

ANALISIS HARGA, PROMOSI, PRODUK PARIWISATA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI PULAU TIDUNG, KEPULAUAN SERIBU

Gagih Pradini, Diva Alya

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional, Jakarta Indonesia

Email: pradinigagih@gmail.com, divaal0207@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis yang terjadi di Pulau Tidung dengan mengambil penelitian yang berjudul Analisis Harga, Promosi, Produk Pariwisata dan Lokasi terhadap kepuasan pengunjung di Pulau Tidung, Kepulauan Seribu. Harga, Promosi, Produk Pariwisata dan Lokasi merupakan variabel bebas dan Kepuasan Pengunjung merupakan variabel terikat. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang pernah datang ke Pulau Tidung Kepulauan seribu. Sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Hasil pengujian hipotesis dan pembahasan menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung terdapat empat variabel yang berpengaruh yaitu, harga, promosi, produk, dan Lokasi. Sementara itu secara simultan ke empat variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung pulau tidung kepulauan seribu. Hal ini dapat dibuktikan menggunakan analisis regresi yang terdapat pada variabel harga, promosi, prosuk dan lokasi.

Kata Kunci: harga; promosi; produk; lokasi; kepuasan pengunjung

Abstract

The research analyzed the penomena at Pulau Tidung, The Island of Thousand with the title Analysis of Price, Promotion, Product Destination, and Location on Visitor Satisfaction in Tidung Island, The Island of Thousand. The population of this research used tourist visitor who has come to Tidung Island, The Island of Thousand. While the sample is 100 respondents. Hypothesis testing results and di scussion showed that Visitor Satisfaction partially has four influential variables, namely Price, Promotion, Product, and Location. Meanwhile, simultaneously the four variables have a significant influence on the satisfaction of visitors to Pulau Seribu Tidung Island. This is evidenced by regression analysis on the Variable Price, Promotion, Product and Location.

Keywords: price; promotion; product; location; visitor satisfaction

Pendahuluan

Industri Pariwisata yang terdapat di Indonesia ialah media yang akurat untuk memajukan perekonomian yang terdapat di masyarakat lokal serta global. Pariwisata

memiliki akibat dan keuntungan yang melimpah, yang membuat sektor pariwisata menjadi salah satu kontributor devisa negara.

Indonesia ialah negara dengan status kepulauan yang memiliki jumlah ribuan pulau besar dan kecil, juga mempunyai kapasitas sumber daya pesisir dan laut yang melimpah (Setiawan I. , 2016). Sekian banyak pulau yang ada, salah satu pulau yang berpotensi untuk mengembangkan wisata bahari adalah Kepulauan Seribu.

Kepulauan Seribu ialah serangkaian pulau kecil yang terpampang dari teluk Jakarta sampai pulau sebira. Yang termasuk pulau dengan provinsi di daerah khusus Ibukota Jakarta ini mempunyai lautan dengan total luas mencapai 6.997,50 km² serta daratan 865,59 Ha. Kepulauan Seribu memiliki 110 pulau, dengan di antara 11 lainnya di tempati oleh penduduk. Sedangkan pulau lainnya hanya dapat di fungsikan untuk rekreasi, cagar budaya, serta cagar alam dengan pusat pemerintahan terletak di Pulau Pramuka.

Dari beberapa pulau yang menjadi salah satu dari kepulauan seribu menjadi kan kabupaten tersebut tak menutupi banyak potensi pariwisata dan alam pada di setiap penjuru pulau. Tentunya dari tiap pulau mempunyai ciri khas serta ketertarikan yang unik sehingga menarik perhatian para wisatawan lokal maupun mancanegara untuk datang dan melihat keindahan yang terselip di pulau tersebut. Salah-satu pulau yang saat ini berlimpah di gemari wisatawan dan menjadi tujuan utama wisata dari bagian kepulauan seribu ini ialah Pulau Tidung yang mempunyai luas dengan perkiraan 50,13 ha dan ialah yang paling besar di antara kumpulan pulau yang terdapat di daerah Kelurahan Pulau Tidung yang memiliki jumlah penduduk sekitar 4.700 jiwa.

