

**PENGARUH PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN
PENGUNJUNG DALAM BERWISATA DI DAGO DREAMPARK**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Pariwisata Pada Program Studi Manajemen Resort dan Leisure*



Disusun oleh:

Ernawati

1902029

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT & LEISURE
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2023**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN
PENGUNJUNG DALAM BERWISATA DI DAGO DREAMPARK**

Oleh
Ernawati

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

©Ernawati 2023
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2023

Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang.
Skripsi tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau pun sebagian, Dengan cara
dicetak ulang, difotokopi, ataupun cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

Ernawati

1902029

**PENGARUH PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN
PENGUNJUNG DALAM BERWISATA DI DAGO DREAMPARK**

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Reiza Miftah Wirakusuma S.ST.Par., S.I.Kom., M.Sc.

NIP. 19871224 201404 1 001

Pembimbing II



Ghoitsa Rohmah Nurazizah, S.Par., M.Si.

NIP.19880703 201504 2 002

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen Resort & Leisure

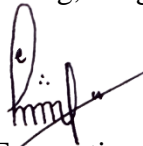


Dr. Erry Sukriah, M.SE.,
NIP. 19791215 200812 2 002

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung Dalam Berwisata Di Dago Dreampark” itu sepenuhnya ciptaan saya sendiri, dari awal hingga akhir. Saya tidak menjiplak, dan tidak ada di dalamnya yang merupakan plagiarisme atau mengutip secara tidak benar di bawah aturan etika ilmiah yang berlaku. Saya bersedia mengambil risiko atau hukuman yang terkait dengan pernyataan ini jika ternyata ada pelanggaran integritas ilmiah atau jika ada klaim tentang kebenaran karya saya di masa mendatang.

Bandung, 9 Agustus 2023



Ernawati

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung Dalam Berwisata Di Dago Dreampark” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pariwisata yang penulis tempuh selama mengikuti program studi Manajemen Resort dan Leisure di Universitas Pendidikan Indonesia.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada dosen-dosen yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini sampai dengan selesai. Peneliti juga mengucapkan banyak terima kasih kepada orang tua, teman-teman, dan berbagai pihak yang telah memberikan dukungan penuh kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna, namun disamping itu penulis berharap bahwa skripsi ini dapat bermanfaat dan memperluas wawasan maupun ilmu pengetahuan bagi para pembaca.

Bandung, 9 Agustus 2023,

Penulis



Ernawati

NIM 1902029

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam kesempatan yang berbahagia ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang senantiasa memberikan dukungan kepada penulis, kepada yang terhormat:

1. Saya ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada Bapak Prof. Dr. M. Solehuddin M.Ps., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia atas izin dan kesempatan yang telah diberikan kepada saya untuk dapat melaksanakan perkuliahan di Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Agus Mulyana M.Hum., Dekan FPIPS, atas izin yang telah diberikan selama saya mengikuti pendidikan atau perkuliahan di jurusan atau prodi yang saya minati.
3. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Erry Sukriah, M.SE., selaku ketua program studi Manajemen Resort dan Leisure yang telah mengizinkan dan memudahkan penulis dalam mengikuti segala rangkaian kegiatan perkuliahan di Prodi MRL.
4. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak Reiza Miftah Wirakusuma S.ST.Par., S.I.Kom., M.Sc. selaku pembimbing skripsi I yang telah memberikan ilmu, arahan, bantuan dan saran kepada penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini yang sangat berarti bagi penulis.
5. Saya juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Ghoitsa Rohmah Nurazizah, S.Par., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi II yang juga banyak memberikan saran, bantuan, arahan, ilmu yang sangat berharga bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Bantuan dari dosen pembimbing tersebut sangat berarti bagi penulis, terima kasih banyak bapak dan ibu.
6. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada dosen wali yakni Bapak Dr. AH Galih Kusumah, S.ST., Par., M.M., yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama masa kuliah.
7. Saya ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada keluarga besar, terutama kepada kedua orang tua Bapak Kuwat dan Ibu Raminih yang senantiasa memberi dukungan dan telah sabar dalam membimbing dan mengarahkan penulis. Berkat doa dan arahan mereka penulis bisa sampai ke tahap ini. Selain

itu penulis juga mengucapkan terimakasih kepada kakak dan kakak ipar tercinta yaitu Suherman dan Siti Kusniyati serta keluarga besar yang juga mendukung penulis.

