

**PENGARUH HARGA, FASILITAS, DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
(STUDI KASUS PADA OBJEK WISATA KARAI RIVER DI DESA ANTUTAN)**

**Yuliansyah<sup>1)</sup>, Suci Hidryah<sup>2)</sup>,**

<sup>1)</sup> Universitas Kaltara/ Fakultas Ekonomi/ Manajemen

<sup>2)</sup> Universitas Kaltara/ Fakultas Ekonomi/ Manajemen

<sup>1)</sup> yuliansyahian1@gmail.com

<sup>2)</sup> sucihidryah30@gmail.com

**Abstrak**

Industri Pariwisata di Kabupaten Bulungan sangat pesat perkembangannya, beberapa objek dan lokasi wisata memiliki daya tarik dan keunikan tersendiri. Objek wisata alam Karai River yang dikelola secara swakarya, merupakan wisata air yang memanfaatkan mata air pegunungan dari hulu yang dinamakan “Karai”, ada sensasi ikan batu yang mengigit kaki ketika berendam di objek wisata tersebut. Namun, beberapa fasilitas yang ada tidak sesuai dengan harapan konsumen, seperti harga masuk ke objek wisata yang tinggi, serta pelayanan yang kurang cepat tanggap. Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Metode yang digunakan penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah SPSS versi 23. Hasil penelitian ini adalah, pertama, bahwa Harga berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Objek Wisata Alam Karai River, dimana diperoleh nilai sig 0,063 yang lebih besar dari 0,05 ( $0,063 > 0,05$ ) dan thitung sebesar 1,918 yang lebih besar dari ttabel 1.684595 ( $1,918 > 1.684595$ ). Hasil penelitian ini adalah, bahwa Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Objek Wisata Alam Karai River, dimana diperoleh nilai sig 0,001 yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ) dan thitung sebesar 3.815 yang lebih besar dari ttabel 1.68595 ( $3.815 > 1.68595$ ). Hasil penelitian ini adalah, bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Objek Wisata Alam Karai River, dimana diperoleh nilai sig 0,327 yang lebih besar dari 0,05 ( $0,327 > 0,05$ ) dan thitung sebesar 0,994 yang lebih kecil dari t tabel 1.68595 ( $0,994 < 1.68595$ ).

**Kata kunci : Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen**

**1. PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan sebuah negara yang terkenal memiliki banyak potensi pariwisata. Dimulai dari wisata alam, wisata budaya, wisata bahari dan masih banyak lagi. Seiring dengan berjalannya waktu, sector pariwisata di Indonesia semakin berkembang pesat. Adanya kesadaran dari pemerintah daerah dan masyarakat sekitar mengenai potensi dan daya tarik wisata memberikan dampak yang baik bagi perkembangan pariwisata di Indonesia.

Objek dalam penelitian ini adalah Objek Wisata Alam Karai River yang terletak di Desa Antutan, Tanjung Palas, Kabupaten Bulungan. Yang merupakan wisata air yang memanfaatkan mata air pegunungan dari Hulu yang dinamakan dengan sebutan “Karai” dimana tempat pemandian dan ada sensasi ikan batu yang menggigit kaki ketika berendam dilokasi. Wisata Alam Karai ini bukan dikelola pemerintah daerah maupun swasta, melainkan mandiri, swakarya warga Desa Antutan yaitu pengelola atas nama Pak Ding. Destinasi Wisata Alam Karai di Desa Antutan ini sudah dari dulu kala. Tetapi baru di buka untuk umum dan dikelola sejak Oktober 2020. Sejak dibukanya objek wisata ini semakin banyak wisatawan lokal yang datang rekreasi ke Wisata Alam Karai ini.

