

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening pada Pengunjung Ekowisata Taman Air Indonesia, Tlatar, Kabupaten Boyolali

Dewi Istikhomah¹ & Hari Susanta²
Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro
Email: dewiistikhomah024@gmail.com

***Abstract:** Indonesian Water Park Ecotourism is a family-owned tourism business that seeks to realize the implementation of ecological management. Indonesian Water Park Ecotourism (ETASIA) is located in Tlatar Village, Boyolali Regency. This study aims to determine the effect of price and quality of service on the decision to visit again through visitor satisfaction with ETASIA visitors. The type of research used in this study is explanatory research type. Respondents in this study were 100 respondents who were ETASIA visitors. Data collection techniques were carried out using questionnaires and interviews. This study uses analysis with validity, reliability, correlation coefficient, determination coefficient, simple regression, multiple regression and t test with the help of IBM SPSS version 21.0 and sobel analysis to test the effect of intervening variables. The results showed that the price and service quality variables had a positive and significant effect on the decision to visit again through visitor satisfaction as a partially intervening variable. Suggestions that can be given to Ecotourism Water Park Indonesia is to increase visitor satisfaction through price and quality of service to be able to come up with a decision to visit again.*

***Keywords:** Price, Service Quality, Decision to Visit Again, Visitor Satisfaction*

Abstrak: Ekowisata Taman Air Indonesia merupakan sebuah bisnis wisata milik keluarga yang berusaha mewujudkan pelaksanaan manajemen ekologis. Ekowisata Taman Air Indonesia (ETASIA) terletak di Desa Tlatar, Kabupaten Boyolali. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung pada Pengunjung ETASIA. Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian eksplanatori. Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang merupakan pengunjung ETASIA. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan wawancara. Penelitian ini menggunakan analisis dengan uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi sederhana, regresi berganda dan uji t dengan bantuan program IBM SPSS versi 21.0 dan analisis sobel untuk menguji pengaruh variabel intervening. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening secara parsial. Saran yang dapat diberikan kepada Ekowisata Taman Air Indonesia adalah meningkatkan kepuasan pengunjung melalui harga dan kualitas pelayanan agar mampu untuk memunculkan keputusan berkunjung kembali.

Kata kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Berkunjung Kembali, Kepuasan Pengunjung

¹Dewi Istikhomah, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, dewiistikhomah024@gmail.com

²Hari Susanto Nugraha, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

A. Pendahuluan

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang kini dikembangkan oleh pemerintah untuk bisa memberikan kontribusi dalam perekonomian negara. Melihat liburan atau pergi wisata kini seolah menjadi kebutuhan bagi hampir semua orang. Yang disebabkan karena orang – orang kini membutuhkan liburan untuk melepas lelah, menghilangkan penat dan membuat pikiran menjadi rileks setelah setiap hari melakukan pekerjaan yang melelahkan. Salah satu daerah di Jawa Tengah yang mengalami perkembangan cukup pesat di bidang pariwisata adalah Kabupaten Boyolali. Hal ini terbukti dari adanya peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke kabupaten Boyolali dari tahun ke tahun. Kaitannya dengan bentuk wisata yang populer adalah ekowisata. Salah satu ekowisata yang semakin berkembang di kabupaten Boyolali adalah Ekowisata Taman Air Indonesia (ETASIA) yang sudah 19 tahun dibuka kini ikut bersaing dalam menarik wisatawan untuk datang. Berdasarkan data jumlah pengunjung Ekowisata Taman Air Indonesia dalam kurun waktu 5 tahun terakhir terus mengalami penurunan. Hal ini diakibatkan oleh semakin sengitnya persaingan dalam bisnis yang sejenis.

Persaingan dalam dunia pariwisata kini berjalan semakin ketat, mengingat minat masyarakat yang begitu tinggi pada bidang yang satu ini. Sehingga pihak pengelola dari setiap destinasi wisata pun berusaha untuk melakukan inovasi, adanya ide – ide baru dan memberikan output yang baik untuk setiap pengunjung yang datang. Agar kunjungan tersebut mampu untuk menghasilkan kunjungan ulang atau kembali.