8. Saya juga mengucapkan terima kasih kepada sahabat dan teman-teman seperjuangan yaitu kepada Lusiana Aqilah, Diva Zwysda, Qonita Sofyatul Karima, Salsabila Diandra Azzahra, Syahna Gustari, Fifit Sulistia Wati, Silpia Marsela, Tiara Chaerunnisa, Irma Septiana Putri, Olpia Anggraeni, teh Harlinda Dwi Yulian, Selly Arvyana serta mahasiswa/I lainnya yang senantiasa memberikan dukungan, bantuan dalam proses pembelajaran maupun penyelesaian skripsi ini.
9. Terima kasih juga kepada Pengelola daya tarik wisata Dago Dreampark yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian di DDP dan telah membantu penulis terkait data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang bersedia dan telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, bantuan dan dukungan tersebut sangat berarti, sekali lagi terima kasih.

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DALAM BERWISATA DI DAGO DREAMPARK

Oleh:

Ernawati

1902029

Dago Dreampark merupakan salah satu daya tarik wisata yang populer di Kabupaten Bandung Barat. Namun ternyata masih terdapat permasalahan kepuasan pengunjung khususnya terkait dengan persepsi harga yang kurang baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi bagaimana pengaruh antara persepsi harga terhadap kepuasan pengunjung di Dago Dreampark. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan merupakan jenis penelitian deskriptif verifikatif dengan menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana. Populasi dalam penelitian ini ialah orang yang pernah berkunjung ke Dago Dreampark. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 160 responden. Data yang didapatkan kemudian diolah menggunakan *software IBM SPSS* versi 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi harga terhadap kepuasan pengunjung, dengan nilai *R Square* sebesar 0,606 sehingga disimpulkan bahwa variabel persepsi harga memberikan kontribusi pengaruh sebesar 60,6% terhadap kepuasan pengunjung. Sedangkan sisanya sebesar 0,394 (39,4%) merupakan pengaruh dari faktor luar yang tidak diteliti.

Kata kunci : persepsi harga, kepuasan, kepuasan pengunjung, Dago Dreampark

ABSTRACT
THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION ON VISITOR SATISFACTION IN
DAGO DREAMPARK

Ernawati

1902029

Dago Dreampark is one of the popular tourist attractions in West Bandung Regency. However, it turns out that there are still problems with visitor satisfaction, especially related to poor price perceptions. This study aims to evaluate how the influence of price perceptions on visitor satisfaction at Dago Dreampark. This study uses a quantitative approach and is a type of descriptive verification research using simple linear regression analysis techniques. The population in this study are people who have visited Dago Dreampark. The samples taken in this study were 160 respondents. The data obtained was then processed using IBM SPSS version 25.0. The results showed that there was a positive and significant influence between price perceptions on visitor satisfaction, with an R Square value of 0.606 so it was concluded that the price perception variable contributed 60.6% to visitor satisfaction. While the remaining 0.394 (39.4%) is the influence of external factors that are not examined.

Keywords: price perception, satisfaction, visitor satisfaction, Dago Dreampark

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat penelitian	11
1.5 Sistematika Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Konsep Bauran Pemasaran.....	13
2.2 Konsep Kepuasan Pengunjung.....	13
2.3 Persepsi Harga.....	17
2.4 Penelitian Terdahulu	24
2.5 Kerangka Pemikiran	32
2.6 Hipotesis Penelitian.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Objek Penelitian	34
3.2 Desain Penelitian	34
3.3 Variabel Penelitian	35
3.3.1 Variabel Independen	35
3.3.2 Variabel Dependen.....	35
3.4 Operasional Variabel.....	36
3.5 Jenis dan Sumber Data	37
3.5.1 Data Primer	37
3.5.2 Data Sekunder.....	38
3.6 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	38
3.6.1 Populasi.....	38

