

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA TAMAN REKREASI WONDERIA SEMARANG)

Virginia Meryanta Panjaitan¹, Dra. Sri Suryoko, M.Si²
ginnie.panjaitan@yahoo.com

ABSTRACT

The tourism sector is one sector which has bright prospects and huge potential for development. Humans are increasingly recognizing the importance of entertainment to release saturation and refresh your mind. Wonderia recreational park is an object Travel Semarang in Semarang City, which is one means of entertainment and recreation for menyediakan modern conceptual entertainment facilities, recreational and community activities. Recreational park Wonderia Semarang included into the top five most favored tourist attraction by tourists, but in the last 5 years Wonderia Semarang recreation park has begun rarely visited.

The purpose of this study was to determine the effect of price and quality of service on purchasing decisions in the recreation park Wonderia Semarang. This type of research is explanatory research, with a sample of 100 respondents who visited Wonderia and decision maker. Sampling technique used is accidental sampling and purposive sampling. Research results obtained by analyzing primary data using validity, reliability test, correlation coefficient, determination coefficient, simple linear regression analysis and tests of significance in both directions.

Most respondents (43%) stated the price is quite cheap. Most respondents (55%) stated that the quality of service is good. The results of this study indicate that there is a strong relationship between the variables in the category of price and quality of service with the purchase decision where the r value of 0.733. Both independent variables proved to have a positive and significant impact on purchasing decisions. Evidenced by the results of test calculations positive regression coefficient of 0.250 to 0.208 for the price and quality of service. F -count value amounted to 56.299 larger than F -table (3.090). If partially tested, the more influence purchasing decisions is the variable quality of service. However, when tested together more influential is the price variable.

Suggested recreation park owner Wonderia Semarang provide efficient package vehicle to play and improve the quality of services provided, such as understanding Wonderia SOP to employees as well as the treatment of physical conditions and locations of games in Wonderia.

Keyword : Price, Quality of Service, Purchase Decision

¹ Virginia Meryanta Panjaitan, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, ginnie.panjaitan@yahoo.com

² Dra. Sri Suryoko, M.Si, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

ABSTRAK

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang mempunyai prospek yang cerah dan berpotensi sangat besar untuk dikembangkan. Manusia semakin menyadari akan pentingnya hiburan untuk melepaskan kejenuhan dan menyegarkan kembali pikiran. Taman rekreasi Wonderia Semarang merupakan objek Wisata di Kota Semarang yang merupakan salah satu sarana hiburan dan rekreasi modern yang terkonsep untuk menyediakan fasilitas hiburan, rekreasi dan kegiatan masyarakat. Taman rekreasi Wonderia Semarang termasuk ke dalam lima besar obyek wisata yang paling diminati oleh wisatawan, tetapi dalam 5 tahun terakhir taman rekreasi Wonderia Semarang sudah mulai jarang dikunjungi.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di taman rekreasi Wonderia Semarang. Tipe penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*, dengan sampel 100 responden yang berkunjung ke Wonderia dan berperan sebagai pengambil keputusan. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling* dan *purposive sampling*. Hasil penelitian didapat dengan menganalisis data primer menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi linear sederhana dan uji signifikansi dua arah.

Sebagian besar responden (43%) menyatakan harga tergolong cukup murah. Sebagian besar responden (55%) menyatakan kualitas pelayanan baik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan dalam kategori kuat antara variabel harga dan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian dimana nilai r sebesar 0,733. Kedua variabel bebas tersebut terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dibuktikan dengan hasil perhitungan uji koefisien regresi yang positif sebesar 0,250 untuk harga dan 0,208 untuk kualitas pelayanan. Nilai F -hitung sebesar 56,299 yang lebih besar dari F -tabel (3,090). Jika diuji secara parsial, yang lebih mempengaruhi keputusan pembelian adalah variabel kualitas pelayanan. Namun jika diuji secara bersama-sama yang lebih berpengaruh adalah variabel harga.

Disarankan pemilik taman rekreasi Wonderia Semarang menyediakan paket hemat wahana bermain serta meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan seperti pemahaman SOP Wonderia kepada karyawan serta perawatan kondisi fisik wahana permainan dan lokasi di Wonderia.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

¹ Virginia Meryanta Panjaitan, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, ginnie.panjaitan@yahoo.com

² Dra. Sri Suryoko, M.Si, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang mempunyai prospek yang cerah dan berpotensi sangat besar untuk dikembangkan. Manusia semakin menyadari akan pentingnya hiburan atau *refreshing* untuk melepaskan kejenuhan dan menyegarkan kembali pikiran. Indonesia memiliki ciri khas tersendiri yang dapat dijadikan potensi wisata yang menjual, terutama di Kota Semarang. Walaupun Semarang bukan daerah tujuan wisata terbesar di Indonesia, tetapi aset dan objek wisata di Semarang tidak kalah menariknya dengan daerah tujuan wisata lainnya di Indonesia.