Dalam dunia pariwisata, melakukan pembelian kembali berarti melakukan kunjungan kembali. Pengunjung tentunya melakukan kunjungan kembali setelah mereka merasa puas akan apa yang mereka dapatkan saat mengunjungi suatu tempat wisata pada kunjungan pertama atau sebelumnya. Kepuasan pengunjung terhadap destinasi wisata menjadi hal yang sangat penting bagi mereka dalam menentukan rencana perlu tidaknya melakukan kunjungan ulang atau kunjungan kembali terhadap suatu destinasi wisata yang mereka kunjungi. Kemampuan tempat wisata dalam memberikan output terhadap pengunjung sangat berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung itu sendiri yang nantinya akan berpengaruh terhadap keputusan kunjungan kembali nya pengunjung tersebut.

Menurut Lupyoadi (2001), terdapat 5 hal yang mempengaruhi kepuasan diantaranya adalah kualitas layanan, kualitas produk, harga, emosi dan biaya. Sehingga dapat diambil dua faktor yaitu harga dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung yang kemudian berpengaruh terhadap keputusan berkunjung kembali yang dilakukan konsumen atau pengunjung. Sehingga, peneliti pun tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening (studi pada pengunjung Ekowisata Taman Air Indonesia Tlatar, Kabupaten Boyolali)

B. Rumusan Masalah

Melihat jumlah pengunjung dari Ekowisata Taman Air Indonesia yang tidak sesuai dengan target maka perlu untuk menerapkan strategi yang tepat sehingga mampu untuk bersaing dengan wisata sejenis yang lainnya. Ada beberapa hal yang membuat pengunjung merasa tidak puas dengan Ekowisata Taman Air Indonesia sehingga berdampak pada pilihan mereka untuk tidak melakukan kunjungan kembali. Berdasarkan masalah penelitian tersebut, maka dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah ada pengaruh antara harga terhadap kepuasan pengunjung Ekowisata Taman Air Indonesia (ETASIA)?
- b. Apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Ekowisata Taman Air Indonesia (ETASIA)?
- c. Apakah ada pengaruh antara kepuasan pengunjung terhadap keputusan berkunjung kembali pada pengunjung Ekowisata Taman Air Indonesia?
- d. Apakah ada pengaruh antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Ekowisata Taman Air Indonesia (ETASIA)?
- e. Apakah ada pengaruh antara harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung kembali pada pengunjung Ekowisata Taman Air Indonesia melalui kepuasan pengunjung?

C. Kerangka Teori

Perilaku Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2012) perilaku konsumen merupakan sebuah studi tentang bagaimana perilaku individu, kelompok dan organisasi dalam proses pemenuhan barang, jasa, atau pengalaman untuk memberikan kepuasan terhadap kebutuhan serta keinginan individu, kelompok dan organisasi dalam suatu masyarakat. Perilaku konsumen merupakan proses pengambilan keputusan oleh individu untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau mengatur barang dan jasa.

Keputusan Berkunjung

Menurut Kotler (2002), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor, yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat.

Keputusan Berkunjung Kembali

Pembelian ulang adalah salah satu perilaku pembelian kembali setelah pembelian yang sebelumnya didasari dengan kepuasan. Jika pelanggan merasa puas untuk selanjutnya dia akan memperlihatkan peluang membeli yang lebih tinggi dalam kesempatan berikutnya (Kotler, 1997: 176). Dalam konteks pariwisata, pembelian ulang dapat diartikan sama dengan kunjungan ulang. Ketika melakukan kunjungan ulang kepada sebuah destinasi wisata, pada dasarnya pengunjung puas dengan kunjung sebelumnya.

Harga

Henry Simamora (2002) berpendapat bahwa harga ialah nilai uang yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan produk atau jasa yang diinginkan.

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler, kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun. Poin utamanya adalah pelayanan merupakan suatu tindakan yang

dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli / konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku tersebut bertujuan pada tercapainya kepuasan pelanggan itu sendiri.

Kepuasan Pengunjung

Kepuasan pengunjung sama dengan kepuasan pelanggan. Karena keduanya sama – sama menerima suatu barang atau jasa yang ditawarkan oleh produsen. Kepuasan ini muncul setelah pengunjung atau pelanggan merasakan atau mendapatkan barang atau jasa yang telah ia bayar. Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan (Tjiptono, 2006:349).

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pengunjung

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan menurut Kotler dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006:158) adalah harga atau tarif. Produk yang mempunyai kualitas yang sama akan tetapi menetapkan tarif yang relatif lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi pada pelanggan.