Pulau tidung terpecah jadi 2 pulau, yakni Pulau Tidung kecil dan pulau Tidung Besar yang keduanya ditautkan melewati jembatan yang panjang yaitu bernama jembatan cinta yang di namai oleh para penduduk sekitar atau para wisatawan di Pulau ini. Selain itu, terdapat tempat wisata untuk merasakan wisata air, panorama, bersama dapat merasakan wisata karang bawah laut. Peluang ini di dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar agar dapat di kelola dengan mandiri agar menjadi dukungan untuk wisata yang berpotensi yang ada di daerahnya, sehingga jika di sandingkan bersama dengan pulau wisata yang di jalankan pemerintah daerah kepulauan seribu, pulau tersebut paling ekonomis jika di kunjungi oleh wisatawan khususnya turis.

Keberhasilan suatu destinasi wisata dapat diukur dengan jumlah kunjungan yang meningkat dengan hanya dapat memperhatikan perasaan puas oleh pengunjung. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung di Pulau Tidung berasal dari dalam diri pengelola itu sendiri, misalnya strategi pemasaran yang akan penulis bahas yaitu, *Price, Promotion, Product and Location*.

Menurut stanton dalam (Pradini & Hardini, 2021) baura promosi ialah kombinasi dari penjualan operasional, penjualan orang, humas, ini adalah alat promosi yang membantu organisasi untuk mencapai tujuan pemasaran Penelitian ini terdapat masalah diantaranya, apakah dari variabel Harga, Promosi, Produk dan Lokasi secara tersendiri akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung? Serta apakah dari variabel Harga, Promosi, Produk dan Lokasi bersama-sama akan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Dengan tujuan penelitian ini adalah menganalisis setiap variabel dari Harga, Promosi, Produk dan Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung dan juga menganalisis dari semua variabel apakah harga, promosi, produk dan lokasi bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

Metode Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di Pulau Tidung, Kepulauan Seribu, DKI Jakarta. Bentuk dan jenis data dalam penelitian ini bersifat kuantitatif. Dan Sumber data yang di pakai penelitian ini yakni Data Primer dan Data Sekunder. Menurut (Sugiyono, 2018) data primer ialah sumber data yang di berikan langsung datanya ke pengumpul data. Sedangkan data sekunder ialah sumber data yang tidak di berikan langsung ke pengumpul data. Misalnya di dapat atau di kumpulkan melewati buku serta artikel yang di peroleh dari website yang berkaitan dengan penelitian.

Untuk memperoleh data, peneliti melakukan penyebaran daftar pertanyaan (kuesioner) kepada responden, yaitu pengunjung yang datang ke pulau tidung. Dan peneliti mengambil beberapa artikel, website, dan contoh peneloitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

Populasi yang ada pada penelitian ini yaitu pengunjung yang berkunjung ke ke pulau tidung pada tahun 2020 dengan total 35.401 pengunjung. Dengan pengambilan jumlah sampel menggunakan rumus slovin sehingga ditemukan hasil dari jumlah sampel yang diperlukan pada penelitian ini yaitu 99,99 yang di bulatkan hingga 100 responden.

Untuk mengolah hasil penelitian menggunakan teknik pengumpulan data yang lengkap dan akurat seperti Penelitian lapangan dengan melakukan pengamatan, wawancara, dan kuesioner. Serta menggunakan penelitian kepustakaan.

Uji Validitas

Uji validitas ditujukan agar dapat mengukur valid atau tidaknya suatu benda dalam skala atau kuesioner dan apakah ibjek yang ingin diukur sudah tepat. Pernyataan dalam kuesioner dilakukan pengujian valid dengan membandingkan nilai r tabel dengan nilai r hitung. Instrumen dinyatakan valid jika r hitung $>$ r tabel dan instrumen tidak valid jika r hitung $<$ r tabel.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ialah tingkat keanda;an suatu intsrumen penelitian. Dalam mengukur reliabilitas ialah Cronbach Alpha. Untuk menentukan suatu instrumen atau variabel dikatakan reliabel atau tidak reliabel dengan menggunakan batasan 0,6. Jika kurang dari 0,6 maka dinyatakan tidak reliabel.

Uji Normlitas

Penggunaan uji normalitas agar dapat dilakukan pengujian distribusi sebuah variabel terikat untuk setiap nilai variabel bebas tertentu berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas di lakukan dalam model regresi linear di tunjukkan untuk mengukur apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak, sehingga layak di lakukan

pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data pada penelitian ini menggunakan uji statistik yaitu *Kolmogrov-Smirnov* dalam program SPSS.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas di gunakan agar dapat menganalisis regresi berganda yang memiliki 2 variabel bebas atau bisa jadi lebih. Agar multikolinieritas dapat terdeteksi bisa dilihat dengan besaran Variance Inflation Factor atau yang disingkat dengan VIF dan Tolerance. Pedoman bentuk model regresi yang bebas ialah memiliki angka tolerance yang dekat dengan 1, batas VIF yaitu 10 dan jika dibawah 10 maka tidak ada gejala multikolinieritas menurut (Damondar, Gujarti, & Dawn, 2012).

