

**PENGARUH FASILITAS, HARGA, DAN CITRA DESTINASI
TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI OBJEK WISATA
UMBUL BENING PARK BANYUWANGI**



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
Nur Alfin Khurin Aini
NIM : 211105020009
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JUNI 2025**

**PENGARUH FASILITAS, HARGA, DAN CITRA DESTINASI
TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI OBJEK WISATA
UMBUL BENING PARK BANYUWANGI**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh:

Nur Alfin Khurin Aini
NIM : 211105020009

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JUNI 2025**

**PENGARUH FASILITAS, HARGA, DAN CITRA DESTINASI
TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI OBJEK WISATA
UMBUL BENING PARK BANYUWANGI**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

Nur Alfin Khurin Aini
NIM : 211105020009

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Disetujui Pembimbing


Luluk Musfiroh, M.Ak.
NIP. 198804122019032007

**PENGARUH FASILITAS, HARGA, DAN CITRA DESTINASI
TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI OBJEK WISATA
UMBUL BENING PARK BANYUWANGI**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Ekonomi Syariah

Hari: Senin
Tanggal : 16 Juni 2025

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris



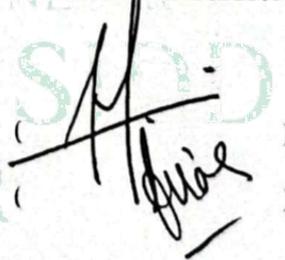
Aminatus Zahriyah, S.E., M.Si.
NIP. 198907232019032012



Devi Hardianti Rukmana, S.E., M.M
NIP. 199202062020122009

Anggota:

1. Dr. Pongky Arie Wijaya, M.M.
2. Luluk Musfiroh, M.Ak.



Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Ukhrohohmah, M.Ag.
NIP. 196812261996031001

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا
بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat. (Q.S An-Nisa (4): 58)¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

¹ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019).

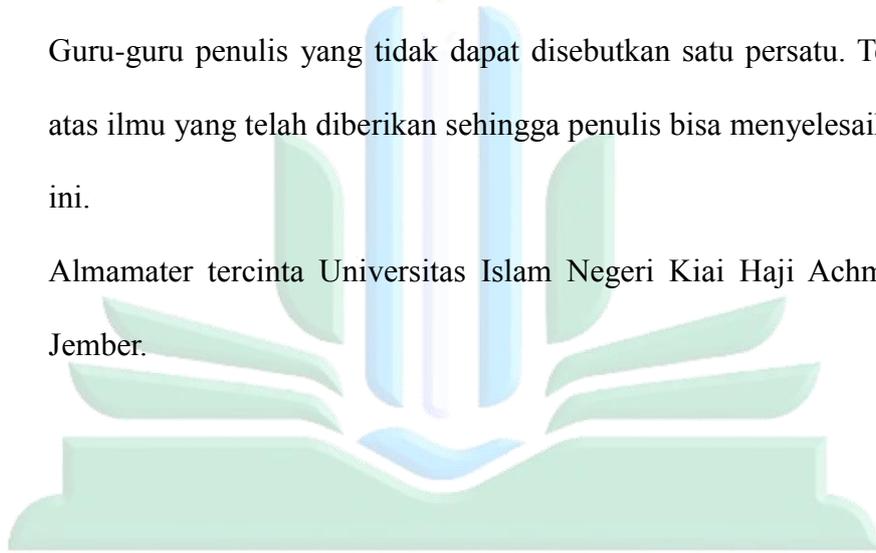
PERSEMBAHAN

Dengan segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt, dan atas dukungan dari orang-orang tercinta akhirnya dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktunya. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kepada Kedua orang tua penulis, Bapak Moh. Kusnan dan Ibu Nur Robingatin. Terima kasih segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan di bangku perkuliahan, namun beliau mampu senantiasa memberikan yang terbaik untuk anak pertamanya, yang tidak pernah lelah memberikan do'a, dukungan, dan kasih sayang, yang mengajarkan saya arti ketulusan, pengorbanan, dan kerja keras hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana. Terima kasih atas setiap doa yang kalian panjatkan, atas kasih sayang yang tak pernah habis, dan atas segala pengorbanan yang tak terbalas. Semoga hasil ini dapat menjadi kebanggaan kecil bagi kalian, sebagai wujud terima kasihku yang tak akan pernah cukup terucap dengan kata-kata.
2. Kepada Keluarga Besar penulis. Terimakasih banyak atas dukungannya dan do'a selama ini yang telah diberikan sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
3. Kepada temanku tercinta Sari Wulandari, Nuzulia Qur'ani, Dewi Helminatus Sofiyana, dan. Terimakasih telah menjadi manusia unik untuk menghibur penulis ketika lelah dalam pengerjaan skripsi ini serta menjadi

tempat keluh kesah dan meminta bantuan, sehingga perjalanan mengerjakan skripsi ini lebih ringan sedikit.

4. Seluruh teman kelas penulis Ekonomi Syariah 1 angkatan 2021, yang telah kebersamai hingga kita bisa sama-sama sampai dititik ini.
5. Kepada teman KKN Posko 101 Desa Wringinputih. Terimakasih atas dukungan serta do'a yang telah diberikan.
6. Guru-guru penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih atas ilmu yang telah diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
7. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segenap puji syukur penulis sampaikan kepada Allah Swt karena atas rahmat dan karunia-Nya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana, dapat terselesaikan dengan lancar. Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Dr. M.F Hidayatullah, S.H.I., M.S.I., M.Pd.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam.
4. Dr. Sofiah, M. E., selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah.
5. Luluk Musfiroh, M. Ak., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang penuh kesabaran dan keikhlasan di tengah kesibukannya meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., M.M., selaku Dosen Penasihat Akademik yang telah memberikan bimbingannya selama perkuliahan.

7. Serta kepada Segenap Bapak dan Ibu Dosen Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
8. Seluruh Civitas Akademika UIN KHAS Jember yang telah membantu melancarkan proses penelitian.
9. Umbul Bening Park yang sudah mengizinkan melakukan penelitian.
10. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya membantu untuk kelancaran proses penelitian.
11. Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, namun tidak mengurangi rasa terima kasih saya.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Maka dari itu, kritik dan saran diharapkan dari berbagai pihak untuk melengkapi kekurangan-kekurangan skripsi ini. Akhirnya, semoga segala amal baik yang telah diberikan oleh semua pihak berikan kepada penulis mendapat balasan yang baik dari Allah Swt.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Jember, 22 Mei 2025

Penulis

ABSTRAK

Nur Alfin Khurin Aini, Luluk Musfiroh, 2025: *Pengaruh Fasilitas, Harga, Dan Citra Destinasi, terhadap Kepuasan Wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi*

Kata Kunci : Fasilitas, Harga, Citra Destinasi, Kepuasan Wisatawan

Pengelolaan pariwisata yang baik akan memberikan kepuasan bagi wisatawan. Faktor yang sangat mempengaruhi kepuasan wisatawan seperti fasilitas, harga dan citra destinasi yang mendukung rasa nyaman para pengunjung. Ketiga faktor ini berperan dalam menciptakan kepuasan selama berkunjung.

Rumusan Masalah penelitian ini adalah: 1) Apakah Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi? 2) Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi? 3) Apakah Citra Destinasi berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi? 4) Apakah terdapat pengaruh simultan yang signifikan dari Fasilitas Harga, dan Citra Destinasi dari Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi?

Tujuan Penelitian ini adalah: 1) Untuk menguji pengaruh Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi. 2) Untuk menguji pengaruh Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi. 3) Untuk menguji Citra Destinasi berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi. 4) Untuk menguji pengaruh simultan dari Fasilitas Harga, dan Citra Destinasi dari Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengambilan sampel *Insidental sampling* dengan penentuan sampel sebanyak 112. Pengumpulan data ini menggunakan penyebaran kuesioner yang diolah dengan SPSS 17.

Hasil penelitian menunjukkan 1) Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di objek wisata Umbul Bening Park Banyuwangi. 2) Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di objek wisata Umbul Bening Park Banyuwangi. 3) Citra Destinasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di objek wisata Umbul Bening Park Banyuwangi. 4) Fasilitas, Harga, dan Citra Destinasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan wisatawan di objek wisata Umbul Bening Park Banyuwangi.

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat penelitian.....	10
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	12
F. Definisi Operasional.....	14
G. Asumsi Penelitian	18
H. Hipotesis.....	18
I. Sistematika Penelitian	23

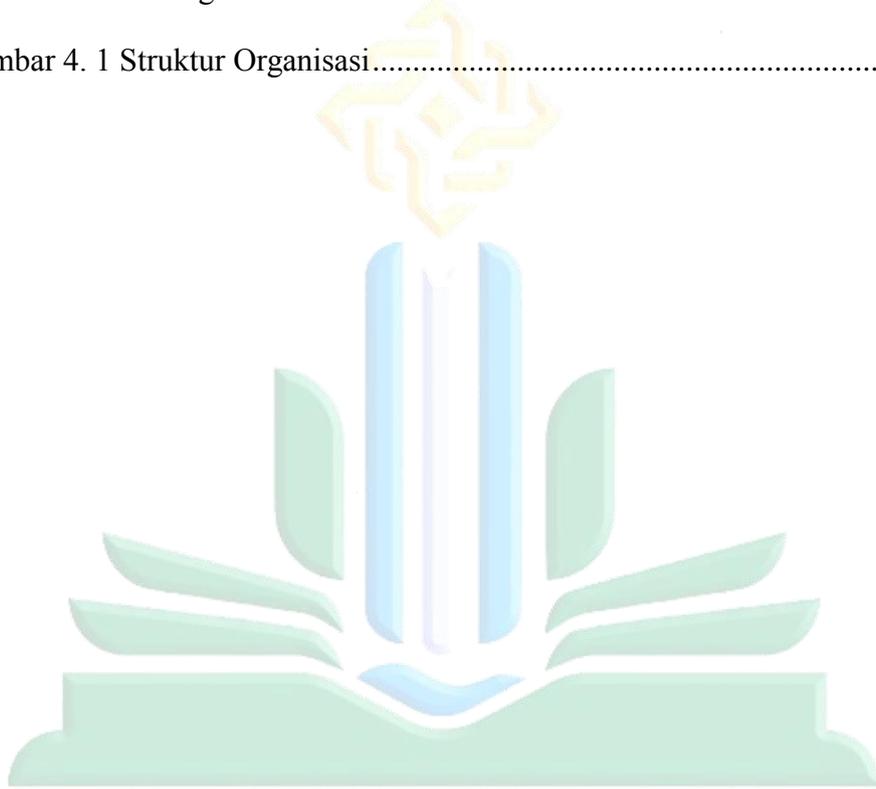
BAB II KAJIAN PUSTAKA	26
A. Penelitian Terdahulu	26
B. Kajian Teori.....	41
BAB III METODE PENELITIAN	58
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	58
B. Populasi dan Sampel	58
C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan data.....	60
D. Analisis Data	62
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	70
A. Gambaran Obyek Penelitian.....	70
B. Penyajian Data.....	73
C. Analisis Data	75
D. Pembahasan.....	88
BAB V PENUTUP	97
A. Kesimpulan.....	97
B. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No	Uraian	Hal.
Tabel 1. 1	Data Jumlah Pengunjung Wisata Umbul Bening Park.....	4
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel 3. 1	Skala Likert.....	62
Tabel 4. 1	Jenis Kelamin Responden.....	74
Tabel 4. 2	Umur Responden.....	74
Tabel 4. 3	Statistik Deskriptif.....	75
Tabel 4. 4	Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas (X1).....	77
Tabel 4. 5	Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2).....	78
Tabel 4. 6	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Destinasi (X3).....	78
Tabel 4. 7	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan (Y).....	79
Tabel 4. 8	Hasil Uji Reliabilitas.....	80
Tabel 4. 9	Hasil Uji Normalitas.....	81
Tabel 4. 10	Hasil Uji Multikolinieritas.....	81
Tabel 4. 11	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	82
Tabel 4. 12	Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....	83
Tabel 4. 13	Hasil Uji T (Parsial).....	85
Tabel 4. 14	Hasil Uji F (Simultan).....	86
Tabel 4. 15	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	87

DAFTAR GAMBAR

No	Uraian	Hal
Gambar 1. 1	Kerangka Pemikiran.....	18
Gambar 4. 1	Struktur Organisasi.....	73



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki potensi besar di berbagai sektor, jika diperhatikan dari bentuk geografisnya. Indonesia terdiri dari banyak pulau yang dikelilingi lautan yang luas membuat banyak aspek kehidupan yang bisa dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat dan sebagai pendapatan daerahnya sendiri.² Di Indonesia Sektor pariwisata menjadi adalah salah satu sektor unggulan. Dimana sektor ini memiliki peranan penting dalam membangun perekonomian daerah, sehingga saat ini banyak daerah di Indonesia berkompetisi untuk menampilkan dan memperkenalkan potensi kepariwisataan yang ada di daerah masing-masing untuk menarik wisatawan berkunjung. Pariwisata memiliki peranan penting bagi negara-negara di dunia karena dapat memberikan kontribusi pada perkembangan suatu negara. Pariwisata telah menjadi industri terbesar di dunia dan merupakan andalan utama dalam menghasilkan devisa di berbagai negara.³

Pariwisata adalah aktivitas yang dilakukan oleh perorangan atau beberapa orang dengan melakukan perjalanan suatu jangka waktu di luar daerahnya dengan tujuan untuk menggunakan waktu senggang, urusan

² Muhammad Hanif Ahda and Februr Rozi, "Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Pengembangan Objek Wisata Ompang Sungai Sonsang," *Journal of Communication and Society* 1, no. 1 (2022): 14–26, <https://doi.org/10.55985/jocs.v1i01.8>.

³ Erna Agustina Niko Pahlevi Hentika, "Tourism Marketing: Banyuwangi Regency Government Partnership with Local Mass Media in Banyuwangi," *Santhet: (Jurnal Sejarah, Pendidikan Dan Humaniora)* 8, no. 2 (2023), <https://doi.org/10.36526/santhet.v8i1.3597>.

bisnis atau keperluan lainnya. Pada dasarnya, tujuan pariwisata adalah untuk mengisi waktu luang, bersenang-senang, bersantai, belajar, berpartisipasi dalam kegiatan agama, dan mungkin juga berolahraga. Semua kegiatan ini memiliki potensi untuk memberikan manfaat bagi individu yang melakukannya baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, baik secara fisik maupun mental. Sebuah objek wisata harus memiliki keunikan tersendiri sehingga menjadi daya tarik dari wisatawan yang berkunjung ke tempat tersebut. Selain itu, pengalaman yang dirasakan wisatawan ketika sebelum berkunjung dan sesudah berkunjung ke objek wisata akan memberikan penilaian kepuasan tersendiri bagi wisatawan.⁴

Kepuasan wisatawan merupakan salah satu faktor penting dalam pengembangan suatu daya tarik wisata. Kepuasan wisatawan ditunjukkan dengan ingin kembalinya wisatawan tersebut ke destinasi yang dikunjunginya.⁵ Kepuasan wisatawan merupakan salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan suatu destinasi wisata. Wisatawan yang puas dengan pengalaman wisatanya akan lebih cenderung untuk kembali berkunjung dan merekomendasikan destinasi wisata tersebut kepada orang lain. Terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat,

⁴ Juansya, Sri Rahayu, and Tobari, "Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Aksesibilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Air Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir (Pali)," *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi* 3, no. 4 (2022): 196–207, <https://doi.org/10.47747/jbme.v3i4.843>.

⁵ Meyga Kristina Girsang, Gloria J.M Sianipar, and Agus Nakkok Simanjuntak, "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung Ke Taman Bunga Sapo Juma Tongging Karo," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 22, no. 2 (2022): 399–413, <https://doi.org/10.54367/jmb.v22i2.2144>.

diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis sehingga memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya kesetiaan terhadap merek serta membuat suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.⁶

Salah satu daerah di Pulau Jawa yang memiliki potensi besar di bidang pariwisata adalah Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur. Sebagai wilayah yang kaya akan destinasi wisata, Banyuwangi menawarkan berbagai pilihan wisata mulai dari wisata alam, budaya, hingga buatan. Salah satu destinasi unggulan di Banyuwangi adalah Umbul Bening Park yang terletak di Desa Sumbergondo, Kecamatan Glenmore. Umbul Bening Park menawarkan konsep unik berupa kombinasi rekreasi, edukasi, dan wisata ramah lingkungan. Objek wisata ini tidak hanya menyediakan pemandangan dari sumber alami, tetapi juga fasilitas tambahan seperti *spot* foto menarik, *homestay*, *foodcourt*, dan taman kelinci.⁷

Umbul Bening Park merupakan salah satu destinasi wisata unggulan di Kabupaten Banyuwangi yang menawarkan konsep wisata terpadu dengan menggabungkan unsur rekreasi, edukasi, dan nuansa alam. Keunikan utama dari objek wisata ini terletak pada pemandangan alami yang bersumber langsung dari mata air pegunungan, sehingga memberikan pengalaman berwisata yang menyegarkan dan menyehatkan bagi para pengunjung. Selain itu, area wisata ini juga dilengkapi dengan berbagai

⁶ Indri Hastuti Listyawati, "Pengaruh Fasilitas Wisata, Citra Destinasi, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Wisatawan," *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi* VI, no. 2 (201AD): 35–44.

⁷ Umbul Bening, "Accesed November 10," 2024, <https://umbulbening.com/>.

spot foto menarik yang instagramable, taman kelinci sebagai sarana edukasi anak, serta fasilitas umum yang memadai seperti foodcourt, tempat parkir, dan tempat ibadah. Dengan harga terjangkau dan banyaknya fasilitas membuat Umbul Bening Park mampu menarik lebih banyak wisatawan dan memberikan tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Keunggulan ini menjadikan Umbul Bening Park mampu menarik lebih banyak wisatawan dari berbagai kalangan usia dan menjadi pilihan utama untuk kunjungan keluarga. Berdasarkan data, Umbul Bening Park terus mengalami peningkatan jumlah pengunjung setiap tahunnya, seperti terlihat dari data berikut.

Tabel 1. 1
Jumlah Pengunjung Objek Wisata Umbul Bening Park

No.	Tahun	Jumlah Pengunjung
1.	2021	220.000
2.	2022	250.000
3.	2023	325.000

Sumber: data diolah oleh peneliti, 2024

Tabel diatas menunjukkan bahwa, Umbul Bening Park mengalami peningkatan jumlah wisatawan secara signifikan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2021, jumlah pengunjung tercatat sebanyak 220.000 orang, meningkat menjadi 250.000 orang pada tahun 2022 (peningkatan sebesar 13,64% dari tahun sebelumnya), dan mencapai 325.000 orang pada tahun 2023 (peningkatan sebesar 30% dari tahun sebelumnya). Total pengunjung selama tiga tahun terakhir mencapai 795.000 orang. Peningkatan ini menunjukkan bahwa Umbul Bening Park memiliki daya tarik yang kuat dan terus berkembang sebagai destinasi wisata unggulan di Kabupaten Banyuwangi. Hal ini menunjukkan bahwa Umbul Bening Park memiliki

daya tarik yang semakin besar di kalangan wisatawan dan berhasil mengelola potensi yang dimiliki untuk meningkatkan jumlah kunjungan dan kepuasan wisatawan.

Dalam meningkatkan Kepuasan wisatawan, beberapa faktor kunci seperti fasilitas yang memadai, harga terjangkau, dan citra destinasi menjadi sangat penting dan perlu dikelola dengan baik agar mampu menghadirkan pengalaman berwisata yang berkesan dan berkualitas. Fasilitas merupakan salah satu elemen utama yang menentukan kenyamanan wisatawan saat berkunjung ke suatu destinasi. Fasilitas yang baik dan terawat dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan wisatawan selama kunjungan mereka.⁸ Fasilitas layanan merupakan ketersediaan dan kualitas fasilitas layanan di sekitar tempat wisata, seperti tempat parkir, toilet, tempat istirahat, tempat ibadah dan sarana penunjang lainnya, dapat berpengaruh signifikan terhadap pengalaman wisatawan. Keberadaan fasilitas yang baik dan terawat dengan baik akan memberikan kesan positif bagi wisatawan, sehingga meningkatkan kepuasan wisatawan..

Pernyataan diatas didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Samuel dan Riani Prihatini Ishak yang berjudul “Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Curug Pangeran, Kawasan Gunung Salak Endah, Kabupaten Bogor.” Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif dengan sampel berjumlah 100 responden. Hasil penelitian

⁸ Syamsul Bachri Sari, Utari Puspita, “Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan,” *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)* 8, no. 3 (2022).

menunjukkan bahwa Fasilitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan wisatawan di Curug Pangeran, Kawasan Gunung Salak Endah, Kabupaten Bogor.⁹

Selain Fasilitas, Harga juga menjadi faktor yang sering dipertimbangkan wisatawan sebelum memutuskan untuk berkunjung. Harga yang terjangkau dan sebanding dengan kualitas layanan yang diberikan dapat meningkatkan kepuasan wisatawan. Harga yang wajar dan sesuai dengan kualitas pelayanan dan produk yang ditawarkan dapat meningkatkan kepuasan wisatawan, sementara harga yang terlalu tinggi atau tidak sebanding dengan nilai yang diberikan dapat menyebabkan ketidakpuasan.¹⁰ Tidak jarang pengunjung rela merogoh kocek yang dalam untuk mendapatkan suatu produk atau jasa. Oleh karena itu perusahaan/pengelola harus mampu membuat strategi penetapan harga yang tepat agar dapat menarik minat kunjungan wisatawan.

Pernyataan diatas didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Fauzi Alfiandri dan Feri Ferdian dengan judul “Pengaruh fasilitas dan harga terhadap kepuasan pengunjung di daya tarik wisata Dempo Anai Land” pada tahun 2024 menyebutkan fasilitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pengunjung di daya tarik wisata Dempo Anai

⁹ Samuel and Riani prihatini Ishak, “Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Curug Pangeran, Kawasan Gunung Salak Endah, Kabupaten Bogor,” *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)* 2, no. 2 (2023): 236–43, <https://doi.org/10.33998/jumanage.2023.2.2.884>.

¹⁰ Muh Rezky Pangeran Syafar Arsyad, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan,” *Jurnal Mirai Management* 8, no. 2 (2023): 183–97, <https://doi.org/10.56910/gemilang.v4i1.1034>.

Land. Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap erhadap kepuasan pengunjung di daya tarik wisata Dempo Anai Land.¹¹

Selain Fasilitas dan Harga, Citra Destinasi merupakan aspek kunci dalam memastikan kebahagiaan pengunjung. Pengunjung akan puas jika persepsi mereka terhadap citra destinasi sesuai dengan yang mereka harapkan. Citra suatu destinasi didefinisikan sebagai keyakinan atau fakta pengunjung tentang suatu destinasi, serta pengalaman liburannya. Citra destinasi adalah persepsi keseluruhan wisatawan terhadap suatu tempat wisata yang dapat mencakup aspek fisik maupun pengalaman emosional. Citra yang positif dapat menciptakan kesan mendalam bagi wisatawan dan mendorong mereka untuk memberikan rekomendasi positif kepada calon wisatawan lainnya. Wisatawan cenderung tertarik pada destinasi yang memiliki citra positif yang memberikan kesan bahwa mereka akan memiliki pengalaman yang menyenangkan dan berharga.¹² Seperti halnya pada objek wisata Umbul Bening Park, citra destinasi yang ditawarkan adalah sensasi berenang dan berfoto dengan berbagai spot foto yang telah disediakan di Umbul Bening Park. Serta menawarkan wisata dengan konsep rekreasi dan edukasi.

Pernyataan diatas didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Taufiq Kurniawan dan Maharani Mustika Ayu yang berjudul “Pengaruh

¹¹ Feri Ferdian Fauzi Alfiandri, “Pengaruh Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Daya Tarik Wisata Dempo Anai Land,” *Jurnal Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan* 2, no. 2 (2024): 49–53.