Harga menjadi salah satu variabel yang dapat menjadikan penentu dalam kepuasan pengunjung atau konsumen. Karena saat perusahaan menetapkan suatu harga, maka hal itu akan dibandingkan dengan manfaat yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen. Semakin tinggi harga yang ditetapkan, maka semakin tinggi pula seharusnya manfaat yang diberikan kepada pengunjung atau konsumen. Pengunjung akan membandingkan antara harga yang harus ia bayar dengan manfaat yang ia dapat, sehingga ia akan menentukan puas atau tidaknya terhadap jasa yang harus ia bayar tersebut.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung

Kualitas pelayanan merupakan kunci penting di dalam kepuasan pengunjung. Baik atau tidaknya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan pihak pengelola atau perusahaan di dalam memenuhi harapan pelanggan atau pengunjung secara konsisten. Kualitas pelayanan dapat dikatakan memuaskan apabila layanan yang diberikan paling tidak sama dengan atau melebihi dari harapan konsumen atau pengunjung tersebut. Perusahaan dibidang jasa sangat perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang mampu mereka berikan kepada pelanggannya. Karena yang dijual adalah sebuah jasa, dimana tidak berwujud namun dapat dirasakan manfaatnya. Sehingga kualitas pelayanan menjadi hal yang penting agar perusahaan mampu untuk bertahan dalam persaingan yang semakin ketat.

Pengaruh Kepuasan Pengunjung terhadap Keputusan Berkunjung Kembali

Menurut Sutisna (2001:24) merek yang mampu memenuhi harapan tingkat kepentingan yang paling tinggi akan dipilih oleh konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa harapan konsumen yang terpenuhi, akan menimbulkan adanya kepuasan konsumen yang kemudian berpengaruh terhadap keputusan pembelian suatu produk oleh konsumen. Semakin meningkatnya kepuasan berkunjung akan meningkatkan pula keputusan berkunjung kembali dari wisatawan.

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Pengunjung

Menurut Kotler (2002), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor, yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan

pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat. Dengan melihat faktor – faktor yang disebutkan oleh Kotler, dapat dilihat bahwa harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pengunjung dalam melakukan kunjungan ulang. Dimana faktor harga dan kualitas ini berdampak pada kepuasan pengunjung yang kemudian mempengaruhi ada tidaknya keputusan untuk berkunjung kembali.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara yang kebenarannya masih harus dilakukan pengujian. Sehingga dalam penelitian ini hipotesis nya adalah sebagai berikut:

- a. H1 : Terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan pengunjung
- b. H2 : Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung
- c. H3 : Terdapat pengaruh antara kepuasan pengunjung terhadap keputusan berkunjung kembali
- d. H4 : Terdapat pengaruh antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung
- e. H5 : Terdapat pengaruh antara harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening

E. Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini, tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanasi, dimana penelitian ini berusaha untuk menjelaskan kedudukan dari setiap variabel dan menjelaskan pengaruh antara variabel yang satu dengan yang lainnya. Dalam penelitian ini, akan dijelaskan mengenai pengaruh antara variabel independen (harga dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (keputusan berkunjung kembali) melalui variabel intervening (kepuasan pengunjung). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengunjung Ekowisata Taman Air Indonesia yang jumlahnya tidak dapat diketahui secara pasti. Sehingga peneliti pun menentukan jumlah responden sebanyak 100 orang responden. Skala pengukuran dalam penelitian ini adalah skala likert. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan tehnik pengumpulan data wawancara terhadap pengelola mengenai perkembangan Ekowisata Taman Air Indonesia dan melalui kuesioner.

F. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening. Berdasarkan hasil penelitian terhadap 100 responden dapat dilihat bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Sehingga hipotesis 1 “terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan pengunjung” **diterima**. Menurut hasil koefisien korelasi terdapat keeratan hubungan sebesar 0,567 antara harga dengan kepuasan pengunjung. Kontribusi pengaruh yang diberikan harga terhadap kepuasan pengunjung sebesar 32,2% yang dapat dilihat melalui hasil uji koefisien determinasi pada tabel 3.52. Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung, sehingga apabila semakin baik harga yang ditawarkan maka akan semakin baik kepuasan pengunjung terhadap Ekowisata Taman Air Indonesia. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lina Sari pada tahun 2017 mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan, mengatakan jika harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kemudian, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Sehingga hipotesis 2 “terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung” **diterima**. Menurut hasil

koefisien korelasi terdapat keeratan hubungan sebesar 0,404 (sedang) antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pengunjung. Kontribusi pengaruh yang diberikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung hanya sebesar 16,3%, sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Sehingga, apabila kualitas pelayanan mengalami peningkatan, akan berpengaruh pada peningkatan kepuasan pengunjung.

