

## **Pengaruh Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pemandian air panas Belerang desa Sukamandi Kecamatan Kalianda Lampung Selatan**

**M. Hakiki<sup>1</sup>, Zulfahmi Sengaji<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Universitas Muhammadiyah Kalianda

### **Abstrak**

Potensi alam yang di miliki pada setiap daerah mempunyai peran yang besar untuk membangun perekonomian (Wira, 2018). Objek wisata yang saat ini banyak di lirik wisatawan menyebabkan banyak pengunjung yang berbeda dengan tujuan untuk lebih di kembangkan lagi objek wisata tersebut. Ekowisata merupakan suatu bentuk pariwisata yang menggambarkan wawasan lingkungan dengan mengikuti tata keseimbangan dan kelestarian alam (Ihsan, 2015). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Fasilitas secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pemandian Air Panas Belerang Desa Sukamandi Kecamatan Kalianda Lampung Selatan. Teknik Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *Purposive Sampling* dengan sampel 100 orang. Dengan teknik pengumpulan data dengan koesioner yang telah di Uji validitas dan reliabilitas analisis data yang di gunakan adalah analisis redresi berganda Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa 1) Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan Pelanggan Pemandian air panas Desa Sukamandi Kalianda Lampung Selatan, Harga dengan koefisien regresi pada penelitian ini memiliki nilai sebesar 0,820. 2) Fasilitas berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan Pemandian air panas Desa Sukamandi Kalianda Lampung Selatan, Fasilitas dengan koefisien regresi pada penelitian ini memiliki nilai sebesar 0,200. 3) Harga dan Fasilitas Secara Simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan Pelanggan Pemandian air panas Desa Sukamandi Kalianda Lampung Selatan, Hal ini di buktikan dengan hasil uji f simultan pada penelitian ini di peroleh nilai sebesar  $f_{hitung} 96.359 > f_{tabel} 2,70$  dengan taraf signifikan 0,000 yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini yaitu  $H_3$  di terima dan  $H_0$  di tolak.

**Kata Kunci:** Harga, Fasilitas dan Kepuasan Pelanggan

### **Abstract**

The natural potential that each region has has a big role in developing the economy (Wira, 2018). Tourist attractions which are currently being looked at by many tourists have attracted many different visitors with the aim of further developing these tourist attractions. Ecotourism is a form of tourism that depicts environmental insight by following the balance and preservation of nature (Ihsan, 2015). This research aims to determine the effect of price and facilities simultaneously on customer satisfaction at the sulfur hot springs in Sukamandi Village, Kalianda District, South Lampung. The sampling technique in this research used the Purposive Sampling method with a sample of 100 people. With data collection techniques using questionnaires that have been tested

for validity and reliability, the data analysis used is multiple regression analysis. The results of this study conclude that 1) Price has a positive effect on customer satisfaction at the Sukamandi Kalianda Village hot springs, South Lampung. The price with a regression coefficient in this study has a value of 0.820. 2) Facilities have a positive effect on Customer Satisfaction at the Sukamandi Kalianda Village hot springs, South Lampung. Facilities with a regression coefficient in this study have a value of 0.200. 3) Simultaneous price and facilities have a positive effect on customer satisfaction at the Sukamandi Kalianda Village hot springs, South Lampung. This is proven by the results of the simultaneous f test in this research, which obtained a value of  $f_{count} 96,359 > f_{table} 2.70$  with a significance level of 0.000, which means that the hypothesis in this study, namely  $H_3$ , is accepted and  $H_0$  is rejected.

**Keywords:** Prices, Facilities and Customer Satisfaction

Copyright (c) 2019 M. Hakiki

---

✉ Corresponding author :M. Hakiki  
Email Address : [muhammadhakikim@gmail.com](mailto:muhammadhakikim@gmail.com),

## PENDAHULUAN

Potensi alam yang di miliki pada setiap daerah mempunyai peran yang besar untuk membangun perekonomian (Wira, 2018). Objek wisata yang saat ini banyak di lirik wisatawan menyebabkan banyak pengunjung yang berbeda dengan tujuan untuk lebih di kembangkan lagi objek wisata tersebut. Aquarita (2016) mengatakan bahwa tanggapan secara langsung dari suatu serapan melalui panca indra nya. Harga , fasilitas serta kelayakan objek wisata tersebut untuk di kembangkan.