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan agar dapat dilakukan pengujian untuk melihat apakah pada model regresi terdapat ketidaksamaan variasi dari residual suatu pengamatan pada pengamatan lainnya. Jika variasinya sama, maka di sebut Heteroskedastisitas dan jika berbeda di sebut Heterodastisitas. Persamaan regresi yang baik ialah jika tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2013).

Uji Autokorelasi

Uji ini bertujuan untuk melihat apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi (Ghozali, 2013).

Uji Determinasi (R^2)

Uji determinasi (R^2) ialah Untuk mengetahui seberapa terukurnya presentase pengaruh antara variabel bebas yaitu Harga (X1), Promosi (X2), Produk (X3), dan Lokasi (X4) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pengunjung (Y). Nilai koefisien determinasi ialah antar nol dan satu.

Jika R^2 bertambah kecil atau mendekati nol, maka dapat dikatakan bahwa kapasitas pengaruh variabel bebas (X1, X2, X3, dan X4) menjelaskan terhadap variabel Terikat (Y) semakin kecil atau terbatas. Hal ini dapat di artikan maka model yang di gunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang di teliti terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika R^2 lebih besar atau mendekati satu, maka dapat di katakan bahwa kemampuan menjelaskan variabel bebas (X1, X2, X3, dan X4) ialah besar terhadap variabel Terikat (Y). Hal ini dapat di artikan bahwa model yang di gunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan atau Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent yaitu Harga (X1), Promosi (X2), Produk (X3), dan Lokasi (X4) secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen yaitu Kepuasan Pengunjung (Y).

Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial ini di lakukan untuk menandai signifikansi peran antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau masing-masing tiap variabel dengan mengasumsikan bahwa variabel independent lain dianggap konstan. Dapat

ditafsirkan pengujian hipotesis statistik ini untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel independen Harga (X1), Promosi (X2), Produk (X3), dan Lokasi (X4) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y).

Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas

No	Variabel	r hitung	r tabel	Kode	Keterangan
1	Harga (X₁)	0,721	0,1966	X1.1	Valid
2		0,781	0,1966	X1.2	Valid
3		0,836	0,1966	X1.3	Valid
4		0,812	0,1966	X1.4	Valid
5	Promosi (X₂)	0,757	0,1966	X2.1	Valid
6		0,698	0,1966	X2.2	Valid
7		0,671	0,1966	X2.3	Valid
8		0,760	0,1966	X2.4	Valid
9		0,758	0,1966	X2.5	Valid
10	Produk (X₃)	0,731	0,1966	X3.1	Valid
11		0,747	0,1966	X3.2	Valid
12		0,767	0,1966	X3.3	Valid
13		0,648	0,1966	X3.4	Valid
14		0,657	0,1966	X3.5	Valid
15		0,689	0,1966	X3.6	Valid
16		0,813	0,1966	X3.7	Valid
17		0,709	0,1966	X3.8	Valid
18	Lokasi (X₄)	0,700	0,1966	X4.1	Valid
19		0,728	0,1966	X4.2	Valid
20		0,699	0,1966	X4.3	Valid
21		0,713	0,1966	X4.4	Valid
22		0,797	0,1966	X4.5	Valid
23		0,747	0,1966	X4.6	Valid
24		0,672	0,1966	X4.7	Valid
25		0,717	0,1966	X4.8	Valid
26		0,713	0,1966	X4.9	Valid
27	Kepuasan Pengunjung (Y)	0,803	0,1966	Y.1	Valid
28		0,828	0,1966	Y.2	Valid
29		0,775	0,1966	Y.3	Valid
30		0,750	0,1966	Y.4	Valid
31		0,754	0,1966	Y.5	Valid

Uji validitas digunakan untuk mengukur validitas kuesioner. Pada penelitian ini menggunakan pearson correlation. Diketahui bahwa semua nilai rhitung pada tingkat signifikansi 0,05. Dinyatakan valid tidaknya suatu kuesioner di lihat dari rhitung > dari rtabel.dalam penelitian ini, rtabel untuk 100 responden, adalah $n-2=100-2$ yaitu 98 adalah 0,1966. Dan pada penelitian ini setiap item pernyataan memiliki nilai diatas 0,1966 sehingga dapat dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana diperoleh hasil yang konsisten atau stabil. Apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60, yang berarti bahwa instrumen dapat digunakan sebagai kumpulan data yang andal.

