

ABSTRAK

Sri Martina Intan P.H, 0807183, Pengaruh *Customer Value* Dalam Meningkatkan Kepuasan Wisatawan di Saung Angklung Udjo (Survei terhadap Wisatawan Nusantara Individu di Saung Angklung Udjo) dibawah bimbingan Ridwan Purnama, S.H, M.Si. dan Oce Ridwanudin SE.,MM

Pariwisata merupakan bagian dari sektor industri yang memiliki prospek dan potensi yang cukup besar untuk dikembangkan. Jawa Barat sebagai salah satu destinasi wisata di Indonesia memiliki potensi yang besar untuk dikunjungi oleh para wisatawan. Kota Bandung sebagai ibukota Provinsi Jawa Barat merupakan kota yang menawarkan beragam keelokan wisata seni dan budaya. Salah satu kesenian original Jawa Barat, khususnya Bandung yang menyita perhatian dunia adalah keberadaan Saung Angklung Udjo. Saung Angklung Udjo sebagai sanggar seni merupakan tempat laboratorium pendidikan, latihan, dan pertunjukan musik etnik untuk mendidik para pelatih dan pemain dalam bidang kesenian khas Jawa Barat, khususnya musik angklung. Dari pra penelitian yang telah dilakukan didapat permasalahan bahwa walaupun tingkat kunjungan di Saung Angklung Udjo tiap tahunnya selalu terjadi peningkatan tetapi masih saja ada pengunjung yang merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan.

Berkaitan dengan hal tersebut maka dilakukan penelitian mengenai pengaruh *customer value* terhadap kepuasan wisatawan. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif dan metode yang digunakan adalah *explanatory survey* dengan menggunakan skala ordinal. Teknik sampling yang digunakan adalah *systematic random sampling* dengan ukuran sampel menggunakan rumus slovin, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana dengan program SPSS 16.00 for windows. Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa pengaruh *customer value* secara signifikan yaitu 56,1% sedangkan pengaruh lain atau ϵ sebesar 43,9%. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh persamaan regresi yaitu $Y = 9,324 + 0,743X$. Secara keseluruhan berdasarkan pengujian hipotesis menunjukkan *customer value* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan berkunjung ke Saung Angklung Udjo.

Kata kunci: *customer value* dan kepuasan

Sri Martina Intan Permatasari Hassan, 2013

Pengaruh Customer Value Dalam Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Di Saung Angklung Udjo (Survei terhadap Wisatawan Nusantara Individu di Saung Angklung Udjo)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ABSTRACT

Sri Martina Intan P.H, 0807183, Effect of Customer Value in Increasing Satisfaction at Saung Angklung Udjo Travelers (Survey of Travelers Domestic Individuals at Saung Angklung Udjo) under the guidance of Purnama Ridwan, SH, M.Sc. and Oce Ridwanudin SE., MM

Tourism is part of the industrial sector and the prospects that have a huge potential to be developed. West Java as one of the tourist destinations in Indonesia has a great potential to be visited by the tourists. Bandung City as the capital of West Java province is a city that offers a variety of beauty arts and cultural tourism. One of the original arts of West Java, Bandung in particular that drew the world's attention is the existence of Saung Angklung Udjo. Saung Angklung Udjo as an art gallery is a laboratory places of education, training, and performances of ethnic music to educate the coaches and players in the West Javanese arts, especially music angklung. From the research that has been done pre-obtained problem that although the level of traffic at Saung Angklung Udjo always increased every year but there are still visitors who are not satisfied with the service provided.

In this regard the research done on the effect of customer value on tourist satisfaction. This type of research is descriptive verification and the method used is an explanatory survey using ordinal scale. The sampling technique used was a systematic random sampling with sample size using the formula Slovin, then obtained a total sample of 100 respondents. The data analysis technique used is simple linear regression with SPSS for windows 16.00. Results of this study can be seen that the influence of significant customer value is 56.1%, while other influences or ε of 43.9%. Based on the calculations, the regression equation is $Y = 9.324 + 0.743 X$. Overall hypothesis testing based on customer value showed a significant effect on satisfaction visited Saung Angklung Udjo.

Keywords: customer value and satisfaction