¹² Aqila Fakhar Mufza and Nidia Wulansari, “Pengaruh Fasilitas Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Daya Tarik Wisata Sirukam Dairy Farm Kabupaten Solok,” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 2 (2023): 15046–56, <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i2.8771>.

Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan Di Anjungan Daerah Sumatera Selatan TMII.” Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif dengan sampel berjumlah 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan bahwa variabel citra destinasi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Anjungan Daerah Sumatera Selatan TMII.¹³

Penelitian mengenai pengaruh fasilitas, harga, dan citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan telah banyak dilakukan di berbagai objek wisata. Namun demikian, belum banyak studi yang secara khusus meneliti Umbul Bening Park sebagai objek utama. Padahal, Umbul Bening Park memiliki daya tarik yang khas, yang membedakannya dari objek wisata lainnya di Kabupaten Banyuwangi. Umbul Bening Park menggabungkan unsur rekreasi, edukasi, dan nuansa alam dalam satu kesatuan konsep wisata, yang menjadikannya menarik untuk diteliti lebih lanjut dalam konteks kepuasan wisatawan.

Penelitian ini dilakukan sebagai upaya untuk mengisi kesenjangan kajian terhadap Umbul Bening Park dan memberikan gambaran yang lebih mendalam tentang bagaimana fasilitas, harga, dan citra destinasi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Dengan begitu, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat tidak hanya secara akademis, tetapi juga secara praktis bagi pengelola wisata dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan pengalaman pengunjung. Penelitian

¹³ Taufiq Kurniawan and Maharani Mustika Ayu, “Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Anjungan Daerah Sumatera Selatan Tmii,” *Bogor Hospitality Journal* 5, no. 1 (2022), <https://doi.org/10.55882/bhj.v5i1.17>.

ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fasilitas, harga, dan citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan di Umbul Bening Park. Hasil penelitian diharapkan dapat membantu pengelola dalam meningkatkan layanan serta menjadi referensi bagi pengembangan destinasi wisata serupa di wilayah lain.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Fasilitas, Harga, dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi”**.

B. Rumusan Masalah

Dari pemaparan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, agar mudah dipahami maka peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi?
3. Apakah citra destinasi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi?
4. Apakah fasilitas, harga, dan citra destinasi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi.
4. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas, harga, dan citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi.

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan terhadap pengaruh secara simultan antara fasilitas, harga, dan citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan, dan dapat dijadikan sebagai referensi bagi pihak lain yang akan melakukan penelitian.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Memperoleh pemahaman dan pengetahuan yang baru mengenai pengaruh Fasilitas, Harga, dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening

Park Banyuwangi, serta menjadi salah satu penerapan ilmu yang diperoleh dalam menempuh pendidikan di UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

b. Bagi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Peneliti berharap penelitian ini bisa digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya terkait pengaruh Fasilitas, Harga, dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi. Penelitian ini dapat dijadikan bacaan dalam memperoleh informasi dan pengetahuan yang bermanfaat bagi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

c. Bagi Masyarakat Umum

Peneliti berharap penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu sumber ilmu pengetahuan dan informasi khususnya terkait pengaruh Fasilitas, Harga, dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi.

d. Bagi Umbul Bening

Hasil penelitian diharapkan dapat berguna bagi pengelola Objek Wisata Umbul Bening Park untuk mengembangkan strateginya dalam menarik minat wisatawan melalui hasil kepuasan dari wisatawan.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari untuk kemudian ditarik kesimpulannya.¹⁴

Berikut adalah variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

a. Variabel bebas (*Independent*)

- 1) Fasilitas (X_1)
- 2) Harga (X_2)
- 3) Citra Destinasi (X_3)

b. Variabel Terikat (*Dependent*)

- 1) Kepuasan Wisatawan (γ)

2. Indikator Variabel

Setelah variabel penelitian terpenuhi kemudian dilanjutkan dengan mengemukakan indikator-indikator variabel yang merupakan rujukan empiris dari variabel yang diteliti. Indikator empiris ini akan dijadikan sebagai dasar dalam membuat butir-butir atau item pertanyaan dalam angket, interview, dan observasi.¹⁵

¹⁴ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2020), 38.

¹⁵ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: UIN Khas jember, 2021), 39-40.

a. Indikator Fasilitas (X_1)¹⁶

- 1) Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan.
- 2) Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan.
- 3) Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan.
- 4) Kelengkapan alat yang digunakan.

b. Indikator Harga (X_2)¹⁷

- 1) Keterjangkauan harga.
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk / jasa.
- 3) Daya saing harga.
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat.

c. Indikator Citra Destinasi (X_3)¹⁸

- 1) *Cognitive Destination Image.*
- 2) *Unique Destination Image.*
- 3) *Affective Destination Image.*

d. Indikator Kepuasan Wisatawan (γ)¹⁹

- 1) Kesesuaian Harapan.
- 2) Minat Berkunjung Kembali.

¹⁶ Bartolomeus Herawan Mintardjo, "Pengaruh Kenyamanan Ruang Pulik, Pelayanan Dan Fasilitas Taman Jayawijya Mojosoongo di Surakarta Terhadap Kepuasan Wisatawan," *NAWASENA: Jurnal Ilmiah Pariwisata* 2, no. 2 (2023): 09–28, <https://doi.org/10.56910/nawasena.v2i2.773>.

¹⁷ Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo press, 2019), 42-43.

¹⁸ Vania Nurfadillah Putri, Nanny Roedjinandari, and Andini Risfandini, "Pengaruh E-Wom, Citra Destinasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Kebun Raya Purwodadi," *Studi Ilmu Manajemen dan Organisasi* 4, no. 1 (2023): 1–12, <https://doi.org/10.35912/simo.v4i1.1564>.

¹⁹ Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, 92.

3) Kesiapan Merekomendasi.

F. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang digunakan sebagai pijakan pengukuran secara empiris terhadap variabel penelitian dengan rumusan masalah yang didasarkan pada indikator variabel.²⁰

1. Fasilitas

Fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak pengelola untuk mendukung kenyamanan pengunjung. Fasilitas yang diberikan kepada pengunjung dapat mempermudah dalam menggunakan sarana dan prasarana yang telah disediakan.²¹ Fasilitas pariwisata adalah semua jenis sarana yang secara khusus ditujukan untuk mendukung penciptaan kemudahan, kenyamanan, keselamatan wisatawan dalam melakukan kunjungan ke destinasi pariwisata.²²

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat dikatakan bahwa fasilitas pariwisata merupakan suatu unsur penting yang disediakan oleh pengelola untuk meningkatkan kenyamanan dan kemudahan wisatawan selama berada di suatu daerah tujuan wisata. Sarana tersebut meliputi sarana dan prasarana fisik yang berfungsi untuk

²⁰ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 40.

²¹ Hafizah Febiola and Hijriyantomi Suyuthie, "Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Daya Tarik Wisata Bukit Chinangkiak Kabupaten Solok," *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan* 3, no. 1 (2023): 01–13, <https://doi.org/10.55606/jempper.v3i1.2287>.

²² Anggi Agustine and Mahmud, "Pengaruh Fasilitas Tempat, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Grand Maerakaca Semarang," *Jurnal Mirai Management* 8, no. 3 (2023): 167–80, <https://doi.org/10.37531/mirai.v8i3.621>.

menunjang operasional daya tarik wisata sekaligus memenuhi kebutuhan wisatawan. Dengan fasilitas yang memadai, wisatawan dapat menikmati kunjungannya dengan lebih aman, nyaman dan efisien sehingga menciptakan pengalaman wisata yang lebih baik.

2. Harga

Harga ialah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk dan jasa atau sejumlah nilai yang harus konsumen tukarkan untuk mendapatkan manfaat dari penggunaan jasa.²³ Harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran/transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa.²⁴ Harga menjadikan suatu acuan konsumen untuk membeli suatu produk. Semakin tinggi harga yang ditetapkan maka akan semakin tinggi pula kualitas produk yang diberikan, tetapi jika harga yang ditetapkan semakin rendah bukan berarti kualitas yang diberikan juga rendah.²⁵

Berdasarkan penjelasan diatas dapat diartikan bahwa harga mempunyai peranan penting dalam menentukan kepuasan wisatawan karena menjadi acuan utama konsumen dalam menilai produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam konteks pariwisata, harga yang ditetapkan

²³ Nurul Setianingrum, Ilham Maulana Wardani, and Mohammad Afrizal Maulana, "Analisis Harga Tiket Dan Fasilitas Rekreasi Di Taman Botani Sukorambi Kabupaten Jember," *Jurnal Multidisiplin Ilmu* 2, no. 3 (2024): 65–70, <https://doi.org/10.59435/gjmi.v2i3.384>.

²⁴ Satriadi Wanawir and Eka Hendrayani Leonita Siwiyanti Nursaidah, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta:Penerbit Samudra Biru, 2021), 103.

²⁵ Fariz Irchamsyah Reza et al., "Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada MDA Collection," *SANTRI: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam* 2, no. 2 (2024): 285–303, <https://doi.org/10.61132/santri.v2i2.493>.

harus sepadan dengan kualitas dan manfaat yang diterima wisatawan. Walaupun harga yang tinggi seringkali dikaitkan dengan kualitas yang tinggi, namun harga yang lebih terjangkau tidak serta merta berarti kualitas yang lebih rendah. Oleh karena itu, keseimbangan antara harga dan kualitas pelayanan sangat penting untuk menjamin kepuasan wisatawan dan meningkatkan daya tarik destinasi wisata.

3. Citra Destinasi

Citra destinasi merupakan atribut yang menjadi daya tarik destinasi wisata. Citra yang baik dari suatu destinasi dapat menjadi faktor yang mempengaruhi persepsi wisatawan terhadap destinasi tersebut.²⁶ Menurut Pitana citra destinasi adalah kepercayaan yang dimiliki oleh wisatawan mengenai produk atau pelayanan yang wisatawan beli atau akan beli.²⁷

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat dikatakan bahwa citra destinasi memiliki peran strategis dalam membentuk persepsi dan mempengaruhi kepuasan wisatawan terhadap suatu destinasi. Dengan citra yang baik maka suatu destinasi dapat menciptakan motivasi yang kuat bagi wisatawan untuk berkunjung dan meningkatkan tingkat kepuasan wisatawan, apalagi jika kenyataan di destinasi tersebut sesuai atau melebihi ekspektasi wisatawan.

²⁶ Benedicta Jennifer Yosandri and Nova Eviana, "Peningkatan Keputusan Berkunjung Wisatawan Melalui Pengembangan Citra Destinasi Dan Aksesibilitas Di Lembah Tepus Bogor Tambahkan," *Eduturisma: International Journal of Tourism and Education* 7, no. 1 (2022): 1–23.

²⁷ Elvera, *Kepuasan Dan Loyalitas Wisatawan* (Surabaya: Scopindo, 2020), 23.

4. Kepuasan Wisatawan

Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa.²⁸ Kepuasan wisatawan merupakan kesesuaian antara apa yang dirasakan dengan apa yang diharapkan wisatawan dari pengalamannya. Perasaan puas saat menggunakan sebuah jasa merupakan perasaan puas konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh penyedia layanan. Kepuasan terhadap fasilitas yang ditawarkan merupakan perasaan puas konsumen terhadap fasilitas yang telah ditawarkan.²⁹

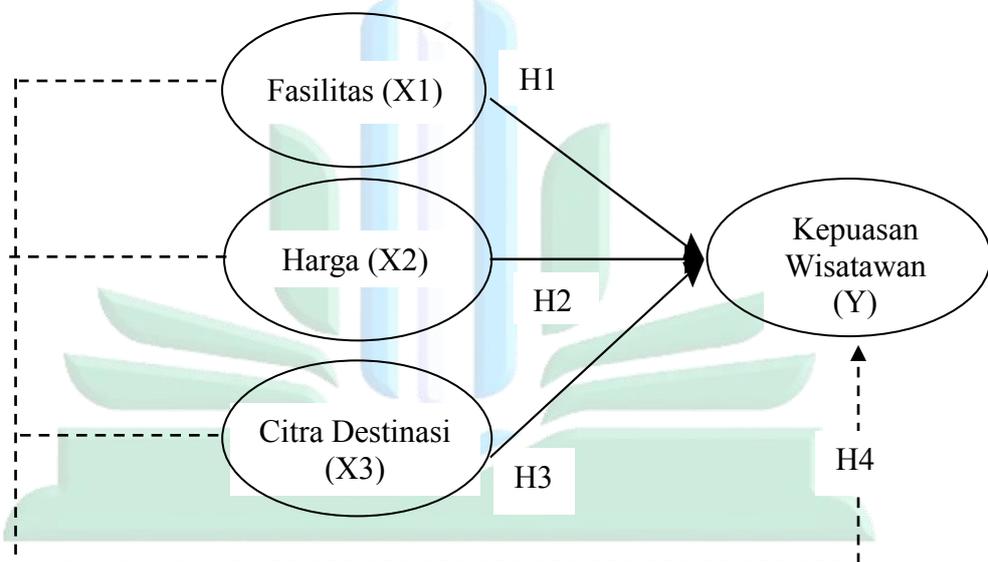
Berdasarkan penjelasan diatas, dapat dikatakan bahwa kepuasan wisatawan terhadap suatu tempat wisata merupakan hasil perbandingan antara harapan wisatawan sebelum berkunjung dengan pengalaman nyata yang ia dapatkan selama berada di tempat tujuan. Kepuasan terjadi ketika fasilitas, pelayanan, dan pengalaman yang diberikan pengelola destinasi mampu memenuhi bahkan melebihi ekspektasi wisatawan. Sebaliknya, jika kinerja yang dirasakan lebih rendah dari harapan, wisatawan akan merasa tidak puas, yang dapat mempengaruhi kesan mereka terhadap destinasi tersebut.

²⁸ Khamdan Rifa'i, *Kepuasan Konsumen*, (Jember:UIN KHAS Press), 2023, 49.

²⁹ Viola and Nurlisa Ginting, "Analisa Teori Kepuasan Wisatawan Terhadap Objek Wisata," *TALENTA Conference Series: Energy & Engineering (EE)* 5, no. 1 (2022): 643–48, <https://doi.org/10.32734/ee.v5i1.1529>.

G. Asumsi Penelitian

Asumsi atau disebut juga anggapan dasar dalam penelitian merupakan pernyataan yang dapat diuji kebenarannya secara empiris berdasarkan penemuan, pengamatan, dan percobaan dalam penelitian yang dilakukan sebelumnya.³⁰



Sumber: data diolah peneliti, 2024

Gambar 1. 1
Kerangka Pemikiran

Keterangan :

- ▶ : Berpengaruh secara parsial
- - - - -▶ : Berpengaruh secara simultan

H. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan

³⁰ Hartono, *Metodologi Penelitian* (Pekanbaru: Zanafa Publishing, 2019), 47.

dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.³¹ Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut ini:

1. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi.

Fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak pengelola untuk mendukung kenyamanan pengunjung. Fasilitas pariwisata adalah semua jenis sarana yang secara khusus ditujukan untuk mendukung penciptaan kemudahan, kenyamanan, keselamatan wisatawan dalam melakukan kunjungan ke destinasi pariwisata.³²

Penelitian Jane Jovita Halim yang berjudul Pengaruh Fasilitas dan Harga terhadap Kepuasan Pengunjung (Study Kasus pada Camp Kobes), menyatakan bahwa fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.³³ Penelitian yang dilakukan oleh Hafizah Febiola, Hijriyantomi Suyuthie yang berjudul Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Daya Tarik Wisata

³¹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 63.

³² Agustine and Mahmud, "Pengaruh Fasilitas Tempat, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Grand Maerakaca Semarang."

³³ Jane Jovita Halim, "Pengaruh Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung (Study Kasus Pada Camp Kobes)," *Keizai* 4, no. 1 (2023): 44, <https://doi.org/10.56589/keizai.v4i1.306>.

Bukit Chinangkiak Kabupaten Solok, menyatakan bahwa variabel fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di daya tarik wisata Bukit Chinangkiak Kabupaten Solok.³⁴ Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_0 :Variabel fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi.

H_1 :Variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi.

2. Pengaruh harga terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi.

Harga ialah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk dan jasa atau sejumlah nilai yang harus konsumen tukarkan untuk mendapatkan manfaat dari penggunaan jasa.³⁵

Penelitian Vidi Hadyarti, Moh. Zaki Kurniawan yang berjudul Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada LBB Star Home Private Blitar), menyatakan bahwa Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di LBB Star Home Private Blitar.³⁶ Penelitian yang dilakukan oleh Apri Sihombing yang berjudul Pengaruh Strategi Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Salib Kasih Tarutung,

³⁴ Hafizah Febiola and Hijriyantomi Suyuthie, "Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Daya Tarik Wisata Bukit Chinangkiak Kabupaten Solok."

³⁵ Setianingrum, Wardani, and Maulana, "Analisis Harga Tiket Dan Fasilitas Rekreasi Di Taman Botani Sukorambi Kabupaten Jember."

³⁶ Moh. Zaki Kurniawan Vidi Hadyarti, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di LBB Star Home Private Blitar," *ECO Entrepreneur* 8, no. 2 (2022): 47–59, <https://doi.org/10.15358/0935-0381-2009-11-591>.

menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wisata Salib Kasih Tarutung.³⁷

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_0 : Variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi.

H_2 : Variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi.

3. Pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi.

Menurut Pitana citra destinasi adalah kepercayaan yang dimiliki oleh wisatawan mengenai produk atau pelayanan yang wisatawan beli atau akan beli.³⁸ Citra destinasi yang positif dapat menciptakan daya tarik yang kuat bagi wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Wisatawan cenderung tertarik pada destinasi yang memiliki citra positif yang memberikan kesan bahwa mereka akan memiliki pengalaman yang menyenangkan dan berharga.³⁹

Penelitian Evita Lestari, Ika Suryono Djunaid yang berjudul Pengaruh Citra Destinasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Allianz Ecopark Ancol, menyatakan bahwa citra destinasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Allianz

³⁷ Apri Sihombing, "Pengaruh Strategi Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Salib Kasih Tarutung," *Journal of Social and Economics Research* 5, no. 2 (2023), <https://doi.org/10.54783/jser.v5i2.263>.

³⁸ Elvera, *Kepuasan Dan Loyalitas Wisatawan*.

³⁹ Syech Idroes Ersya Arkananti, "Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Wisata Loang Baloq Kota Mataram.," *Journal Of Responsible Tourism* 4, no. 1 (2024): 187–90, <https://doi.org/10.47492/jrt.v4i1.3478>.

Ecopark Ancol.⁴⁰ Penelitian yang dilakukan Vania Nurfadillah Putri, Nanny Roedjinandari, Andini Risfandin pada tahun yang berjudul Pengaruh E-Wom, Citra Destinasi dan Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan di Kebun Raya Purwodadi, menyatakan bahwa variabel citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Kebun Raya Purwodadi.⁴¹ Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_0 : Variabel citra destinasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi.

H_3 : Variabel citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi.

4. Pengaruh fasilitas, harga, dan citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi.

Penelitian yang dilakukan oleh Shau Birina Shafira Abdullah yang berjudul Pengaruh Fasilitas, Citra Destinasi, Dan Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Umbul Pelem Klaten, menyatakan bahwa secara simultan variabel fasilitas, harga, dan citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

⁴⁰ Evita Lestari and Ika Suryono Djunaid, "Pengaruh Citra Destinasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Allianz Ecopark Ancol," *Pesona Hospitality* 15, no. 2 (2022): 37–46.

⁴¹ Putri, Roedjinandari, and Risfandini, "Pengaruh E-Wom, Citra Destinasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Kebun Raya Purwodadi."

wisatawan di Objek Wisata Umbul Pelem Klaten.⁴² Penelitian Chairul Anam pada tahun yang berjudul Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Wisata Parimas Waterpark Mojokerto, menyatakan bahwa berpengaruh citra destinasi, fasilitas wisata, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada wisata Parimas Waterpark Mojokerto.⁴³ Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_0 : Variabel fasilitas, harga, dan citra destinasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi.

H_4 : Variabel fasilitas, harga, dan citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi.

I. Sistematika Penelitian

Secara keseluruhan penelitian ini terdiri dari 5 bab dengan sistematika pembahasan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bagian BAB I PENDAHULUAN berisi tentang Latar belakang topik, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, definisi operasional, asumsi

⁴² Shau Birina Shafira Abdullah, *Pengaruh Fasilitas, Citra Destinasi, Dan Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Umbul Pelem Klaten, Pengaruh Fasilitas, Citra Destinasi, Dan Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Umbul Pelem Klaten* ((Skripsi: UIN Raden Mas Said Surakarta), 2023).

⁴³ Chairul Anam, "Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Wisata Parimas Waterpark Mojokerto," *Jurnal Ekonomi Dan Perkembangan Bisnis* 4, no. 2 (2020): 22–34, <https://doi.org/10.32764/margin.v4i2.2069>.

penelitian dan hipotesis penelitian serta sistematika pembahasan tercakup dalam pendahuluan bab ini.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Dalam bagian BAB II KAJIAN PUSTAKA berisi tentang penelitian sebelumnya dan studi teoritis yang berhubungan dengan pengaruh fasilitas, harga, dan citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan di objek wisata umbul bening park banyuwangi dijelaskan dalam tinjauan literatur bab ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam Bab metodologi penelitian ini berisi tentang penjelasan metodologi penelitian, populasi dan sampel, metode dan alat untuk mengumpulkan data, dan analisis data akan diuraikan serta dijelaskan dalam bab ini.

BAB IV : PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

Bab ini merupakan penyajian data dan analisis yang akan memaparkan tentang deskripsi objek penelitian, pemaparan data, analisis data dan pengujian hipotesis serta pembahasan mengenai hasil dari pengaruh fasilitas, harga, citra destinasi, dan mengidentifikasi variabel mana saja yang berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di objek wisata umbul bening park Banyuwangi.

BAB V : PENUTUP

Pada bab penutup dijelaskan dan memberikan kesimpulan dan saran-saran tentang hasil penelitian yang telah dilakukan.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

1. Jurnal Hafizah Febiola , Hijriyantomi Suyuthie 2024 yang berjudul “Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Daya Tarik Wisata Bukit Chinangkiak Kabupaten Solok”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung di daya tarik wisata Bukit Chinangkiak Kabupaten Solok. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan metode survei. Populasi adalah keseluruhan wisatawan yang berkunjung di daya tarik wisata Bukit Chinangkiak dan jumlah rata-rata keseluruhan wisatawan pada bulan Januari-Desember 2022 sebanyak 12.202 pengunjung serta ditetapkan sampel sebanyak 387 responden. Data dikumpulkan dari kuesioner yang sudah teruji validitas dan reabilitas. Uji regresi linear berganda digunakan untuk menguji hipotesis penelitian dengan bantuan SPSS 26.00. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan fasilitas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengunjung di daya Tarik wisata Bukit Chinangkiak.⁴⁴

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada variabel *independent* yaitu harga dan fasilitas, variabel *dependent* kepuasan wisatawan sedangkan perbedaan penelitian ini dengan

⁴⁴ Hafizah Febiola and Hijriyantomi Suyuthie, “Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Daya Tarik Wisata Bukit Chinangkiak Kabupaten Solok.”

penelitian terdahulu adalah variabel independen yaitu citra destinasi Terhadap Kepuasan Pengunjung di Daya Tarik Wisata Bukit Chinangkiak Kabupaten Solok.

2. Jurnal Agung Slamet Sukardi, Elvira Ulil Afidah 2024 yang berjudul “Pengaruh citra destinasi, fasilitas, dan persepsi harga terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata pantai di Kabupaten Jepara”.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra destinasi, fasilitas, dan persepsi harga berpengaruh terhadap minat berkunjung pada wisata di Kabupaten Jepara. Pengumpulan data menggunakan metode accidental sampling dan menghasilkan 97 responden. Menggunakan uji analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara citra destinasi dan persepsi harga terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata pantai di Kabupaten Jepara. Sementara fasilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan. Hasil secara simultan citra destinasi, fasilitas, dan persepsi harga berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata pantai di Kabupaten Jepara.⁴⁵

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada variabel *independent* yaitu citra destinasi dan fasilitas, metode pengambilan sampel *non probability sampling* dengan teknik

⁴⁵ Agung Slamet Sukardi and Elvira Ulil Afidah, “Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Pantai Di Kabupaten Jepara,” *Journal of Management and Digital Business* 4, no. 1 (2024): 15–29, <https://doi.org/10.53088/jmdb.v4i1.789>.

accidental sampel sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah variabel *independent* yaitu persepsi harga, variabel *dependent* minat berkunjung wisatawan ke objek wisata pantai di Kabupaten Jepara.