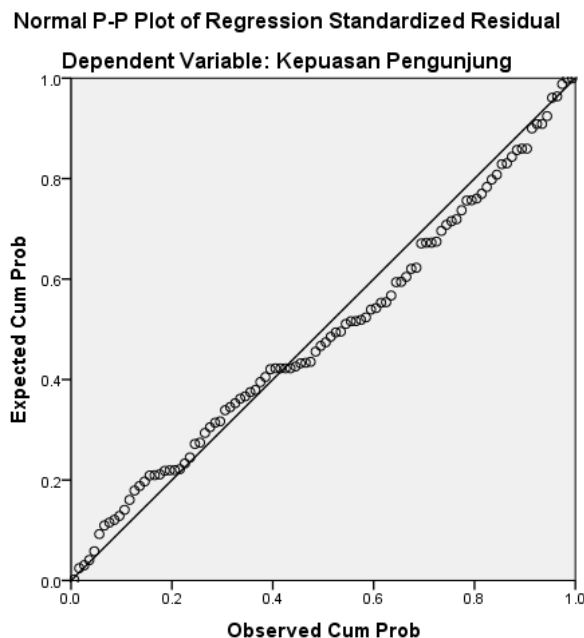
Tabel 1 hasil uji reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
0,940	31	Reliabel

Dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* (α) melebihi 0,60.

Uji Normalitas

Uji yang berikutnya yaitu uji normalitas yang di gunakan untuk dapat mengetahui populasi data berdistribusi dengan normal ataukah tidak berdistribusi dengan normal. Pada penelitian ini menggunakan grafik normal P-P Plot.



Gambar 1
Hasil uji normalitas

Gambar 1 memperlihatkan bahwa grafik normal P-P Plot of Regression Standardized Residual menggambarkan data yang terdapat yang berada di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal grafik tersebut maka model regresi memenuhi syarat asumsi normalitas.

Uji Multikolinieritas

Dalam penelitian ini, peneliti telah melakukan uji multikolinieritas kepada empat variabel independent (Harga, Promosi, Produk dan Lokasi) secara bersamaan. Persoalan multikolinieritas di tunjukan jika besarnya angka VIF lebih dari 10 (sepuluh).

Tabel 2
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Harga	.557	1.796
	Promosi	.600	1.667
	Produk	.604	1.655
	Lokasi	.539	1.857

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Analisis multikolinieritas dapat dikatakan tidak menunjukkan gejala multikolinieritas dalam penelitian ini, pada hasil perhitungan SPSS 23, nilai VIF masing-masing variabel berada < 10 .

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk melihat ada atau tidaknya autokorelasi dalam suatu model regresi dengan Uji *Durbin-Watson*

Tabel 3
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.803 ^a	.644	.629	.37529	1.845

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Produk, Promosi, Harga
b. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Diketahui bahwa nilai DW ialah sebesar 1,845. Nilai DU dan DL dapat diperoleh dengan tabel statistik *Durbin Watson*. Dengan $n=100$, dan $k=4$ maka didapatkan nilai $DU=1,7582$ sehingga nilai $4-DU=2,2418$. Dapat diketahui bahwa nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,845 terletak di antara $DU < DW < 4-DU$ sehingga hasilnya tidak terjadi autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.583	.219			2.663	.009
	Harga	-.003	.056	-.007		-.050	.960
	Promosi	.046	.045	.132		1.012	.314
	Produk	-.063	.062	-.133		-1.026	.307
	Lokasi	-.056	.058	-.132		-.962	.338

a. Dependent Variable: ABRESID

Dapat di lihat bahwa nilai signifikan dari masing-masing variabel *independent* baik harga, promosi, produk dan lokasi lebih besar dari $\alpha = 0,05$ artinya tidak ada satu pun variabel *independent* yang mempengaruhi *dependent* variabel sehingga dapat di simpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas dan penelitian dapat di lanjutkan.