Namun, akhir-akhir ini Objek Wisata Alam Karai River kurang didatangi pengunjung sehingga pada bulan Maret 2022 ditetapkan jadwal berkunjung pada hari Jumat, Sabtu, Minggu dan hari libur lainnya. Berdasarkan hasil wawancara peneliti kepada pengelola objek wisata mengatakan permasalahan yang ada konsumen keberatan mengenai harga keseluruhan, fasilitas yang kurang memadai dan kualitas pelayanan

yang kurang cepat tanggap. Permasalahan ini memicu berbagai respon dari beberapa pihak, terutama dari pengunjung yang merasa tidak puas. Ketidakpuasan pengunjung ditunjukkan dengan adanya keluhan dari pengunjung.

## **2. KAJIAN PUSTAKA**

### **Harga**

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan adalah harga. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:345) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong (2012 : 345) ada 4 indikator harga, yaitu : keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, harga mempengaruhi daya beli konsumen, harga dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan.

### **Fasilitas**

Menurut Kotler (2012:31), fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak pengelola untuk mendukung kenyamanan konsumen. Menurut Tjiptono (2014:318), yaitu sebagai berikut : Perencanaan ruangan, pertimbangan / perencanaan spasial, perlengkapan/perabot, tata cahaya dan warna, pesan-pesan yang disampaikan secara grafis, unsur pendukung.

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono (2011:59) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Kotler (2012:284) yang dialih bahasakan Benyamin Molan telah mengidentifikasi lima dimensi kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut: bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empaty.

### **Kepuasan Konsumen**

Menurut Assauri (2012:11) menyatakan kepuasan konsumen merupakan suatu indikator kedepan akan keberhasilan usaha yang mengukur bagaimana baik dan buruknya tanggapan konsumen terhadap masa depan usaha. Menurut Tjiptono (2014:101), berpendapat bahwa indikator kepuasan konsumen yaitu: Kesesuaian layanan dengan yang diharapkan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasi

## **3. METODOLOGI PENELITIAN**

### **Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berkunjung ke objek wisata alam karai river. Roscoe dalam buku *Research Methods For Business* (1982:253) memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut ini :

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariat, maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali jumlah variabel yang diteliti.

Atas pertimbangan tersebut, maka sampel minimum yang digunakan adalah sebanyak 40 responden yang berkunjung dalam kurun waktu tersebut. Teknik Pengambilan Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yakni dengan metode *Insidental Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan bertemu dengan peneliti di lapangan (Sugiyono, 2013:85).

### **Metode Pengumpulan Data**

1. Kuesioner merupakan terpenting untuk mengumpulkan data yang dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan secara tertulis kepada responden untuk dijawab.
2. Wawancara adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti serta untuk mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.

### **Analisis Data**

1. Uji asumsi klasik, untuk menguji suatu model yang termasuk layak atau tidak layak digunakan dalam penelitian. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah, uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinieritas.
2. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Harga (X1).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 1.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.427	1.971		.216	.830
Harga (X1)	.199	.104	.271	1.918	.063
Fasilitas (X2)	.324	.085	.550	3.815	.001
Kualitas Pelayanan (X3)	.052	.052	.105	.994	.327

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber : Data Primer diolah melalui SPSS versi 23,2022

Uji Parsial

Tabel 1.2 Hasil Uji Pengaruh (Uji T)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.427	1.971		.216	.830
Harga (X1)	.199	.104	.271	1.918	.063
Fasilitas (X2)	.324	.085	.550	3.815	.001
Kualitas Pelayanan (X3)	.052	.052	.105	.994	.327

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber : Data Primer diolah melalui SPSS versi 23,2022