3. Jurnal Heurnius Timotius, Bonifasius MH Nainggolan 2023 yang berjudul “Pengaruh Citra Destinasi, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata Ecopark Ancol”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra destinasi, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata Ecopark Ancol. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *accidental sampel* dengan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang melakukan kunjungan ke Ecopark Ancol. Sampel data diperoleh melalui kuesioner yang telah diuji validitas dan realibilitasnya yang kemudian disebarakan kepada pengunjung Ecopark Ancol. Sampel data akhir yang digunakan dalam penelitian ini adalah sejumlah 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda yang diolah dengan bantuan software SPSS versi 29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra destinasi, kualitas pelayanan dan promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan

berkunjung. Secara bersama-sama (simultan) semua variabel independent berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.⁴⁶

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada variabel *independent* yaitu citra destinasi, metode pengambilan sampel *non probability sampling* dengan teknik *accidental sampel* sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah variabel *independent* yaitu kualitas pelayanan dan promosi, variabel *dependent* keputusan pengunjung ke Objek Wisata Ecopark Ancol.

4. Skripsi Shau Birina Shafira Abdullah 2023 yang berjudul “Pengaruh Fasilitas, Citra Destinasi, Dan Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Umbul Pelem Klaten”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Fasilitas, Citra Destinasi, Dan Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Umbul Pelem Klaten. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua wisatawan Umbul Pelem Klaten, Jawa Tengah. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Koefisien Determinasi ($R\text{-square}/R^2$), Uji Regresi Linear Berganda, dan Uji Hipotesis dengan bantuan program SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh

⁴⁶ Heurnius Timotius and Bonifasius MH Nainggolan, “Pengaruh Citra Destinasi, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Ecopark Ancol,” *Journal Human Capital Development* 10, no. 3 (2023): 1–15.

secara positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Sementara variabel citra destinasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Sedangkan variabel harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Variabel fasilitas, citra destinasi, dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.⁴⁷

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada variabel *independent* yaitu fasilitas, citra destinasi, dan harga, Variabel *dependent* kepuasan wisatawan sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah metode pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*.

5. Jurnal Anggi Agustine, Mahmud 2023 yang berjudul “Pengaruh Fasilitas Tempat, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Grand Maerakaca Semarang”.

Penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui pengaruh fasilitas tempat, kualitas pelayanan, dan citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung. Metodologi penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Pengunjung objek wisata Grand Maerakaca dijadikan sebagai populasi penelitian, dan 105 pengunjung dipilih secara acak dengan menggunakan teknik non-purposive sampling untuk mewakili sampel. Perangkat lunak bernama SPSS untuk Windows versi 26 digunakan untuk analisis data. Hasil penelitian ini

⁴⁷ Abdullah, *Pengaruh Fasilitas, Citra Destin. Dan Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Umbul Pelem Klaten*.

menunjukkan bahwa variabel fasilitas tempat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Sementara variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Sedangkan variabel citra destinasi juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Variabel fasilitas Tempat, Kualitas Pelayanan dan Citra Destinasi bersama-sama (simultan) terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Grand Maerakaca Semarang.⁴⁸

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada variabel *independent* yaitu fasilitas, citra destinasi, variabel *dependent* kepuasan pengunjung sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah variabel *independent* yaitu kualitas pelayanan, metode pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*.

6. Jurnal Soniya Listyo Anggraita 2023 yang berjudul “Pengaruh Fasilitas, Persepsi Harga dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Umbul Pongok Klaten”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tentang fasilitas, persepsi harga dan citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Umbul Pongok Klaten. Variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu fasilitas, persepsi harga dan citra destinasi sebagai variabel independen. Minat berkunjung kembali

⁴⁸ Agustine and Mahmud, “Pengaruh Fasilitas Tempat, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Grand Maerakaca Semarang.”

sebagai variabel dependen. Jenis penelitian menggunakan metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh wisatawan Umbul Ponggok Klaten. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *convenience sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis dalam penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda. Sedangkan pengolahan data menggunakan program SPSS versi 26. Hasil dalam penelitian ini membuktikan bahwa fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Umbul Ponggok Klaten. Persepsi Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Umbul Ponggok Klaten. Citra destinasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Umbul Ponggok Klaten. Hasil Uji F fasilitas, persepsi harga dan citra destinasi secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Umbul Ponggok Klaten.⁴⁹

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah variabel *independent* yaitu fasilitas dan citra destinasi, sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah variabel

⁴⁹ Soniya Listyo Anggraita, "Pengaruh Fasilitas, Persepsi Harga Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Umbul Ponggok Klaten," *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (BISMAK)* 3, no. 2 (2023): 93–103, <https://doi.org/10.47701/bismak.v3i2.2933>.

independent yaitu persepsi harga, variabel *dependent* menggunakan minat berkunjung kembali Pada Objek Wisata Umbul Pongok Klaten.

7. Jurnal Aqila Fakhra Mufza, Nidia Wulansari 2023 yang berjudul Pengaruh Fasilitas Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Pengunjung di Daya Tarik Wisata Sirukam Dairy Farm Kabupaten Solok.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung di daya tarik Wisata Sirukam Dairy Farm Kabupaten Solok, Penelitian ini berjenis deskriptif kuantitatif dengan metode survei bentuk hubungan kausal. Jumlah populasi sebanyak 9.247 orang dan sampel 100 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert yang sudah di uji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data terdiri dari deskripsi data, uji persyaratan analisis dengan uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas serta pengujian hipotesis dengan uji regresi linear berganda. Dengan menggunakan software SPSS 26.00. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas dan citra destinasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengunjung. Fasilitas dan citra destinasi berpengaruh secara

simultan terhadap kepuasan pengunjung di daya tarik wisata Sirukam Dairy Farm.⁵⁰

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah variabel *independent* yaitu fasilitas dan citra destinasi, variabel *dependent* kepuasan pengunjung sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah Penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel *independent*, metode pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*.

8. Jurnal Esi Kartika Dwi Putri, Rice Haryati, Tifani Ratu Firdaus 2022 yang berjudul Pengaruh Harga, Fasilitas Wisata Dan Atraksi Wisata Terhadap Kepuasan Konsumen Objek Wisata Puncak Lawang Agam.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel harga, fasilitas, atraksi wisata dan pengaruh simultan harga, fasilitas, dan atraksi wisata terhadap kepuasan konsumen objek wisata Puncak Lawang Agam. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan penelitian kuantitatif, jenis penelitian lapangan (*field research*) dan penelitian kepustakaan (*library research*). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, studi pustaka, dan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pengunjung pada objek wisata puncak lawang Agam sebanyak 191.076 orang, sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 100 pengunjung objek wisata puncak lawang. Metode analisis adalah analisis regresi linear

⁵⁰ Mufza and Wulansari, "Pengaruh Fasilitas Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Daya Tarik Wisata Sirukam Dairy Farm Kabupaten Solok."

berganda. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen objek wisata Puncak Lawang Agam. Variabel fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen objek wisata Puncak Lawang Agam. Variabel atraksi wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen objek wisata Puncak Lawang Agam. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel harga, fasilitas wisata dan atraksi wisata secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen objek wisata Puncak Lawang Agam.⁵¹

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah variabel *independent* yaitu harga dan fasilitas wisata, variabel *dependent* kepuasan konsumen sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah variabel *independent* yaitu atraksi wisata terhadap kepuasan konsumen Objek Wisata Puncak Lawang Agam.

9. Jurnal Ratih Wahyu Wulandari, Heny Sidanti, Dian Citaningtyas Ari Kadi 2022 yang berjudul Pengaruh Fasilitas Wisata, Persepsi Harga, Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Lawu Park Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan fasilitas wisata, persepsi harga, dan citra destinasi terhadap minat

⁵¹ Esi Kartika et al., "Pengaruh Harga, Fasilitas Wisata Dan Atraksi Wisata Terhadap Kepuasan Konsumen Objek Wisata Puncak Lawang Agam," *Jurnal Matua* 4, no. 2 (2022): 387–96.

berkunjung kembali ke Wisata Lawu Park Tawangmangu secara parsial dan simultan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang dipakai yaitu Teknik simple random sampling dengan jumlah sampel sebanyak 140 responden, dan teknik pengumpulan datanya adalah angket, wawancara, dan observasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial fasilitas wisata, persepsi harga, dan citra destinasi berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali ke Wisata Lawu Park Tawangmangu. Dan secara simultan fasilitas wisata, persepsi harga, dan citra destinasi berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali ke Wisata Lawu Park Tawangmangu.⁵²

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah variabel *independent* yaitu fasilitas wisata dan citra destinasi, variabel *dependent* kepuasan konsumen sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah variabel *independent* yaitu persepsi harga, variabel *dependent* yaitu minat berkunjung kembali Pada Wisata Lawu Park Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah, metode pengambilan sampel yaitu *simple random sampling*.

⁵² Ratih Wahyu Wulandari, Heny Sidanti, and Dian Citaningtyas Ari Kadi, "Pengaruh Fasilitas Wisata, Persepsi Harga Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Lawu Park Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah," *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 4 4, no. 3 (2022): 1–20.

10. Jurnal Chairul Anam 2020 yang berjudul Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Wisata Parimas Waterpark Mojokerto.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra destinasi, fasilitas wisata, dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Dengan menggunakan teknik survei berbasis kuesioner, pendekatan analisis regresi linear berganda. Sampel dari penelitian ini adalah 105 responden, yang mencakup pengunjung dari kalangan remaja sampai dewasa yang telah mengakses Parimas Waterpark dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Dengan pendekatan kuantitatif, penelitian ini melaksanakan serangkaian uji yang meliputi validitas, reliabilitas, serta asumsi klasik, termasuk uji f dan t, dengan menggunakan perangkat lunak SPSS 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra destinasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Fasilitas wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil analisis menunjukkan bahwa citra destinasi, fasilitas wisata, dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada wisata parimas waterpark Mojokerto.⁵³

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah variabel *independent* yaitu citra destinasi, fasilitas wisata, dan harga,

⁵³ Anam, "Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Wisata Parimas Waterpark Mojokerto."

variabel *dependent* kepuasan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada Wisata Parimas Waterpark Mojokerto sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah metode pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Hafizah Febiola, Hijriyantomi Suyuthie (2024)	Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Daya Tarik Wisata Bukit Chinangkiak Kabupaten Solok.	Menggunakan variabel <i>independent</i> harga dan fasilitas Menggunakan ariabel <i>dependent</i> kepuasan wisatawan. Menggunakan metode kuantitatif.	Variabel <i>independent</i> tidak menggunakan citra destinasi Terhadap Kepuasan Pengunjung di Daya Tarik Wisata Bukit Chinangkiak Kabupaten Solok. Penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel <i>independent</i> .
2.	Agung Slamet Sukardi, Elvira Ulil Afidah (2024)	Pengaruh citra destinasi, fasilitas, dan persepsi harga terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata pantai di Kabupaten Jepara	Menggunakan variabel <i>independent</i> citra destinasi dan fasilitas. Metode pengambilan sampel <i>non probability sampling</i> dengan teknik <i>accidental sampel</i> . Metode kuantitatif.	Variabel <i>independent</i> tidak menggunakan persepsi harga. Variabel <i>dependent</i> minat berkunjung wisatawan.
3.	Heurnius Timotius, Bonifasius MH Nainggolan (2023)	Pengaruh Citra Destinasi, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung ke	Menggunakan variabel <i>independent</i> citra destinasi. Metode <i>non probability</i>	Variabel <i>independent</i> tidak menggunakan kualitas pelayanan dan promosi. Variabel <i>dependent</i>

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Objek Wisata Ecopark Ancol	<i>sampling</i> dengan teknik <i>accidental sampel</i> . Metode kuantitatif	keputusan pengunjung.
4.	Shau Birina Shafira Abdullah (2023)	Pengaruh Fasilitas, Citra Destinasi, Dan Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Umbul Pelem Klaten	Menggunakan variabel <i>independent</i> fasilitas, citra destinasi, dan harga. Variabel <i>dependent</i> kepuasan wisatawan. Metode kuantitatif.	Metode pengambilan sampel: <i>purposive sampling</i> .
5.	Anggi Agustine, Mahmud (2023)	Pengaruh Fasilitas Tempat, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Grand Maerakaca Semarang	Menggunakan variabel <i>independent</i> fasilitas dan citra destinasi. Variabel <i>dependent</i> kepuasan pengunjung. Metode kuantitatif.	Variabel <i>independent</i> tidak menggunakan kualitas pelayanan Metode pengambilan sampel: <i>purposive sampling</i> .
6.	Soniya Listyo Anggraita (2023)	Pengaruh Fasilitas, Persepsi Harga dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Umbul Pongok Klaten	Menggunakan variabel <i>independent</i> fasilitas dan citra destinasi. Metode kuantitatif.	Variabel tidak menggunakan <i>independent</i> persepsi harga. Variabel <i>dependent</i> menggunakan minat berkunjung kembali. Metode pengambilan sampel <i>convenience sampling</i> .
7.	Aqila Fakhar Mufza, NidiaWulansari (2023)	Pengaruh Fasilitas Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Pengunjung di Daya Tarik Wisata	Menggunakan variabel <i>independent</i> fasilitas dan citra destinasi.	Penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel <i>independent</i> .

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Sirukam Dairy Farm Kabupaten Solok	Variabel <i>dependent</i> kepuasan pengunjung. Metode kuantitatif.	Metode pengambilan sampel: <i>purposive sampling</i> .
8.	Esi Kartika Dwi Putri, Rice Haryati, Tifani Ratu Firdaus (2022)	Pengaruh Harga, Fasilitas Wisata Dan Atraksi Wisata Terhadap Kepuasan Konsumen Objek Wisata Puncak Lawang Agam	Menggunakan variabel <i>independent</i> harga dan fasilitas wisata. Variabel <i>dependent</i> kepuasan konsumen. Metode kuantitatif.	Variabel tidak menggunakan <i>independent</i> atraksi wisata terhadap kepuasan konsumen Objek Wisata Puncak Lawang Agam.
9.	Ratih Wahyu Wulandari, Heny Sidanti, Dian Citaningtyas Ari Kadi (2022)	Pengaruh Fasilitas Wisata, Persepsi Harga, Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Lawu Park Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah	Menggunakan variabel <i>independent</i> fasilitas wisata dan citra destinasi. Metode kuantitatif.	Variabel <i>independent</i> tidak menggunakan persepsi harga. Variabel <i>dependent</i> menggunakan minat berkunjung kembali. Metode pengambilan sampel: <i>simple random sampling</i> .
10.	Chairul Anam, (2020)	Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Wisata Parimas Waterpark Mojokerto	Menggunakan variabel <i>independent</i> citra destinasi, fasilitas wisata, dan harga. Variabel <i>dependent</i> kepuasan pelanggan. Metode Kuantitatif.	Metode pengambilan sampel: <i>Purposive Sampling</i> .

Sumber: data diolah peneliti, 2024

Dari beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan, terdapat beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang telah

dilakukan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang fasilitas, harga dan citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan. Perbedaan dalam penelitian ini pada objek penelitian yaitu Umbul Bening Park.

B. Kajian Teori

1) Teori Kepuasan-Ekspektasi (*Expectancy- Disconfirmation Theory*)

Teori yang banyak digunakan untuk mengukur kepuasan melalui pemenuhan harapan pelanggan adalah teori EDT (*Expectancy Disconfirmation Theory*) yang dikembangkan oleh Richard L. Oliver pada tahun 1980. Secara garis besar diskonfirmasi adalah perbandingan atau perbedaan yang terjadi antara ekspektasi awal dengan kinerja (produk/jasa) yang diterima. Teori ini menyatakan bahwa kepuasan wisatawan tergantung pada perbandingan antara harapan sebelum melakukan perjalanan dengan pengalaman yang di alami selama kunjungan ke destinasi wisata. Jika pengalaman melebihi harapan, maka akan merasa puas; namun jika pengalaman kurang dari harapan, maka mungkin akan merasa kecewa.⁵⁴

Teori ini menjelaskan bagaimana kepuasan wisatawan terbentuk berdasarkan perbandingan antara ekspektasi yang dimiliki wisatawan dengan persepsi mereka terhadap kinerja produk atau layanan yang diterima. Wisatawan datang dengan ekspektasi tertentu

⁵⁴ Syaifuddin Fahmi, "Pengaruh Nilai, Manfaat Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Untuk Beralih (Studi Pada Pengguna Uang Elektronik Di Jawa Timur)," *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* 6, no. 4 (2023): 544–58, <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i4.309>.

terkait fasilitas, harga, dan citra destinasi yang diperoleh dari promosi, ulasan, atau rekomendasi orang lain. Jika kinerja yang dirasakan melebihi ekspektasi, pelanggan akan merasa puas (*positive disconfirmation*). Sebaliknya, jika kinerja yang diterima kurang dari ekspektasi, pelanggan akan merasa kecewa (*negative disconfirmation*). Jika kinerja yang diterima sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan merasa puas (*confirmation*).⁵⁵

Dalam konteks pariwisata, pemahaman tentang harapan dan ekspektasi wisatawan dapat membantu destinasi atau penyedia layanan untuk meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan.⁵⁶ Dengan fasilitas yang lengkap, bersih, dan terawat memberikan kenyamanan dan meningkatkan kesan positif selama kunjungan. Harga yang sesuai dengan kualitas layanan dan manfaat yang dirasakan wisatawan akan memperkuat rasa puas, sementara harga yang dianggap tidak sepadan dapat menurunkan kepuasan. Di sisi lain, citra destinasi, yang mencakup persepsi wisatawan terhadap daya tarik dan reputasi tempat wisata, memengaruhi ekspektasi awal mereka. Jika fasilitas, harga, dan citra destinasi dikelola dengan baik sehingga mampu memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi, maka wisatawan akan lebih mungkin memberikan ulasan positif, merekomendasikan destinasi kepada orang lain, dan berkunjung kembali. Sebaliknya, ketidaksesuaian antara

⁵⁵ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Andi, 2014), 361.

⁵⁶ I Nyoman Tri Sutaguna et al., *Perencanaan Pariwisata* (Cendikia Mulia Mandiri, 2024), 46-47.

ekspektasi dan realitas dapat menghambat loyalitas wisatawan dan merusak reputasi destinasi.

2) Kepuasan Wisatawan

a) Pengertian Kepuasan Wisatawan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.⁵⁷ Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang ketika menerima produk atau jasa yang ditawarkan serta membandingkan kinerja atas produk atau jasa yang diterima dengan harapan yang dimiliki.⁵⁸

Kepuasan itu merupakan perbandingan antara kinerja dan harapan, jika kita produk yang dirasakan lebih tinggi dari harapan maka wisatawan akan puas atau senang. Sebaliknya jika kinerja yang dirasakan lebih rendah dari harapan wisatawan akan kecewa atau tidak puas. Jika wisatawan datang dengan harapan yang kurang maka wisatawan akan semakin kuat sebaliknya mereka akan kecewa.⁵⁹

Kepuasan pengunjung muncul dari dalam hati pengunjung dengan perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan persepsi atau kesannya terhadap fasilitas dan pelayanan yang telah

⁵⁷ Philip dan Kevin Lane Keller Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 (Erlangga, 2009), 14.

⁵⁸ Rosdiana Daga, *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan*, (Makassar: Global Research And Consulting Institute (Global-RCI), 2017), 77.

⁵⁹ Nurdin Hikmah, *Pemasaran Pariwisata* (Penerbit NEM, 2021), 95.

disediakan dan harapan - harapannya sebelumnya. Jika kenyamanan yang dirasakan memenuhi harapan maka pengunjung akan merasa puas, sebaliknya jika tidak memenuhi harapannya maka pengunjung akan kecewa dan merasa tidak puas. Kepuasan yang tinggi terhadap tempat wisata yang dikunjungi menciptakan kelekatan emosional, bukan hanya sekedar kesukaan atau preferensi rasional, akhirnya akan tercipta kesetiaan pengunjung untuk kembali berkunjung.⁶⁰

b) Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Lupyodi menyatakan ada 5 faktor yang harus diperhatikan oleh Perusahaan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu.⁶¹

a) Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b) Kualitas pelayanan

Terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

⁶⁰ M. Trihudyatmanto Layli Sa'adah, Eko Prawoto, Meftahudin, "Pengaruh Harga, Fasilitas, Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Lubang Kilat Di Desa Riam Tinggi Kabupaten Lamandau," *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah* 3, no. 3 (2023): 63–76, <https://doi.org/10.32699/jamasy.v3i3.5406>.

⁶¹ Desi Ratnasari, *Strategi Pemasaran Dan Kepuasan Konsumen* (Malang: Literasi Nusantara Abadi, 2023), 58-59.

c) Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

d) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

e) Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa tersebut cenderung puas terhadap produk atau jasa itu. faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan wisatawan.

c) Indikator Kepuasan Wisatawan

Menurut Kotler indikator kepuasan wisatawan terdiri dari:⁶²

a. Kesesuaian Harapan Wisatawan

Kesesuaian antara hasil yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi: hasil yang diperoleh sesuai apa yang diharapkan, pelayanan oleh karyawan sesuai yang diharapkan, dan fasilitas yang diperoleh sesuai yang diharapkan.

b. Minat Berkunjung Kembali

Kesediaan pelanggan atau pengunjung untuk berkunjung kembali, meliputi: berminat berkunjung kembali karena pelayanan yang diperoleh memuaskan, berminat berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh memuaskan atau melebihi yang diharapkan, dan fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

c. Kesiediaan Merekomendasikan

Kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan yang dirasakan kepada teman atau keluarganya, meliputi: menyarankan teman atau kerabat untuk berkunjung karena pelayanan yang memuaskan, fasilitas penunjang yang disediakan dapat dimanfaatkan dan memuaskan, dan

⁶² Eni Candra Nurhayati, "Pengaruh Aksesibilitas, Fasilitas Dan Daya Tarik Terhadap Kepuasan Wisatawan," *JPEKBM: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan Bisnis Dan Manajemen* 3, no. 2 (2019): 67–82, <https://doi.org/10.32682/jpekbm.v3i1.2485>.

menyarankan teman atau kerabat karena manfaat yang didapat memuaskan.

3) Fasilitas

a) Pengertian Fasilitas

Menurut Tjiptono fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen.⁶³ Karena suatu bentuk jasa tidak dapat dilihat, dicium dan tidak dapat diraba maka aspek wujud fisik menjadi hal yang penting dari suatu pelayanan.⁶⁴ Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan.

Fasilitas merupakan penunjang sebuah tempat untuk membuat kesan pertama kali oleh para wisatawan. Fasilitas yang baik dan optimal akan membuat wisatawan merasa puas sedangkan fasilitas yang kurang optimal akan membuat wisatawan kurang puas karena selain tempat wisatanya fasilitas juga merupakan penunjang tempat pariwisata.⁶⁵ Fasilitas wisata merupakan sarana yang bertujuan untuk melayani dan mempermudah kegiatan atau

⁶³ Hery Purnomo, Rino Sardanto, and Basthoumi Muslih, *Kepuasan Konsumen Jasa Hotel* (Nganjuk: Adjie Media Nusantara, 2020), 22.

⁶⁴ Muslih Dwi Prasetyo, Susanto Susanto, and Bernadetta Diansepti Maharani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Pelanggan Barbershop Pojur Yogyakarta," *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 9, no. 1 (2021): 23–32, <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.427>.