Taman rekreasi Wonderia Semarang merupakan objek wisata Kota Semarang modern yang menawarkan wahana permainan untuk segala umur mulai dari anak-anak, remaja dan orang dewasa. Taman rekreasi Wonderia juga dikonseptkan seperti Dufan (Dunia Fantasi) Kota Semarang, sehingga Wonderia memiliki ciri khas tersendiri dan dapat dijadikan potensi wisata yang menjual untuk menarik minat masyarakat untuk berkunjung.

Walaupun taman rekreasi Kota Semarang termasuk ke dalam lima besar objek wisata yang paling sering dikunjungi, tetapi belakangan ini taman rekreasi Wonderia Semarang sudah mulai jarang dikunjungi dan rata-rata jumlah pengunjung per tahun tidak pernah mencapai target yang ditetapkan terutama di tahun 2012-2015.

Di tahun-tahun sebelumnya, kemungkinan penurunan jumlah pengunjung pada taman rekreasi Wonderia ini disebabkan adanya ketidakpercayaan pengunjung terhadap kualitas dan jaminan keamanan yang diberikan oleh pengelola Wonderia kepada para pengunjung. Hal ini terkait dengan peristiwa kecelakaan pada bulan Februari 2006 dan kembali pada tahun 2007 terjadi kecelakaan di Wonderia yang lebih parah yaitu insiden jatuhnya *plane tower* hingga memakan korban. Sejak kejadian itu, jumlah pengunjung Wonderia terus mengalami penurunan dari tahun ke tahun.

Tetapi perlu kita teliti lebih lanjut, apakah penurunan pengunjung taman rekreasi Wonderia mungkin terjadi karena adanya faktor lain terutama yang berkaitan dengan harga dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Taman Rekreasi Wonderia Semarang sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan pengunjung atau tidak.

Dari uraian yang telah dikemukakan diatas, maka dalam penelitian ini penulis tertarik untuk mengajukan judul skripsi yaitu **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian” (Studi Kasus Pada Taman Rekreasi Wonderia Semarang)**.

Berdasarkan pada permasalahan yang telah diuraikan di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh antara harga terhadap keputusan pengunjung pada taman rekreasi Wonderia Semarang?
2. Apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pengunjung pada taman rekreasi Wonderia Semarang?
3. Apakah ada pengaruh antara harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pengunjung pada taman rekreasi Wonderia Semarang?

¹ Virginia Meryanta Panjaitan, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, ginnie.panjaitan@yahoo.com

² Dra. Sri Suryoko, M.Si, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Kajian Teori

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian akan menentukan proses dalam menentukan pembelian yang dilakukan konsumen dalam memutuskan apa, kapan, dimana, dan bagaimana melakukan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian (Assauri, 2004 : 141). Menurut Kotler (2002 : 204) keputusan pembelian merupakan suatu tindakan dari konsumen untuk membentuk referensi diantara kelompok pilihan dan mau menggunakan atau tidak terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

Dari pengertian keputusan pembelian di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah perilaku pembelian seseorang dalam menentukan suatu pilihan produk untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian.

Pariwisata

Konsep pariwisata mengandung kata kunci “perjalanan” (*tour*) yang dilakukan seseorang, yang melancong demi kesenangan untuk sementara waktu, bukan untuk menetap atau bekerja.

Menurut Undang-undang No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

Menurut I Gede Pitana dan I Ketut Surya Diarta (2009:54), pariwisata adalah aktivitas dari *visitor*, orang yang melakukan perjalanan ke tempat-tempat tujuan di luar tempat tinggalnya (*residen*) sehari-hari untuk periode tidak lebih dari 12 bulan untuk beragam kegiatan *pleisure*, bisnis, agama, dan alasan pribadi lainnya tetapi tidak mendapat upah/gaji dari perjalanannya tersebut, termasuk kunjungan seharian darmawisata.

Menurut Nyoman Pendit S. (2006:36), pariwisata adalah segala yang berhubungan dengan perjalanan atau segala sesuatu yang ada hubungannya dengan perjalanan. Istilah pariwisata sendiri berhubungan erat dengan pengertian perjalanan wisata, yaitu sebagai suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang diluar tempat tinggalnya karena suatu alasan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perjalanan wisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih ke tempat-tempat tujuan di luar tempat tinggal dan pekerjaan sehari-hari mereka dengan tujuan antara lain untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu.

