

# Pengaruh Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Berkunjung Wisatawan Di Obyek Wisata Pulau Pahawang (Studi Kasus PT. Aero Travelindo Utama)

**Benny Setiawan<sup>1</sup>, Desi Derina Yusda<sup>2</sup>, Susi Indriyani<sup>3</sup>**

<sup>123</sup>Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Mitra Indonesia

Email: [benny137@gmail.com](mailto:benny137@gmail.com)

## Abstract

*This study aims to determine and test whether the variables of facilities and prices have an effect on tourist satisfaction at the Pahawang Island Tourism Object. The data collection technique was carried out by giving questionnaires to visitors, in sampling using the Slovin formula by obtaining a sample of 98 respondents. In this study, through partial testing, it can be seen that the facility variable does not have a positive and significant effect on tourist satisfaction, while the price variable has a positive and significant effect on tourist satisfaction at the Pahawang Island Tourism Object (case study of PT. Aero Travelindo Utama).*

**Keywords :** Facilities, Prices, Tourist Satisfaction

## Abstrak

Dalam penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui dan menguji apakah variabel fasilitas dan harga memberikan pengaruh terhadap kepuasan berkunjung wisatawan di obyek Wisata Pulau Pahawang. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan kuesioner kepada para pengunjung, dalam pengambilan sampel menggunakan rumus slovin dengan mendapatkan jumlah sampel sebanyak 98 responden. Dalam penelitian ini secara uji parsial dapat diketahui bahwa variabel fasilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung wisatawan, sedangkan variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung wisatawan di obyek Wisata Pulau Pahawang (studi kasus PT. Aero Travelindo Utama).

**Kata Kunci :** Fasilitas, Harga, Kepuasan Berkunjung

## 1. PENDAHULUAN

Di era modern ini, ada banyak bidang bisnis yang dapat dijalankan untuk menghasilkan hasil yang menguntungkan; pariwisata adalah salah satu bidang yang sangat penting untuk meningkatkan pendapatan suatu wilayah. Pariwisata memiliki banyak manfaat, seperti membangun hubungan antara individu dan menjalin hubungan budaya, seperti kunjungan dari satu daerah ke daerah lain, dan juga dapat berfungsi sebagai ikon suatu daerah untuk menunjukkan hal-hal yang menarik dan unik di daerah tersebut. Pariwisata adalah perjalanan sementara ke suatu tempat selain tempat tinggal dengan tujuan untuk berbagai alasan seperti mendapatkan informasi, pengalaman, dan pengetahuan baru, serta untuk berbagai keuntungan lainnya seperti ekonomi, budaya, masyarakat, politik, kesehatan, dan agama.

Desa Pulau Pahawang berada di teluk Lampung. Ini adalah salah satu dari 10 Desa di wilayah Kecamatan Marga Punduh Kabupaten Pesawaran, berjarak lebih dari 25 kilometer dari Kecamatan Marga Punduh. Salah satu aset wisata bahari Kabupaten Pesawaran, Pulau Pahawang memiliki daya tarik dan potensi untuk meningkatkan pendapatan lokal. Pulau Pahawang adalah tempat terbaik untuk snorkeling karena pemandangannya yang indah, bukit-bukit pepohonan yang hijau, pasir pantai yang putih, air laut yang jernih, dan banyak biota lautnya.

PT. Aero Travelindo Utama telah beroperasi sebagai penyedia layanan tour dan travel sejak tahun 2010 dan berfokus pada pulau Pahawang dengan menyediakan berbagai paket perjalanan. PT. Aero Travelindo Utama menyediakan pemandu wisata dan leader tour terlatih yang disertifikasi oleh BNSP dan memiliki sertifikat Badan Wisata.

PT Aero Travelindo menawarkan paket perjalanan privat dengan harga mulai dari 140 ribu. Paket ini memiliki harga yang kompetitif dan memiliki 14 fasilitas yang berbeda. PT Aero Travelindo juga sangat memperhatikan keamanan wisatawan. Dengan kombinasi harga yang kompetitif, fasilitas yang lengkap, dan pelayanan yang aman, PT Aero Travelindo Utama menjadi pilihan yang tepat bagi wisatawan yang ingin memiliki pengalaman perjalanan yang menyenangkan dan aman di Pulau Pahawang.

**Tabel 1**

Bulan	Minggu				Total
	1	2	3	4	
Januari	68	55	59	67	249
Februari	49	59	73	70	251
Maret	53	77	65	64	259
April	57	81	74	95	307
Mei	175	172	198	216	761
Juni	161	183	190	183	717
Juli	193	132	172	196	693
Agustus	84	69	92	68	313
September	56	62	66	58	242
Oktober	76	98	74	97	345
November	87	103	67	105	362
Desember	163	174	216	257	810
				<b>Total</b>	<b>5309</b>

Berdasarkan data tabel di atas dan temuan sebelumnya, fasilitas dan harga di tempat wisata tersebut memengaruhi jumlah pengunjung yang datang. PT. Aero Travelindo Utama memberikan fasilitas dan harga yang terjangkau bagi pengunjung, tetapi pengunjung masih kurang puas dengan apa yang diberikan kepada mereka, yang menyebabkan mereka ingin kembali ke tempat wisata dengan menggunakan jasa PT. Aero Travelindo Utama masih belum stabil jumlah pengunjung yang menggunakannya setiap bulan.

Dari latar belakang masalah tersebut maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui:

1. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan berkunjung wisatawan
2. Pengaruh harga terhadap kepuasan berkunjung wisatawan
3. Pengaruh fasilitas dan harga secara simultan terhadap kepuasan berkunjung wisatawan.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Fasilitas

#### a. Pengertian

Pengertian Fasilitas Menurut (Tjiptono F. , 2014) “Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum sesuatu ditawarkan kepada konsumen”. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung.

Menurut (Kotler P. , 2016) “Fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen”. Sedangkan menurut (Daradjat, 2014), “Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan. Dalam suatu perusahaan untuk mencapai tujuan diperlukan alat pendukung yang digunakan dalam proses atau aktivitas diperusahaan tersebut. Fasilitas yang digunakan oleh setiap perusahaan bermacam-macam bentuk, jenis dan manfaatnya. Semakin besar aktivitas perusahaan maka semakin lengkap pula sarana pendukung dan fasilitas untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut.

#### b. Faktor-faktor yang mempengaruhi fasilitas

Menurut (Nirwana, 2014) beberapa faktor yang mempengaruhi fasilitas dalam suatu jasa, antara lain;

1. Desain fasilitas.
2. Nilai Fungsi
3. Estetika
4. Kondisi mendukung
5. Peralatan penunjang

Beberapa pendapat pada dasarnya memiliki pengertian yang sama.

#### c. Indikator-Indikator Fasilitas Menurut (Tjiptono F. , 2014), “Indikator fasilitas ada enam, yaitu:

1. Pertimbangan/perencanaan spasial
2. Perencanaan ruangan
3. Perlengkapan/perabotan
4. Tata cahaya dan warna
5. Unsur pendukung
6. Pengambilan keputusan

#### 2. Harga

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Krisdayanto (2018:3) harga adalah jumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Harga adalah senilai uang yang harus dibayarkan pembeli kepada penjual untuk mendapatkan barang atau jasa yang ingin dibelinya. Oleh sebab itu, harga pada umumnya ditentukan oleh penjual atau pemilik jasa. Akan tetapi, dalam seni jual beli, pembeli atau konsumen dapat menawar harga tersebut. Bila sudah mencapai kesepakatan antara pembeli dan penjual barulah terjadi transaksi. Namun tawar-menawar tidak bisa dilakukan di semua lini pemasaran. Contoh transaksi yang menggunakan sistem tawar-menawar adalah pembelian di pasar. Dalam pemasaran, harga merupakan satuan terpenting. Ini karena harga merupakan suatu nilai tukar dari sebuah produk atau jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter, yang mana di Indonesia disebut rupiah. Selain itu, harga merupakan salah satu penentu dari keberhasilan perusahaan dalam menjalani usahanya. Perusahaan yang berhasil dinilai dari seberapa besar perusahaan itu bisa mendapatkan keuntungan dari besaran harga yang ditentukannya dalam menjual produk atau jasanya, jadi perusahaan yang berhasil adalah perusahaan yang mempunyai keuntungan yang tinggi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, harga adalah Nilai barang yang ditentukan atau dirupakan dengan uang:

mobil ini sangat mahal --nya;jumlah uang atau alat tukar lain yang senilai, yang harus dibayarkan untuk produk atau jasa, pada waktu tertentu dan di pasar tertentu.

3. Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah evaluasi pasca pembelian, dimana alternatif yang dibeli minimal sama atau melebihi harapan pelanggan. Berdasarkan pengertian ini, maka kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibanding dengan harapannya. Dalam buku Marketing Strategy Top Brand Indonesia menurut Suyanto (2007:10) kepuasan pelanggan adalah “perasaan senang atau kecewa dari pelanggan yang berasal dari perbandingan antara kinerja produk dengan harapannya”. Kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Armstrong (2008:16) ialah : Kepuasan pelanggan (Customer Satisfaction) tergantung pada kinerja anggapan produk relatif terhadap ekspektasi pembeli.Jika kinerja produk tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan kecewa.Jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan puas.Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan sangat puas.