3.6.2 Sampel	38
3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel	39
3.7 Instrumen Penelitian	40
3.8 Teknik Pengumpulan Data	41
3.9 Proses Pengembangan Instrumen/Uji Instrumen Penelitian	43
3.9.1 Uji Validitas	43
3.9.2 Uji Reliabilitas	45
3.10 Teknik Analisis Data	46
3.10.1 Analisis Deskriptif	47
3.10.2 Analisis Verifikatif	48
3.10.3 Uji Hipotesis	50
3.10.3.1 Uji Parsial (t).....	50
3.10.3.2 Regresi Linier Sederhana.....	51
3.10.3.3 Analisis Koefisien Determinasi	51
BAB IV	52
HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Profil Dago Dreampark	52
4.2 Profil Responden	58
4.2.1 Keterkaitan Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Dengan Persepsi Harga Dan Kepuasan Pengunjung	58
4.2.2 Keterkaitan Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah Dengan Persepsi Harga Dan Kepuasan Pengunjung	59
4.2.3 Keterkaitan Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Dengan Persepsi Harga Dan Kepuasan Pengunjung.....	61
4.2.4 Keterkaitan Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Dengan Persepsi Harga Dan Kepuasan Pengunjung.....	62
4.2.5 Keterkaitan Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Dengan Persepsi Harga Dan Kepuasan Pengunjung.....	63
4.2.6 Keterkaitan Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Dengan Persepsi Harga Dan Kepuasan Pengunjung	64
4.3 Pengalaman Responden.....	65
4.3.1 Pengalaman Responden Dalam Mendapatkan Informasi Mengenai Dago Dreampark.....	65
4.3.2 Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	66
4.3.3 Pengalaman Responden Berdasarkan Durasi Waktu Berwisata	67
4.3.4 Pengalaman Responden Berdasarkan Dengan Siapa Berkunjung ..	67
4.4 Analisis Deskriptif.....	68
4.4.1 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Persepsi Harga	68
4.4.1.1 Penilaian Responden Mengenai Harga Yang Ditetapkan	73
4.4.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepuasan Pengunjung	74
4.4.2.1 Faktor Yang Dapat Menciptakan Kepuasan Bagi Pengunjung.....	78

4.4.2.2	Perasaan Pengunjung Setelah Berwisata Di Dago Dreampark	79
4.4.3	Kesan Positif/ Negatif Pengunjung Setelah Berwisata di DDP	79
4.5	Uji Asumsi Klasik	81
4.6	Hasil Uji Hipotesis	85
4.6.1	Pengujian Hipotesis Melalui Uji T.....	85
4.6.2	Regresi linear sederhana	87
4.6.3	Hasil Uji Koefisien Determinasi	88
4.7	Pembahasan Hasil Analisis Data.....	89
4.7.1	Persepsi Harga (X)	89
4.7.2	Kepuasan Pengunjung (Y)	90
4.7.3	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung.....	92
BAB V	94
PENUTUP	94
5.1	Kesimpulan.....	94
5.2	Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	105