⁶⁵ Peggy Rahma Alana and Tanto Askriyandoko Putro, "Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek," *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, 2020, 180–94.

aktivitas pengunjung atau wisatawan yang dilakukannya untuk mendapat pengalaman rekreasi.⁶⁶

Pemberian fasilitas memegang peranan yang penting dalam perkembangan perusahaan, dimasa-masa yang akan datang. Karenanya perusahaan jasa perlu memberikan fasilitas yang sebaik baiknya kepada konsumennya. Tujuan dari fasilitas adalah untuk mencapai tingkat kepuasan konsumen dan diharapkan konsumen akan mau untuk mengulangi lagi membeli jasa yang disediakan oleh perusahaan. Dengan begitu perusahaan telah membentuk suatu kesan yang baik terhadap konsumen sehingga mendorong mereka agar mau berhubungan dengan perusahaan setiap kali mereka membutuhkan jasa yang ada pada perusahaan.⁶⁷ Ayat tentang fasilitas terdapat dalam Q.S. Al-Isra' ayat 70 yang berbunyi sebagai berikut:

وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِّنَ
الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَىٰ كَثِيرٍ مِّمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا ﴿٧٠﴾

Artinya : Sungguh, Kami telah memuliakan anak cucu Adam dan Kami angkut mereka di darat dan di laut. Kami anugerahkan pula kepada mereka rezeki dari yang baik-baik dan Kami lebihkan mereka di atas banyak makhluk yang Kami ciptakan dengan kelebihan yang sempurna. (Q.S. Al-Isra' (15): 70)⁶⁸

⁶⁶ Ronald P. C. Fanggidae and Maria Leliana R. Bere, "Pengukuran Tingkat Kepuasan Wisatawan Terhadap Fasilitas Wisata Di Pantai Lasiana," *Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas* 4, no. 1 (2020): 53–66, <https://doi.org/10.12962/j26151847.v4i1.6833>.

⁶⁷ Syamsul Arifin, Nur Aini Anisa, and Priyo Utomo, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Ahas Daya Motor Surabaya," *Journal on Education* 5, no. 3 (2023): 9629–36, <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1840>.

⁶⁸ "Q.S. Al-Isra': 70," 2025, <https://quran.kemenag.go.id/>.

Berdasarkan ayat tersebut, maka penulis menyimpulkan pentingnya menyediakan fasilitas yang memadai untuk memenuhi kebutuhan dan kenyamanan wisatawan. Fasilitas seperti area parkir, kamar mandi, tempat istirahat, tempat ibadah dan wahana rekreasi merupakan wujud nyata dari pengelolaan bumi yang bijaksana. Penyediaan fasilitas yang baik juga mencerminkan syukur kepada Allah atas nikmat yang telah diberikan, Sekaligus wujud apresiasi terhadap hak-hak manusia untuk menikmati lingkungan yang nyaman.

b) Pengelompokan Fasilitas

Menurut Spillane fasilitas adalah penunjang dalam pelaksanaan kegiatan wisata pada objek wisata. Menurut teori Spillane Fasilitas dikelompokkan menjadi tiga bagian yaitu:⁶⁹

- 1) Fasilitas utama, merupakan sarana yang sangat dibutuhkan dan dirasakan sangat perlu selama pengunjung berada disuatu objek wisata. Indikator fasilitas utama yaitu meliputi kebersihan, kenyamanan, dan keindahan.
- 2) Fasilitas pendukung, sarana sebagai pelengkap fasilitas utama sehingga wisatawan akan merasa lebih betah. Terdiri atas akomodasi (penginapan), tempat makan, tempat parkir, tempat belanja, transportasi.

⁶⁹ Desika Nur Jannah, "Fasilitas Hotimart Agro Center Sebagai Daya Tarik Wisatawan Di Kabupaten Semarang," *Journal of Tourism Destination and Attraction* 9, no. 3 (2021): 1–14, <https://doi.org/https://doi.org/10.35814/tourism.v9i3.2136>.

- 3) Fasilitas pelengkap, merupakan sarana yang sangat dibutuhkan dan dirasakan sangat perlu selama pengunjung berada disuatu objekwisata. Fasilitas pelengkap yang terdiri atas fasilitas pokok seperti toilet umum, tempat ibadah seperti masjid, pemandu wisata, dan pusat informasi.

c) Indikator Fasilitas

Menurut Sumayang menjelaskan beberapa indikator yang perlu diperhatikan dalam penyediaan fasilitas antara lain :⁷⁰

- 1) Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan.

Keadaan fasilitas perusahaan yang dilengkapi oleh atribut yang menyertainya dan didukung dengan kebersihan dan kerapian saat konsumen menggunakan fasilitas tersebut.

- 2) Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan.

Fasilitas yang berfungsi dengan baik dan tidak mengalami kerusakan.

- 3) Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan.

Fasilitas yang ditawarkan kepada konsumen adalah fasilitas yang sudah familier bagi konsumen sehingga konsumen dapat menggunakannya dengan mudah.

- 4) Kelengkapan alat yang digunakan adalah alat yang digunakan oleh konsumen sesuai dengan spesifikasinya.

⁷⁰ Bartolomeus Herawan Mintardjo, "Pengaruh Kenyamanan Ruang Pulik, Pelayanan Dan Fasilitas Taman Jayawijya Mojosonggo Di Surakarta Terhadap Kepuasan Wisatawan."

4) Harga

a) Pengertian Harga

Harga merupakan faktor penting dan salah satu yang paling menentukan dalam minat beli konsumen. Harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Dalam arti luas harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan yang dimiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Jadi harga merupakan satu-satunya elemen dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu perusahaan.⁷¹

Menurut Kotler dan Amstrong bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai dari yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk terjaga tersebut. Secara luas, harga adalah jumlah seluruh nilai yang diberikan pelanggan untuk memperoleh manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa.⁷²

Adapun landasan hukum mengenai ketentuan-ketentuan yang berhubungan dengan penetapan harga terdapat dalam firman Allah SWT yaitu pada Q.S An-Nisa ayat 29 yang berbunyi sebagai berikut :⁷³

⁷¹ Sudiyono, Maris Kurniawati, and Rita Indah Mustikowati, *Manajemen Pemasaran Usaha Wisata*, 2018, 21.

⁷² Desi Ratnasari, *Strategi Pemasaran Dan Kepuasan Konsumen*, 20.

⁷³ "Qur'an Kemenag," accessed Desember 25, 2024, <https://quran.kemenag.go.id/>.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا
 أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ
 كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S An-Nisa (5): 29)⁷⁴

Berdasarkan ayat tersebut, maka penulis menyimpulkan bahwa harga dalam perspektif Islam itu merupakan hasil yang didapatkan dari proses akad antara penjual dan pembeli dengan saling meridhai antara keduanya tanpa ada pihak yang terzalimi. Penetapan harga yang wajar tidak hanya mendorong kepuasan wisatawan, tetapi juga memperkuat kepercayaan terhadap pengelola dalam menjaga etika bisnis islam.

b) Peranan Harga

Adapun peran penting dalam pengambilan keputusan pada harga adalah:⁷⁵

- a. Peranan alokasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian dengan adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya

⁷⁴ “Q.S An-Nisa: 29,” 2025, <https://quran.kemenag.go.id/>.

⁷⁵ Moch. Chotib, *Manajemen Pemasaran* (Jember: Pena Salsabila, 2012), 98.

belinya pada berbagai jenis barang atau jasa. Pembeli membandingkan harga dari berbagai alternatif yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki.

- b. Peranan informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor –faktor produk, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara objektif.
- c. Persepsi yang sering berlaku bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi.

c) Tujuan Penetapan Harga

Menurut Swastha tujuan dalam penetapan harga, antara lain:⁷⁶

- a. Mendapatkan laba maksimum.

Terjadinya harga. ditentukan oleh penjual dan pembeli.

Semakin besar daya beli konsumen, semakin besar juga kemungkinan penjual untuk mendapatkan tingkat harga yang lebih tinggi.

- b. Mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan atau pengembalian pada penjualan bersih.

Harga yang dapat dicapai dalam penjualan dimaksudkan untuk investasi secara berangsur. Dana yang dipakai untuk mengembalikan investasi hanya bisa diambil

⁷⁶ Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, 41-42.

dari laba perusahaan dan laba hanya bisa diperoleh apabila harga jual lebih besar dari jumlah biaya sebelumnya.

c. Mencegah atau mengurangi persaingan.

Tujuan mencegah atau mengurangi persaingan dapat dilakukan melalui kebijakan harga. Hal tersebut dapat diketahui apabila para penjual menawarkan barang dengan harga yang sama. Oleh sebab itu, persaingan hanya mungkin dilakukan tanpa melalui kebijakan harga.

d. Mempertahankan dan memperbaiki market share.

Dalam hal ini harga merupakan faktor yang penting. Bagi perusahaan kecil yang memiliki kemampuan sangat terbatas, biasanya penentuan harga ditunjukkan untuk sekedar mempertahankan market share. Perbaikan market share kurang diutamakan apabila persaingan sangat ketat.

d) Indikator Harga

Menurut Kotler, terdapat lima indikator yang mencirikan harga. Keenam indikator tersebut:⁷⁷

1) Keterjangkauan harga

Harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan sesuai dengan target segmen pasar yang dipilih.

⁷⁷ Meithiana Indrasari, 42-43.

2) Kesesuain harga dengan kualitas produk

Kualitas produk menentukan besarnya harga yang akan ditawarkan kepada konsumen.

3) Daya saing harga

Harga yang ditawarkan apakah lebih tinggi atau dibawah rata-rata dari pada pesaing.

4) Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen akan merasa puas ketika mereka mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi apa yang ditawarkan sesuai dengan nilai yang mereka keluarkan.

5) Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan

Ketika harga tidak sesuai dengan kualitas dan konsumen tidak mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi, konsumen akan cenderung mengambil keputusan untuk tidak melakukan pembelian. Sebaliknya jika harga sesuai, konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli.

5) Citra Destinasi

a) Pengertian Citra Destinasi

Menurut Tasci dan Kozak Citra destinasi adalah persepsi individu terhadap karakteristik destinasi yang dapat dipengaruhi oleh informasi promosi, media massa serta banyak faktor lainnya, sedangkan menurut Pitana citra destinasi adalah kepercayaan yang

dimiliki oleh wisatawan mengenai produk atau pelayanan yang wisatawan beli atau akan beli. Citra destinasi tidak selalu terbentuk dari pengalaman atau fakta, tetapi dapat dibentuk sehingga menjadi faktor motivasi atau pendorong yang kuat untuk melakukan perjalanan wisatawan ke suatu destinasi pariwisata.⁷⁸

Citra destinasi pariwisata adalah salah satu elemen kunci dalam pemasaran pariwisata. Citra ini mencerminkan persepsi yang dimiliki oleh wisatawan potensial terhadap suatu destinasi. Ketika suatu destinasi memiliki citra yang positif, hal itu dapat meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi destinasi tersebut. Sebaliknya, citra yang negatif dapat menghambat pertumbuhan pariwisata.⁷⁹

Citra destinasi berkaitan erat dengan gambaran atau persepsi seseorang terhadap suatu tempat. Dengan demikian pada umumnya citra destinasi masing-masing orang berbeda atau bersifat subjektif berdasarkan pada persepsi mereka terhadap semua tempat yang mereka pernah kunjungi atau dengar. Jika suatu destinasi memiliki citra yang menarik, unik, dan menawarkan pengalaman.⁸⁰ Citra destinasi yang positif dapat menciptakan daya tarik yang kuat bagi wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat.

⁷⁸ Elvera, *Kepuasan Dan Loyalitas Wisatawan*, 23.

⁷⁹ Youmil Abrian et al., "Pengalaman Wisata Dan Citra Destinasi: Sebuah Kajian Pustaka Sistematis," *Indonesian Journal of Tourism and Leisure* 4, no. 2 (2023): 125–38, <https://doi.org/10.36256/ijtl.v4i2.347>.

⁸⁰ Timotius and Nainggolan, "Pengaruh Citra Destinasi, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Ecopark Ancol."

Wisatawan cenderung tertarik pada destinasi yang memiliki citra positif yang memberikan kesan bahwa mereka akan memiliki pengalaman yang menyenangkan dan berharga.⁸¹

b) Indikator Citra Destinasi

Citra destinasi dapat diukur melalui 3 indikator yaitu:⁸²

a) Citra Destinasi Kognitif (*cognitive destination image*)

Penilaian seseorang dari keyakinan informasi atau pengetahuan yang didapat terhadap suatu objek atau destinasi, yang terdiri dari lingkungan, infrastruktur, aksesibilitas, dan atraksi wisata.

b) Citra Destinasi Unik (*unique destination image*)

Keunikan yang dimiliki suatu destinasi yang berbeda dari destinasi wisata yang lain, yang terdiri dari kemenarikan suatu destinasi (kuliner dan souvenir), lingkungan alam, dan atraksi lokal.

c) Citra Destinasi Afektif (*affective destination image*)

Cerminan emosi serta perasaan dari seseorang terhadap suatu destinasi, yang terdiri dari perasaan aman dan nyaman, perasaan menyenangkan, dan perasaan santai.

⁸¹ Ersya Arkananti, "Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Wisata Loang Baloq Kota Mataram."

⁸² Annisa Eka Gustia and Trisna Putra, "Citra Destinasi Pantai Padang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Di Sumatera Barat," *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan* 2, no. 1 (2021): 7–12, <https://doi.org/10.24036/jkpbp.v2i1.24872>.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Kuantitatif adalah merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan menggunakan data data numerik, kemudian dianalisis menggunakan statistik.⁸³ Jenis pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan *assosiatif*, pendekatan *assosiatif* ialah suatu rumusan masalah yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih, terdapat 3 bentuk hubungan *assosiatif* yaitu hubungan simetris, hubungan kausal, dan hubungan interaktif. Pada penelitian ini menggunakan bentuk pendekatan *assosiatif* bentuk hubungan kausal. Hubungan kausal adalah yang bersifat sebab akibat, jadi terdapat variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi).⁸⁴

Alasan peneliti menggunakan pendekatan *assosiatif* karena untuk mengetahui pengaruh fasilitas, harga, dan citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang

⁸³ Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Tindakan* (Bandung: Refika Aditama, 2012).

⁸⁴ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 36.

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁸⁵ Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung di objek wisata Umbul Bening Park Banyuwangi pada tahun 2024.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Maka dari itu peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representatif* (mewakili).⁸⁶

Dalam menentukan sampel, peneliti menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁸⁷ Jenis metode *non probability sampling* yang akan dipakai adalah *insidental sampling*. *Insidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan *insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.⁸⁸ Sampel yang peneliti gunakan

⁸⁵ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 80.

⁸⁶ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 81.

⁸⁷ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 84.

⁸⁸ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 85.

sebagai sumber informasi dalam penelitian ini yaitu pengunjung Umbul Bening Park dengan minimal 17 tahun.

Mengingat populasi yang besar dan tidak diketahui seberapa besar jumlahnya (infinit), sehingga tidak mungkin bagi peneliti untuk mempelajari seluruh populasi yang ada karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu yang dimiliki peneliti maka peneliti mengambil beberapa sampel dari populasi yang ada yakni 112 responden.

Menurut Ferdinand dalam penelitian yang tidak diketahui jumlah populasinya maka jumlah sampel yang bisa diambil dan representative adalah tergantung pada jumlah indikator dalam penelitian dikali 5 sampai 10, syarat jumlah sampel 100- 200 responden, indikator dalam penelitian ini berjumlah 14 indikator kemudian dikalikan 8 sehingga mendapatkan jumlah 112 responden.⁸⁹ Pemilihan angka 8 sebagai kelipatan dari indikator bertujuan untuk memastikan bahwa jumlah sampel yang dikumpulkan cukup besar dan representatif, serta memiliki kekuatan statistik yang memadai untuk menguji hubungan antar variabel yang diteliti.

C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

⁸⁹ Hersa Farida Qoriani, Uswatun Hasanah, Moch. Chotib, "Pengaruh Harga, Persediaan Barang Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening," *Jurnal Syntax Admiration* 4, no. 10 (2023), <https://doi.org/https://doi.org/10.46799/jsa.v4i10.730>.

a. Wawancara

Wawancara adalah cara pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan tujuan penelitian. Wawancara dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan, dan merupakan cara memperoleh data yang bersifat langsung.⁹⁰

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.⁹¹

Kuesioner nantinya akan dibagikan kepada pengunjung di objek wisata Umbul Bening Park secara langsung. Kemudian responden diminta untuk menjawab pertanyaan yang sudah tertera di dalam *google form* tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *skala likert* untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok

⁹⁰ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 137.

⁹¹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 142.

orang tentang fenomena sosial. Dengan *skala likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.⁹²

Tabel 3. 1
Skala Likert

Kode	Keterangan	Skor
SS	(Sangat Setuju)	5
S	(Setuju)	4
N	(Netral)	3
TS	(Tidak Setuju)	2
STS	(Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber: skala likert menurut Sugiyono, 2022

D. Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.⁹³

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang terkait langsung dengan masalah penelitian dan dijadikan bahan analisis serta penarikan kesimpulan dalam penelitian. Data primer diperoleh dari pengunjung di Objek wisata Umbul Bening Park Banyuwangi, melalui kuesioner yang telah disebarakan kepada

⁹² Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 93.

⁹³ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 147.

responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, analisis data menggunakan alat bantu berupa program SPSS untuk menguji pengaruh pengaruh Fasilitas, Harga, dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi.

Berikut ini merupakan jenis-jenis pengujian yang akan dilakukan dalam menganalisis data:

1. Uji Instrumen

Sebelum melakukan uji regresi linear berganda, maka perlu melakukan uji instrumen terlebih dahulu. Uji instrumen diantaranya adalah uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat ukuran suatu instrumen memiliki tingkat kevalidan. Apabila suatu instrumen memiliki tingkat validitas tinggi maka data tersebut dinilai valid dan dapat dianggap mewakili variabel yang diukur sesuai yang diinginkan oleh peneliti, sedangkan apabila nilai validitas rendah maka instrumen tersebut masih belum valid, instrumen tersebut kurang mewakili variabel yang diteliti.⁹⁴

Penilaian uji validitas dapat dilihat dari data nilai r hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) dibandingkan dengan r tabel, yaitu:

⁹⁴ Aminatus Zahriyah et al., *Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS*, (Jember:Mandala Press, 2021), 144.

1. Apabila nilai r hitung $> r$ tabel dan $\text{sig} < 0,05$ maka data tersebut dikatakan valid.
2. Apabila nilai r hitung $< r$ tabel dan $\text{sig} > 0,05$ maka data tersebut dikatakan tidak valid.⁹⁵

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji untuk mengetahui apakah suatu data memiliki konsistensi atau keteraturan dari hasil pengukuran. Hal ini dilakukan untuk mengetahui instrumen tersebut layak atau tidak digunakan sebagai alat ukur kepada responden. Metode pengujian reliabilitas dengan metode *Cronbach's Alpha* yang digunakan untuk menentukan data reable atau tidak.

Pengukuran menggunakan metode *Cronbach's Alpha* menggunakan skala 0 sampai 100, apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 70% atau 0,70 maka instrumen tersebut dikatakan *reable*.

Sebaliknya jika nilai *Cronbach's Alpha* kurang dari 70% atau 0,70 maka instrumen tersebut tidak *reable*.⁹⁶

2. Uji Asumsi klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya normalitas residual, multikolonieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Model regresi linear dapat disebut dapat disebut model regresi yang baik apabila memenuhi beberapa asumsi klasik

⁹⁵ Zahriyah et al., *Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS*, 119.

⁹⁶ Zahriyah et al., *Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS*, 109.

yaitu data residual terdistribusi normal, tidak ada multikolonieritas, dan heteroskedastisitas.⁹⁷

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak.⁹⁸ Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Kelebihan dari uji normalitas *kolmogorov smirnov* adalah sederhana dan tidak menimbulkan perbedaan persepsi di antara satu pengamat dengan pengamat lain, yang sering terjadi pada uji normalitas dengan menggunakan grafik. Konsep dasar dari uji normalitas *kolmogorov smirnov* adalah dengan membandingkan distribusi data atau data yang akan diuji normalitasnya dengan distribusi normal baku.⁹⁹

Dasar pengambilan keputusannya yaitu:

1. Jika nilai Signifikan $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.
2. Jika nilai Signifikan $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Salah satu asumsi dari regresi berganda dalam metode OLS adalah tidak ada hubungan linier antar variabel-variabel *independent*. Jika antar variabel *independent* dalam satu regresi

⁹⁷ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistika Ekonomidan Bisnis Dengan SPSS* (Ponorogo: Wade Grup, 2016), 107.

⁹⁸ Sihabudin et al., *Ekonometrika Dasar Teori Dan Praktik Berbasis SPSS* (Jawa Tengah: CV. Pena Persada, 2021), 75.

⁹⁹ Zahriyah et al., *Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS*, 70.

terdapat hubungan linier, maka hal itu disebut dengan multikolinieritas.¹⁰⁰

Syarat pengambilan keputusan multikolinieritas yaitu:

1. Jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji. Sebaliknya jika nilai tolerance lebih kecil dari 0,10 maka artinya terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.
2. Dengan melihat nilai VIF (Varian Infloating Factor): Jika nilai $VIF \leq 10,00$ maka tidak terjadi multikolinieritas, sebaliknya jika nilai VIF lebih besar dari 10,00 maka artinya terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.¹⁰¹

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi.¹⁰² Salah satu cara yang akurat untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji *Glejser*. Dasar pengambilan uji heteroskedastisitas *Glejser* yaitu apabila nilai Signifikan (Sig.) $> 0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.¹⁰³

¹⁰⁰ Zahriyah et al., *Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS*, 82.

¹⁰¹ Sihabudin et al., *Ekonometrika Dasar Teori Dan Praktik Berbasis SPSS*, 141.

¹⁰² Zahriyah et al., *Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS*, 89.

¹⁰³ Sihabudin et al., *Ekonometrika Dasar Teori Dan Praktik Berbasis SPSS*, 136.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis statistik yang digunakan untuk menguji hubungan pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel terikat (*dependent*).¹⁰⁴ Dengan rumus ekonometrika sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = kepuasan wisatawan

α = konstanta/kemiringan slope

β_1 = koefisien regresi pertama

β_2 = koefisien regresi kedua

β_3 = koefisien regresi ketiga

X_1 = fasilitas

X_2 = harga

X_3 = citra destinasi

e = *error term*

4. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori dan belum menggunakan fakta. Oleh karena itu, setiap penelitian yang dilakukan memiliki suatu hipotesis atau jawaban sementara terhadap penelitian yang akan dilakukan. Dari hipotesis

¹⁰⁴ Zahriyah et al., *Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS*, 62.

tersebut akan dilakukan penelitian lebih lanjut untuk membuktikan apakah hipotesis tersebut benar adanya atau tidak benar.¹⁰⁵

a. Uji T (Parsial)

Uji T bertujuan untuk menguji apakah nilai koefisien regresi mempunyai pengaruh yang signifikan. Dalam uji t akan membandingkan t hitung dengan t tabel dengan taraf sig 0,05% dan nilai koefisien yang diperoleh.

Penentuan penerimaan hipotesis dengan uji t dapat dilakukan berdasarkan tabel t. Nilai t hitung hasil regresi dibandingkan dengan nilai t pada tabel.

1. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial.
2. Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial.

b. Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel *independent* secara bersama-sama (simultan mempengaruhi variabel *dependent*).

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel *independent* secara bersama-sama terhadap variabel *dependent*.

