

ABSTRAK

Skripsi dengan Judul “Pengaruh Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada SPLASH Waterpark Tulungagung)” yang ditulis oleh Muhammad Fathul Huda, NIM 12402173663, Pembimbing Dr. Binti Nur Asiyah, M.Si.

Penelitian ini dilatar belakangi dengan semakin pesatnya perkembangan perekonomian Kota Tulungagung dan membeludaknya masyarakat yang berburu tempat wisata, hal tersebut mengharuskan pengusaha tempat wisata buatan dituntut dalam melakukan inovasi dan kreatifitas dalam segi produk, layanan hingga promosi demi mencapai kepuasan seriap konsumen. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menguji adanya pengaruh harga, fasilitas, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen atas kunjungan dan menyewa jasa ke SPLASH Waterpark Tulungagung.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan jenis asosiatif dimana pada penelitian ini dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden SPLASH Waterpark Tulungagung. Metode pengambilan sampel dengan menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel *incidental sampling*.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh bahwa yang berpengaruh signifikan secara parsial adalah variabel harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan. Sedangkan secara simultan variabel harga, fasilitas, kualitas pelayanan, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan total pengaruh sebesar 62,7%. Hal ini membuktikan bahwa, sisanya sebesar 37,3% atas kepuasan konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh keempat variabel tersebut namun juga dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya seperti variabel emosional dan sebagainya.

Kata Kunci: Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Promosi, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Thesis entitled "The Influence of Price, Facilities, Service Quality, and Promotion on Consumer Satisfaction (Case Study on SPLASH Waterpark Tulungagung)" written by Muhammad Fathul Huda, NIM 12402173663, Advisor Dr. Binti Nur Asiyah, M.Sc.

This research is motivated by the increasingly rapid economic development of the City of Tulungagung and the booming number of people who hunt for tourist attractions, this requires entrepreneurs of artificial tourist attractions to be required to innovate and be creative in terms of products, services and promotions in order to achieve the satisfaction of every consumer. The purpose of this study is to examine the effect of price, facilities, service quality and promotion on consumer satisfaction for visiting and renting services to SPLASH Waterpark Tulungagung.

This research is quantitative research with associative type where in this research using multiple linear regression analysis method. By distributing questionnaires to 100 respondents SPLASH Waterpark Tulungagung. The sampling method used non-probability sampling with incidental sampling technique.

Based on the results of the study, it was found that the partially significant variables were price, facilities, and service quality variables. Meanwhile, simultaneously, the variables of price, facilities, service quality, and promotion have a significant effect on consumer satisfaction with a total effect of 62.7%. This proves that the remaining 37.3% of consumer satisfaction is not only influenced by these four variables but is also influenced by other variables such as emotional variables and so on.

Keywords: *Price, Facilities, Service Quality, Promotion, Consumer Satisfaction*