Unsur dan Aspek Penting dalam Memasarkan Produk. Edisi Pertama. Cetakan Kedua. Jakarta : PT. Grafindo.
- Stanton William, J., 2004, Prinsip-prinsip Pemasaran, Erlangga, Jakarta.
- Supranto, J. (2006), Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar, Cetakan Ketiga, PT.Rineka Cipta, Jakarta.
- Sugiyono, Dr. 2010. Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Penerbit ALFABETA
- Suharyadi Purwanto, 2004, Statistika Dasar. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Travers, M.W. Robert, (1978), An Introduction to Educational Research. (edisi ke-4) New York: MacMillan Publishing Co., Inc.
- Triguno, 1997 “Administrasi Pemerintahan dan Pembangunan, CV HAJI MASAGUNG, Jakarta
- Wahab, Salah. 2003. Manajemen Kepariwisata. Jakarta : PT. Pradnya Paramita.
- Yoeti, Oka A. 1985. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: Angkasa.