Penentuan uji F yaitu dilihat pada nilai signifikan $F < 0,05$ maka dapat diartikan bahwa variabel *independent* secara simultan mempengaruhi variabel *dependent*. Pengambilan keputusan dilihat

¹⁰⁵ Linda Rosanila et.al., *Buku Ajar Statistika* (Padang: CV. Muharika Rumah Ilmiah, 2021), 45.

nilai F yang terdapat pada tabel ANOVA, tingkat signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05.¹⁰⁶

c. Uji Koefisien determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui besarnya sumbangan variabel bebas (X) terhadap variasi (naik-turunnya) variabel Y dari persamaan regresi tersebut. Semakin besar n (ukuran sampel) maka nilai R^2 cenderung semakin kecil.¹⁰⁷



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

¹⁰⁶ Syarifuddin, Ibnu Al Saudi, *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Menggunakan SPSS* (Palangkaraya: Bobby Digital Center, 2022), 77-78.

¹⁰⁷ Sihabudin et al., *Ekonometrika Dasar Teori Dan Praktik Berbasis SPSS*, 93.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Profil

Umbul Bening adalah sebuah objek wisata pemandian yang terletak di Desa Sumbergondo, Kecamatan Glenmore, Kabupaten Banyuwangi, berjarak sekitar 35 KM dari kota Banyuwangi. Sebelum menjadi destinasi wisata seperti sekarang, kawasan ini dulunya merupakan area persawahan milik warga. Namun, kondisi alam di wilayah tersebut memiliki karakteristik yang unik, yaitu tanah yang selalu tergenang air akibat keberadaan sumber mata air yang sangat melimpah. Hal ini menyebabkan sawah-sawah di daerah tersebut tidak bisa diolah secara optimal.

Pada tahun 2010, pemandian Umbul Bening mulai dibangun. Awalnya hanya berupa kolam sederhana yang memanfaatkan aliran air alami. Namun karena airnya yang jernih, segar, dan tidak mengandung kaporit, banyak warga yang tertarik datang untuk mandi dan bermain air. Seiring waktu, jumlah pengunjung terus bertambah, sehingga pembangunan terus dikembangkan. Kini, Umbul Bening berdiri di atas lahan seluas ±8 hektar dan menjadi salah satu waterpark terbesar di Banyuwangi.

Harga tiket masuk pada hari biasa (Senin–minggu), harga tiket masuk Rp25.000 per-orang. Sedangkan pada hari besar (seperti Hari

Raya Idul Fitri, Nyepi) tiket masuk dikenakan Rp30.000 per-orang. Dengan harga tersebut, pengunjung sudah bisa menikmati seluruh area kolam dan wahana yang tersedia di dalam lokasi wisata. Selain itu, pihak pengelola juga terus menjaga kebersihan dan keamanan pengunjung, sehingga Umbul Bening tetap menjadi tempat wisata yang ramah keluarga. Petugas juga selalu siaga di sekitar kolam untuk mengawasi aktivitas pengunjung, terutama anak-anak.

Salah satu daya tarik utama di Umbul Bening adalah wahana waterboom-nya. Terdapat dua seluncuran utama yang menjadi favorit pengunjung, yakni seluncuran setinggi 25 meter dan satu lagi setinggi 15 meter. Wahana ini sangat diminati oleh para pengunjung, terutama anak-anak muda yang mencari sensasi bermain air dari ketinggian. Selain seru, wahana ini juga menjadi ikon utama yang membedakan.

Selain kolam dan waterboom, Umbul Bening juga dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang menunjang kenyamanan pengunjung. Di dalam kawasan wisata ini terdapat taman bermain anak, gazebo untuk bersantai, food court atau tempat makan, mushola, toilet. Semua fasilitas tersebut disediakan demi kenyamanan pengunjung yang datang. Suasana di sekitar Umbul Bening juga sangat mendukung untuk wisata keluarga. Dikelilingi pepohonan dan berada di ketinggian sekitar 350–450 meter di atas permukaan laut, udara di tempat ini terasa sejuk dan asri. Dikelilingi pepohonan dan berada di ketinggian

sekitar 350–450 meter di atas permukaan laut, udara di tempat ini terasa sejuk dan asri.

2. Visi dan Misi

a. Visi

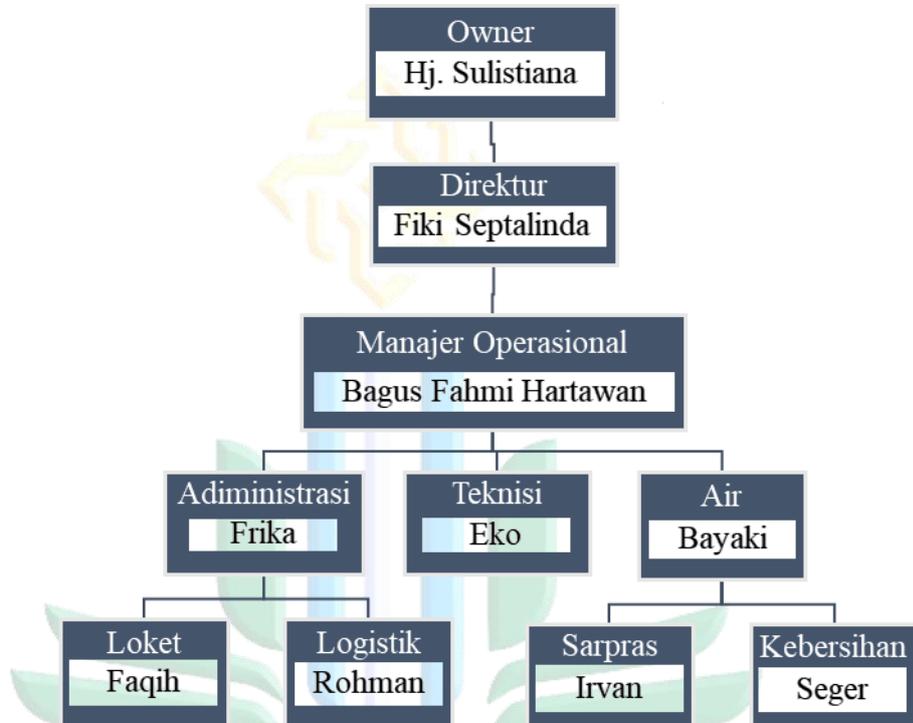
Menjadikan Umbul Bening sebagai destinasi *waterpark* terbesar, terlengkap, dan terfavorit di Banyuwangi serta wilayah Tapal Kuda yang berbasis wisata alam, edukasi, dan keluarga.

b. Misi

1. Mengembangkan fasilitas *waterpark* modern yang tetap berpadu harmonis dengan keindahan alam dan sumber air alami.
2. Memberikan pelayanan terbaik dan pengalaman rekreasi air yang aman, nyaman, dan menyenangkan bagi semua kalangan.
3. Menjaga kelestarian sumber daya alam, khususnya sumber mata air, sebagai kekuatan utama daya tarik wisata Umbul Bening.
4. Menjadikan Umbul Bening sebagai ikon wisata unggulan di Banyuwangi dan pusat rekreasi air terbesar di wilayah Tapal Kuda.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

3. Struktur Organisasi



Gambar 4. 1

Struktur Organisasi Umbul Bening Park

Sumber: Wawancara Bapak Fahmi Bagus Hartawan

B. Penyajian Data

Dalam penyajian data karakteristik responden pada penelitian ini terbagi dalam jenis kelamin responden dan usia responden, data yang didapatkan dari hasil pengisian kuisioner oleh responden akan disajikan dalam tabel dibawah ini, pengumpulan data dari responden menggunakan teknik penelitian sampling purposive yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sehingga layak dijadikan sampel. Pertimbangan tersebut yaitu usia pengujung minimal 17 tahun.

1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 1
Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi
1	Laki-laki	22
2	Perempuan	90
	Jumlah	112

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan data dari tabel 4.1 menunjukkan bahwa jumlah responden didominasi oleh perempuan dengan jumlah 90 orang atau 80,36%, sedangkan laki-laki hanya 22 orang atau 19,64%. Jumlah total responden yaitu 112 orang.

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4. 2
Data Responden Berdasarkan Umur

No.	Umur	Frekuensi
1	17-20 tahun	9
2	21-25 tahun	89
3	26-30 tahun	10
4	>30 Tahun	4
	Jumlah	112

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan data dari tabel 4.2 menunjukkan bahwa jumlah responden didominasi oleh responden berumur 21 – 25 tahun dengan jumlah 89 orang atau 79,46%, kemudian disusul dengan responden 26 – 30 yaitu 10 orang atau 8,93%, responden 17 – 20 tahun yaitu 9 orang atau 8,04%, lalu responden < 30 tahun berjumlah 4 orang atau 3,57%. Jumlah total responden yaitu 112 orang.

C. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah metode statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan menyajikan atau menggambarkan data yang diperoleh sebagaimana adanya, tanpa bertujuan untuk menarik kesimpulan yang berlaku secara umum atau melakukan generalisasi.

Tabel 4. 3
Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Fasilitas (X1)	112	35	45	40.	3.689
Harga (X2)	112	28	40	34.69	3.577
Citra Destinasi (X3)	112	24	30	26.95	1.593
Kepuasan (Y)	112	20	30	27.66	1.924
Valid N (listwise)	112				

Sumber: Data diolah SPSS, 2025

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel 4.3 distribusi data dari variabel-variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Fasilitas (X1) memiliki nilai minimum sebesar 35 dan nilai maksimum sebesar 45, dengan rata-rata sebesar 40,40 dan standar deviasi 3,689.
2. Variabel harga (X2) memiliki nilai minimum sebesar 28 dan nilai maksimum sebesar 40, dengan rata-rata sebesar 34,69 dan standar deviasi 3,577.
3. Variabel citra destinasi (X3) memiliki nilai minimum sebesar 20 dan nilai maksimum sebesar 30, dengan rata-rata sebesar 26,95 dan standar deviasi 3,948.
4. Variabel Kepuasan (Y) memiliki nilai minimum sebesar 20 dan nilai maksimum sebesar 30, dengan rata-rata sebesar 27,66 dan standar deviasi 1,924.

b. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat tingkat kevalidan instrumen. Jika suatu instrumen memiliki tingkat validitas tinggi maka instrumen tersebut dinilai dapat mengukur semua indikator dari setiap variabel yang diteliti.

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS (Statistic Package for the Social Science). Tingkat validitas instrumen diukur dengan melihat

korelasi r hitung yang diperoleh dari hasil output SPSS dan dibandingkan dengan besarnya r tabel. Jika r hitung $>$ r tabel maka instrumen dianggap valid.

Adapun r tabel dengan taraf signifikan adalah 5% atau 0,5 untuk pengujian dua arah dalam penelitian ini sebesar 0,185 dapat dilihat dari r tabel dengan menggunakan rumus df (degree of freedom) = $n-2$, dengan n adalah jumlah responden yang ada dalam penelitian. Dalam penelitian ini jumlah n terdiri dari 112 responden. Jadi $df = n-2$ atau $df = 112 - 2 = 110$. Berdasarkan perhitungan tersebut, nilai r tabel yang diperoleh yaitu sebesar 0,185. Berikut ini merupakan hasil dari uji validitas dengan program SPSS.

Tabel 4. 4
Uji Validitas Fasilitas (X₁)

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Fasilitas	X1.1	0,709	0,185	Valid
	X1.2	0,745	0,185	Valid
	X1.3	0,776	0,185	Valid
	X1.4	0,719	0,185	Valid
	X1.5	0,758	0,185	Valid
	X1.6	0,733	0,185	Valid
	X1.7	0,767	0,185	Valid
	X1.8	0,745	0,185	Valid
	X1.9	0,689	0,185	Valid

Sumber: Data diolah SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas variabel X₁ (Fasilitas) pada tabel 4.4 di atas, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam variabel Fasilitas (X₁) dinyatakan valid. Dasar pengambilan keputusan tersebut didasarkan dari hasil r hitung $>$ r tabel, nilai r

hitung berkisar antara 0,689 – 0,776 lebih besar dari nilai r tabel yakni 0,185, maka instrumen dikatakan valid.

Tabel 4. 5
Uji Validitas Harga (X₂)

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Harga	X2.1	0,793	0,185	Valid
	X2.2	0,815	0,185	Valid
	X2.3	0,848	0,185	Valid
	X2.4	0,832	0,185	Valid
	X2.5	0,780	0,185	Valid
	X2.6	0,753	0,185	Valid
	X2.7	0,815	0,185	Valid
	X2.8	0,817	0,185	Valid

Sumber: Data diolah SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas variabel X₂ (Harga) pada tabel 4.5 di atas, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam variabel Harga (X₂) dinyatakan valid. Dasar pengambilan keputusan tersebut didasarkan dari hasil r hitung > r tabel, nilai r hitung berkisar antara 0,753 – 0,848 lebih besar dari nilai r tabel yakni 0,185, maka instrumen dikatakan valid.

Tabel 4. 6
Uji Validitas Citra Destinasi (X₃)

Variabel	Pernyataan	R hitung	R table	Keterangan
Citra Destinasi	X3.1	0,746	0,185	Valid
	X3.2	0,619	0,185	Valid
	X3.3	0,687	0,185	Valid
	X3.4	0,600	0,185	Valid
	X3.5	0,591	0,185	Valid
	X3.6	0,611	0,185	Valid

Sumber: Data diolah SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas variabel X₃ (Citra Destinasi) pada tabel 4.6 di atas, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam variabel Citra Destinasi (X₃) dinyatakan valid. Dasar

pengambilan keputusan tersebut didasarkan dari hasil r hitung $>$ r tabel, nilai r hitung berkisar antara 0,591 – 0,746 lebih besar dari nilai r tabel yakni 0,185, maka instrumen dikatakan valid.

Tabel 4. 7
Uji Validitas Kepuasan Wisatawan (Y)

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kepuasan Wisatawan	Y1	0,663	0,185	Valid
	Y2	0,678	0,185	Valid
	Y3	0,699	0,185	Valid
	Y4	0,720	0,185	Valid
	Y5	0,351	0,185	Valid
	Y6	0,249	0,185	Valid

Sumber: Data diolah SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas variabel Y (Kepuasan Wisatawan) pada tabel 4.7 di atas, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam variabel Kepuasan Wisatawan (Y) dinyatakan valid. Dasar pengambilan keputusan tersebut didasarkan dari hasil r hitung $>$ r tabel, nilai r hitung berkisar antara 0,249 – 0,720 lebih besar dari nilai r tabel yakni 0,185, maka instrumen dikatakan valid.

c. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah suatu instrumen memiliki konsistensi atau keteraturan dalam hasil pengukuran. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha* untuk menguji data dalam penelitian ini reable atau tidak. Pengukuran metode *Cronbach's Alpha* menggunakan skala 0-100, dengan

koefisien reliabilitasnya sebesar 0,70. Hasil uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 8
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Koefisien Reliabilitas	Keterangan
1	Fasilitas (X1)	0,776	> 0,70	Realibel
2	Harga (X2)	0,789	> 0,70	Realibel
3	Citra Destinasi (X3)	0,757	> 0,70	Realibel
3	Kepuasan Wisatawan (Y)	0,733	> 0,70	Realibel

Sumber: Data diolah SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 4.8 di atas, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai *cronbach's alpha* > 0,70 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel sudah reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui data berdistribusi normal atau tidak. Data dapat dikatakan berdistribusi normal apabila nilai residualnya terstandarisasi sebagian mendekati rata-rata. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov Sminorv. Berikut adalah hasil data uji normalitas menggunakan bantuan program SPSS versi 17.

Tabel 4. 9
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		112
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.12479099
Most Extreme Differences	Absolute	.122
	Positive	.122
	Negative	-.119
Kolmogorov-Smirnov Z		1.295
Asymp. Sig. (2-tailed)		.070
Test distribution is Normal		
Calculated from data		

Sumber: Data diolah SPSS, 2025

Berdasarkan hasil data output pada tabel 4.9 di atas, dapat dilihat bahwa nilai dari *Asymp. Sig. (2-tailed)* $0,070 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier antara variabel independen dalam suatu regresi. Syarat pengambilan keputusan uji multikolinieritas yaitu dilihat pada nilai *tolerance* dan VIF.

Tabel 4. 10
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistic	
		Tolerance	VIF
1	Fasilitas	.965	1.036
	Harga	.931	1.074
	Citra Destinasi	.950	1.052

A. Dependent Variable : Kepuasan Wisatawan

Sumber: Data diolah SPSS, 2025

Hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.10 di atas, menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai *tolerance* > 0,10 dengan nilai VIF < 10, maka data disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinearitas atau lolos uji multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah ada penyimpangan dari asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan dalam model regresi. Metode yang umum digunakan untuk menguji heteroskedastisitas adalah uji *Glejser*. Uji *Glejser* dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika nilai Sig lebih besar dari 0,05 maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak terdapat gejala heteroskedastisitas, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 11
Hasil Uji Heterokedastisitas

Correlations	
Variabel	Sig. (2-tailed)
Fasilitas (X_1)	0.102
Harga (X_2)	0.728
Citra Destinasi (X_3)	0.379

Sumber: Data diolah SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 4.11 di atas, hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi atau Sig. (2-tailed) variabel fasilitas sebesar 0,102, variabel harga (X_2) sebesar 0,728 dan variabel citra destinasi sebesar 0,379. Karena nilai ketiga variabel independen > 0,05,

disimpulkan bahwa data tidak terdapat masalah atau gejala heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda pada penelitian ini digunakan untuk menguji hubungan pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen).

Dalam penelitian ini, variabel independen yang akan diuji terhadap variabel dependen adalah Fasilitas (X₁), Harga (X₂), dan Citra Destinasi (X₃) terhadap Kepuasan Wisatawan (Y).

Tabel 4. 12
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Coefficients ^a		
	Unstandardized Coefficients	T	Sig.
	B		
(Constant)	7.772	3.797	0.000
Fasilitas (X ₁)	0,144	2.689	0.008
Harga (X ₂)	0,198	3.180	0.002
Citra Destinasi (X ₃)	0,268	2.000	0.048

Sumber: Data diolah SPSS, 2025

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 7.772 + 0,144 X_1 + 0,198 X_2 + 0,268 X_3 + e$$

Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta (α) sebesar 7,772 yang bernilai positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa jika semua variabel independen yang meliputi fasilitas (X₁), harga (X₂) dan

citra destinasi (X3) bernilai 0, maka Y secara rata-rata adalah 7,772.

- b. Nilai koefisien regresi variabel fasilitas (X1) memiliki nilai positif sebesar 0.144. Hal ini menunjukkan jika X1 mengalami kenaikan 1, maka Y akan mengalami peningkatan sebesar 0.144.
- c. Nilai koefisien regresi variabel harga (X2) memiliki nilai positif sebesar 0.198. Hal ini menunjukkan jika X2 mengalami kenaikan 1, maka Y akan mengalami peningkatan sebesar 0.198.
- d. Nilai koefisien regresi variabel citra destinasi (X3) memiliki nilai positif sebesar 0.268. Hal ini menunjukkan jika X3 mengalami kenaikan 1, maka Y akan mengalami peningkatan sebesar 0.268.

4. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji T bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen yaitu Fasilitas (X1), Harga (X2), dan Citra Destinasi (X3) terhadap variabel dependen Kepuasan Wisatawan (Y). Pada uji T ini dengan membandingkan nilai signifikansi t yang diperoleh dari hasil output SPSS dengan taraf signifikan 0,05.

Adapun hasil t tabel dalam penelitian ini adalah 1,966. Nilai tersebut diperoleh dari $df = n - k$, dimana n merupakan jumlah responden secara keseluruhan, dan k adalah banyaknya variabel dalam penelitian ini baik variabel independen maupun dependen. Maka hasil yang diperoleh yaitu: $Df = n - k = 112 - 4 = 108$.

Tabel 4. 13
Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a		
Variabel	T	Sig.
Fasilitas (X ₁)	2.689	0.008
Harga (X ₂)	3.180	0.002
Citra Destinasi (X ₃)	2.000	0.048

Sumber: Data diolah SPSS, 2025

Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial berdasarkan tabel 4.13 di atas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Fasilitas

Nilai t hitung variabel Fasilitas (X₁) sebesar 2,689 > T tabel yaitu 1,659 dan nilai sig 0,008 < 0,05, maka H₀ ditolak dan H_{a1} diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi.

2. Harga

Nilai t hitung variabel Harga (X₂) menunjukkan nilai signifikan sebesar 3,180 > T tabel yaitu 1,659 dan nilai sig 0,008 < 0,002. Hasil ini menunjukkan bahwa H₀ ditolak dan H_{a2} diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi.

3. Citra destinasi

Nilai t hitung variable Citra Destinasi (X_3) sebesar $2.000 > T$ tabel yaitu 1,659 dan nilai sig $0,048 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Citra Destinasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi.

b. Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen Fasilitas (X_1), Harga (X_2), dan Citra Destinasi (X_3) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Kepuasan Wisatawan (Y). Dasar pengambilan keputusan uji F yaitu:

F hitung $> F$ tabel atau sig $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

F hitung $< F$ tabel atau sig $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4. 14
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	270.675	3	90.225	69.388	0,000 ^a
	Residual	140.432	108	1.300		
	Total	411.107	111			

Predictors : (Constant), Citra Destinasi, Harga, Fasilitas
Dependent Variable : Kepuasan Wisatawan

Sumber: Data diolah SPSS, 2025.

Dari hasil uji F pada tabel 4.14 di atas, diketahui bahwa nilai F hitung $69,388 > F$ tabel yaitu 2,69 dan nilai sig. yaitu 0,000

$< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_{a4} diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas (X1), Harga (X2), dan Citra Destinasi (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Wisatawan (Y) di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa baik model menjelaskan variabilitas responden. Nilai R^2 terletak antara 0 hingga 1. Jika nilai R^2 kecil, berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan situasi variabel dependen sangat terbatas. Namun jika nilai mendekati 1, maka variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk menjelaskan situasi variabel dependen.

Tabel 4. 15
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.811 ^a	0.658	0.649	1.140
a. Predictors (Constant), Citra Destinasi, Fasilitas, Harga				

Sumber: Data diolah SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) dari tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai nilai R^2 sebesar 0,64,9 atau 64,9 %. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel Fasilitas (X1), Harga (X2), dan Citra Destinasi (X3) mampu menjelaskan variabel Kepuasan Wisatawan (Y) sebesar 64,9 %, sedangkan sisanya yaitu 35,1 % dijelaskan oleh variabel

lain.

D. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, kuesioner disebarakan secara online pada google form melalui media sosial. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan uji regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 17. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Fasilitas, Harga, dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan (Y) di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi. Oleh karena itu, isi pembahasan di sini akan difokuskan pada jawaban dari rumusan masalah pada penelitian ini.

1. Pengaruh Variabel Fasilitas terhadap Variabel Kepuasan Wisatawan

Variabel Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung merasa puas dengan adanya fasilitas yang lengkap seperti toilet, tempat ibadah, gazebo, foodcourt, hingga spot foto menarik yang tersedia di area wisata. Selain itu, area parkir yang luas dan aman juga menjadi salah satu faktor yang memberikan kenyamanan tambahan bagi pengunjung. Kondisi ini memperkuat dugaan bahwa fasilitas fisik yang mendukung kegiatan wisata secara langsung berkontribusi pada terciptanya kepuasan wisatawan. Fungsi dan kemudahan penggunaan fasilitas di Umbul Bening Park dinilai sangat memadai oleh pengunjung. Fasilitas mudah diakses, tidak rumit digunakan, dan

berfungsi dengan baik, mencerminkan perhatian pengelola terhadap kenyamanan dan efisiensi. Selain itu, aspek kebersihan dan kerapian, terutama pada fasilitas umum seperti toilet dan tempat ibadah, juga mendapat apresiasi tinggi. Kebersihan ini menciptakan suasana aman dan nyaman, yang mendukung relaksasi serta meningkatkan kepuasan dan niat wisatawan untuk kembali berkunjung. Oleh karena itu, fasilitas yang tidak hanya tersedia namun juga terawat, terbukti mampu meningkatkan tingkat kepuasan wisatawan secara signifikan.

Fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak pengelola untuk mendukung kenyamanan pengunjung. Fasilitas merupakan penunjang sebuah tempat untuk membuat kesan pertama kali oleh para wisatawan.¹⁰⁸ Fasilitas yang baik dan optimal akan membuat wisatawan merasa puas sedangkan fasilitas yang kurang optimal akan membuat wisatawan kurang puas karena selain tempat wisatanya fasilitas juga merupakan penunjang tempat pariwisata. Fasilitas wisata merupakan sarana yang bertujuan untuk melayani dan mempermudah kegiatan atau aktivitas pengunjung atau wisatawan yang dilakukannya untuk mendapat pengalaman rekreasi.

Dalam teori kepuasan ekspektasi, kepuasan terjadi ketika pengalaman yang dirasakan pengunjung setelah menggunakan suatu fasilitas melebihi atau setidaknya sesuai dengan harapan mereka

¹⁰⁸ Hafizah Febiola and Hijriantomi Suyuthie, "Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Daya Tarik Wisata Bukit Chinangkiak Kabupaten Solok."

sebelum berkunjung.¹⁰⁹ Di Umbul Bening Park, banyak wisatawan menyatakan bahwa fasilitas yang tersedia melampaui harapan mereka nyaman, bersih, dan mudah digunakan. Hal ini mendorong kepuasan yang berujung pada loyalitas, seperti minat berkunjung kembali dan memberi rekomendasi. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas memiliki pengaruh positif nyata terhadap kepuasan wisatawan, sehingga pengelola perlu terus menjaga dan meningkatkan kualitas fasilitas untuk menciptakan pengalaman berwisata yang menyenangkan dan berkesan.

Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang di lakukan oleh Aqila Fakhra Mufza, Nidia Wulansari yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan.¹¹⁰ Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Suci Rahmadani, RD Hera Merdeka Khazinatul Khaeriah, Asfitri Hayati yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.¹¹¹

2. Pengaruh Variabel Harga terhadap Variabel Kepuasan Wisatawan

Variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan menilai harga tiket dan fasilitas pendukung di Umbul Bening Park tergolong

¹⁰⁹ Fahmi, "Pengaruh Nilai, Manfaat Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Untuk Beralih (Studi Pada Pengguna Uang Elektronik Di Jawa Timur)."

¹¹⁰ Mufza and Wulansari, "Pengaruh Fasilitas Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Daya Tarik Wisata Sirukam Dairy Farm Kabupaten Solok."

¹¹¹ Asfitri Hayati Suci Rahmadani, RD Hera Merdeka Khazinatul Khaeriah, "Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Ekowisata Kranggan," *Jurnal WisataMUH* 4, no. 1 (2023).

terjangkau dan sebanding dengan kualitas layanan yang diterima. Persepsi nilai yang positif ini mendorong kepuasan karena pengunjung merasa mendapat manfaat yang sesuai bahkan melebihi biaya yang dikeluarkan (*value for money*). Selain itu, harga yang kompetitif dibandingkan objek wisata lain di Banyuwangi menjadi daya tarik tambahan yang memperkuat loyalitas dan minat kunjungan ulang wisatawan.

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat dari suatu produk atau layanan.¹¹² . Dalam pariwisata, harga memiliki peran penting karena menjadi salah satu pertimbangan utama wisatawan dalam memutuskan untuk berkunjung. Harga yang ditetapkan harus mencerminkan nilai atau manfaat yang diterima oleh pengunjung. Jika harga dianggap sesuai dengan pelayanan, fasilitas, dan pengalaman yang diberikan, maka hal ini dapat meningkatkan kepuasan dan mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung di masa mendatang. Mereka akan merasa puas jika harga yang dibayarkan bisa mencakup fasilitas lengkap, tempat yang bersih, pelayanan ramah, dan berbagai wahana yang menarik. Artinya, wisatawan merasa puas ketika harga yang mereka bayarkan sesuai dengan kualitas pelayanan, fasilitas, dan pengalaman yang mereka dapatkan selama berada di lokasi wisata.

¹¹² Setianingrum, Wardani, and Maulana, “Analisis Harga Tiket Dan Fasilitas Rekreasi Di Taman Botani Sukorambi Kabupaten Jember.”

Dalam teori kepuasan ekspektasi, kepuasan muncul ketika harapan pelanggan terhadap suatu produk atau layanan sesuai, atau bahkan melebihi kenyataan yang mereka alami.¹¹³ Di Umbul Bening Park, banyak wisatawan merasa harga tiket dan biaya lainnya sebanding dengan kenyamanan dan pengalaman yang diperoleh. Temuan ini menunjukkan bahwa harga dianggap wajar, adil, dan kompetitif dibanding destinasi lain, sehingga menciptakan kepuasan dan dorongan untuk berkunjung kembali. Oleh karena itu, menjaga keseimbangan antara harga dan kualitas layanan sangat penting untuk mempertahankan kepuasan pengunjung.

Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan Hafizah Febiola, Hijriyantomi Suyuthie yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.¹¹⁴

Hal ini juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Farhan Andiansyah, Irene Novarlia, Oman Sukirman yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.¹¹⁵

¹¹³ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*.

¹¹⁴ Hafizah Febiola and Hijriyantomi Suyuthie, "Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Daya Tarik Wisata Bukit Chinangkiak Kabupaten Solok."

¹¹⁵ Oman Sukirman Farhan Andiansyah, Irene Novarlia, "Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Gunung Puntang Kabupaten Bandung," *Jurnal Pariwisata PaRAMA : Panorama, Recreation, Accomodation, Merchandise, Accessibility* 5, no. 2 (2024), <https://doi.org/https://doi.org/10.36417/jpp.v5i2>.

3. Pengaruh Variabel Citra Destinasi terhadap Variabel Kepuasan Wisatawan

Variabel Citra Destinasi berpengaruh signifikan terhadap variable Kepuasan Wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa citra destinasi memainkan peran penting dalam membentuk pengalaman wisata yang menyenangkan dan memuaskan. Wisatawan menilai Umbul Bening Park memiliki daya tarik visual dan emosional yang kuat seperti suasana alami, ketenangan, serta nuansa edukatif dan kekeluargaan. Ekspektasi positif ini, ketika terpenuhi atau dilampaui, menghasilkan tingkat kepuasan yang tinggi. Wisatawan juga sangat menghargai keunikan destinasi, seperti kombinasi wisata alam, edukasi, rekreasi keluarga, serta ikon khas seperti spot foto, pemandian alami, dan taman kelinci. Tak hanya aspek fisik, unsur emosional seperti rasa senang, puas, dan nyaman turut memperkuat citra Umbul Bening Park sebagai tempat yang aman dan ramah keluarga, yang secara signifikan meningkatkan kepuasan pengunjung.

Citra destinasi pariwisata adalah salah satu elemen kunci dalam pemasaran pariwisata. Citra ini mencerminkan persepsi yang dimiliki oleh wisatawan potensial terhadap suatu destinasi. Ketika suatu destinasi memiliki citra yang positif, hal itu dapat meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi destinasi tersebut. Sebaliknya, citra

yang negatif dapat menghambat pertumbuhan pariwisata.¹¹⁶ Citra yang positif juga mendorong wisatawan untuk memiliki ekspektasi tinggi terhadap aspek layanan lainnya, seperti keramahan petugas, kelengkapan informasi, dan suasana yang nyaman.¹¹⁷ Ketika ekspektasi ini benar-benar terwujud, maka kepuasan tidak hanya datang dari keindahan tempat, tetapi dari pengalaman keseluruhan yang sepadan dengan citra yang mereka bayangkan sebelumnya. Citra yang kuat menjadi pintu masuk terbentuknya loyalitas pengunjung terhadap tempat wisata.

Dalam teori kepuasan ekspektasi, kepuasan muncul ketika ada kesesuaian atau kelebihan antara harapan awal dengan kenyataan yang dialami.¹¹⁸ Dalam hal ini, citra destinasi membentuk harapan awal wisatawan terhadap Umbul Bening Park. Ketika citra yang diperoleh melalui informasi, promosi, atau testimoni dianggap positif dan terbukti sesuai di lapangan misalnya melalui fasilitas, keindahan alam, dan suasana yang menyenangkan maka tercipta kepuasan. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi wisatawan terhadap Umbul Bening Park sebagai tempat yang menarik, unik, dan menyenangkan menjadi faktor utama yang mendorong kepuasan. Oleh karena itu, pengelola perlu menjaga dan meningkatkan citra positif destinasi melalui promosi yang

¹¹⁶ Abrian et al., "Pengalaman Wisata Dan Citra Destinasi: Sebuah Kajian Pustaka Sistematis."

¹¹⁷ Ersya Arkananti, "Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Wisata Loang Baloq Kota Mataram."

¹¹⁸ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*.

tepat, pelayanan yang baik, dan pengembangan daya tarik wisata yang sesuai harapan pengunjung.

Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang di lakukan oleh Juarsa Badri, Rozi Fahrizal yang menyatakan bahwa citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.¹¹⁹

4. Pengaruh Variabel Fasilitas, Harga, Dan Citra Destinasi terhadap Variabel Kepuasan Wisatawan secara simultan

Variabel Fasilitas, Harga, dan Citra Destinasi berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan merasa puas terhadap tiga aspek utama di Umbul Bening Park, yaitu fasilitas, harga, dan citra destinasi. Fasilitas seperti area parkir, toilet, tempat ibadah, foodcourt, dan spot foto dinilai bersih, lengkap, serta berfungsi dengan baik, menciptakan kenyamanan selama kunjungan. Dari sisi harga, wisatawan menganggap biaya tiket dan layanan tambahan tergolong terjangkau dan sepadan dengan manfaat yang diterima, mencerminkan persepsi harga yang adil (*value for money*). Sementara itu, citra destinasi juga mendapat penilaian sangat positif, baik dari segi kesan pertama (*cognitive image*), keunikan (*unique image*), maupun emosi yang dirasakan (*affective image*).

¹¹⁹ Rozi Fahrizal Juarsa Badri, "Pengaruh Citra Destinasi Dan Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pantai Gandoriah Di Kota Pariaman," *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* 5, no. 2 (2025): 1332–44, <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v5i2.18337>.

Ketika ketiga aspek tersebut saling mendukung dan berperan penting dalam membentuk pengalaman wisatawan yang memuaskan. Wisatawan tidak hanya menilai dari satu aspek saja, melainkan dari kombinasi antara kenyamanan fasilitas yang disediakan, keterjangkauan harga, serta gambaran umum (citra) tentang destinasi yang mereka miliki sebelum berkunjung. Ketika ketiganya berjalan sepadan dengan harapan, maka akan tercipta kepuasan yang tinggi dari para pengunjung

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Shau Birina Shafira Abdullah, bahwa variabel fasilitas, citra destinasi, dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan objek wisata Umbul Pelem Klaten.¹²⁰

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

¹²⁰ Abdullah, *Pengaruh Fasilitas, Citra Destin. Dan Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Umbul Pelem Klaten.*

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan tentang Pengaruh Fasilitas, Harga, dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwagi, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwagi. Hal ini membuktikan bahwa kelengkapan dan kualitas fasilitas yang tersedia di Umbul Bening Park seperti toilet umum, gazebo, area parkir, tempat ibadah, wahana permainan, dan spot foto berperan penting dalam menciptakan kenyamanan selama kunjungan.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwagi. Wisatawan menilai bahwa harga tiket masuk dan biaya tambahan lain di Umbul Bening Park relatif terjangkau dan sesuai dengan layanan yang diperoleh. Harga yang dianggap adil dan sepadan dengan manfaat wisata akan menciptakan nilai kepuasan tersendiri.
3. Citra Destinasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwagi. Citra yang dimaksud mencakup kesan umum wisatawan terhadap lingkungan, kebersihan, keunikan tempat, serta reputasi Umbul Bening Park sebagai destinasi

wisata. Citra positif terbentuk dari informasi yang diterima sebelum kunjungan (misalnya dari media sosial atau rekomendasi orang lain) dan diperkuat dengan pengalaman langsung saat berwisata.

4. Fasilitas, Harga, dan Citra Destinasi berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwagi. Ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan saling berhubungan dan bersama-sama menentukan tingkat kepuasan wisatawan.

B. Saran

1. Bagi Pengelola Objek Wisata Umbul Bening Park
 - a. Pengelola perlu rutin mengevaluasi dan merawat fasilitas umum serta meningkatkan fasilitas pendukung secara kreatif. Keamanan dan kenyamanan pengunjung juga harus dijaga melalui pengawasan dan pelayanan yang baik.
 - b. Harga tiket dan layanan sebaiknya disesuaikan dengan kualitas dan manfaat yang diberikan.
 - c. Citra destinasi perlu diperkuat lewat branding konsisten, promosi digital, dan kolaborasi dengan influencer.
2. Bagi peneliti selanjutnya bisa meneliti penyebab lain yang bisa mempengaruhi kepuasan wisatawan dan bisa dijadikan sebagai bahan referensi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Shau Birina Shafira. *Pengaruh Fasilitas, Citra Destinasi, Dan Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Umbul Pelem Klaten. Pengaruh Fasilitas, Citra Destinasi, Dan Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Umbul Pelem Klaten.* (Skripsi: UIN Raden Mas Said Surakarta), 2023.
- Abrian, Youmil, Yunia Wardi, Abror Abror, Vidyarini Dwita, and Susi Evanita. "Pengalaman Wisata Dan Citra Destinasi: Sebuah Kajian Pustaka Sistematis." *Indonesian Journal of Tourism and Leisure* 4, no. 2 (2023): 125–38. <https://doi.org/10.36256/ijtl.v4i2.347>.
- Agustine, Anggi, and Mahmud. "Pengaruh Fasilitas Tempat, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Grand Maerakaca Semarang." *Jurnal Mirai Management* 8, no. 3 (2023): 167–80. <https://doi.org/10.37531/mirai.v8i3.621>.
- Ahda, Muhammad Hanif, and Februr Rozi. "Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Pengembangan Objek Wisata Ompang Sungai Sonsang." *Journal of Communication and Society* 1, no. 1 (2022): 14–26. <https://doi.org/10.55985/jocs.v1i01.8>.
- Alana, Peggy Rahma, and Tanto Askriyandoko Putro. "Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek." *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, 2020, 180–94.
- Anam, Chairul. "Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Wisata Parimas Waterpark Mojokerto." *Jurnal Ekonomi Dan Perkembangan Bisnis* 4, no. 2 (2020): 22–34. <https://doi.org/10.32764/margin.v4i2.2069>.
- Arifin, Syamsul, Nur Aini Anisa, and Priyo Utomo. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Ahas Daya Motor Surabaya." *Journal on Education* 5, no. 3 (2023): 9629–36. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1840>.
- Bartolomeus Herawan Mintardjo. "Pengaruh Kenyamanan Ruang Pulik, Pelayanan Dan Fasilitas Taman Jayawijya Mojosonggo Di Surakarta Terhadap Kepuasan Wisatawan." *NAWASENA : Jurnal Ilmiah Pariwisata* 2, no. 2 (2023): 09–28. <https://doi.org/10.56910/nawasena.v2i2.773>.
- Bening, Umbul. "Accesed November 10," 2024. <https://umbulbening.com/>.

Desi Ratnasari. *Strategi Pemasaran Dan Kepuasan Konsumen*. (Malang: Literasi Nusantara Abadi), 2023.

Desika Nur Jannah. "Fasilitas Hotimart Agro Center Sebagai Daya Tarik Wisatawan Di Kabupaten Semarang." *Journal of Tourism Destination and Attraction* 9, no. 3 (2021): 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.35814/tourism.v9i3.2136>.

Elvera. *Kepuasan Dan Loyalitas Wisatawan*. Surabaya: Scopindo, 2020.

Ersa Arkananti, Syech Idroes. "Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Wisata Loang Baloq Kota Mataram." *Journal Of Responsible Tourism* 4, no. 1 (2024): 187–90. <https://doi.org/10.47492/jrt.v4i1.3478>.

Fahmi, Syaifuddin. "Pengaruh Nilai, Manfaat Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Untuk Beralih (Studi Pada Pengguna Uang Elektronik Di Jawa Timur)." *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* 6, no. 4 (2023): 544–58. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i4.309>.

Fandy Tjiptono. *Pemasaran Jasa*. (Yogyakarta: Andi), 2014.

Fanggidae, Ronald P. C., and Maria Leliana R. Bere. "Pengukuran Tingkat Kepuasan Wisatawan Terhadap Fasilitas Wisata Di Pantai Lasiana." *Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas* 4, no. 1 (2020): 53–66. <https://doi.org/10.12962/j26151847.v4i1.6833>.

Farhan Andiansyah, Irene Novarlia, Oman Sukirman. "Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Gunung Puntang Kabupaten Bandung." *Jurnal Pariwisata PaRAMA: Panorama, Recreation, Accomodation, Merchandise, Accessibility* 5, no. 2 (2024). <https://doi.org/https://doi.org/10.36417/jpp.v5i2>.

Fauzi Alfiandri, Feri Ferdian. "Pengaruh Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Daya Tarik Wisata Dempo Anai Land." *Jurnal Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan* 2, no. 2 (2024): 49–53.

Girsang, Meyga Kristina, Gloria J.M Sianipar, and Agus Nakkok Simanjuntak. "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung Ke Taman Bunga Sapo Juma Tongging Karo." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 22, no. 2 (2022): 399–413. <https://doi.org/10.54367/jmb.v22i2.2144>.

Gustia, Annisa Eka, and Trisna Putra. "Citra Destinasi Pantai Padang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Di Sumatera Barat." *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan* 2, no. 1 (2021): 7–12. <https://doi.org/10.24036/jkpbp.v2i1.24872>.

- Hafizah Febiola, and Hijriyantomi Suyuthie. "Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Daya Tarik Wisata Bukit Chinangkiak Kabupaten Solok." *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan* 3, no. 1 (2023): 01–13. <https://doi.org/10.55606/jempper.v3i1.2287>.
- Halim, Jane Jovita. "Pengaruh Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung (Study Kasus Pada Camp Kobes)." *Keizai* 4, no. 1 (2023): 44. <https://doi.org/10.56589/keizai.v4i1.306>.
- Hartono. *Metodologi Penelitian*. (Pekanbaru: Zanafa Publishing), 2019.
- I Nyoman Tri Sutaguna et al. *Perencanaan Pariwisata*. Cendikia Mulia Mandiri, 2024.
- Indonesia, Kementrian Agama Republik. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019.
- Irchamsyah Reza, Fariz, Ustadus Sholihin, Taufik Akbar, and Edi Murdiyanto. "Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada MDA Collection." *SANTRI: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam* 2, no. 2 (2024): 285–303. <https://doi.org/10.61132/santri.v2i2.493>.
- Juansya, Sri Rahayu, and Tobari. "Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Aksesibilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Air Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir (Pali)." *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi* 3, no. 4 (2022): 196–207. <https://doi.org/10.47747/jbme.v3i4.843>.
- Juarsa Badri, Rozi Fahrizal. "Pengaruh Citra Destinasi Dan Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pantai Gandoriah Di Kota Pariaman." *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* 5, no. 2 (2025): 1332–44. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v5i2.18337>.
- Kartika, Esi, Dwi Putri, Rice, Haryati Tifani, Ratu Firdaus, Jurusan Manajemen, Ekonomi Universitas, and Ekasakti Padang. "Pengaruh Harga, Fasilitas Wisata Dan Atraksi Wisata Terhadap Kepuasan Konsumen Objek Wisata Puncak Lawang Agam." *Jurnal Matua* 4, no. 2 (2022): 387–96.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Erlangga, 2009.
- Kurniawan, Taufiq, and Maharani Mustika Ayu. "Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Anjungan Daerah Sumatera Selatan Tmii." *Bogor Hospitality Journal* 5, no. 1 (2022). <https://doi.org/10.55882/bhj.v5i1.17>.

Layli Sa'adah, Eko Prawoto, Meftahudin, M. Trihudyatmanto. "Pengaruh Harga, Fasilitas, Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Lubang Kilat Di Desa Riam Tinggi Kabupaten Lamandau." *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah* 3, no. 3 (2023): 63–76. <https://doi.org/10.32699/jamasy.v3i3.5406>.

Lestari, Evita, and Ika Suryono Djunaid. "Pengaruh Citra Destinasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Allianz Ecopark Ancol." *Pesona Hospitality* 15, no. 2 (2022): 37–46.

Listyawati, Indri Hastuti. "Pengaruh Fasilitas Wisata, Citra Destinasi, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Wisatawan." *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi* VI, no. 2 (201AD): 35–44.

Listyo Anggraita, Soniya. "Pengaruh Fasilitas, Persepsi Harga Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Umbul Ponggok Klaten." *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (BISMAK)* 3, no. 2 (2023): 93–103. <https://doi.org/10.47701/bismak.v3i2.2933>.

Meithiana Indrasari. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. (Surabaya: Unitomo press), 2019.

Moch. Chotib. *Manajemen Pemasaran*. (Jember: Pena Salsabila), 2012.

Mufza, Aqila Fakhar, and Nidia Wulansari. "Pengaruh Fasilitas Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Daya Tarik Wisata Sirukam Dairy Farm Kabupaten Solok." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 2 (2023): 15046–56. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i2.8771>.

Muh Rezky Pangeran Syafar Arsyad. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Mirai Management* 8, no. 2 (2023): 183–97. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v4i1.1034>.

Niko Pahlevi Hentika, Erna Agustina. "Tourism Marketing: Banyuwangi Regency Government Partnership with Local Mass Media in Banyuwangi." *Santhet: (Jurnal Sejarah, Pendidikan Dan Humaniora)* 8, no. 2 (2023). <https://doi.org/10.36526/santhet.v8i1.3597>.

Nurdin Hikmah. *Pemasaran Pariwisata*. Penerbit NEM, 2021.

Nurhayati, Eni Candra. "Pengaruh Aksesibilitas, Fasilitas Dan Daya Tarik Terhadap Kepuasan Wisatawan." *JPEKBM: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan Bisnis Dan Manajemen* 3, no. 2 (2019): 67–82. <https://doi.org/10.32682/jpekbm.v3i1.2485>.

Penyusun, Tim. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. (Jember: UIN Khas jember), 2021.

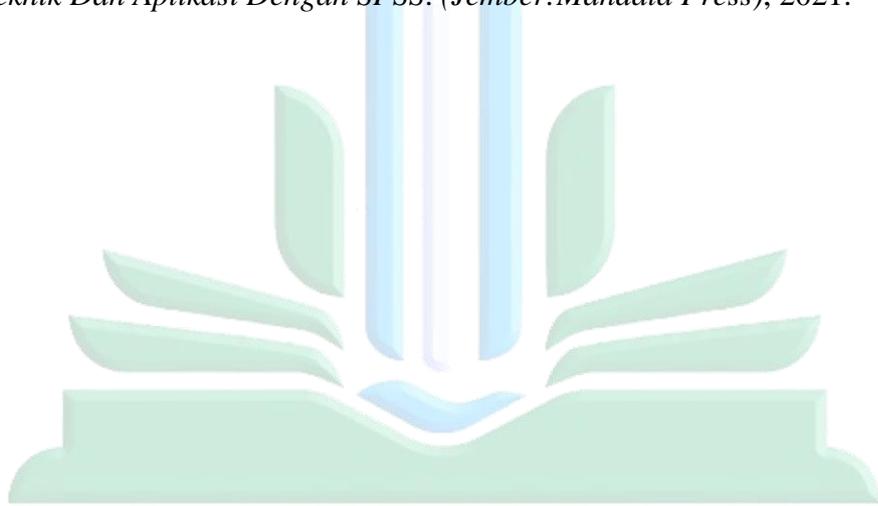
- Prasetyo, Muslih Dwi, Susanto Susanto, and Bernadetta Diansepti Maharani. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Pelanggan Barbershop Pojur Yogyakarta." *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 9, no. 1 (2021): 23–32. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.427>.
- Purnomo, Hery, Rino Sardanto, and Basthoumi Muslih. *Kepuasan Konsumen Jasa Hotel*. (Nganjuk:Adjie Media Nusantara), 2020.
- Purnomo, Rochmat Aldy. *Analisis Statistika Ekonomidan Bisnis Dengan SPSS*. (Ponorogo: Wade Grup), 2016.
- Putri, Vania Nurfadillah, Nanny Roedjinandari, and Andini Risfandini. "Pengaruh E-Wom, Citra Destinasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Kebun Raya Purwodadi." *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi* 4, no. 1 (2023): 1–12. <https://doi.org/10.35912/simo.v4i1.1564>.
- "Q.S. Al-Isra': 70," 2025. <https://quran.kemenag.go.id/>.
- "Q.S An-Nisa: 29," 2025. <https://quran.kemenag.go.id/>.
- Rifa'i, Khamdan. *Kepuasan Konsumen*. (Jember: UIN KHAS Press), 2023.
- Rosdiana Daga. *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan*. (Makassar: Global Research And Consulting Institute (Global-RCI), 2017.
- Samuel, and Riani prihatini Ishak. "Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Curug Pangeran, Kawasan Gunung Salak Endah, Kabupaten Bogor." *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)* 2, no. 2 (2023): 236–43. <https://doi.org/10.33998/jumanage.2023.2.2.884>.
- Sari, Utari Puspita, Syamsul Bachri. "Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan." *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)* 8, no. 3 (2022).
- Setianingrum, Nurul, Ilham Maulana Wardani, and Mohammad Afrizal Maulana. "Analisis Harga Tiket Dan Fasilitas Rekreasi Di Taman Botani Sukorambi Kabupaten Jember." *Jurnal Multidisiplin Ilmu* 2, no. 3 (2024): 65–70. <https://doi.org/10.59435/gjmi.v2i3.384>.
- Sihabudin, Danny Wibowo, Sri Mulyono, Jaka Wijaya Kusuma, Irvana Arofah, Besse Arnawisuda Ningsi, Edy Saputra, Ratni Purwasih, and Syaharuddin. *Ekonometrika Dasar Teori Dan Praktik Berbasis SPSS*. (Jawa Tengah: CV. Pena Persada), 2021.
- Sihombing, Apri. "Pengaruh Strategi Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Salib Kasih Tarutung." *Journal of Social and Economics Research* 5, no. 2 (2023). <https://doi.org/10.54783/jsr.v5i2.263>.