Uji F

Uji ini di sebut sebagai Uji F karena mengikuti di stribusi F yang kriteria pengujiannya seperti *One Way Anova*. Uji hipotesis antara harga, promosi, produk, dan lokasi terhadap kepuasan pengunjung dapat digunakan dengan mencari statistik uji F dengan membandi ngkan F_{hitung} dengan F_{tabel}

Tabel 5
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24.225	4	6.056	43.000	.000 ^b
	Residual	13.380	95	.141		
	Total	37.604	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

b. Predi ctors: (Constant), Lokasi, Produk, Promosi, Harga

Dapat di jelaskan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 43,000 dengan tingkat signifikan 0,000, setelah nilai F di hitung maka harus di cari nilai F_{tabel} ($\alpha 0,05$) dan $df = 4 : df_4 = 100-4-1 = 95$ ialah 2,47. Karena nilai F_{hitung} lebih besar di bandi ngkan dengan F_{tabel} ($43,000 > 2,47$) maka dapat di simpulkan bahwa H_0 di tolak, berarti Harga, Promosi, Produk dan Lokasi secara Bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung Pulau Tidung, Kepulauan Seribu

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.803 ^a	.644	.629	.37529

a. Predi ctors: (Constant), Lokasi, Produk, Promosi, Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Diperoleh nilai R^2 sebesar 0,644 atau 64,4%. Artinya variabel independen dalam penelitian ini (Harga, Promosi, Produk dan Lokasi) memiliki proporsi pengaruh terhadap variabel dependen (Kepuasan Pengunjung) sebesar 64,4%. Sedangkan sisanya 35,6% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam model regresi linier.

Uji T

Tabel 7
hasil uji T

		Coefficients ^a				
		Unstandardi zed		Standardi zed		
		Coefficients		Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.012	.331		.035	.972
	Harga	.197	.085	.191	2.328	.022
	Promosi	.171	.069	.197	2.500	.014
	Produk	.210	.093	.177	2.253	.027
	Lokasi	.434	.088	.413	4.948	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Nilai signifikansi untuk setiap variabel ada dibawah 0,05 yang dapat diartikan bahwa variabel Harga (X1), Promosi (X4), Produk (X3), dan Lokasi (X4) memeberi pengaruh secara parsial terhadap variabel kepuasan Pengunjung (Y).

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 8
Hasil analisis regresi linear berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardi zed		Standardi zed		
		Coefficients		Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.012	.331		.035	.972
	Harga	.197	.085	.191	2.328	.022
	Promosi	.171	.069	.197	2.500	.014
	Produk	.210	.093	.177	2.253	.027
	Lokasi	.434	.088	.413	4.948	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Persamaan regresi linear berganda dapat dibuat menjadi sebagai berikut:

$$Y = 0,012 + 0,197 X1 + 0,171 X2 + 0,210 X3 + 0,434 X4$$

Dimana:

Y = Kepuasan Konsumen

a = konstanta dari persamaan regresi

β_1 = Koefisien regresi dari variabel X1

β_2 = Koefisien regresi dari variabel X2

β_3 = Koefisien regresi dari variabel X3

β_4 = Koefisien regresi dari variabel X4

X1 = Harga

X2 = Promosi

X3 = Produk

X4 = Lokasi

Nilai koefisien regresi variabel bebas yaitu Harga, Promosi, Produk dan Lokasi bernilai positif sehingga dari variabel meningkat, maka akan meningkatkan variabel Kepuasan Pengunjung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi memiliki nilai koefisien regresi yang paling besar dibandingkan dengan harga, Promosi dan produk sehingga memiliki pengaruh yang lebih besar.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil analisis dalam penelitian ini di peroleh bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Pulau Tidung. Analisis tersebut di perkuat dengan hasil yang di dapat melewati beberapa pengujian dan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t, di dapat nilai signifikan (α 0,05) sehingga di peroleh ($2,328 > 1,985$). Dari kriteria tersebut dapat di simpulkan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Pulau Tidung, Kepulauan Seribu.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh (Handoko, 2017), penelitian tersebut mengatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen atau pengunjung. Harga bukan hanya berkaitan dengan harga suatu produk atau layanan tetapi di dalamnya termasuk juga harga yang terjangkau, berkualitas, bersaing, serta manfaat yang di berikan dari harga yang di tawarkan.

Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil analisis dari penelitian ini di peroleh bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Pulau Tidung. Analisis tersebut di perkuat dengan hasil yang di dapat melewati beberapa pengujian dan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t, di dapat nilai signifikan (α 0,05) sehingga di peroleh ($2,500 > 1,985$). Dari kriteria tersebut dapat di simpulkan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Pulau Tidung, Kepulauan Seribu.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang di lakukan (Ananditya & Hidayat, 2017), penelitian tersebut mengatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Kepuasan pengunjung Pulau Tidung di pengaruhi oleh promosi yang di iklankan, promosi yang di lakukan perorangan, promosi penjualan, publisitas serta *direct and digital marketing*.