¹ Virginia Meryanta Panjaitan, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, ginnie.panjaitan@yahoo.com

² Dra. Sri Suryoko, M.Si, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Harga

Semua jasa yang ditawarkan oleh perusahaan pasti mempunyai harga. Agar jasa tersebut laku dipasaran, perusahaan harus menetapkan harga yang tepat. Dengan adanya harga, konsumen dapat membandingkan jasa yang satu dengan yang lainnya, sehingga membantu konsumen menentukan keputusan pembelian. Harga dikatakan mahal, murah atau biasa-biasa saja dari setiap individu tidaklah harus sama, karena tergantung dari persepsi individu yang dilatar belakangi oleh lingkungan kehidupan dan kondisi individu.

Menurut Tjiptono (2001:151), harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu jasa.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008 : 62), harga merupakan jumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh produk atau jasa.

Menurut Basu Swastha dan Irawan (2000 : 241), harga adalah sejumlah pengorbanan yang dilakukan untuk mendapatkan kombinasi barang dan jasa.

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk dapat menggunakan suatu jasa. Penting bagi perusahaan menetapkan harga yang sesuai atau wajar dengan nilai (*value*) dari jasanya.

Jasa

Jasa memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya jasa, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli jasa kalau merasa cocok, karena itu jasa harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran jasa berhasil.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008 : 346), jasa adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Kotler dalam hal ini memberikan batasan jasa adalah sesuatu yang dianggap memuaskan kebutuhan dan keinginan. Jasa dapat berupa suatu benda (*object*), rasa (*service*), kegiatan (*acting*) dan tempat (*place*).

Menurut Lupiyoadi (2001 : 158), konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa jasa yang mereka gunakan berkualitas.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan mempunyai hubungan langsung dengan keputusan pembelian dan kemampuan bersaing dengan tingkatan keuntungan yang diperoleh perusahaan. Karena itu kualitas pelayanan perlu mendapat perhatian yang besar dari manajer.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008 : 347) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan kemampuan suatu jasa untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi keandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya. Bila suatu jasa telah dapat menjalankan fungsi-fungsinya dapat dikatakan sebagai jasa yang berkualitas baik.

¹ Virginia Meryanta Panjaitan, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, ginnie.panjaitan@yahoo.com

² Dra. Sri Suryoko, M.Si, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Menurut Parasuraman, dkk (Lupioadi, 2006 : 181) kualitas pelayanan didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan pengunjung atas layanan yang mereka terima.

Kualitas pelayanan juga didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja suatu jasa (Mowen dan Minor, 2002 : 90).

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah merupakan tipe penelitian *eksplanatory*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner dan wawancara dengan instrumen pengumpulan data berupa kuesioner. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert atau *likert scale*.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang memutuskan untuk datang ke taman rekreasi Wonderia.. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik *accidental sampling* dan *purposive sampling*.

Teknik Analisis Data

a. Analisis Data Kualitatif

Yaitu suatu analisis data yang digunakan untuk membahas dan menjelaskan data yang diperoleh dari hasil penelitian tentang gejala -gejala atau kasus yang dapat diuraikan dengan menggunakan keterangan-keterangan yang tidak berbentuk angka.

b. Analisis Data Kuantitatif

Yaitu suatu analisis yang digunakan untuk menguji hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian dengan menggunakan perhitungan -perhitungan atau uji statistik dari data yang diperoleh yang berasal dari jawaban kuesioner dan data primer.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah data yang diberikan pada kuesioner dapat dipercaya atau tidak, serta dapat mewakili apa yang hendak diteliti (Sugiyono, 2010: 199).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji apakah instrumen yang digunakan reliabel. Reliabel berarti apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda (Sugiyono, 2010: 172).

3. Analisis Tabulasi Silang

Menurut Imam Ghozali (2006:21) analisis ini pada prinsipnya menyajikan data dalam bentuk tabulasi yang meliputi baris dan kolom. Analisis ini digunakan untuk mengetahui presentasi kecenderungan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

¹ Virginia Meryanta Panjaitan, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, ginnie.panjaitan@yahoo.com

² Dra. Sri Suryoko, M.Si, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

4. Koefisien Korelasi

Uji korelasi ini digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

5. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) adalah salah satu nilai statistik yang dapat digunakan untuk mengetahui besarnya presentase pengaruh semua variabel bebas (harga dan kualitas pelayanan) terhadap perubahan variabel terikat (keputusan konsumen).