- Suci Rahmadani, RD Hera Merdeka Khazinatul Khaeriah, Asfitri Hayati. "Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Ekowisata Kranggan." *Jurnal WisataMUH* 4, no. 1 (2023).
- Sudiyono, Maris Kurniawati, and Rita Indah Mustikowati. *Manajemen Pemasaran Usaha Wisata*, 2018.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. (Bandung: Alfabeta), 2022.
- Sukardi, Agung Slamet, and Elvira Ulil Afidah. "Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas, Dan Presepsi Harga Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Pantai Di Kabupaten Jepara." *Journal of Management and Digital Business* 4, no. 1 (2024): 15–29. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v4i1.789>.
- Syarifuddin, and Al Saudi Ibnu. *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Menggunakan Spss*. (Palangkaraya: Bobby Digital Center), 2022. [http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/4022/1/BUKU METODE RISET PRAKTIS.pdf](http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/4022/1/BUKU%20METODE%20RISET%20PRAKTIS.pdf).
- Timotius, Heurnius, and Bonifasius MH Nainggolan. "Pengaruh Citra Destinasi, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Ecopark Ancol." *Journal Human Capital Development* 10, no. 3 (2023): 1–15.
- Uhar Suharsaputra. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Tindakan*. Bandung: Refika Aditama, 2012.
- Uswatun Hasanah, Moch. Chotib, Hersa Farida Qoriani. "Pengaruh Harga, Persediaan Barang Dan Citra Mecrek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Syntax Admiration* 4, no. 10 (2023). <https://doi.org/https://doi.org/10.46799/jsa.v4i10.730>.
- Vidi Hadyarti, Moh. Zaki Kurniawan. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di LBB Star Home Private Blitar." *ECO Entrepreneur* 8, no. 2 (2022): 47–59. <https://doi.org/10.15358/0935-0381-2009-11-591>.
- Viola, and Nurlisa Ginting. "Analisa Teori Kepuasan Wisatawan Terhadap Objek Wisata." *TALENTA Conference Series: Energy & Engineering (EE)* 5, no. 1 (2022): 643–48. <https://doi.org/10.32734/ee.v5i1.1529>.
- Wanawir, Satriadi, and Eka Hendrayani Leonita Siwiyanti Nursaidah. *Manajemen Pemasaran*. (Yogyakarta:Penerbit Samudra Biru), 2021.

Wulandari, Ratih Wahyu, Heny Sidanti, and Dian Citaningtyas Ari Kadi. "Pengaruh Fasilitas Wisata, Persepsi Harga Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Lawu Park Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah." *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 4 4, no. 3 (2022): 1–20.

Yosandri, Benedicta Jennifer, and Nova Eviana. "Peningkatan Keputusan Berkunjung Wisatawan Melalui Pengembangan Citra Destinasi Dan Aksesibilitas Di Lembah Tepus Bogor Tambahkan." *Eduturisma: International Journal of Tourism and Education* 7, no. 1 (2022): 1–23.

Zahriyah, Aminatus, Suprianik, Agung Parmono, and Mustofa. *Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS. (Jember:Mandala Press)*, 2021.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Matrik Penelitian

Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Indikator Variabel	Sumber Data	Metode Penelitian	Rumusan Masalah
Pengaruh Fasilitas, Harga, Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi	Fasilitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan. 2. Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan. 3. Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan. 4. Kelengkapan alat yang digunakan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Responden: Pengunjung Umbul Bening Park 2. Data primer 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendekatan dan Jenis Penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif <i>asosiatif</i> 2. Teknik Pengumpulan Data menggunakan data angket (kuesioner) 3. Menggunakan teknik <i>sampling non probability Sampling</i> yakni <i>Insedental Sampling</i> 4. Analisis data: <ol style="list-style-type: none"> a. Uji Instrumen Penelitian (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas) b. Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi? 2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi? 3. Apakah citra destinasi berpengaruh terhadap kepuasan
	Harga	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga. 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk / jasa. 3. Daya saing harga. 4. Kesesuaian harga 			

		dengan manfaat			
	Citra Destinasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cognitive Destination Image. 2. Unique Destination Image. 3. Affective Destination Image. 			
	Kepuasan Wisatawan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian Harapan. 2. Minat Berkunjung Kembali. 3. Kesiediaan Merekomendasi. 		<p>Uji Multikolinieritas, dan Uji Heterokedastisitas)</p> <ol style="list-style-type: none"> c. Analisis Regresi Linier Berganda d. Uji Hipotesis (Uji T, Uji F, Uji R2) 	<p>wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi?</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Apakah fasilitas, harga, dan citra destinasi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

LAMPIRAN

Lampiran : Kuesioner Penelitian
Nama : Nur Alfin Khurin Aini
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Sedang melakukan penelitian untuk Tugas Akhir Program Sarjana Strata Satu (S1) dengan judul “Pengaruh Fasilitas, Harga, dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwagi.”

Dalam rangka pengumpulan data saya mohon perkenan saudara untuk menjadi responden dengan menjawab kuesioner ini. Saya sangat mengharapkan bantuan saudara untuk memberikan jawaban yang sesungguhnya. Atas perhatian dan bantuannya saya ucapkan terima kasih

Identitas responden

- a. Nama :
- b. Usia :
- c. Jenis Kelamin :

Cara Pengisian Kuesioner Pilihlah jawaban yang menurut saudara paling tepat dengan cara memberikan tanda cek list (√) pada setiap butir pertanyaan

1. Sangat Setuju (SS)
2. Setuju (S)
3. Netral (N)
4. Tidak Setuju (TS)
5. Sangat Tidak Setuju (STS)

VARIABEL	PERTANYAAN	PILIHAN JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
Fasilitas (X1)	Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan					
	1. Saya puas dengan kelengkapan fasilitas yang disediakan di Umbul Bening Park untuk memenuhi kebutuhan selama berkunjung					
	2. Saya puas dengan kebersihan fasilitas di Umbul Bening Park seperti toilet, tempat ibadah, dan area istirahat, yang terawat dengan baik					
	3. Saya puas dengan kerapian fasilitas di Umbul Bening Park mencerminkan nilai keindahan dan kenyamanan selama berkunjung?					
	Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan					
	4. Saya puas dengan fasilitas di Umbul Bening Park yang berfungsi dengan baik dan sesuai dengan kegunaannya					
	5. Saya puas dengan kondisi fisik fasilitas yang tersedia, seperti kolam renang, gazebo, mushola dan parkir					
	Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan					
	6. Saya merasa sangat mudah menggunakan fasilitas yang disediakan di Umbul Bening Park					
	7. Saya dapat dengan cepat mengakses fasilitas yang saya butuhkan selama kunjungan					
Kelengkapan alat yang digunakan						

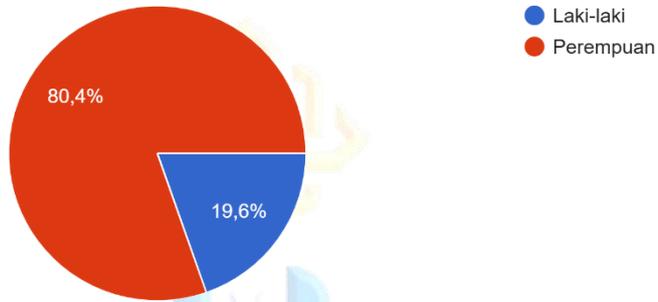
VARIABEL	PERTANYAAN	PILIHAN JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
	8. Saya puas dengan kelengkapan alat-alat yang disediakan (seperti pelampung, meja piknik, dll.)					
	9. Saya merasa bahwa kelengkapan alat sangat mempengaruhi kepuasan saya selama berkunjung					
Harga (X2)	Keterjangkauan harga					
	10. Harga tiket masuk, parkir dan fasilitas di Umbul Bening Park terjangkau bagi berbagai kalangan masyarakat					
	11. Apakah Anda merasa harga fasilitas tambahan, seperti penyewaan alat, terjangkau bagi berbagai kalangan?					
	Kesesuaian harga dengan fasilitas / jasa					
	12. Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas pelayanan dan fasilitas yang diterima					
	13. Harga tiket masuk sesuai dengan banyaknya fasilitas yang didapat					
	Daya saing harga					
	14. Harga tiket dan fasilitas di Umbul Bening Park lebih kompetitif dibandingkan objek wisata sejenis di Banyuwangi?					
15. Apakah Anda merasa bahwa harga yang ditawarkan mencerminkan kualitas dan layanan yang diberikan?						

VARIABEL	PERTANYAAN	PILIHAN JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
	Kesesuaian harga dengan manfaat					
	16. Apakah harga yang Anda bayar sesuai dengan manfaat dan kepuasan yang Anda rasakan setelah berkunjung?					
	17. Apakah fasilitas dan pengalaman wisata yang Anda dapatkan memberikan nilai lebih sesuai dengan biaya yang dikeluarkan?					
Citra destinasi (X3)	Citra destinasi kognitif					
	18. Saya puas berkunjung ke Umbul Bening Park karena memiliki fasilitas dan layanan yang mencerminkan kualitas tinggi					
	19. Objek wisata Umbul Bening Park memberikan kesan yang baik sebagai destinasi wisata keluarga yang edukatif dan menyenangkan					
	Citra destinasi unik					
	20. Saya merasa puas Umbul Bening Park memiliki ciri khas atau daya tarik unik yang membedakannya dari tempat wisata lain di Banyuwangi					
	21. Apakah keunikan tersebut memberikan pengalaman berkesan bagi Anda?					
	Citra destinasi afektif					
22. Saya merasa nyaman, senang, dan puas selama berada di Umbul Bening Park?						

VARIABEL	PERTANYAAN	PILIHAN JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
	23. Apakah destinasi ini memberikan pengalaman emosional yang positif dan berkesan bagi Anda?					
Kepuasan wisatawan (Y)	Kesesuaian harapan					
	24. Saya merasa puas berkunjung ke Umbul Bening Park dengan kesesuaian antara harga yang dibayar dengan kualitas pengalaman yang didapatkan					
	25. Saya puas atas jasa layanan yang ada di objek Umbul Bening Park					
	Minat berkunjung Kembali					
	26. Saya berminat untuk kembali berkunjung ke Umbul Bening Park di masa mendatang					
	27. Apakah fasilitas dan pelayanan di Umbul Bening Park mendorong Anda untuk berkunjung kembali?					
	Kesediaan merekomendasi					
	28. Saya akan merekomendasikan Umbul Bening Park kepada keluarga atau teman					
	29. Saya akan memaparkan keindahan obyek wisata ini agar orang lain tertarik untuk berkunjung					

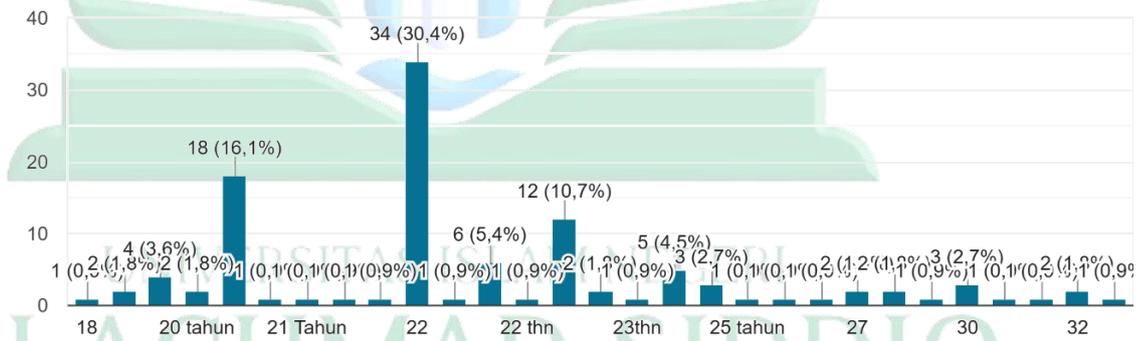
Jenis Kelamin

112 jawaban



Usia

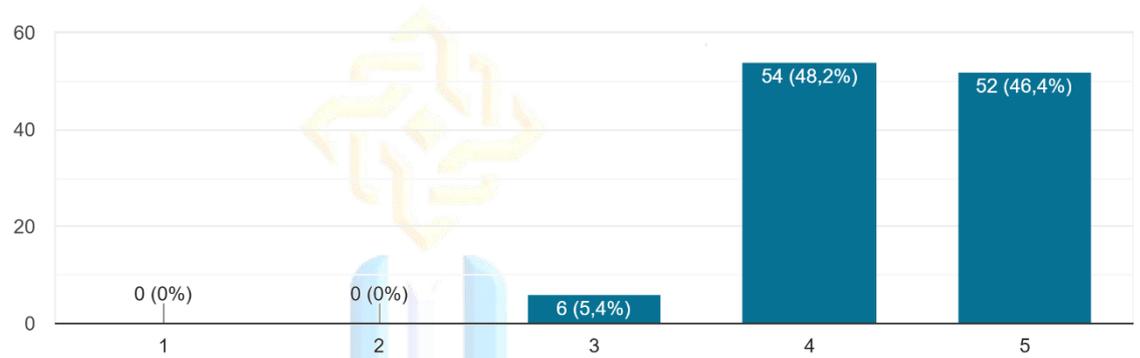
112 jawaban



KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER

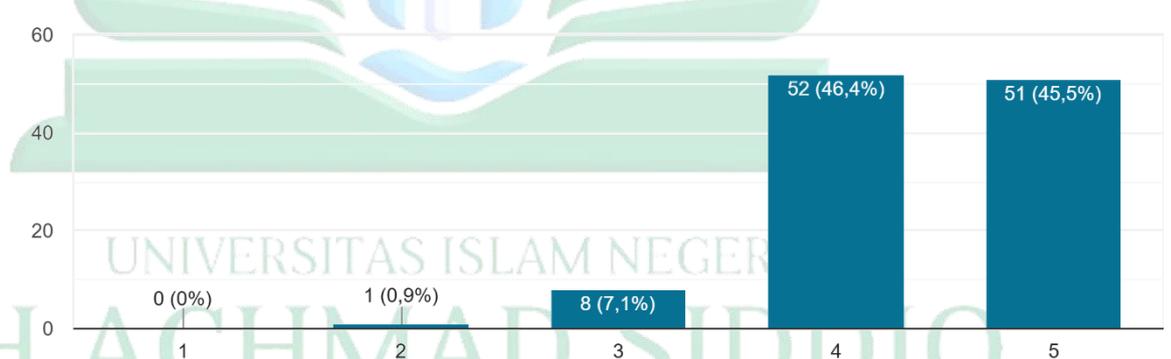
1. Saya puas dengan kelengkapan fasilitas yang disediakan di Umbul Bening Park untuk memenuhi kebutuhan selama berkunjung

112 jawaban



2. Saya puas dengan kebersihan fasilitas di Umbul Bening Park seperti toilet, tempat ibadah, dan area istirahat, yang terawat dengan baik

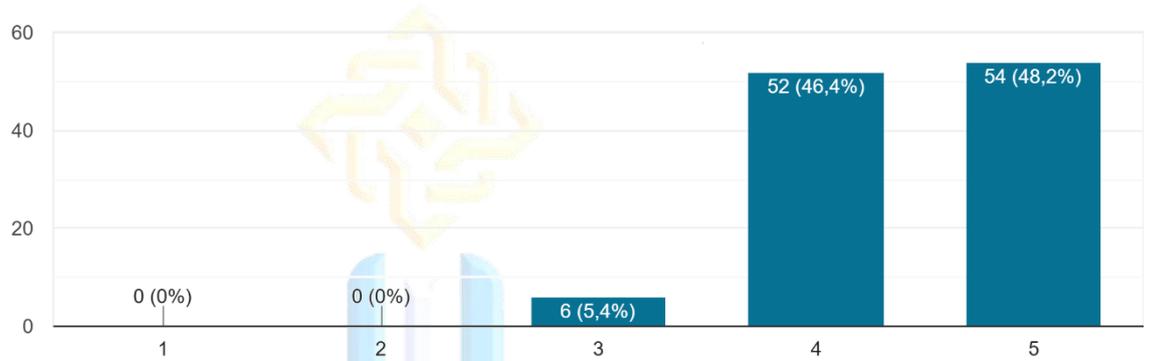
112 jawaban



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

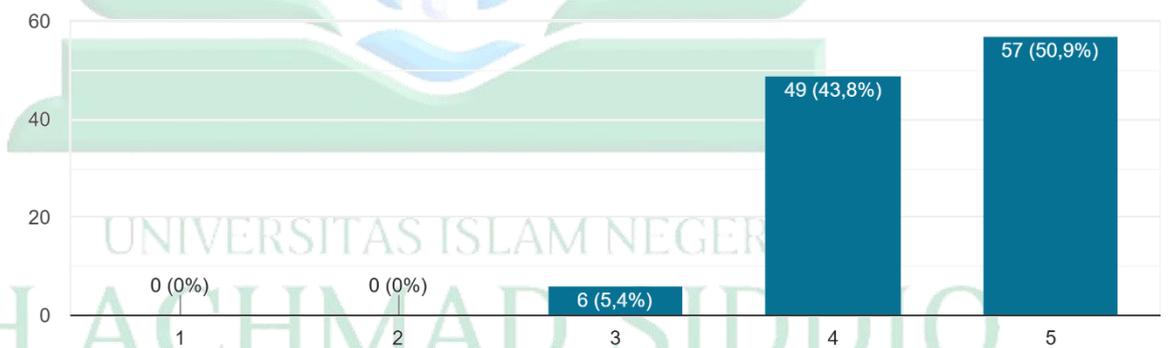
3. Saya puas dengan kerapian fasilitas di Umbul Bening Park mencerminkan nilai keindahan dan kenyamanan selama berkunjung

112 jawaban



4. Saya puas dengan fasilitas di Umbul Bening Park yang berfungsi dengan baik dan sesuai dengan kegunaannya

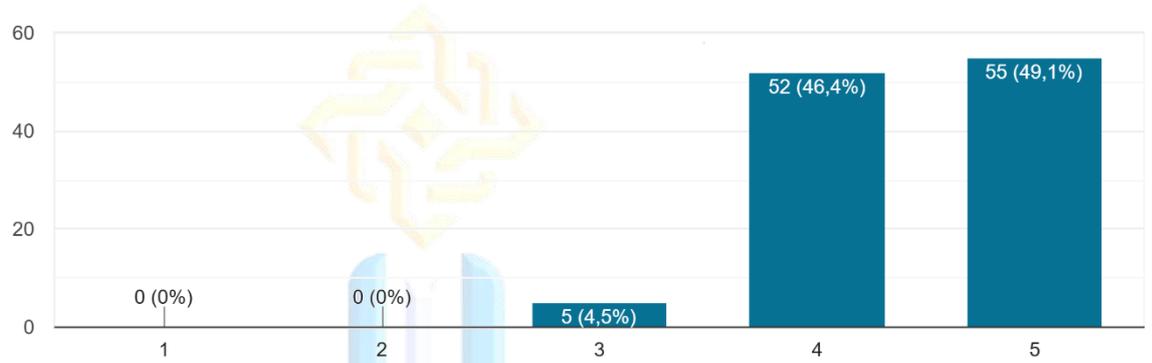
112 jawaban



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

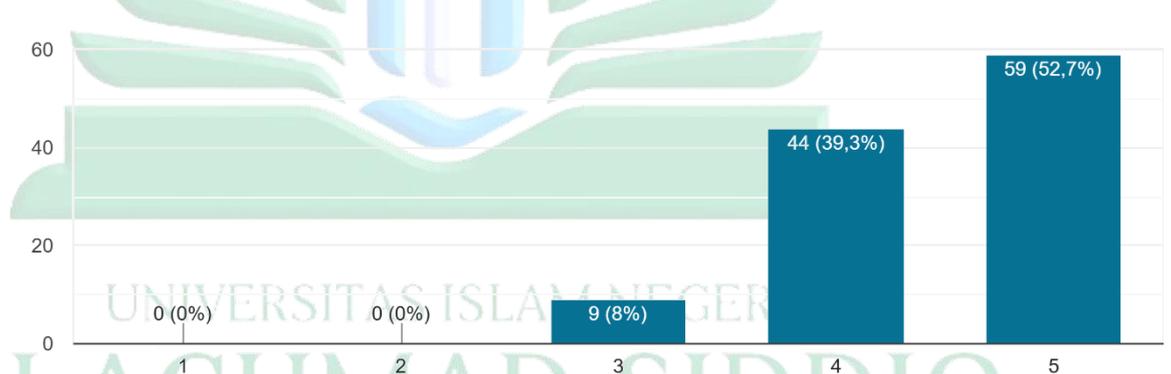
5. Saya puas dengan kondisi fisik fasilitas yang tersedia, seperti kolam renang, gazebo, mushola, toilet dan parkir

112 jawaban



6. Saya merasa sangat mudah menggunakan fasilitas yang disediakan di Umbul Bening Park

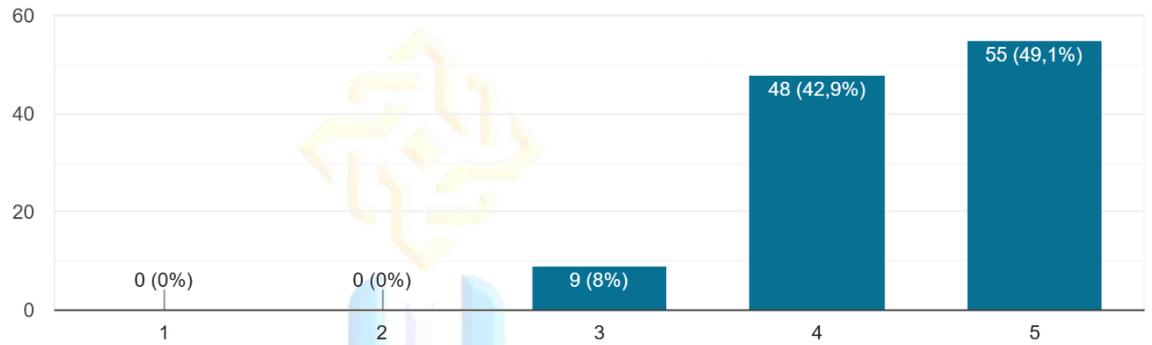
112 jawaban



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

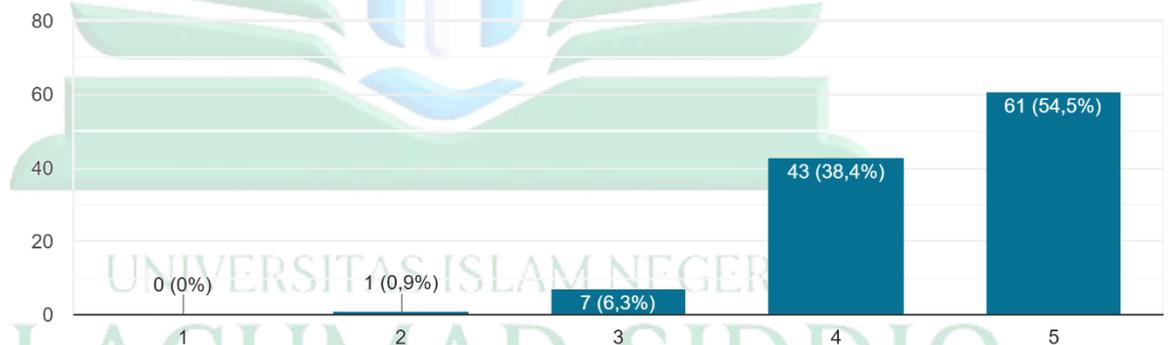
7. Saya merasa tidak ada kesulitan dalam menemukan lokasi fasilitas yang saya butuhkan

112 jawaban



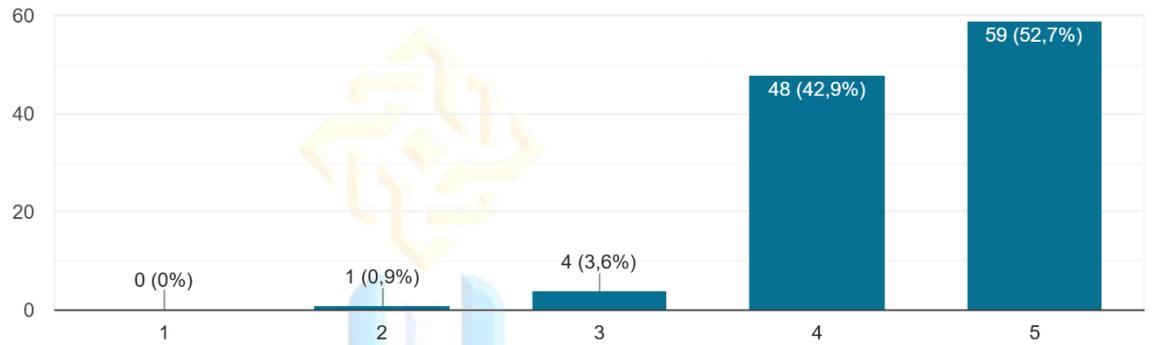
8. Saya puas dengan kelengkapan alat-alat yang disediakan (seperti pelampung, waterboom, perosotan, ayunan dll.)