Uji Hipotesis Harga (X1) Berdasarkan tabel diatas di peroleh nilai thitung sebesar 1,918 dengannilai Sig 0,063. Hal ini menunjukkan bahwa nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel sebesar 1.68595. Perbandinganya thitung dengan ttabel didapatkan hasil  $1,9181 > 1.68595$  atau  $thitung > ttabel$ . Sedangkan Perbandingan nilai signifikansi yang di dapat  $0,063 > 0,05$ . Maka  $H^1$  diterimayang artinya secara parsial harga berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Uji Hipotesis Fasilitas (X2) Berdasarkan tabel diatas di peroleh nilai thitung sebesar 3,815 dengan nilai Sig 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel sebesar 1.68595. Perbandinganya thitung dengan ttabel didapatkan hasil  $3,815 > 1.68595$  atau  $thitung > ttabel$ . Sedangkan Perbandingan nilai signifikansi yang di dapat  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H^1$  diterimayang artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan fasilitas terhadap kepuasan konsumen Uji Hipotesis Kualitas Pelayanan (X3) Berdasarkan tabel diatas di peroleh nilai thitung sebesar 0,994 dengan nilai Sig 0,327. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih kecil dari nilai ttabel sebesar 1.68595. Perbandinganya thitung dengan ttabel didapatkan hasil  $0,994 < 1.68595$  atau  $thitung < ttabel$ . Sedangkan Perbandingan nilai signifikansi yang di dapat  $0,327 > 0,05$ .

Maka  $H^0$  diterima yang artinya secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasankonsumen.

### Uji Simultan

Tabel 1.3 Hasil Uji Pengaruh (Uji F)

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	222.479	3	74.160	26.323	.000 <sup>b</sup>
	Residual	101.421	36	2.817		
	Total	323.900	39			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3), Harga (X1), Fasilitas (X2)

Sumber : Data Primer diolah melalui SPSS versi 23,2022

Dalam penelitian ini membandingkan besarnya angka F hitung dengan F tabel. F hitung dari pengolahan SPSS diperoleh nilai sebesar 26,323. Selanjutnya F tabel dapat dicari pada tabel pada signifikansi 0,05 dengan rumus  $df = n - \text{jumlah variable} - 1$ . Diperoleh angka F tabel sebesar 2,87. Berdasarkan hasil pengolahan SPSS diperoleh angka F hitung > F tabel atau  $26,323 > 2,87$ .

Berdasarkan uji F yang telah dilakukan, maka didapatkan bahwa pengaruh antara variabel independen (harga, fasilitas dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependent (kepuasan konsumen Objek Wisata Alam Karai) adalah kuat dan berpengaruh secara bersama-sama (simultan). Hal ini dapat dilihat pada uji F yang menunjukkan F hitung > F tabel atau  $26,323 >$  dan taraf signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti harga, fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.

## 5. PENUTUP

Berdasarkan hasil uji F dapat disimpulkan bahwa harga, fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil penelitian ini, maka bagi pengelola Objek Wisata Alam Karai River perlu menyeimbangkan antara harga dan fasilitas yang diberikan kepada konsumen agar konsumen merasa harga yang diberikan sesuai dengan fasilitas dan pelayanan yang ada. Dan pengelola juga harus memperhatikan apa yang benar-benar menjadi kebutuhan konsumen pada objek wisata alam tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

Agung Edy Wibowo, S.E, M.si, (2013). *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*. Yogyakarta

Andi Muhammad Irfan, (2018). *Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas yang diberikan Kenari Waterpark Bontang terhadap tingkat kepuasan pelanggan*. Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Tazkia.

Danang, Sunyoto, (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku seru

Desi Kurnia Rahmawati, (2017). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah*. Universitas Negeri Yogyakarta.

Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

(2018). *Aplikasi Analisis Multivarite Dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi ke-9)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Lenggang Kurnia Intan Devi. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee*. Surabaya

Meva Pratiwi, (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Penginapan Lebar Daun Palembang*. Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

M. Guntur, Effendi. (2010). *Transformasi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Sagung Seto.

Sieregar, Syofian. (2014). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, PT. Bumi Aksara, Jakarta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.(2016).  
*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

(2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Tontowi, Arif J., (2016). *Buku Ajar Penelitian Kuantitatif & Analisis Data Menggunakan SEM(SPSS-AMOS 20)*. Tanjung Selor : LPPM Universitas Kaltara

Zainal Prayogi, Agustian Burda (2020). *Pengaruh Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Borobudur Jakarta*. Sekolah Tinggi Ilmu EkonomiIndonesia, Jakarta