Ekowisata merupakan suatu bentuk pariwisata yang menggambarkan wawasan lingkungan dengan mengikuti tata keseimbangan dan kelestarian alam (Ihsan, 2015). Ketika ekowisata mampu menerapkan prinsip prinsip sesuai dengan kaidah keseimbangan dan kelestarian alam, maka ekowisata mampu menjamin ekonomi, social, dan budaya setempat ( Fandeli dan Nurdin, 2005).

Menurut Fandeli dan Nurdin (2005) pengembangan ekowisata berbasis masyarakat yang harus dilakukan adalah mengenalkan masyarakat tentang konsep ekowisata yang mempertimbangkan warisan budaya , partisipasi dan kesejahteraan masyarakat local sserta upaya konservasi sumber daya alam dan lingkungan. Pemerintah berperan dalam mengembangkan lokasi wisatanya. Febryano dan Rusita (2018) berpendapat bahwa pengujung yang datang ke objek ekowisata secara tidak langsung dapat memahami bahwa konservasi merupakan hal yang perlu untuk di lestarikan.

Kegiatan ekowisata saat ini telah berkembang menjadi bentuk wisata yang tidak lagi mengeksploitasi alam tetapi mengkonservasi alam dan melakukan pemberdayaan masyarakat. Ekowisata berbasis masyarakat (community based ecotourism) merupakan salah satu bentuk ekowisata yang lebih spesifik dan sebagai alat untuk mewujudkan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Pariwisata berbasis masyarakat dimana masyarakat local memiliki control terhadap pengembangan dan pengelolaan sehingga banyak memperoleh manfaat baik secara ekonomi, pendidikan, social budaya, kesehatan maupun manfaat terhadap konservasi lingkungan alam. Ekowisata berbasis masyarakat menemukan signifikansinya sebagai alat proteksi terhadap dampak lingkungan, ekonomi, social dan budaya yang timbul dari pengembangan pariwisata. Dari sisi lingkungan, pengembangan ekowisata berbasis

masyarakat. Hal inilah yang menyebabkan pembangunan ekowisata berbasis masyarakat selain memberikan pendapat bagi kawasan konservasi juga mampu menekan dampak negative terhadap sumber daya alam yang dilindungi (Drumm dan Moor, 2005)

Pengembangan wisata alam dengan dengan konsep sapta pesona dapat mengakibatkan partisipasi masyarakat local untuk menyediakan fasilitas kepada wisatawan (Yulianie, 2015). Keberhasilan konsep tersebut berkaitan dengan harga wisatawan yang berkunjung, sehingga menimbulkan kesan yang positif. Harga memberikan hal yang positif terhadap wisatawan jika harga terjangkau dan memberikan dampak terhadap kunjungan kembali wisatawan. Menurut Marcelina (2018), kepuasan wisatawan dapat meningkatkan jumlah kunjungan kembali wisatawan pada suatu objek wisata. Namun, kurangnya kesadaran pada penerapan sapta pesona menyebabkan pengelolaan objek wisata dinilai masih rendah berdasarkan harga.

Sektor pariwisata sangat berperan penting dan mempunyai keuntungan untuk meningkatkan pendapatan asli daerah (PDA), memberikan dampak positif dengan terdapatnya perubahan yang besar dalam kehidupan masyarakat khususnya masyarakat sekitar objek wisata, meningkatkan taraf hidup masyarakat dan memperluas kesempatan kerja, meningkatkan rasa cinta lingkungan serta melestarikan alam dan budaya setempat (Gare, 2014). Wisata alam saat ini menjadi pilihan masyarakat untuk melakukan perjalanan wisata karena keinginan untuk menikmati udara segar dan bersih yang saat ini sangat sulit di temukan di kota kota besar di karenakan kebisingan dan polusi udara.

Provinsi Lampung merupakan provinsi yang terletak paling ujung pulau Sumatera yang artinya berdekatan dengan perairan. Berdasarkan topologinya, banyak objek wisata yang terdapat di provinsi Lampung mulai dari kekayaan hasil tanam hingga objek wisata perairan. Jika di kaji lebih dalam masih banyak objek wisata di seluruh wilayah Indonesia yang memiliki potensi sangat besar untuk di kembangkan dan di kunjungi salah satunya Lampung selatan. Lampung Selatan menyimpan banyak sekali keindahan serta keunikan alam yang menjadi daya tarik wisatawan salah satu objek wisata Lampung selatan yaitu pemandian air panas Way Belerang. Pemandian air panas Way Belerang terletak di desa Sukamandi kecamatan Kalianda kabupaten Lampung selatan.

Akses perjalanan untuk sampai di Way Belerang di tempuh dengan jarak 65 km dari pusat kota Bandar Lampung dan memakan waktu 2 jam perjalanan, jika dari pusat kota Kalianda di tempuh dengan jarak 2,1 km dengan akses yang mudah. Untuk masuk kedalam pemandian air panas Way Belerang pengunjung di karenakan tarif sebesar Rp. 15.000 dengan fasilitas parkir di dalamnya, terdapat 3 kolam pemandian air panas Way Belerang yang berbeda dengan ketinggian yang berbeda serta lantai kolam di isi dengan batuan kecil serta bentuk kolam yang berundak - undak sehingga memudahkan pengunjung untuk berendam. Banyak wisatawan yang mengunjungi objek pemandian air panas Way Belerang karena objek ini tidak hanya untuk orang yang sakit atau dalam masa penyembuhan.

Objek wisata ini mempunyai banyak manfaat di antaranya yaitu untuk mengobati penyakit, melancarkan sirkulasi tubuh, dan membuat stamina tubuh tetap terjaga serta merileksasikan tubuh. Hal ini menjadi salah satu keunggulan dari objek wisata pemandian air panas Way Belerang Desa Sukamandi Kecamatan Kalianda Kabupaten Lampung Selatan. Potensi salah satu objek wisata ini berpeluang besar

untuk dapat di kembangkan, dengan keindahan serta keunikan yang mampu menarik minat kunjungan wisatawan untuk berwisata dan berkreasi.

Wisata belerang adalah sebuah tempat pemandian air panas di lereng gunung rajabasa, suasana alamnya yang sangat sejuk dan alami yang dienuhi dengan pepohonan besar. Saat masuk lokasi kita di tawarkan sabun belerang dengan harga Rp 2000 isi 2 keping kecil, sabun inilah yang konon berkhasiat untuk mengobati gatal gatal pada kulit, dan lebih berkhasiat lagi jika kita gunakan sambil berendam di kolam renang belerang, yang menurut penduduk sekitar memang berkhasiat untuk mengobati berbagai macam penyakit kulit.

Harga merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi sikap konsumen dalam melakukan permintaan terhadap suatu barang, selanjutnya harga sebagai atribut merupakan sebuah konsep keanekaragaman yang di miliki arti yang berbeda beda bagi setiap masyarakat dan tergantung pada anggaran dan karakteristik konsumen. Selanjutnya di lihat dari jenis barang yang di beli oleh konsumen dan realita di lapangan memperlihatkan bahwa harga memberikan dampak yang positif untuk permintaan ikan asin terhadap barang itu sendiri (bersifat substansi) harga memiliki hubungan positif, yaitu apabila harga barang substansi mengalami penurunan maka permintaan barang akan ikut menurun dan sebaliknya. Kedua: terhadap harga barang lain yang berkaitan erat dengan barang tersebut (bersifat komplementer) harga memiliki hubungan negative, yaitu apabila harga barang komplementer mengalami penurunan maka permintaan akan barang tersebut akan menurun sebaliknya (Hakim, 2016).

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga. Harga adalah sejumlah uang yang harus di bayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Harga juga merupakan jumlah uang (di tambah beberapa produk kalau mungkin) yang di butuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari fasilitas. Harga termasuk bagian dari jual dan beli adalah proses pemindahan hak milik/barang atau harta kepada pihak lain dengan menggunakan uang sebagai alat tukarnya. Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan pelanggan terhadap produk yang di belinya. Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila produk tersebut melebihi harapannya, sebaliknya, apabila seseorang itu menilai kepuasannya terhadap suatu produk itu rendah, maka dia tidak akan bersedia untuk membeli produk tersebut dengan harga yang mahal, sedangkan secara historis harga itu di tentukan oleh pembeli dan penjual melalui proses tawar menawar, sehingga terjadilah kesepakatan pada harga tertentu. Dengan permasalahan di atas maka peneliti bermaksud untuk meneliti dengan judul "PENGARUH HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BELERANG DESA SUKAMANDI KECAMATAN KALIANDA LAMPUNG SELATAN"

## **METODOLOGI**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Metode survei dipilih sebagai sumber data primer menggunakan kuesioner. Metode ini di lakukan karena biaya penelitian relatif rendah dan dapat di lakukan dengan waktu yang relatif singkat. Menurut Sugiyono (2009:233), pengumpulan data pada penelitian survei dilakukan dengan menggunakan instrument atau wawancara untuk

mendapat tanggapan dari responden. Penelitian ini termasuk sebagai untuk penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). penelitian ini mencari hubungan atau pengaruh sebab akibat, antara variabel bebas. Harga (X1) Fasilitas (X2), terhadap variabel terikat Kepuasan Pelanggan (Y).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner. Suatu kuesioner di katakana valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan di ukur oleh kuesioner tersebut (Imam Ghozali:2012).

**Tabel 3 Hasil Uji Validitas**

No	Variabel dan Indikator	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	<b>Harga (X1)</b>			
	Item 1	0.643	0.1638	Valid
	Item 2	0.685	0.1638	Valid
	Item 3	0.682	0.1638	Valid
	Item 4	0.687	0.1638	Valid
2	<b>Fasilitas (X2)</b>			
	Item 1	0.759	0.1638	Valid
	Item 2	0.753	0.1638	Valid
	Item 3	0.749	0.1638	Valid
3	<b>Kepuasan Pelanggan (Y)</b>			
	Item 1	0.696	0.1638	Valid
	Item 2	0.761	0.1638	Valid
	Item 3	0.727	0.1638	Valid
	Item 4	0.711	0.1638	Valid

**Sumber :** Data Diolah

Dari empat variabel dan indikator pada tabel di atas menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan dalam mengukur variable-variabel dalam penelitian ini memiliki nilai korelasi  $> 0.1638$ . Maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah Valid.

### Uji Reabilitas

Uji Reabilitas di lakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat ukur dapat di andalkan atau di percaya. Reabilitas di lakukan untuk mengukur konsistensi konstruk atau variabel penelitian atau koesioner di katakana handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu kewaktu untuk mengukur reabilitas dengna uji statistic Cronbach. Alpha suatu variabel di katakana realiable (handal) jika memiliki nilai cronbach alpha  $> 0,6$ . Adapun hasil uji

reabilitas untuk masing-masing variabel yang diringkas pada tabel 4 yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4** Hasil Uji Reabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
1	Pengaruh Harga	0.601	0.600	Reliabel
2	Fasilitas	0.619	0.600	Reliabel
3.	Kepuasan Pelanggan	0.697	0.600	Reliabel

**Sumber :** Data Diolah

Uji reabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien alpha yang cukup besar yaitu di atas 0,600 sehingga dapat di katakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari koesioner adalah reliabel berarti kuesioner yang di gunakan dalam penelitian ini merupakan pertanyaan di setiap kuesioner dapat di katakana handal.

### Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda di gunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas yaitu: Pengaruh Harga (X1), Fasilitas (X2) dan secara parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Perhitungan statistik dalam analisis regresi linear berganda selengkapnya di jelaskan dalam bentuk tabel 7 berikut ini:

**Tabel 5** Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.522	1.596		.327	.745		
Harga (X1)	.820	.058	.813	14.052	.000	1.000	1.000
Fasilitas (X2)	.200	.102	.114	1.970	.052	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

$$Y = 0,522 + 0.820 X_1 + 0.200 X_2 + e$$

Dari persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta = 0.522, nilai positif menunjukkan pengaruh positif variabel independen naik atau berpengaruh dalam satu-satuan, maka variabel Kepuasan akan naik atau terpenuhi
- Nilai koefisien beta pada variabel Pengaruh Harga bernilai positif yaitu sebesar 0.820 yang berarti jika Pengaruh Harga mengalami kenaikan, maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 0.820 satuan dengan asumsi variabel independen nilainya tetap.
- Nilai koefisien beta pada variabel Fasilitas bernilai positif yaitu sebesar 0.200 yang berarti jika Fasilitas mengalami kenaikan, maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 0.200 satuan dengan asumsi variabel independen nilainya tetap.

### Uji Analisis Korelasi Produk Moment Berganda

Secara parsial dapat diketahui arah dan tingkat keeratan pengaruh serta signifikan korelasi masing masing variabel dan dapat di ketahui yang telah diteliti sebagaimana tabel perhitungan dapat di lihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 6 Hasil Uji Analisis Korelasi Produk Moment Berganda**  
**Correlations**

		Harga (X1)	Fasilitas (X2)	Kepuasan Pelanggan (Y)
Harga (X1)	Pearson Correlation	1	.895**	.814**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
Fasilitas (X2)	Pearson Correlation	.895**	1	.752**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
Kepuasan Pelanggan (Y)	Pearson Correlation	.814**	.752**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Berdasarkan tabel 6 Analisis korelasi product moment secara parsial berdasarkan output SPSS 22 di interpretasikan sebagai berikut:

1. Berdasarkan nilai r hitung (pearson correlation) diketahui nilai r hitung untuk hubungan Pengaruh Harga (X1) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 0,814 berdasarkan pedoman nilai interpretasi nilai koefisien korelasi berada pada rentang 0,80 - 1,000 yang berarti tingkat hubungan Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan termasuk pada tingkat hubungan yang Sangat Kuat.
2. Berdasarkan nilai r hitung (pearson correlation) diketahui nilai r hitung untuk hubungan Fasilitas (X2) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 0,752 berdasarkan pedoman nilai interpretasi nilai koefisien korelasi berada pada rentang 0,60 - 0,799 yang berarti tingkat hubungan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan termasuk pada tingkat hubungan yang Kuat.

Hasil Uji Analisis Korelasi Berganda (Model Summary)

**Sumber** : Data Diolah

Berikut hasil interpretasi pada tabel 7 analisis korelasi berganda menggunakan hasil output SPSS 22 (model summary) yaitu:

1. Nilai sig f change sebesar 0.000 dapat disimpulkan bahwa variabel Pengaruh Harga (X1), Fasilitas (X2) Memiliki hubungan yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) secara simultan (bersama-sama).
2. Nilai r (koefisien korelasi) sebesar 0.822 berdasarkan pedoman nilai interpretasi nilai koefisien korelasi berada pada rentang 0.80-0.99 maka bisa disimpulkan tingkat hubungan antara Pengaruh Harga (X1), Fasilitas (X2 terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) secara simultan (bersama-sama) memiliki tingkat hubungan korelasi Sangat Kuat.

### Uji Koefisien Determinasi (KD)

Koefisien Determinasi (KD) adalah mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai ( $R^2$ ) yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

**Tabel 8** Hasil Uji Koefisien Determinasi (KD)

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics
					R Square Change
1	.822 <sup>a</sup>	.675	.669	1.05758	.675

a. Predictors: (Constant), Fasilitas (X2), Harga (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

**Sumber** : Data diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui koefisien determinasi ( $R^2$ ) memperoleh nilai sebesar 0,675 Artinya variasi seluruh variabel bebas dapat mempengaruhi perubahan Variabel Terikat sebesar 0.675 (67.5%) sedangkan 33.5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

### Uji Parsial (t test)

Uji t atau parsial adalah uji yang dilakukan untuk melihat apakah suatu variabel independen berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$

Kriteria pengujian uji t adalah sebagai berikut:

- Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka hipotesis diterima artinya variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen
- Jika nilai  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka hipotesis ditolak artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

Berikut hasil uji t (parsial) dihitung dengan menggunakan bantuan *Software SPSS* Versi 22 disajikan dalam bentuk tabel dapat dilihat sebagai berikut

**Tabel 9** Hasil Uji Parsial (t test)  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.522	1.596		.327	.745		
Harga (X1)	.820	.058	.813	14.052	.000	1.000	1.000
Fasilitas (X2)	.200	.102	.114	1.970	.052	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Data Diolah

### Pembahasan

Penjelasan dari masing-masing variabel dapat di jelaskan sebagai berikut:

#### Pengaruh Pengaruh Harga (X<sub>1</sub>) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Dalam pengujian hipotesis (H<sub>1</sub>) diketahui bahwa Pengaruh Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan pemandian air panas belerang desa sukamandi kalianda lampung selatan, Karena nilai t hitung 14.052 > 1.66055 t tabel. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik Pengaruh Harga yang diberikan kepada pelanggan, maka semakin tinggi pula Kepuasan Pelanggan untuk datang ke pemandian air panas tersebut. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian dari (Anggi Renvila S, 2017) yang Menunjukkan Bahwa Pengaruh Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

#### Pengaruh Fasilitas (X<sub>2</sub>) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Dalam pengujian hipotesis (H<sub>1</sub>) diketahui bahwa Fasilitas berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan pemandian air panas belerang desa sukamandi kalianda lampung selatan, Karena nilai t hitung 1.970 > 1.66055 t tabel. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik Fasilitas yang diberikan kepada pelanggan, maka semakin tinggi pula Kepuasan Pelanggan untuk datang ke pemandian air panas tersebut. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian dari (Nimatul khoiriyah, 2020) yang Menunjukkan Bahwa Pengaruh Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan..

#### Pengaruh Harga (X<sub>1</sub>), Fasilitas (X<sub>2</sub>) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Dalam pengujian hipotesis (H<sub>3</sub>) diketahui bahwa Harga, Fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan air panas belerang desa sukamandi kalianda lampung selatan dan dapat disimpulkan bahwa model diterima dan semua variabel independen secara simultan memberikan dampak yang signifikan terhadap variabel dependen.

### SIMPULAN

Dari pembahasan yang telah di uraikan, maka dapat di tarik kesimpulanya sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis pertama telah membuktikan bahwa Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pemandian air panas belerang desa sukamandi kalianda lampung selatan. Hasil pengujian membuktikan bahwa Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan yang dapat dilihat hasil perhitungan yang telah diperoleh dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.820 dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $14,052 > t_{tabel}$  sebesar 1.66055 dengan taraf signifikansi 0,000 yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini yaitu  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak.
2. Hasil uji hipotesis kedua telah membuktikan bahwa Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pemandian air panas belerang desa sukamandi kalianda lampung selatan. Hasil pengujian membuktikan bahwa Fasilitas memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan yang dapat dilihat hasil perhitungan yang telah diperoleh dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.200 dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $1,970 > t_{tabel}$  sebesar 1.66055 dengan taraf signifikansi 0,052 yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini yaitu  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak.
3. Hasil uji  $f$  simultan membuktikan bahwa semua variabel bebas independen yaitu Pengaruh Harga, Fasilitas secara bersama-sama memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap variabel terikat di antaranya adalah Kepuasan Pelanggan Pemandian Air Panas Belerang Sukamandi yaitu memperoleh nilai  $f_{hitung}$  **96,359** >  $F_{tabel}$  **2,70** dengan taraf signifikansi 0,000 yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini yaitu  $H_3$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

## Referensi :

- Aditya Wira N. G., I dan Badjra Bagus, I. 2018. *E-jurnal Manajemen Unud. Peran Profitabilitas dalam Memediasi Pengaruh Tingkat Suku Bunga dan Leverage terhadap Return Saham pada Perusahaan Sub Sektor Konstruksi Bangunan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015*. Vol.7 No.4. 2018: 1831-1861. ISSN 2302-8912.
- Adnan Hakim. 2016. *Kontribusi Lingkungan Kerja, Perilaku Kepemimpinan dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Pegawai Balai Wilayah Sungai Sulawesi*
- Amstrong dan Kotler. 2005. *Manajemen Pemasaran. Prehalindo*. Jakarta.
- Anggi Renvilla S. 2017. *Pengembangan Fasilitas dan Pelayanan Wisata Way Belerang Berdasarkan Persepsi Wisatawan Di Desa Sukamandi Kecamatan Kalianda Kabupaten Lampung Selatan*
- Aquarita, D., Rosyidie, A. and Pratiwi, W. D. 2016. *Potensi Pengembangan Wisata Sepeda Di Kota Bandung Berdasarkan Persepsi Dan Preferensi Wisatawan*, *Jurnal Pengembangan Kota*, 4(1), p. 14. doi: 10.14710/jpk.4.1.14-20.
- Armstrong, G., & Kotler, P. 2004. *Marketing: An Introduction 7th edition*. Pearson International.
- Bambang Supomo dan Nur Indriantoro. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis, Cetakan Kedua*, Yogyakarta; Penerbit BFE UGM.
- bditama, H. Ihsan & Damayanti, S. Maya. 2015. *The Influence of Company Performance Toward Stock Price Of Pt. XI Axiata Tbk From 2008 - 2014*. *Journal of Business and Management*, Vol. 4, No. 4.
- Buchari Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.

- Drumm A., & Moore A. 2005. *Ecotourism Development: A Manual for Conservation Planners and Managers*. Virginia: The Nature Conservancy
- Fandeli, C., & Nurdin, M. 2005. *Pengembangan Ekowisata Berbasis Konservasi di Taman Nasional*. Yogyakarta: Fakultas Kehutanan UGM. Pusat Studi Pariwisata. Kantor Kementerian Lingkungan Hidup.
- Fandi, Tjiptono. 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Fandy Tjiptono, & Gregorius Chandra. 2006. *Manajemen Pelayanan Jasa*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Fandy, Tjiptono. 2004. *Manajemen Jasa, Edisi Pertama*, Yogyakarta, Andi Offset.
- Febryano, I.G dan Rusita. 2018. *Persepsi wisatawan dalam pengembangan wisata pendidikan berbasis konservasi Gajah Sumatera (Elephas Maximus Sumatranus)*. *Jurnal Pengelolaan Sumberdaya Alam dan Lingkungan*. Volume 8(3): 376-382.
- Ghozali, Imam. 2011. *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS"*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Husein Umar. 2005. *Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis*, Jakarta: Grafindo Persada.
- Irawan, Handi. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta. Elex Media Komputindo.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K.L. 2006. *Marketing management (12th ed.)*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Keduabelas*, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2000. *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta: Prenhalindo.
- Kuncoro, Mudrajad. 2010. *Otonomi dan Pembangunan Daerah*, Fokusmedia, Jakarta.
- Laksana, Muhammad Fajar. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*, Depok: Khalifah Mediatama.
- Lia Natalia. 2012. *Analisis Faktor Persepsi Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Untuk Berbelanja Pada Giant Hypermart Bekasi*
- Malhotra, N. K. 2018. 'Marketing Research: An Applied Orientation - Naresh K. Malhotra', p. 882.
- Marcelina, J., & Tantra, B. 2017. *Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Keputusan Pembelian pada Guest House di Surabaya*.
- M Nasir. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nimatul Khoiriyah. 2020. *Pengaruh Strategi Pengembangan Wisata Way Belerang Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah*
- Polancik, G. 2009. *Empirical Research Method Poster*. Jakarta:
- Raharjani, Jenny. 2005. *"Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan sebagai Tempat Berbelanja di Kawasan Simapang Lima Semarang"*. *Jurnal Studi*

Manajemen ISSN No.1693-8283 Vol.2 No.1 Universitas Diponegoro. Semarang.  
<http://ejournal.undip.ac.id>, diakses tanggal 3 September 2014.

Rangkuti, Freddy. 2002. *Measuring Customer Satisfaction*, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Riduwan. 2010. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Ridwan. 2009. *Pengantar Statistika Sosial*. Bandung: Alfabeta

Stanton J. William, 2010, *Prinsip Pemasaran*, Penyadur Y. Lamarto, Edisi 7, Jakarta: Erlangga.

Stanton, J. William. 1998. *Prinsip Pemasaran. Jilid 1, Edisi 7*. Erlangga, Jakarta.

Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

Tse dan Wilson. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Wahyuningrum, Puji. 2010. *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien pada Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Ungaran*. Skripsi S1 Program Sarjana, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.