

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen SPLASH Water Park Tulungagung.

Melihat pengujian tersebut dikatakan ada pengaruh positif juga signifikan variabel harga dengan kepuasan konsumen SPLASH Water Park Tulungagung. Hal ini berarti, kepuasan konsumen yang meningkat terjadi karena peningkatan jumlah satuan harga. Serta sebaliknya, kepuasan konsumen yang menurun terjadi karena penurunan jumlah satuan harga. Hal tersebut membuktikan bahwa jumlah satuan harga dapat menjadi penentu kepuasan pada SPLASH Water Park Tulungagung. Dimana konsumen akan tertarik untuk melakukan transaksi di SPLASH Water Park Tulungagung dengan harga terjangkau. Dengan harga tiket masuk Rp. 10.000,00 (senin-sabtu) dan Rp. 15.000,00 (minggu atau tanggal merah).¹⁰⁶

Seperti halnya definisi harga menurut Kotler bahwa sejumlah nominal yang dibebankan dan dibayarkan konsumen demi mencapai tujuan atau meraih produk yang diinginkan merupakan pengertian dari harga.¹⁰⁷ Teori tersebut sesuai dengan hasil pengujian peneliti, bahwa harga ialah hal utama dalam mempengaruhi konsumen saat membeli produk. Yang mana disimpulkan bahwa faktor keputusan pembelian produk dan variable harga merupakan hal yang tidak dapat dipisah karena besar kecilnya nilai harga akan mempengaruhi nilai kepuasan konsumen untuk penggunaan jasa kolam renang SPLASH Waterpark Tulungagung.

Penelitian ini searah yang dilakukan Agung¹⁰⁸, yang menyatakan bahwa variabel harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan

¹⁰⁶ Wawancara dengan Bapak Ramadhani, selaku manager di SPLASH Waterpark Tulungagung, tanggal 22 Mei 2021.

¹⁰⁷ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, Edisi 13, (United States of America: Person, 2010), hlm. 76

¹⁰⁸ Agung Prastito, "*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Pandawa Water World Solo Baru*", 2015

konsumen. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya¹⁰⁹, bahwa variable harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, serta mempunyai pengaruh yang dominan diantara variable yang lain dalam kepuasan konsumen di Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy.

Maka berdasarkan hasil pengujian yang peneliti lakukan serta didukung dengan hasil penelitian terdahulu, jelas bahwa harga memiliki pengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen. Dengan ketertarikannya konsumen akan penawaran harga yang terjangkau untuk semua kalangan, konsumen tidak akan ragu dalam membeli produk atau jasa tersebut.

B. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen SPLASH Water Park Tulungagung.

Melihat hasil pengujian penelitian bahwa variabel fasilitas sangat positif juga signifikan terhadap kepuasan konsumen SPLASH Water Park Tulungagung. Apabila terjadi peningkatan nilai koefisien regresi fasilitas, maka kepuasan konsumen juga akan meningkat. Sebaliknya, apabila terjadi penurunan pada nilai koefisien regresi fasilitas, maka tingkat kepuasan konsumen juga cenderung menurun. Hal ini membuktikan bahwa jumlah nilai koefisien regresi fasilitas dapat menjadi penentu tingkat kepuasan pelanggan pada SPLASH Water Park Tulungagung. Banyaknya fasilitas yang disediakan, mulai dari *waterboom*, banyaknya variasi kedalaman kolam, panggung hiburan, music, gazebo, rest area, kantin, dan lain sebagainya, konsumen akan merasa tertarik untuk datang atau melakukan liburan bersama keluarga di SPLASH Water Park Tulungagung.

Hasil penelitian ini searah dengan penelitian yang dilakukan oleh Murwatiningih¹¹⁰ yang menyatakan bahwa fasilitas dan promosi berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Kota Semarang, yang berarti semakin tinggi fasilitas dan promosi maka semakin tinggi pula

¹⁰⁹ Cynthia Violita Wijaya, "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy", Vol. 5, No. 1, 2017

¹¹⁰ Murwatiningih dan Yuyun Mardiyani, "Pengaruh fasilitas dan Promosi terhadap Kepuasan Pengunjung melalui Keputusan Berkunjung sebagai Variabel Intervening pada Objek Wisata Kota Semarang", 2015.

kepuasan pengunjung. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Arinto¹¹¹ yang menyatakan variable fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Gallery Indosat.

Seperti halnya definisi fasilitas yang diungkapkan Kotler, fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh penjual jasa untuk mempermudah dan memperlancar suatu usaha atau kegiatan, dalam upaya mendukung kenyamanan konsumen¹¹². Teori ini memiliki kesesuaian yang sama dengan hasil pengujian yang diadakan peneliti. Maka berdasarkan hasil pengujian yang peneliti lakukan serta didukung dengan hasil penelitian terdahulu, jelas bahwa fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen.

C. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen SPLASH Water Park Tulungagung.

Hasil pengujian penelitian variabel kualitas pelayanan, menunjukkan terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada SPLASH Water Park Tulungagung. Konsumen merasa puas apabila kualitas pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan mereka dan bahkan melampauinya karena hal tersebut merupakan pelayanan yang dipersepsikan sebagai yang berkualitas.¹¹³

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Priyono¹¹⁴, yang mana memperoleh 45,7% untuk variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung secara langsung, 0,71% untuk pengaruh secara tidak langsung melalui keputusan pengunjung.

¹¹¹ Dano Dwi Arinto, "Pengaruh Lokasi, Promosi, Fasilitas dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Menggunakan Warnet PLANET CYBER di Gresik", 2014.

¹¹² Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, Edisi 13, (United States of America: Person, 2010), hlm. 76

¹¹³ Lovelock, C., J. Wirtz, & J. Mussry. (2010). *Pemasaran Jasa Jilid II*. (Terjemahan Dian Wulandari dan Devri Barnadi Putera). Jakarta: Erlangga. (Edisi asli diterbitkan tahun 2007 oleh Pearson Education, Inc. Upper Saddle River, New Jersey), hlm. 154

¹¹⁴ Anggun Dwi Priyono, "Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Pengunjung sebagai Variabel Intervening pada Objek Wisata Museum Sangiran Kabupaten Sragen", 2011

Serta hasil penilitan dari Anggraeni¹¹⁵ yang hasil penelitiannya adalah kualitas pelayanan berpengaruh positif juga signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Maya Aesthetic Clinic Kenayan Tulungagung.

Kualitas pelayanan perlu diperhatikan dengan serius oleh pemilik usaha karena dapat membantu dalam menarik konsumen serta menciptakan kepuasan.¹¹⁶ Nilai kualitas pelayanan bisa dinilai dari 5 unsur; Daya tanggap atau *Responsiveness*, Keandalan atau *Reliability*, Jaminan atau *Assurance*, Empati atau *Empathy*, dan Bukti langsung atau *Tangibles*. Setiap konsumen memiliki perilaku dan sikap yang berbeda-beda, maka dari itu pelaku usaha perlu dalam memahami bagaimana sikap tepat yang mereka ambil dalam memperlakukan pihak konsumen. Seperti halnya komunikasi yang baik antara pelaku usaha dengan konsumen, hal ini akan menciptakan suatu hubungan yang baik dan tersampainya informasi dan pemenuhan kebutuhan konsumen.¹¹⁷

D. Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen SPLASH Water Park Tulungagung.

Hasil pengujian penelitian menunjukkan tidak terdapat pengaruh signifikan antara promosi terhadap kepuasan pelanggan pada SPLASH Water Park Tulungagung. Hal tersebut bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Murwatiningsih¹¹⁸, yang menyatakan fasilitas dan promosi berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Kota Semarang, yang berarti semakin tinggi fasilitas dan promosi maka semakin tinggi pula kepuasan pengunjung. Dan juga hasil penilitan dari

¹¹⁵ Ayu Puspa Anggraeni, "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Klinik Kecantikan Maya Aesthetic Clinic Kenayan Tulungagung", Mei 2019

¹¹⁶ Rina Sukmawati, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi UNY", E-Journal Pendidikan dan Ekonomi, Vol. 7, No. 2, (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2018), hlm. 140

¹¹⁷ *Ibid.*, hlm. 37

¹¹⁸ Murwatiningsih dan Yuyun Mardiyani, "Pengaruh fasilitas dan Promosi terhadap Kepuasan Pengunjung melalui Keputusan Berkunjung sebagai Variabel Intervening pada Objek Wisata Kota Semarang", 2015.

Priyono¹¹⁹, yang menyatakan bahwa perolehan sebesar 29,9% untuk variabel promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung secara langsung.

Hal yang membuat variabel promosi tidak berpengaruh signifikan diantaranya bisa di lihat dari beberapa jawaban kuesioner responden. Rata-rata responden menyatakan bahwa mereka jarang sekali menjumpai maupun mendapatkan pemberitahuan akan promosi yang diselenggarakan dari pihak SPLASH Waterpark Tulungagung. Penerapan promosi dalam hal pemasaran, ada kalanya tidak tepat sasaran dan hasil yang tidak optimal. Dintara faktor yang mempengaruhi hal ini adalah pemilihan media dan isi yang kurang tepat serta frekuensi kegiatan promosi yang rendah. Sehingga tujuan utama promosi dalam memasarkan dan memperkenalkan produk kepada konsumen menjadi kurang efektif dan mengalami kegagalan.¹²⁰ SPLASH Waterpark Tulungagung tergolong sebagai tempat wisata air buatan, jadi segala kegiatan pada SPLASH Waterpark Tulungagung sangatlah terbatas. Hal ini tidak lain tidak bukan karena dampak pandemi Covid-19, yang membuat pemerintah tidak mengizinkan sejumlah tempat wisata dengan fasilitas kolam renang untuk dibuka, karena tergolong sebagai wisata yang beresiko tinggi akan penularan Covid-19. Wakil Direktur Medis dan Spesialis Penyakit Menular Westmed Medical Group, Dr. Sandra Kesh, Md., mengungkapkan bahwa resiko penularan tidak terjadi di air kolam renang, namun sulitnya menjaga jarak 1 hingga 2 meter dan penggunaan masker di kolam renang umum.¹²¹

¹¹⁹ Anggun Dwi Priyono, “Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Pengunjung sebagai Variabel Intervening pada Objek Wisata Museum Sangiran Kabupaten Sragen”, 2011.

¹²⁰ Chandra Kurniawan, “Pengaruh Promosi terhadap Volume Penjualan pada PT. Bintang Toedjoe Palembang”, Vol. 14, No.3, (Palembang: Jurnal Media Wahana Ekonomika, 2017), hlm. 57

¹²¹ Risna Hlmidi dan Dini Afrianti Efendi, “Aturan yang Diberlakukan jika Wisata Kolam Renang Kembali di Buka” dalam <https://www.suara.com/lifestyle/2020/06/23/111344/aturan-yang-diberlakukan-jika-wisata-kolam-renang-kembali-dibuka-untuk-umum>, di upload Selasa 23 Juni 2020

E. Pengaruh Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen SPLASH Water Park Tulungagung.

Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap konsumen SPLASH Waterpark Tulungagung, diketahui bahwa harga, fasilitas, kualitas pelayanan, dan promosi secara simultan berpengaruh positif juga signifikan terhadap kepuasan konsumen pada SPLASH Waterpark Tulungagung yang berarti dapat dilihat jika ingin nilai kepuasan konsumen meningkat maka nilai koefisien regresi dari harga, fasilitas, kualitas pelayanan, dan promosi harus ditingkatkan dan begitu sebaliknya. Hal ini selaras dengan penelitian Agung¹²², yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.

Adapun hasil dari penelitian pengujian Koefisien Dererminasi (R^2), nilai Adjusted R Square menunjukkan nilai 62,7% untuk variasi kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh variabel harga (X1), fasilitas (X2), kepuasan pelanggan (X3) dan promosi (X4) dan 37,3% untuk sisanya merupakan nilai pengaruh oleh variabel lain yang berada pada luar penelitian ini, seperti misalnya faktor emosional konsumen, kemudahan akses dan sebagainya.¹²³ Kotler dan Keller mendefinisikan bahwa kepuasan konsumen ialah perasaan senang tidaknya hati seseorang setelah mencoba produk dengan membandingkan hasil yang diharapkannya.¹²⁴

Melihat pembahasan dari seluruh hasil pengujian hipotesis, ditarik kesimpulannya mengenai secara simultan semua variabel independen (harga, fasilitas, kualitas pelayanan, dan promosi) memiliki pengaruh positif juga signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen pada SPLASH Waterpark Tulungagung).

¹²² Agung Prastito, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas dengan Kepuasan Konsumen pada Pandawa Water World Solo", 2015

¹²³ Tri Andry, "Hlm yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Bisnis", dalam <https://entrepreneurcamp.id/kepuasan-pelanggan/>, 26 Februari 2018

¹²⁴ Philip Kotler dan Kevin Len Keller, Manajemen Pemasaran, Ed. 12, (Jakarta: Indeks, 2007), hlm. 177