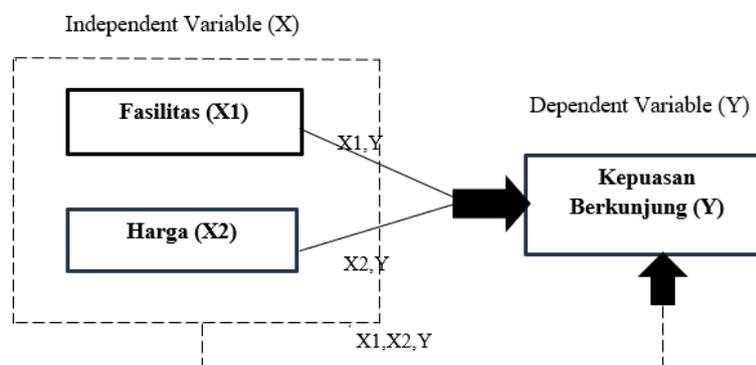
Kepuasan pelanggan atau pengunjung didefinisikan sebagai tingkat perasaan yang dirasakan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang dirasakan dengan kinerja yang diharapkan (Indrasari, 2019).

Untuk hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diduga fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung wisatawan
2. Diduga harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung wisatawan
3. Diduga fasilitas dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan berkunjung wisatawan.

3. METODELOGI PENELITIAN

Metode penelitian ini meneliti pengaruh antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen), variabel bebas yang diteliti ialah fasilitas dan harga terhadap variabel terikat yaitu kepuasan berkunjung.



Gambar 1

Penelitian ini dilakukan di objek wisata pulau pahawang lebih tepatnya di Gebang, Padang Cermin Kabupaten Pesawaran. Dengan jumlah responden dalam penelitian ini yaitu berjumlah 98 responden.

Dalam mendapatkan informasi peneliti menggunakan teknik pengumpulan data secara langsung atau melakukan wawancara langsung kepada responden dengan cara menjawab kuesioner yang diberikan oleh peneliti. Dalam penelitian ini juga menggunakan skala likert dengan skala pengukuran 1-5. Pengolahan data dilakukan dengan aplikasi program statistik SPSS versi 25 dengan alat analisi data berupa uji keabsahan data, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda dan uji hipotesis.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah fasilitas dan harga berpengaruh secara parsial ataupun secara simultan terhadap kepuasan berkunjung wisatawan di obyek wisata pulau pahawang ( studi kasus PT. Aero Travelindo Utama).

1. Pengaruh Fasilitas secara parsial terhadap Kepuasan Berkunjung Wisatawan di obyek wisata Pulau Pahawang.

**Tabel 1 Uji Parsial**

Variabel	t hitung	t tabel	Kondisi
X1 terhadap Y	0,625	1,985	t hitung < t tabel

Dari tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa thitung lebih kecil dari pada ttabel sehingga variabel fasilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung wisatawan di obyek wisata Pulau Pahawang (studi kasus PT. Aero Travelindo Utama).

2. Pengaruh Harga secara parsial terhadap Kepuasan Berkunjung Wisatawan di obyek wisata Pulau Pahawang

**Tabel 2 Uji Parsial**

Variabel	t hitung	t tabel	Kondisi
X2 terhadap Y	5,917	1,985	t hitung > t tabel

Dari tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa thitung lebih besar dari pada ttabel sehingga variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung wisatawan di obyek wisata Pulau Pahawang (studi kasus PT. Aero Travelindo Utama).

3. Pengaruh Fasilitas dan Harga secara simultan terhadap Kepuasan Berkunjung Wisatawan di obyek wisata Pulau Pahawang

**Tabel 3 Uji Simultan Anova**

Variabel	f hitung	f tabel	Kondisi
X1 dan X2 terhadap Y	18,029	3,09	f hitung > f tabel

Dari tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar daripada  $t_{tabel}$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel kepuasan berkunjung wisatawan di obyek wisata Pulau Pahawang (studi kasus PT. Aero Travelindo Utama)

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan mendapat kesimpulan sebagai berikut ini:

1. Variabel fasilitas secara parsial tidak berpengaruh positif atau signifikan terhadap kepuasan pengunjung di obyek wisata Pulau Pahawang (studi kasus PT. Aero Travelindo Utama).
2. Variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di obyek wisata Pulau Pahawang (studi kasus PT. Aero Travelindo Utama).
3. Dari hasil uji simultan anova (uji  $f$ ) menunjukkan bahwa variabel bebas fasilitas dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di obyek wisata Pulau Pahawang (studi kasus PT. Aero Travelindo Utama).

Saran dari peneliti kepada pihak PT. Aero Travelindo Utama untuk tetap untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan kembali fasilitas yang diberikan kepada pengunjung dan tetap mempertahankan harga yang terjangkau.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Candranegara, I. M. W., Mitra, I. W., & Putra, K. A. F. (2021). Implementasi program "We Love Bali" berbasis CHSE (Clean, Health, Safety, Environment) dalam pemulihan pariwisata Bali. *JCPA: Journal of Contemporary Public Administration*, 1 (1), 27-32.
- Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran, 2023. Desa Pahawang Masuk 50 Desa Wisata Terbaik ADWI 2022.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya.
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Muzzamil. (24 April 2023). 704.632 Wisatawan Melancong 2022, "Kemilau Pesawaran" Terus Bersolek.
- Yoeti (2012). *Pemasaran*. Salemba Empat, Jakarta.