Kepuasan pengunjung berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung kembali. Hipotesis 3 “terdapat pengaruh antara kepuasan pengunjung terhadap keputusan berkunjung kembali” **diterima**. Menurut hasil koefisien korelasi terdapat keeratan hubungan sebesar 0,682 antara kepuasan pengunjung dengan keputusan berkunjung kembali. Kontribusi pengaruh yang diberikan kepuasan pengunjung terhadap keputusan berkunjung kembali sebesar 46,2% yang dapat dilihat melalui hasil uji koefisien determinasi pada tabel 3.58. Kepuasan pengunjung berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung kembali, sehingga apabila kepuasan pengunjung mengalami kenaikan maka akan berpengaruh pada peningkatan keputusan berkunjung kembali.

Berdasarkan hasil penelitian, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Sehingga hipotesis 4 “terdapat pengaruh antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung” **diterima**. Koefisien korelasi diantara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung adalah sebesar 0,652 . Kontribusi pengaruh yang diberikan harga dan kualitas pelayanan adalah sebesar 42,5% terhadap kepuasan pengunjung. Sehingga, apabila harga dan kualitas pelayanan mengalami peningkatan, maka akan berpengaruh pada peningkatan kepuasan pengunjung.

Dalam penelitian ini terdapat variabel intervening yang kemudian perlu adanya uji sobel. Uji sobel menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh intervening kepuasan pengunjung yang signifikan diantara hubungan variabel harga dan keputusan berkunjung kembali. Dan terdapat pengaruh yang positif antara harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung. Berdasarkan hasil uji sobel menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh intervening secara parsial kepuasan pengunjung yang signifikan diantara hubungan variabel kualitas pelayanan dan keputusan berkunjung kembali. sehingga hipotesis 5 “terdapat pengaruh antara harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung” **diterima**.

Dari berbagai uji dan penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Harga memang menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung. Pihak perusahaan harus mampu menawarkan harga yang sesuai dengan harapan konsumen sekaligus memberikan output yang konsisten sesuai dengan harapan konsumen juga, sehingga akan berdampak pada kepuasan pengunjung tersebut. Kepuasan pengunjung yang timbul inilah yang mempengaruhi pengunjung tersebut untuk melakukan kunjungan kembali ke Ekowisata Taman Air Indonesia.

G. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

1. Harga merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Ekowisata Taman Air Indonesia. Dan menunjukkan bahwa harga mampu menjelaskan kepuasan pengunjung sebesar 32,2%. Selain itu pengaruh dari variabel harga terhadap kepuasan pengunjung merupakan pengaruh yang tergolong sedang. Sebagian besar responden menilai variabel harga berada pada kategori baik. Artinya kebijakan pihak pengelola Ekowisata Taman Air Indonesia di dalam menerapkan harga sudah sesuai dengan harapan dari pengunjung. Meskipun, masih ada beberapa

aspek yang perlu untuk diperbaiki mengingat adanya keluhan dari pengunjung mengenai tingginya harga yang telah ditawarkan .

2. Kualitas pelayanan merupakan faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Ekowisata Taman Air Indonesia. Hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan hanya mampu menjelaskan kepuasan pengunjung sebesar 16,3% dan menunjukkan hubungan yang tergolong sedang diantara keduanya. Sebagian besar responden menilai variabel kualitas pelayanan berada pada kategori baik. Artinya aspek kualitas pelayanan yang ada di Ekowisata Taman Air Indonesia sudah memenuhi harapan dari pengunjung. Meskipun begitu, masih ada beberapa hal yang harus diperhatikan. Seperti, aspek fisik seperti penampilan dari karyawan, kebersihannya pun perlu untuk ditingkatkan lagi. Kemudian dari segi keandalan, perlu adanya peningkatan kecepatan dalam pelayanan dan proses transaksi yang ada. Dari segi ketanggapan, karyawan dan petugas yang bertugas perlu untuk lebih tanggap dalam menanggapi pertanyaan atau keluhan dari pengunjung yang datang. Dari segi jaminan, Ekowisata Taman Air Indonesia mendapat nilai paling positif dikarenakan seluruh wahana yang ditawarkan oleh Ekowisata Taman Air Indonesia sudah mampu memenuhi kebutuhan rekreasi yaitu memberikan suasana kebersamaan dan kegembiraan bagi pengunjung. Dan yang terakhir dari segi empati, karyawan Ekowisata Taman Air Indonesia kurang begitu memahami keinginan dari pengunjung dan kurang memberikan perhatian kepada pengunjung.
3. Kepuasan pengunjung merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali pada pengunjung Ekowisata Taman Air Indonesia dan menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung mampu untuk menjelaskan keputusan berkunjung kembali sebesar 46,2%. Dan pengaruh antara kepuasan pengunjung dengan keputusan berkunjung kembali tergolong kuat. Sebagian besar responden mengkategorisasikan variabel kepuasan pengunjung pada kategori cukup puas. Beberapa pengunjung mengungkapkan bahwa perasaan senang dan puas mereka dapat setelah melakukan kunjungan ke Ekowisata Taman Air Indonesia. Kemudian, ditambah dengan adanya sistem kritik dan saran yang membantu pengunjung dalam menyalurkan keluhan.
4. Berdasarkan hasil uji sobel menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh intervening kepuasan pengunjung yang signifikan diantara hubungan variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung kembali. Dimana pengaruh intervening yang diberikan adalah secara parsial.