6. Analisa Regresi

Analisa Regresi dilakukan bila hubungan dan variabel berupa hubungan kausal atau fungsional. Untuk menetapkan kedua variabel mempunyai hubungan kausal atau tidak, maka harus didasarkan pada teori atau konsep-konsep tentang dua variabel tersebut (Sugiyono, 2010: 269).

Analisa Regresi

1. Linear Sederhana

Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen (Sugiyono, 2010: 270).

2. Linear Ganda

Analisa regresi linear ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai *factor predictor* dimanipulasi (dinaik turunkannya nilai). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua (Sugiyono, 2010: 277).

7. Uji Sigifikansi

Uji t merupakan pengujian secara individual, pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara individual berpengaruh terhadap variabel (Y).

Uji Signifikasi

1. Uji T

Uji t merupakan pengujian secara individual, pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara individual berpengaruh terhadap variabel (Y).

2. Uji F

Uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen.

¹ Virginia Meryanta Panjaitan, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, ginnie.panjaitan@yahoo.com

² Dra. Sri Suryoko, M.Si, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa :

- a. Harga (X_1) memiliki nilai korelasi 0,415 yang termasuk dalam kategori memberikan dampak sedang dan menghasilkan t hitung 4,512 > t tabel 1,985 dan tingkat signifikan 0,560 > 0,05 sehingga secara parsial (individu) terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Dengan demikian hipotesis pertama (H_1) : Ada pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian pada taman rekreasi Wonderia Semarang, diterima.
- b. Kualitas Pelayanan (X_2) memiliki nilai korelasi 0,712 yang termasuk dalam kategori memberikan dampak kuat dan menghasilkan t hitung 10,044 > t tabel 1,985 dan tingkat signifikan 0,229 > 0,05 sehingga secara parsial (individu) terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Dengan demikian hipotesis kedua (H_2) : Ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada taman rekreasi Wonderia Semarang, diterima.
- c. Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) memiliki nilai korelasi 0,733 yang termasuk dalam kategori memberikan dampak kuat dan menghasilkan f hitung 56,299 > t tabel 3,090 dan tingkat signifikan X_1 sebesar 0,250 dan X_2 sebesar 0,208 secara simultan (bersama-sama) terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
- d. Jika variabel diuji secara parsial, yang lebih mempengaruhi keputusan pembelian antara harga dan kualitas pelayanan adalah variabel kualitas pelayanan. Namun jika diuji secara bersama-sama yang lebih berpengaruh adalah variabel harga. Adanya pengaruh yang positif dan signifikan tersebut dapat diartikan bahwa semakin baik harga dan kualitas pelayanan di Wonderia maka keputusan pembeliannya juga akan semakin tinggi, begitu juga sebaliknya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga yang ditetapkan oleh Wonderia Semarang dapat dikatakan tergolong cukup murah. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan sebanyak 43% responden menyatakan harga yang ditetapkan Wonderia cukup murah.
2. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Wonderia Semarang dapat dikatakan baik. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan sebanyak 55% responden yang menyatakan kealitas pelayanan yang diberikan Wonderia tergolong baik.
3. Variabel harga dan kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dinyatakan positif karena memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,250 untuk harga dan 0,208 untuk kualitas pelayanan. Pengaruh yang paling besar diberikan oleh harga. Pengaruh yang signifikan terlihat dari hasil uji-F yang menyatakan bahwa nilai F -hitung sebesar 56,299 lebih besar dibandingkan dengan nilai F -tabel sebesar 3,090. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan taraf kuat antara harga, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian di Wonderia Semarang, dimana koefisien korelasi (R) sebesar 0,733.

¹ Virginia Meryanta Panjaitan, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, ginnie.panjaitan@yahoo.com

² Dra. Sri Suryoko, M.Si, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

4.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dan kesimpulan yang diperoleh, penulis mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen Wonderia Semarang, yaitu :