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Rating & Harga Daya Tarik Wisata di Kabupaten Bandung Barat ...	6
Tabel 1. 2 Ulasan Mengenai Harga di Dago Dreampark	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	36
Tabel 3. 2 Skala Likert	41
Tabel 3. 3 Teknik Pengumpulan Data.....	43
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas.....	44
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas X dan Y	46
Tabel 3. 6 Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden	47
Tabel 3. 7 Pedoman Koefisien Determinasi.....	51
Tabel 4. 1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4. 2 Persentase Responden Berdasarkan Asal Daerah	59
Tabel 4. 3 Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 4. 4 Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	62
Tabel 4. 5 Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel 4. 6 Persentase Responden Berdasarkan Pendapatan.....	64
Tabel 4. 7 Persentase Pengalaman Responden Dalam Mendapatkan Informasi Mengenai Dago Dreampark	65
Tabel 4. 8 Persentase Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	66
Tabel 4. 9 Persentase Berdasarkan Durasi Waktu Berwisata di DDP	67
Tabel 4. 10 Persentase Berdasarkan Dengan Siapa Berkunjung.....	68
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Harga	69
Tabel 4. 12 Tanggapan Mengenai Variabel Kepuasan Pengunjung	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Data Kunjungan Wisata	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	32
Gambar 3.1 Lokasi Dago Dreampark	33
Gambar 4.1 Wahana Adventure	53
Gambar 4.2 Wahana Spot Selfie (Free)	54
Gambar 4.3 Wahana Spot Selfie Extreme.....	55
Gambar 4.4 Wahana Anak	55
Gambar 4.5 Wahana Family	56
Gambar 4.6 Peta Lokasi Wahana	56
Gambar 4.7 Kondisi Fasilitas (Toilet & Tempat Parkir)	57
Gambar 4.8 Garis Kontinum Variabel Persepsi Harga	72
Gambar 4.9 Garis Kontinum Variabel Kepuasan Pengunjung	77
Gambar 4.10 Hasil Uji Normalitas Pendekatan Exact	81
Gambar 4.11 Hasil Uji Normalitas Pendekatan Monte Carlo.....	82
Gambar 4.12 Hasil Uji Linearitas	82
Gambar 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	83
Gambar 4.14 Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji T)	84
Gambar 4.15 Tabel Distribusi T Tabel	85
Gambar 4.16 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	86
Gambar 4.17 Koefisien Regresi	87
Gambar 4.18 Koefisien Determinasi.....	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Penyebaran Kuesioer di Lokasi Penelitian	106
Lampiran 2 Dokumentasi Penyebaran Kuesioer Melalui Sosial Media.....	107
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian	109
Lampiran 4 Data Kuesioner	114
Lampiran 5 Hasil Analisis Data Menggunakan SPSS.....	124
Lampiran 6 Surat Izin Penelitian.....	128
Lampiran 7 Izin Observasi dan Wawancara dengan Pengelola	129
Lampiran 8 SK Dosen Pembimbing.....	130
Lampiran 9 Catatan Bimbingan.....	131
Lampiran 10 Riwayat Hidup	132

DAFTAR PUSTAKA

- Al Aisar, A. R., Rachma N, & Rahmawati. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Harga Tiket, Dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Wisata Alam Setigi Gresik. *E- Jurnal Riset Manajemen*, 12(01).
- Amanullah, I. (2019). *Pengaruh Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Di Dago Dreampark*.
- Aprilliani, N. L. P., Anggraini, N. P., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Water Garden Hotel Candidasa Bali . *Jurna Emas*, 3(3), 217–230.
- Ardiana, T. E. (2017). *Pengaruh Motivasi Kerja Guru Terhadap Kinerja Guru Akuntansi Smk Di Kota Madiun*.
- Aristayasa, I. K., Mitariani, N. W. E., & Atmaja, N. P. C. D. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Pariwisata*, 15(2).
- Arrang, S. T., Widia Kimla Ningrum, R., & Eko Adi Prasetyanto, Y. (2023). Hubungan Tingkat Pengetahuan Dengan Perilaku Penggunaan Tablet Hisap Antibiotik Pada Masyarakat Kecamatan Bekasi Selatan. *Jfionline | Print Issn 1412-1107 / E-Issn 2355-696x*, 15(2), 179–188. <https://doi.org/10.35617/Jfionline.V15i2.153>
- Arsi, A., & Herianto. (2021). *Langkah-Langkah Uji Validitas, Reliabilitas Instrumen Dengan Menggunakan Spss*.
- Baaq, S. H., Fadila, S., Rahmawati, E. D., & Admadianto, H. N. (2022). Peran Kepuasan Dan Motivasi Pengunjung Terhadap Niat Berkunjung Kembali Ke Taman Satwa Taru Jurug. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(4), 14–24.
- Berliana, A. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Puncak Mas Lampung*.
- Bolang, E. H., Mananeke, L., Lintong, D. C. A., & Hendri Bolang, E. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Lokasi Dan Harga Tiket Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Makatete Hill's Desa Warembungan. *Jurnal Emba*, 9(1), 1360–1370.