Saran

1. Sebaiknya pihak pengelola Ekowisata Taman Air Indonesia memaksimalkan peningkatan kualitas pelayanan agar mampu menumbuhkan kepuasan pengunjung yang tinggi. Kualitas pelayanan pun perlu ditingkatkan dari segala aspek yang ada, sehingga mampu menghasilkan output yang baik ditambah dengan penetapan harga yang relative terjangkau atau sesuai dengan harapan dan keadaan masyarakat atau pengunjung. Apabila kepuasan pengunjung sudah didapatkan, maka adanya keputusan berkunjung kembali bukanlah hal yang sulit. Seorang pengunjung yang merasa puas dengan kunjungannya yang pertama, tentu akan merasa senang apabila melakukan kunjungan kembali untuk kedua kalinya atau seterusnya. Karena ia merasa puas, sehingga ia akan melakukan kunjungan kembali.
2. Pada variabel kualitas pelayanan terdapat indikator yang berada dibawah nilai rata – rata yaitu mengenai aksesibilitas menuju lokasi dan kemampuan dari karyawan dalam memahami dan melayani pengunjung. Saran yang diberikan penulis kepada pihak Ekowisata Taman Air Indonesia

adalah perlu adanya pengadaan alat penunjuk arah yang mampu menjelaskan keberadaan lokasi Ekowisata Taman Air Indonesia sehingga bagi wisatawan baru akan menjadi hal mudah untuk menemukan lokasi. Karyawan yang ada perlu untuk diberi pemahaman agar mampu melayani pengunjung dengan lebih baik. Perlunya pemahaman mengenai tugas dan tanggung jawab juga membantu karyawan untuk bisa lebih memahami seperti apa keinginan dari pengunjung yang datang.

3. Pada variabel kepuasan terdapat indikator yang berada dibawah nilai rata – rata yaitu kurang baiknya respon yang diberikan oleh pihak pengelola Ekowisata Taman Air Indonesia terhadap kritik dan saran yang disampaikan pengunjung. saran dari penulis untuk Ekowisata Taman Air Indonesia adalah perlunya perbaikan terhadap respon yang diberikan terhadap keluhan, kritik dan saran yang datang. Karena pihak pengelola Ekowisata Taman Air Indonesia sudah mengadakan sistem kritik dan saran, maka pihak pengelola juga berkewajiban untuk meresponnya dengan baik. Alangkah baiknya, kritik dan saran yang datang juga segera direalisasikan perbaikannya agar meningkatkan kualitas dari Ekowisata Taman Air Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. (1996). *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Cahyo W. (2013). *Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Pengguna Jasa Hotel Anugerah Glagah Indah Temon Kulon Progo, Yogyakarta)*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Che – Hua, Chin, May – Chiun, Lo, Peter Songan, Vikneswaran Nair. (2014). *Rural Tourism Destination Competitiveness: A Study on Annah Rais Longhouse Homestay, Sarawak*.
- Kotler, Philip. (2003). *Manajemen Pemasaran, edisi ke 11*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2012). *Prinsip – Prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani A. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lina Sari. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan*
- Sopyan. (2015). *Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pengunjung dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Cagar Budaya Gedung Lawang Sewu)*. Universitas Diponegoro
- Tjiptono, Fandy. (2005). *Pemasaran Jasa, Edisi Pertama*. Yogyakarta: Bayumedia Publishing