1. Adapun perbaikan yang perlu dilakukan pada aspek harga antara lain:
 - a. Harga tiket masuk dan tiket permainan layak untuk dipertahankan karena sudah memadai dan bukan menjadi pertimbangan penting bagi konsumen untuk berkunjung.
 - b. Disediakkannya paket wahana bermain agar menarik minat pengunjung untuk bermain wahana permainan di Wonderia.
2. Adapun perbaikan yang perlu dilakukan pada aspek kualitas pelayanan antara lain:
 - a. Pengelola hendaknya memberikan peningkatan terhadap kualitas pelayanan Wonderia. Pemahaman SOP Wonderia sangat perlu dilakukan bagi setiap karyawan seperti kecepatan karyawan dalam menanggapi keluhan, kesigapan dalam menjaga keamanan, kemampuan memberikan perhatian, hingga ketepatan waktu buka dan tutup.
 - b. Aspek berwujud seperti kondisi fisik wahana permainan, perlu dijaga dan dirawat serta kebersihan lokasi Wonderia yang masih perlu diperhatikan. Variasi wahana permainan juga perlu dipertimbangkan ulang karena masih terdapat wahana permainan yang ditutup atau tidak digunakan agar bisa diperbaiki dan dirawat dan kembali diaktifkan guna menambah variasi permainan.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofian. 2004. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Basu, Swasta dan Irawan. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi 2. Yogyakarta : Liberty.
- Basu, Swasta. 2009. *Manajemen Penjualan*. Edisi 3. Yogyakarta : BPPE .
- Cooper, Donald R dan Emory. 1997. *Metode Penelitian Bisnis*. Erlangga : Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Jilid II. Erlangga : Jakarta
- Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Mowen, John dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid Kedua. Jakarta : Erlangga
- Pendit, S. Nyoman. 2006. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.

¹ Virginia Meryanta Panjaitan, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, ginnie.panjaitan@yahoo.com

² Dra. Sri Suryoko, M.Si, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

- Pitana, I Gde. dan Surya Diarta, I Ketut. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : PT. Garamedia Pustaka Utama.
- T. Hani, Handoko, 1991, *Manajemen*, Edisi Kedua, Cetakan Kedua, BPFE, Yogyakarta
- Titik Nurbiyati dan Mahmud Machfoed. 2005. *Manajemen Pemasaran Kontemporer*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Penerbit Kayon
- Seputar Kota Semarang (2016)*. Dalam <http://aboutid.undip.ac.id/seputar-kota-semarang>.
[Diunduh pada tanggal 14 September 2016 pukul 18.30 WIB.](#)
- Spillane, JJ. 1994. *Pariwisata Indonesia*. Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan Penerbit Kanisius. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. CV. Alfabeta : Bandung
- Taman Rekreasi Wonderia (2016)*. Dalam <http://achmadyani-airport.com/detail/wisata/taman-rekreasi-wonderia>.
[Diunduh pada tanggal 14 September 2016 pukul 18.30 WIB.](#)
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Offset : Yogyakarta.
- _____. 2005. *Pemasaran Jasa*. Bayu Media Publishing : Malang
- Fauziah, 2012. “*Pengaruh Insentif dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Dinas Bina Marga Balai Besar Pelaksanaan Jalan Nasional III Satker Pelaksanaan Jalan Nasional Wilayah I*”, Bandar Lampung : Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia
- Furtwengler Dale, 2003. “*Penilaian Kinerja*”, Yogyakarta : Andi
- Gellerman, 1999. “*Motivation and Productivity*”, Bombay : DB Taraporse Vala Sons
- Hasibuan, 2003. “*Organisasi Dan Motivasi*”, Jakarta : PT. Bumi Aksara
- Imai Mudai, 1991. “*Dasar-Dasar Proses Pembelajaran*”, Bandung : Sinar Baru
- Stoner, 1994. “*Manajemen Intermedia (Edisi Bahasa Indonesia)*”, Jakarta : PT. Prenhalindo
- Sugiyono, 2003. “*Metode Penelitian Administrasi*”, Bandung : Alfabeta
- Sutrisni Hadi, 2006. “*Metode Penelitian Riset*”, Yogyakarta : Yayasan Penerbit Fakultas Biologi UGM
- Tampubolon, 2003. “*Hubungan Mutu Interaksi Atasan Bawahan Terhadap Intensi Turnover*”, Yogyakarta : Fakultas Psikologi Universitas Gajah Mada
- Taufiq, 1987. “*Manajemen Sumber Daya Manusia (Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai)*”, Bandung : PT. Refika Aditama
- Hani Handoko, 2002. “*Manajemen Sumber Daya Manusia*”, Jakarta : Bima Aksara
- Tjahjono dan Gunarsih, 2002. “*Pengaruh Motivasi Kerja dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Di Lingkungan Dinas Bina Marga*”, Propinsi Jawa Tengah : Jurnal Ekonomi Manajemen
- Timpe, A Pate, 1993. “*Kinerja (Performance)*”, Jakarta : PT. Elex Media Komputindo

¹ Virginia Meryanta Panjaitan, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, ginnie.panjaitan@yahoo.com

² Dra. Sri Suryoko, M.Si, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro