

Pengaruh Harga Lokasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Sumber Gentong

Fia Adilia Alfina Chuswondo *)

M. Ridwan Basalamah **)

M.Tody Arsyianto ***)

Email : fiaadilia08@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

The purpose of this study is to ascertain how Wisata Sumber Gentong customers perceive the impact of pricing, location, and service quality. Quantitative research is the method employed. Purposive sampling was used to collect samples using the Maholtra method, which multiplies the number of indicators by 5 to create a total of 85 respondents. Multiple linear analysis is the method of choice for data analysis. using the t test for partial testing and the F test for simultaneous testing. The findings of this study show that Wisata Sumber Gentong customer satisfaction is simultaneously significantly impacted, according to the results. While only somewhat, Wisata Sumber Gentong customers are significantly impacted by Price, Location, and Quality of Service.

Keywords: Price, Location and Service Quality

Pendahuluan

Indonesia saat ini merupakan suatu negara dengan potensi alam yang sangat besar. Saat ini, keadaan geografis sangat bagus dan dapat di tingkatkan di banyak bidang lainnya. salah satu industri yang meningkatkan pendapatan asli daerah secara signifikan adalah pariwisata. merupakan salah satu sektor yang menyumbangkan penghasilan yang besar bagi suatu daerah. Oleh karena itu, agar wisatawan dapat merasakan daya tarik wisata tersebut, pengembangan sektor pariwisata harus dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha atau swasta dalam menyediakan, mengelola, mengatur, dan memenuhi kebutuhannya.

Salah satu fenomena dalam masyarakat pariwisata adalah kepuasan pelanggan yang disebabkan oleh faktor kualitas pelayanan yang dirasakan oleh sebagian wisatawan selama berwisata. Para pengunjung ini merasa bahwa wisata sumber gentong ini merupakan wisata yang memiliki pemandangan alam yang sangat indah, air yang jernih dan bersih sehingga pengunjung bisa melihat dasar sungai dengan jelas. Kejernihan air ini disebabkan oleh aliran air yang terus mengalir dari sumbernya. Akan tetapi belakangan ini sumber gentong selain banyak dikunjungi oleh wisatawan namun wisata ini memiliki kekurangan yang terkadang membuat para pengunjung ini tidak nyaman. berupa fasilitas sanitasi yang kurang memadai meskipun terdapat beberapa kamar mandi dan toilet terkadang tidak terawat dengan baik, masih ada juga masyarakat yang masih saja menggunakan sumber gentong untuk mencuci baju.

Oleh karena itu, fenomena pariwisata sumber gentong menunjukan perlunya pengukuran kualitas layanan yang erat kaitanya dengan kepuasan pengunjung. Karena kualitas pelayanan yang baik antara lain seperti meliputi kecepatan, ketepatan, keramahan, daya tanggap dan kemudahan komunikasi dengan pelanggan. Maka dari itu pengunjung merasa bahwa pelayanan staf sumber gentong bersedia membantu, serta memberikan informasi yang benar dan bermanfaat. Wisata sumber gentong merupakan salah satu objek wisata yang terletak di Dusun Genitri, Desa Tirtomoyo, Kec. Pakis, Kab. Malang.

Kualitas pelayanan itu sendiri mengacu pada kegiatan dan perbuatan atau organisasi yang dimaksudkan untuk memuaskan pelanggan dan karyawan. Sebuah perusahaan perlu menyediakan layanan pelanggan yang sangat berkualitas tinggi agar tetap dalam bisnis dan mempertahankan reputasinya. Harga adalah komponen penting dari bisnis karena secara langsung mempengaruhi keuntungan organisasi. Jumlah yang terjual dapat bervariasi tergantung pada tingkat harga yang terpilih. Harga juga berdampak tidak langsung pada pengeluaran karena volume penjualan mempengaruhi berapa biaya untuk memproduksi satu unit. Lokasi dalam hal ini terkait dengan bagaimana produk atau jasa dicapai kepada pelanggan dan dimana letak strategisnya, merupakan salah satu dari berbagai operasi perusahaan untuk membuat barang yang diproduksi atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:51) menyatakan bahwa Lokasi dalam hal ini terkait dengan bagaimana produk atau jasa dicapai kepada pelanggan dan dimana letak strategisnya merupakan salah satu dari berbagai operasi perusahaan untuk membuat barang yang diproduksi atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran.

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Harga

Harga merupakan keberhasilan pemasaran suatu barang atau jasa dapat ditentukan dari seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa. Harga adalah nilai tukar yang dapat digunakan untuk membeli produk atau jasa untuk individu atau kelompok pada waktu tertentu dan dapat dibandingkan dengan uang dan aset lainnya. Menurut Kotler dan Armstrong (2016) mendefinisikan harga sebagai jumlah uang yang dibelanjakan untuk suatu barang atau jasa, atau sebagai keseluruhan nilai tukar konsumen sebagai imbalan atas pendapatan atau penggunaan barang atau jasa.

Lokasi

Lokasi merupakan suatu tempat untuk melayani konsumen yang dapat diartikan sebagai tempat untuk memajang barang dagangan. Maka dari itu definisi lokasi ini merupakan suatu tempat atau perusahaan yang beroperasi untuk melakukan kegiatan untuk menciptakan barang dan jasa yang signifikan secara komersial. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:158) lokasi adalah berbagai operasi bisnis untuk membuat barang atau dijual terjangkau dan tersedia untuk pasar sasaran..

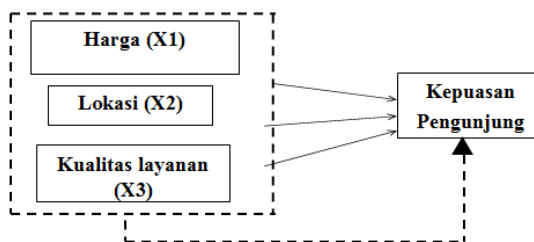
Kualitas layanan

Kualitas pelayanan merupakan sebuah langkah-langkah untuk meningkatkan layanan untuk memenuhi harapan pelanggan. Dengan membandingkan pandangan pelanggan terhadap layanan versus layanan aktual yang mereka terima, kualitas layanan dapat ditentukan. Menurut Kotler dan Keller (2016:83) mendefinisikan kualitas sebagai kelengkapan atribut produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memenuhi suatu kebutuhan.

Kepuasan pengunjung

Menurut Kotler dan Keller (2018:138) mendefinisikan kepuasan sebagai emosi kegembiraan atau kekecewaan seseorang setelah perbandingan antara kinerja (atau hasil) dari produk yang dipertanyakan dan kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja kurang dari harapan pelanggan, mereka akan tidak puas. Jika kinerja memenuhi atau melampaui harapan, pelanggan akan sangat senang dan puas.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Model penelitian
Sumber : data diolah peneliti 2023

Hipotesis

Berdasarkan kerangka teori dan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut :

- H1 : Bahwa Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh simultan terhadap kepuasan pengunjung Wisata Sumber Gentong.
- H2 : Bahwa Harga berpengaruh parsial terhadap kepuasan pengunjung Wisata Sumber Gentong
- H3 : Bahwa Lokasi berpengaruh parsial terhadap kepuasan pengunjung Wisata Sumber Gentong
- H4 : Bahwa Kualitas Layanan berpengaruh parsial terhadap kepuasan pengunjung Wisata Sumber Gentong

Metode Riset

Jenis riset dan sumber informasi

Riset memilih mengaplikasikan teknik kuantitatif untuk menjelaskan pengaruh dari variabel riset pada variabel lain. Riset dengan referensi informasi primer yang di hasilkan dari akhir penggabungan informasi online dengan informasi berupa *gogle form*.

Populasi

Populasi dalam riset ini yakni partisipan yang berkunjung pada wisata sumber gentong yang belum di ketahui nominalnya secara pasti. sedangkan cara penentuan di pakai dalam riset ini yakni cara malhotra, sehingga nominal sampel yang mau di gunakan sebanyak 85 partisipan.

Sampel

Riset ini digunakan dengan *purposive sampling* atau ciri dalam riset ini yakni pengunjung yang pernah melakukan kunjungan kesana lebih dari satu kali.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Hasil Uji Validitas

Variable	Item	r hitung	r tabel	Hasil uji
Kepuasan pengunjung (Y)	Y1.1	0,733	0,213	VALID
	Y1.2	0,830	0,213	VALID
	Y1.3	0,791	0,213	VALID
Harga (X1)	X1.1	0,691	0,213	VALID
	X1.2	0,692	0,213	VALID
	X1.3	0,780	0,213	VALID
	X1.4	0,725	0,213	VALID
Lokasi (X2)	X2.1	0,749	0,213	VALID
	X2.2	0,834	0,213	VALID
	X2.3	0,859	0,213	VALID
	X2.4	0,867	0,213	VALID
	X2.5	0,827	0,213	VALID
Kualitas layanan (X3)	X3.1	0,774	0,213	VALID
	X3.2	0,831	0,213	VALID
	X3.3	0,735	0,213	VALID
	X3.4	0,695	0,213	VALID
	X3.5	0,804	0,213	VALID

Berdasarkan dari uji validitas diketahui bahwa variabel Kepuasan Pengunjung (Y) dengan 3 item pernyataan, Harga (X1) dengan 4 item pernyataan, Lokasi (X2) dan kualitas layanan (X3) masing-masing dengan 5 indikator dan 5 item pernyataan dinyatakan valid. Hal ini menunjukkan setiap instrumen memiliki r hitung lebih dari 0,213.

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Hasil uji
Kepuasan pelanggan	0,687	Reliabel
Harga	0,826	Reliabel
Lokasi	0,884	Reliabel
Kualitas layanan	0,695	Reliabel

Berdasarkan dari uji reliabilitas dapat diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,6 berdasarkan uji reliabilitas yang berarti semua kuesioner pada variable penelitian ini dianggap reliabel.

Hasil Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.09488180
Most Extreme Differences	Absolute	.126
	Positive	.126
	Negative	-.073
Kolmogorov-Smirnov Z		1.165
Asymp. Sig. (2-tailed)		.132
a. Test distribution is Normal.		

Sumber : Data Primer 2023

Berdasarkan dari uji normalitas menunjukkan bahwa data terdistribusi dengan baik. Dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dengan kolom nilai kolmogorov-smirnov Z sebesar $1,165 > 0,05$.

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.196	1.516		4.748	.000		
	HARGA	.394	.100	.453	3.933	.000	.747	1.339
	LOKASI	-.071	.075	-.162	-.945	.347	.338	2.956
	KUALITAS LAYANAN	.041	.084	.086	.489	.626	.321	3.120

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

Sumber : Data Primer 2023

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas menunjukan bahwa masing-masing variable memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,1. Dan nilai VIF masing-masing variable kurang dari 10. Sehingga dimungkinkan untuk menyatakan bahwa penelitian ini tidak mengandung multikolinearitas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga	0,745	1,343	Bebas multikolinearitas
Lokasi	0,338	2,956	Bebas multikolinearitas
Kualitas layanan	0,320	3,123	Bebas multikolinearitas

Sumber: Data Primer 2023

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, setiap variabel memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05 sesuai dengan temuan uji heteroskedastisitas. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa penelitian ini bebas dari heteroskedastisitas.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	7.196	1.516		.000
	X1	.394	.100	.453	.000
	X2	-.071	.075	-.162	.347
	X3	.041	.084	.086	.626

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer 2023

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda dapat diperoleh hasil persamaan sebagai berikut:

- Nilai koefisien regresi harga (X1) sebesar 0,394 bernilai positif, menunjukkan bahwa dengan asumsi semua faktor lain tetap konstan, kepuasan pengunjung akan turun jika Harga dinaikkan.
- Nilai koefisien regresi lokasi (X2) sebesar -.071 bernilai negatif, menunjukkan bahwa dengan asumsi faktor lain tetap konstan, kepuasan pelanggan akan menurun seiring dengan peningkatan lokasi.
- Nilai koefisien regresi kualitas layanan (X3) sebesar 0,041 bernilai positif, menunjukkan bahwa faktor lain dianggap konstan, Kepuasan pelanggan akan meningkat seiring dengan peningkatan kualitas layanan.

Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	23.388	3	7.796	6.348	.001 ^a
	Residual	100.705	82	1.228		
	Total	124.093	85			

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumner : Data Primer 2023

Sumber : Data Primer 2023

Berdasarkan Uji F diketahui nilai signifikan 0,001 berdasarkan uji F. Jumlah ini kurang dari nilai alpha 0,05. Harga (X1), Lokasi (X2) dan Kualitas Layanan (X3) dapat diterima. Berdasarkan hipotesis yang diajukan dalam kepuasan pengunjung (Y). Berdasarkan hal tersebut, kepuasan pengunjung wisata sumber gentong di pengaruhi secara signifikan Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung pada Wisata Sumber Gentong.

Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	7.196	1.516		.000
	X1	.394	.100	.453	.000
	X2	-.071	.075	-.162	.347
	X3	.041	.084	.086	.626

a. Dependent Variable: Y

Sumber primer 2023

Berdasarkan tabel 8, diketahui analisis uji-t sebagai berikut :

- Harga dengan nilai signifikansi 0,000 nilai tersebut < 0,05 hal ini menyatakan bahwa variabel Harga berpengaruh secara parsial signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

- b. Lokasi dengan nilai signifikansi 0,347 nilai tersebut $> 0,05$ hal ini menyatakan bahwa variabel Lokasi berpengaruh parsial tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung.
- c. Kualitas Layanan dengan nilai signifikansi 0,626 nilai tersebut $> 0,05$ hal ini menyatakan bahwa variabel Kualitas Layanan berpengaruh parsial tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.434 ^a	.188	.159	1.10820
a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2				

Sumber : Data Primer 2023

Berdasarkan menjelaskan nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,159 yang disesuaikan. Ini menunjukkan bahwa sementara variable lain di luar ruang lingkup model penelitian ini menyumbang 84,1% varian yang tersisa, variable independen hanya dapat menjelaskan 15,9% varian dalam variable dependen.

Implikasi Hasil Penelitian

Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Secara Simultan

Berdasarkan hasil analisis bahwa Harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Wisata Sumber Gentong karena harga wisata sumber gentong menawarkan pengalaman wisata dengan mempertimbangkan harga yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan, memberikan kualitas yang baik, dan menyediakan nilai yang sebanding agar pengelola dapat meningkatkan kepuasan pengunjung.

Hal ini menunjukkan bahwa Lokasi merupakan salah satu aspek penting yang mempengaruhi pengalaman dan persepsi pengunjung terhadap sebuah tempat wisata, serta kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung karena kualitas layanan yang baik menciptakan pengalaman yang positif, memenuhi harapan pengunjung, dan memberikan nilai tambah dalam kunjungan mereka.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Febriandi et al (2018) yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Jasa Wisata Waduk Sidodadi Glenmore Banyuwangi” Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, lokasi berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian dan kurang dari 0,05 sebagian signifikan. Sementara temuan uji f menunjukkan nilai signifikan 0,000 kurang dari 0,05, hal itu juga menunjukkan bahwa harga, lokasi dan kualitas layanan memiliki dampak yang besar terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Harga Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pengunjung wisata sumber Gentong

Berdasarkan hasil analisis harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung karena merupakan komponen kunci dari bauran pemasaran. produk dianggap tidak ternilai karena konsumen dapat mengevaluasinya baik dengan atau tanpa mempertimbangkan harganya. Berdasarkan pendapat Menurut Anggono, (2018) harga merupakan salah satu variabel yang berpengaruh untuk menciptakan keputusan berkunjung.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suparyanto dan Rosad (2020) yang berjudul Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Alam Grojogansewu Tawangmangu menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara keduanya.

Pengaruh Lokasi Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Sumber Gentong

Berdasarkan hasil analisis bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung karena lokasi merupakan faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen untuk berdagang atau menjadi tempat tujuan sebuah bisnis. Dalam pemilihan suatu lokasi yang strategis dan mudah dijangkau dapat menentukan tercapainya tujuan badan usaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Endarwita (2020) yang berjudul “Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pengunjung Objek Wisata Linjuang Kota Lubuk Sikaping” menunjukkan bahwa antara lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan dilihat secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengunjung.

Pengaruh kualitas layanan Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Sumber Gentong

Berdasarkan hasil analisis bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung karena merupakan layanan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud, dan tidak memiliki hak kepemilikan formal. Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan dan kontrol yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan klien.

Hasil penelitian ini juga telah sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Tahir (2020) yang berjudul “Analisis Pengaruh Persepsi Harga Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Tempat Wisata Taman Sari Yogyakarta” menyatakan bahwa antara kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Simpulan

Tujuan penelitian dilakukan untuk mengetahui dan mengevaluasi pengaruh harga lokasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengunjung pada wisata sumber gentong. Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan terhadap kepuasan pengunjung wisata sumber gentong.
- Berdasarkan hasil pengujian secara parsial variabel Harga berpengaruh besar terhadap kepuasan wisatawan di wisata sumber gentong
- Berdasarkan hasil pengujian variabel Lokasi berpengaruh parsial tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung wisata sumber gentong
- Berdasarkan hasil pengujian variabel Kualitas Layanan secara parsial tidak memiliki pengaruh yang berarti terhadap kepuasan pengunjung

Keterbatasan

- Penelitian ini terbatas hanya menggunakan tiga variabel, yaitu Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan.
- Saat mengumpulkan data atau informasi yang diberikan kepada responden melalui google form, beberapa orang tidak menunjukkan pendapat yang sebenarnya. Hal ini terjadi karena faktor perbedaan pendapat dan kejujuran responden.