- Budiman, Arif, E., & Roem, E. R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan Kabupaten Belitang Timur. *Jurnal Ramah Komunikasi*, 3(1).
- Damanik, J., & Yusuf, M. (2022). Effects Of Perceived Value, Expectation, Visitor Management, And Visitor Satisfaction On Revisit Intention To Borobudur Temple, Indonesia. *Journal Of Heritage Tourism*, 17(2), 174–189. <https://doi.org/10.1080/1743873x.2021.1950164>
- Dewandaru, B., Rahmadi, A. N., & Susilaningih, N. (2021). *Pengaruh Attraction, Accesibility, Amenity Dan Ancillary Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Kawasan Wisata Besuki Kediri*.
- Dewi, N. W. A. P., Mahendra, M. S., & Wiranatha, A. S. (2017). Faktor Pendorong Dan Penarik Orang Bali Berwisata Ke Luar Negeri. *Jurnal Master Pariwisata (Jumpa)*, 3(2), 207–222. <https://doi.org/10.24843/Jumpa.2017.V03.I02.P01>
- Dwihapsari, B. C. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pada Oryza Tour*.
- Fahmeyzan, D., Soraya, S., & Etmy, D. (2018). Uji Normalitas Data Omzet Bulanan Pelaku Ekonomi Mikro Desa Senggigi Dengan Menggunakan Skewness Dan Kurtosis. *Jurnal Varian*, 2(1), 31–36.
- Falaq, M., Sjukriana, J., Nur Afifah, H., Operation, H., Tinggi Pariwisata Bogor, S., Curug Mekar Jl Yasmin Raya No, J., Barat, B., Bogor, K., & Barat, J. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Fasilitas Wisata Pada Kepuasan Pengunjung Wisata*. <https://budpar.go.id>
- Fathin, A., Ferry Cahaya, Y., & Erasashanti, A. P. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pengguna Simcard Telkomsel Di Jabodetabek)*.
- Fauziah, N. (2023). *Pengaruh Daya Tarik, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung*. https://repository.uinsaizu.ac.id/20079/1/Nanik%20fauziah_Pengaruh%20daya%20tarik%2c%20harga%2c%20dan%20kualitas%20pelayanan%20terhadap%20kepuasan%20pengunjung%20%28studi%20kasus%20wisata%20kemit%20forest%20education%20desa%20karanggedang%20kecamatan%20sidareja%20kabupaten%20cilacap%29.Pdf

- Fure, H. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruh Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3).
- Hanggraito, A. A., Wiratama, A. S., & Saifuddin, R. A. (2020). Alternatif Strategi Bauran Pemasaran 7p Museum Batik Yogyakarta. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 4(2), 72–83. <https://doi.org/10.34013/jk.v4i2.50>
- Indrasari, Dr. M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Isnain, W. (2016). Karakteristik Dan Preferensi Pengunjung Wisata Alam Bantimurung. *Buletin Eboni*, 13(1), 69–78.
- Isnania, N. F., & Budiono, A. (2022). Kepuasan Pengunjung Taman Impian Jaya Ancol Yang Di Pengaruhi Daya Tarik Wisata, Life Style Dengan Persepsi Harga Sebagai Variabel Mediasi. *Mamen: Jurnal Manajemen*, 1(3), 319–333. <https://doi.org/10.55123/mamen.v1i3.683>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). *Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan Spss Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan Spss*.
- Juansyah, Rahayu, S., & Tobari. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Aksesibilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Air Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir (Pali). *Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Ekonomi*, 3(4), 198–207.
- Kawatu, V. S., Mandey, S. L., Ch Lintong, D. A., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, J. (2020). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Tempat Wisata Bukit Kasih Kanonang The Effect Of Tourist Attraction On Revisit Intentions With Satisfaction As Intervening Variables At Bukit Kasih Kanonang*. 8(3), 400–410.
- Khasani, M. A. (2014). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Di Pantai Cahaya, Weleri, Kabupaten Kendal*.
- Khoirala, Z., Ariningih, E. P., & Rahmawati, F. (2020). Pengaruh Variety Seeking Dan Price Sensitivity Terhadap Utilitarian Dan Hedonik Value Dalam Kepuasan Belanja (Survei Pada Konsumen Fashion Matahari Departemen Store Artos Mall). *Volatilitas*, 2(2).

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (S. Yagan, E. Svendsen, M. Sabella, E. Adams, A. Santora, K. Bloom, & E. Scarpa, Eds.; 14th Ed.). Pearson Education.
- Krisnanda, A. B., & Rastini, N. M. (2018). Pengaruh Service Quality Dan Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Warung Mina Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(9), 4657–4684. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2018.V7.I09.P2>
- Kurniasari, F., & Sugiyanto, E. K. (2020). Dimensi Kualitas Pelayanan Sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Hotel X Semarang). In *Online) Business Management Analysis Journal (Bmaj* (Vol. 3, Issue 2).
- Kurniawan, F., & Lubis, N. (2013). Pengaruh Relationship Marketing Dan Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Astra Internasional Isuzu Semarang . *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 76–88.
- Kusumaningrum, D. A., & Gabriella, T. (2021). Strategi Pemasaran Twa Mangrove Angke Kapuk Jakarta Terkait Kunjungan Wisata Di Masa Pandemi. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(7), 2101–2116.
- Lisarini, E., & Ningtyas. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran 7 P Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Sweetberry Agrowisata Cipanas. *Agroscience*, 4(2), 98–102.
- Mahardika, D. A., Arifin, B., & Nugraha, A. (2019). Nilai Ekonomi Objek Wisata Berbasis Jasa Edukasi Pertanian Di Sentulfresh Indonesia Kecamatan Sukaraja, Kabupaten Bogor. In *Jiia* (Vol. 7, Issue 4).
- Maulana, A. L. (2021). *Pengaruh Beban Kerja Dan Pengembangan Karir Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pt. Sarana Utama Adimandiri (Sua) Divisi Engineering*.
- Naoitupulu, S., Tapiomas, N., & Tobink, R. (2021). *Manajemen Pemasaran* (2nd Ed.). Atalya Rileni Sudeco.
- Nugraha, D. P. S. (2020). *Persepsi Harga, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Membeli Kembali Pada Tiket Pesawat*.
- Nurbaeti, N., Rahmanita, M., Ratnaningtyas, H., & Amrullah, A. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang.

Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora, 10(2), 269.
<https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v10i2.33456>

- Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Wisata Umbul Pongok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1).
- Pramudita, D. T., Gunawan, F. G., Ningsih, M. C., & Adilah, R. (2022). 887-Article Text-1766-1-10-20220320. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 424–436.
- Pratiwi, M. M. (2019). *Pengaruh Job Insecurity, Stres Kerja Dan Iklim Organisasi Terhadap Turnover Intention Pada Pt Pisma Abadi Jaya*.
- Putra, R. E., Yuwono, S. B., Herwanti, S., & Wulandari, C. (2022). Karakteristik Pengunjung Pada Wisata Alam Air Terjun Batu Putu Kota Bandar Lampung. *Jurnal Belantar*, 6(2). <https://doi.org/10.29303/jbl.v5i2.878>
- Rahmayanti, P. L. D., Suartina, I. W., Wijaya, N. S., Wardana, M. A., Sumerta, K., & Yasa, N. N. K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Niat Berkunjung Kembali Pada The Sila's Agrotourism . *Jurnal Of Innovation In Management, Accounting And Business*, 1(2), 48–56.
- Ramadhani, M. S. (2022a). *Pengaruh Persepsi Harga, Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus Wisata Pulau Indah Segati Kab. Pelalawan)*.
- Ramadhani, M. S. (2022b). *Pengaruh Persepsi Harga, Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus Wisata Pulau Indah Segati Kab. Pelalawan)*.
- Ramadhanti, D. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Kawasan Wisata Jatiluhur Valley & Resort*.
- Rosita, T., & Rifanjani, S. (2018). Penilaian Potensi Daya Tarik Wisata Air Terjun Cuci Kain Di Desa Tembaga Kecamatan Nanga Mahap Kabupaten Sekadau. *Jurnal Hutan Lestari*, 6(2), 399–407.
- Sahir, S. H. (N.D.). *Metodologi Penelitian*. www.penerbitbukumurah.com
- Sanubari, M. F. (2023). *Pengaruh Motivasi Wisatawan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Di Orchid Forest Cikole Lembang*.