Pengaruh Produk terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil analisis dari penelitian ini di peroleh bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Pulau Tidung. Analisis tersebut di perkuat dengan hasil yang di dapat melewati beberapa pengujian dan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t, di dapat nilai signifikan (α 0,05) sehingga di peroleh ($2,253 > 1,985$). Dari kriteria tersebut dapat di simpulkan bahwa variabel produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Pulau Tidung, Kepulauan Seribu.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang di lakukan (Windarti & Ibrahim, 2017), penelitian tersebut mengatakan bahwa produk berpengaruh terhadap kepuasan

konsumen. Kepuasan pengunjung Pulau Tidung di pengaruhi oleh produk pariwisata pulau tidung yang memiliki kinerja, keistimewaan, kehandalan, kesesuaian produk pariwisata dengan spesifikasinya, daya tahan, kualitas, estetika serta kualitas yang di persepsikan dari produk yang di tawarkan.

Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil analisis dari penelitian ini di peroleh bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Pulau Tidung. Analisis tersebut di perkuat dengan hasil yang di dapat melewati beberapa pengujian dan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t, di dapat nilai signifikan (α 0,05) sehingga di peroleh ($4,984 > 1,985$). Dari kriteria tersebut dapat di simpulkan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Pulau Tidung, Kepulauan Seribu.

Penelitian ini sama halnya dengan penelitian yang di lakukan oleh (Hanifudin, Syaifuddin, & Hasiholan, 2017), penelitian tersebut mengatakan bahwa faktor lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Lokasi yang semakin strategis dan mudah di jangkau maka akan semakin banyak pengguna barang atau jasa yang akan berkunjung dan akan merasa puas. Kepuasan pengunjung Pulau Tidung di pengaruhi oleh akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, ekspansi, lingkungan, persaingan, peraturan pemerintah serta kebersihan lokasi.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Pulau Tidung di Kepulauan Seribu yang telah di analisis, dari pembahasan dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut: 1). Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini dapat di artikan apabila harga terhadap Pulau Tidung di Kepulauan Seribu lebih di tingkatkan, maka akan semakin meningkat kepuasan pengunjung Pulau Tidung. 2). Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini dapat di artikan apabila promosi Pulau Tidung lebih di tingkatkan, maka akan semakin meningkat kepuasan pengunjung Pulau Tidung Kepulauan Seribu. 3). Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini dapat di artikan apabila produk pariwisata di Pulau Tidung lebih di tingkatkan kembali, maka akan semakin meningkat kepuasan pengunjung Pulau Tidung Kepulauan Seribu. 4). Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini dapat di artikan apabila lokasi Pulau Tidung di Kepulauan Seribu lebih di tingkatkan, maka akan semakin meningkat kepuasan pengunjung Pulau Tidung. 5). Harga, Promosi, Produk dan Lokasi bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung. Dalam hasil penelitian ini variabel Lokasi memiliki faktor paling berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung wisatawan Pulau Tidung di Kepulauan Seribu.

BIBLIOGRAFI

- Damondar, N., Gujarti, & Dawn, C. P. (2012). *Dasar-dasar Ekonometrika*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi K. Semarang
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Ananditya, A. D., & Hidayat, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Wisata, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Goa Kreo Semarang. *Jurnal Ilmu Admimistrasi Bisnis*, 98-106.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 61-72.
- Hanifudin, F., Syaifuddin, T., & Hasiholan, L. B. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Ayam Geprek Djogjakarto. *Journal of Management*.
- Khoerunisa, A. W. (2021). Analisis Word of Mouth, Produk Wisata, dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Bukit Gundaling Brastagi. *Kumpulan Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Sosial Sains*.
- Manafe, J., Setyorini, T., & Alang, Y. (2016). Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni Dan Budaya (Studi Kasus Di Pulau Rote Ntt). *Bisnis: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 101-123.
- Pradini, G., & Hardini, R. (2021). Pengaruh Bauran Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Food Court Margo City Mall Sebagai Penunjang Amenitas Pariwisata di Depok Jawa Barat. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Sosial (EMBISS)*, 136-142.
- Setiawan, I. (2016). Beragam Tindak Pidana Laut Dalam Hukum Pidana Indonesia. *Jurnal Ilmiah Galuh Justisi*, 115-126.
- Windarti, T., & Ibrahim, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Donat Madu (Studi Pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjung-Pekanbaru). *Jom FISIP*, 1-10.

Copyright holder:

Gagih Pradini, Diva Alya (2022)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