Saran

- Hasil dari responden yang sudah menjawab beberapa item pernyataan dari setiap variabel harus diperhatikan oleh perusahaan agar ada peningkatan yang baik mengenai variabel.
- Perlu menambah atau mengganti beberapa variabel guna untuk memperkuat argumen dalam studi masa depan dan memperluas fokus penelitian, banyak variabel harus ditambahkan atau dihapus.
- Untuk mendapatkan hasil data yang tepat dan dapat dipercaya, prosedur pengumpulan data dapat berupa wawancara atau lainnya.

Referensi

- Afidatur Ro'azah. (2021). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Alana, P. R., dan Putro, T. A. (2020). *Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek*. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan ...*, 180–194. <http://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/481>
- Alvianna, S. (2017). *Analisis Pengaruh Harga, Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Wisata Air Wendit Kabupaten Malang*. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 2(1). <https://doi.org/10.26905/jpp.v2i1.1263>
- Andi Riyanto. (2018). *Kepuasan Pelanggan*. *Kepuasan Pelanggan*, 10–27.
- Anggono, A. J. S. (2018). *Pengaruh Harga dan Word of Mouth terhadap Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Wisata Paralayang , Kota Batu)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 61(3), 190–197.
- Endarwita, E. (2020). *Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengunjung Objek Wisata Linjuang Di Kota Lubuk Sikaping*. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3), 500–510. <https://doi.org/10.31846/jae.v8i3.295>
- Febriandi, dkk (2018). *Analisis Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Wisata Waduk Sidodadi Glenmor Banyuwangi*. *Prosiding Ekonomi Kreatif Di Era Digital*, 1(1), 376–387.
- Iqbal Krisdayanto, dan Haryono, A. T. (2019). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di I Café Lina*. *Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Pandanaran Semarang Abstrak*, 2(2), 2–16.
- Lesmana, dkk (2017). *Produksi dan Produktivitas Hasil Tangkapan Kapal Tuna Hand Line yang Berpangkalan di Kelurahan Mawali, Kecamatan Lembeh Utara, Kota Bitung*. *Jurnal Ilmu Dan Teknologi Perikanan*, 2(6), 205–211.
- Mahfudi, H. N. (2020). *Hubungan Peran Orang Tua Terhadap Prestasi Belajar Siswa Kelas V SDN Legokulon 2*. *Education and Learning of Elementary School*, 1(1), 1–9. <http://ejournal.stkipmodernngawi.ac.id/index.php/ELES/article/view/17>
- Nikmatur, R. (2017). *Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian*. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 63.
- NURLESTARI, A. F. (2016). *PENGARUH DAYA TARIK WISATA TERHADAP NIAT KUNJUNGAN ULANG WISATAWAN DENGAN KEPUASAN WISATAWAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA TAMAN SAFARI INDONESIA CISARUA BOGOR*. 2, 1–9.
- Prayogi, E. (2020). *Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung (Studi Pada Wisatawan Pantai Gemah)*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2), 20–38.
- Robby Fauji, dan Syifa Pramudita Faddila. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Johar Futsal Karawang*. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 5(2), 35–56. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v5i2.1029>
- Syahidin, S., dan Adnan, A. (2022). *Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon*. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), 20–32. <https://doi.org/10.55542/gpjer.v4i1.209>
- Suparyanto dan Rosad (2020). *THE EFFECT OF PRICE AND QUALITY OF SERVICE TO SATISFACTION VISITOR AT NATURAL PARKGROJOGAN SEWU TAWANGMANGU KARANGANYAR REGENCY CENTRAL JAVA*. *Suparyanto Dan Rosad (2015)*, 5(3), 248–253.
- Suratno, dkk (2016). *Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Pelabuhan*

Indonesia III Semarang. Journal Of Management, 2(2)1–16.
<https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/502/488>

Tahir. M.A, I. E. (2020). *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Tempat Wisata Taman Sari Yogyakarta. Proceeding SENDIU*, 978–979.

Fia Adilia Alfina Chuswondo*) Adalah Mahasiswa Feb Universitas Islam Malang

M.Ridwan Basalamah**) Adalah Dosen Tetap Feb Universitas Islam Malang

M.Tody Arsyianto***) Adalah Dosen Tetap Feb Universitas Islam Malang