- Saputro, E. W., Sukimin, Indriastuty, N., & Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Balikpapan, J. (2020). Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pantai Manggar Segara Sari Balikpapan). *Jurnal Geo Ekonomi*, 11(1), 2086–1117. <https://doi.org/10.36277/Geoekonomi>
- Sari, A. Q., Sukestiyarno, Y., & Agoestanto, A. (2017). Batasan Prasyarat Uji Normalitas Dan Uji Homogenitas Pada Model Regresi Linear. *Unnes Journal Of Mathematics*, 6(2), 168–177. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/ujm>
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 105–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1>
- Seftavia, S., Rismansyah, & Erdiansyah. (2021). Pengaruh Persepsi Harga Dan Daya Tarik Wisata Pada Kepuasan Pengunjung Danau Shuji Desa Lembak Di Masa Pandemi Covid 19. *Segmen Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(3), 1–13.
- Setiani, L. W. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris Pada Atria Hotel Magelang)*.
- Situmorang, S. H., & Lufti, M. (2014). *Analisis Data Untuk Riset Manajemen Dan Bisnis* (3rd Ed.). Usu Press. <https://www.researchgate.net/publication/353072388>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (19th Ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (22nd Ed.). Alfabeta.
- Sutisna, I. (2020). *Teknik Analisis Data Penelitian Kuantitatif*.
- Tahir, M. Y., & Istriani, E. (2020). *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Tempat Wisata Taman Sari Yogyakarta*.
- Tendur, S. T. E., Hutabarat, V. V., & Tumbelaka, S. S. X. (2021). Price Perception, Service Quality And Customer Satisfaction (Empirical Study On Cafes At

- Tondano City). *International Journal Of Tourism And Hospitality In Asia Pasific*, 4(3), 19–31. <https://doi.org/10.32535/Ijthap.V4i3.1196>
- Uslu Aypar, & Huseynli, B. (2018). Impact Of Price Sensitivity On Repurchase Intention In Terms Of Personality Features. *Uluslararası İktisadi Ve İdari İncelemeler Dergisi*, 515–532. <https://doi.org/10.18092/Ulikidince.434866>
- Wahyuni, I. N., & Tamami, N. D. B. (2021). Preferensi Wisatawan Terhadap Destinasi Wisata Pantai Camplong Kabupaten Sampang. *Pamator Journal*, 14(1), 51–60. <https://doi.org/10.21107/Pamator.V14i1.9536>
- Wardhana, A. (2021). Konsep Bauran Pemasaran 4p Dan 7p. In Se. , M. M. Dr. Hartini (Ed.), *Manajemen Pemasaran* (Pp. 113–126). Media Sains Indonesia. <https://www.researchgate.net/publication/354233995>
- Wijaya, F., & Sujana, D. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Word Of Mouth (Studi Kasus Pada The Jungle Waterpark Bogor). *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 9–18.
- Wulandari, O. A. D., Suroso, A., & Setyanto, R. P. (2019). Pengaruh Citra Destinasi Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pengunjung Di Owabong Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 21(2). <https://doi.org/10.32424/Jeba.V21i2.1319>
- Wulandari, R. W., Sidanti, H., & Citaningtyas, D. C. A. (2022). *Pengaruh Fasilitas Wisata, Persepsi Harga, Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Lawu Park Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah*.
- Wulandari, W. (2012). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Waserda Ukm Mart Koperasi Karyawan Widyagama Malang. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(3).
- Yusuf, M. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Destination Image Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Pada Pariwisata Syariah Di Provinsi Sumatera Barat. *Al-Hikmah: Jurnal Agama Dan Ilmu Pengetahuan*, 17(2), 26–38.
- Zidany, N. A., Nurazizah, G. R., Rahmafritia, F., & Johari, M. H. Y. (2021). Visitor Satisfaction: The Mediating Role Of Crowding Perception On Environmental Characteristics And Other Visitors' Behavior. In *Promoting Creative Tourism: Current Issues In Tourism Research* (Pp. 110–115). Routledge.