112 jawaban

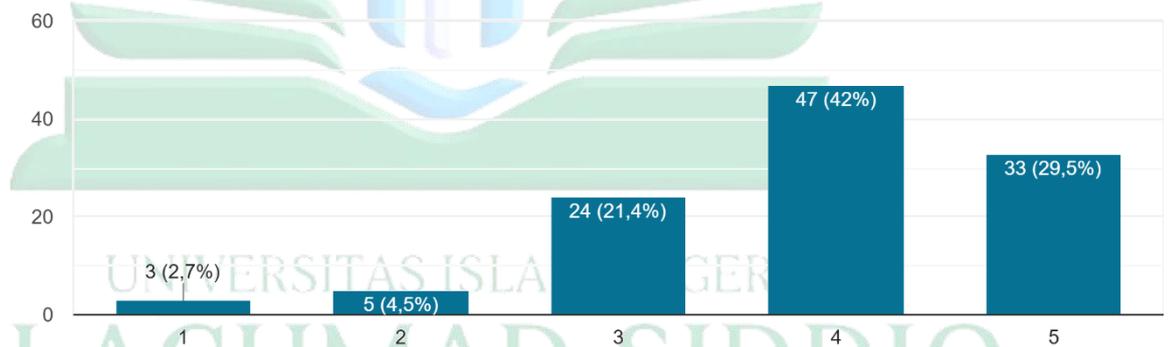


KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

9. Saya merasa bahwa kelengkapan alat sangat mempengaruhi kepuasan saya selama berkunjung
112 jawaban



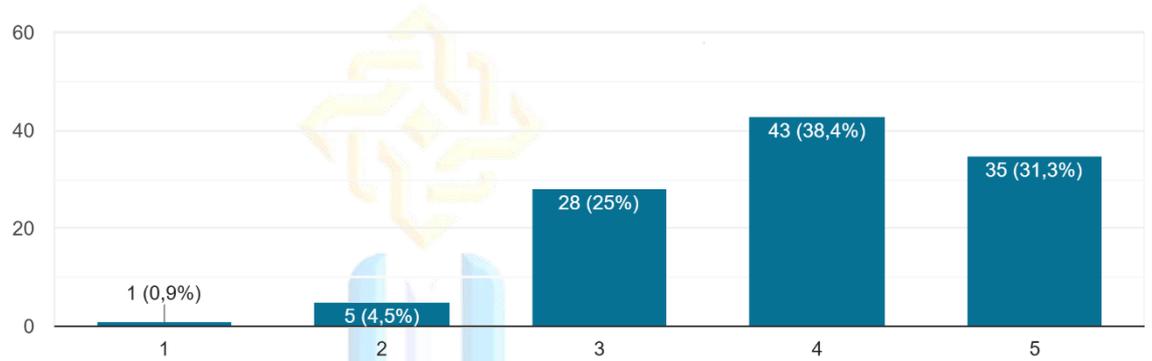
10. Harga tiket masuk Umbul Bening Park wisata Umbul Pelem terjangkau oleh masyarakat kalangan umum
112 jawaban



KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

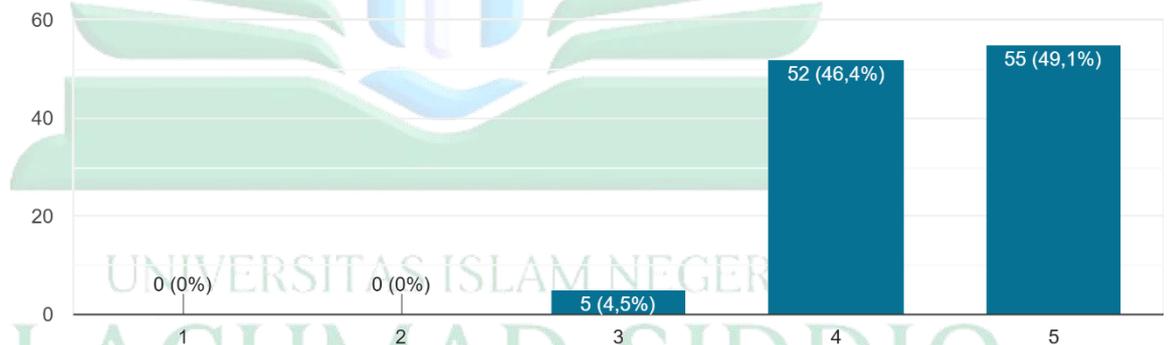
11. Apakah Anda merasa harga fasilitas tambahan, seperti penyewaan alat, terjangkau bagi berbagai pengunjung?

112 jawaban



12. Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas pelayanan dan fasilitas yang diterima

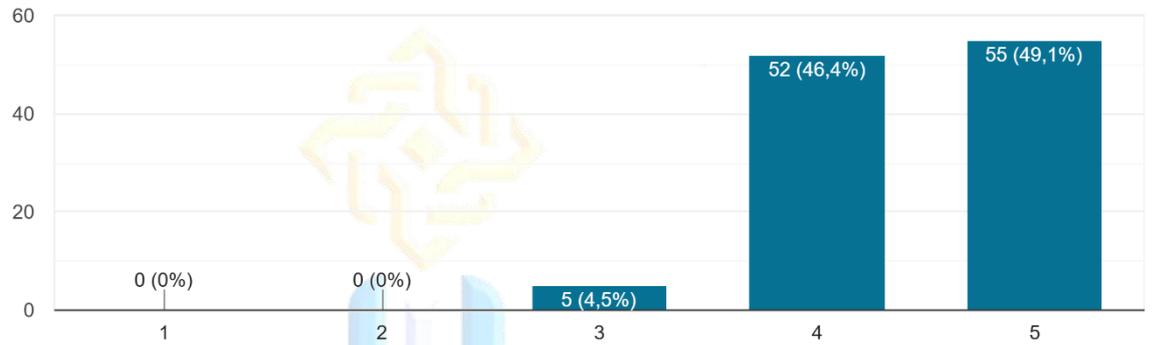
112 jawaban



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

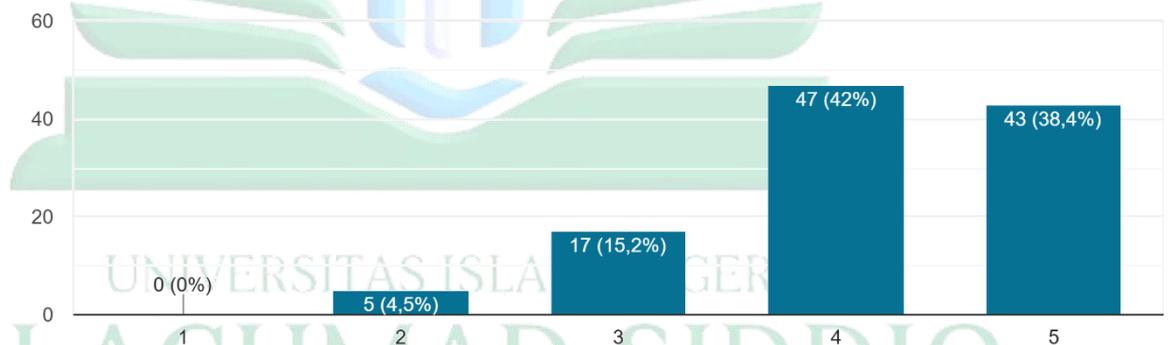
13. Apakah harga tiket masuk sesuai dengan kualitas fasilitas yang disediakan?

112 jawaban



14. Harga tiket dan fasilitas di Umbul Bening Park lebih kompetitif dibandingkan objek wisata sejenis di Banyuwangi?

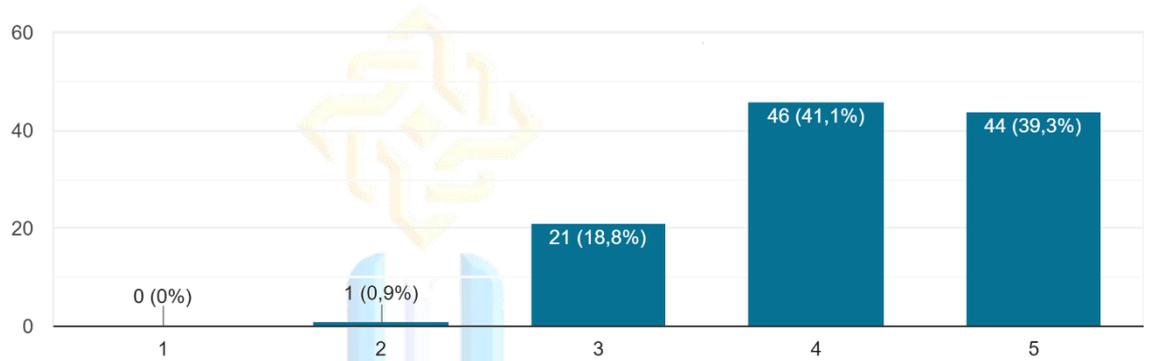
112 jawaban



KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

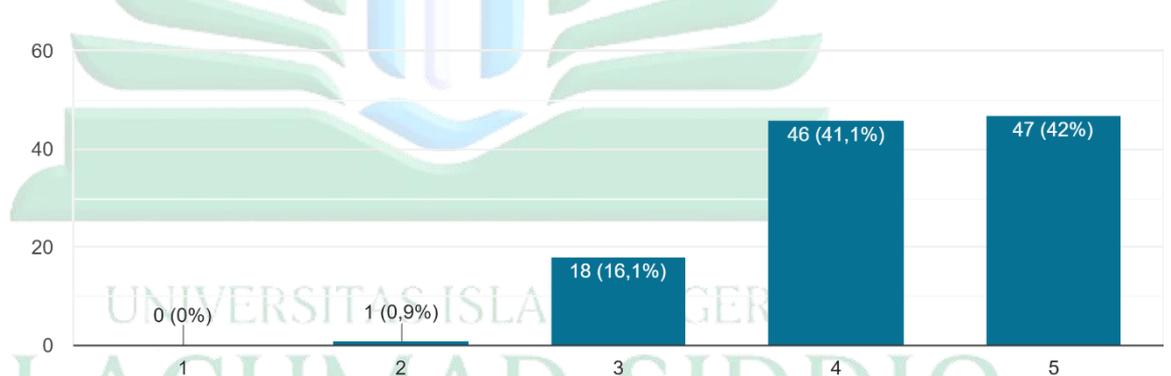
15. Saya merasa bahwa harga tiket dan beberapa memberikan akses kepada fasilitas yang lebih banyak dibandingkan tempat lain dengan harga yang sama

112 jawaban



16. Harga tiket masuk sesuai dengan manfaat dan kepuasan yang didapat oleh pengunjung

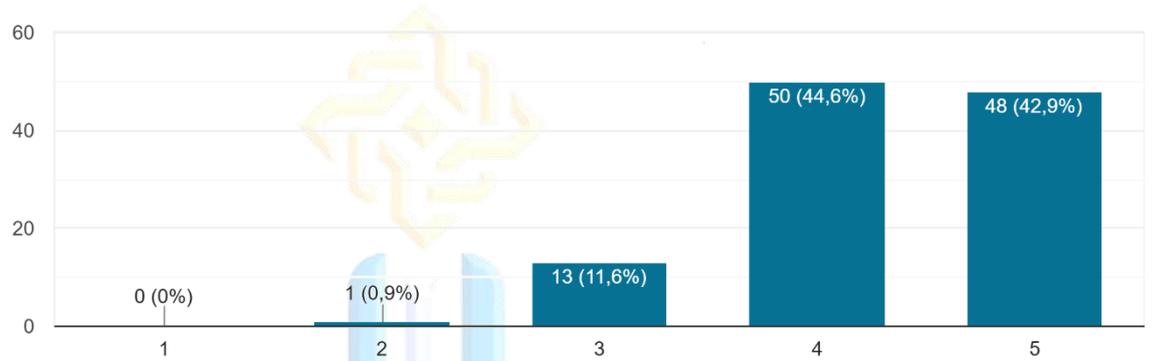
112 jawaban



UNIVERSITAS ISLAM
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

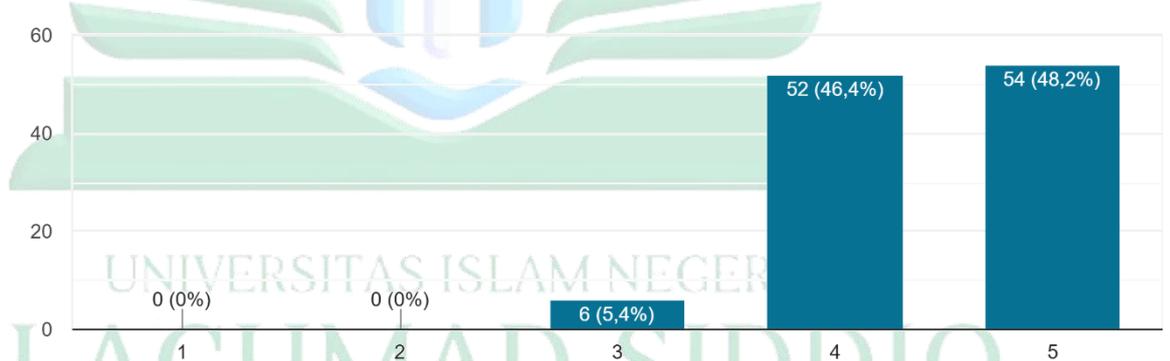
17. Saya merasa bahwa waktu yang saya habiskan di Umbul Bening Park memberikan manfaat dan pengalaman berharga yang setara dengan biaya yang saya keluarkan

112 jawaban



18. Lingkungan dan infrastruktur di Umbul Bening Park sesuai dengan yang saya harapkan berdasarkan informasi yang saya dapatkan

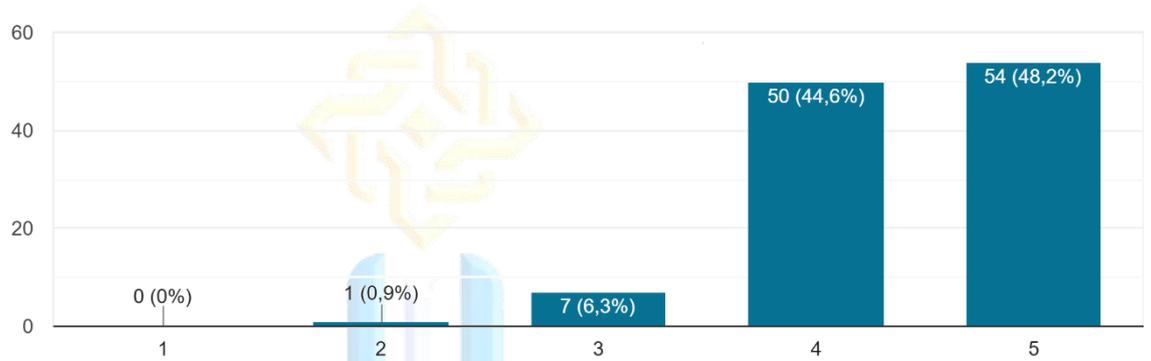
112 jawaban



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

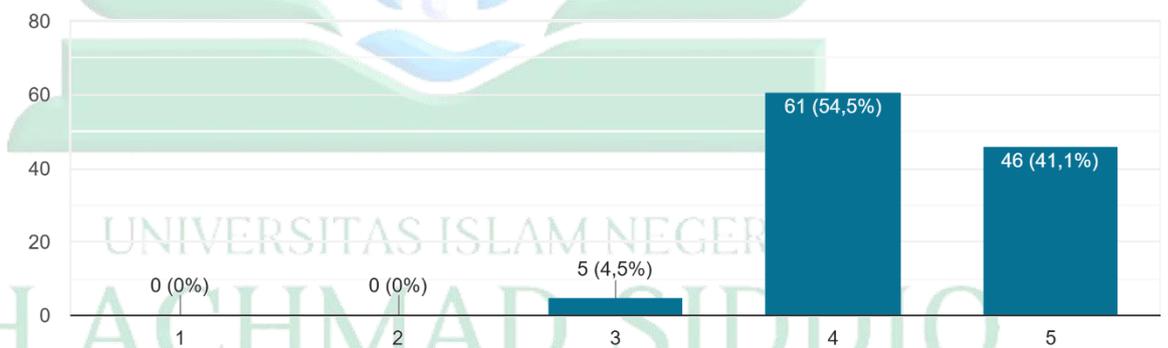
19. Objek wisata Umbul Bening Park memberikan kesan yang baik sebagai destinasi wisata keluarga yang edukatif dan menyenangkan

112 jawaban



20. Umbul Bening Park memiliki ciri khas atau daya tarik unik yang membedakannya dari tempat wisata lain di Banyuwangi

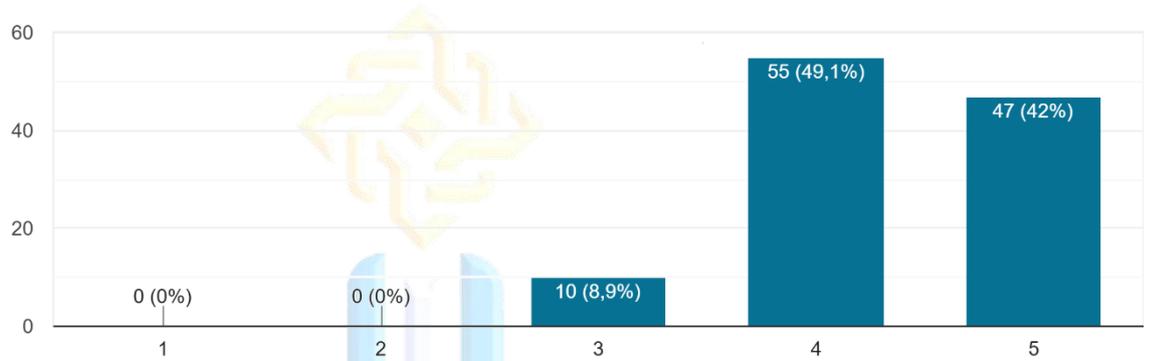
112 jawaban



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

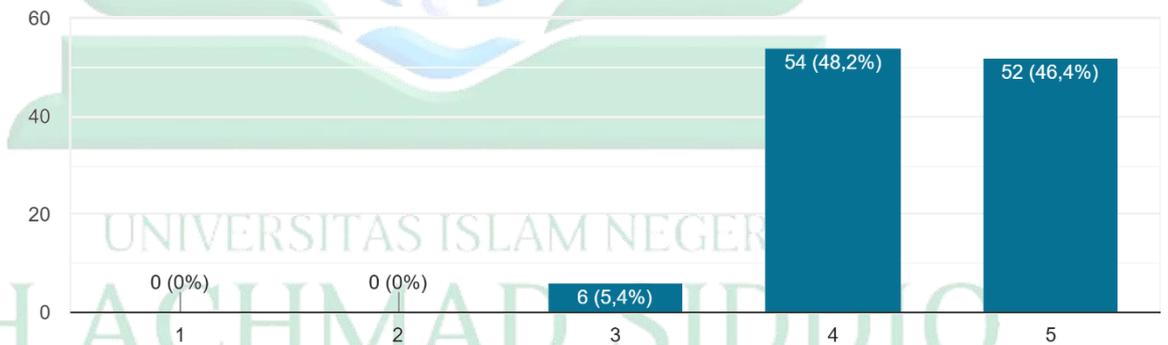
21. Atraksi menarik di Umbul Bening Park seperti spot foto unik memberikan pengalaman yang berbeda dari tempat wisata lain

112 jawaban



22. Saya merasa nyaman, senang, puas, serta mengabadikan foto dan video selama berada di Umbul Bening Park?

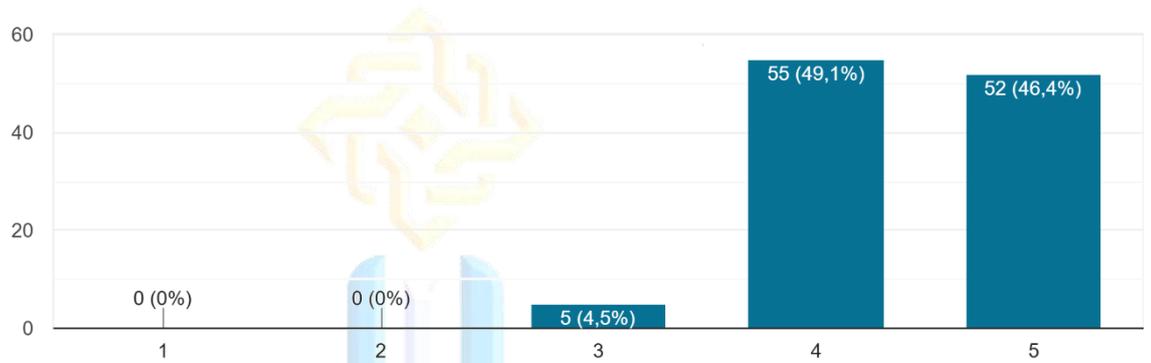
112 jawaban



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

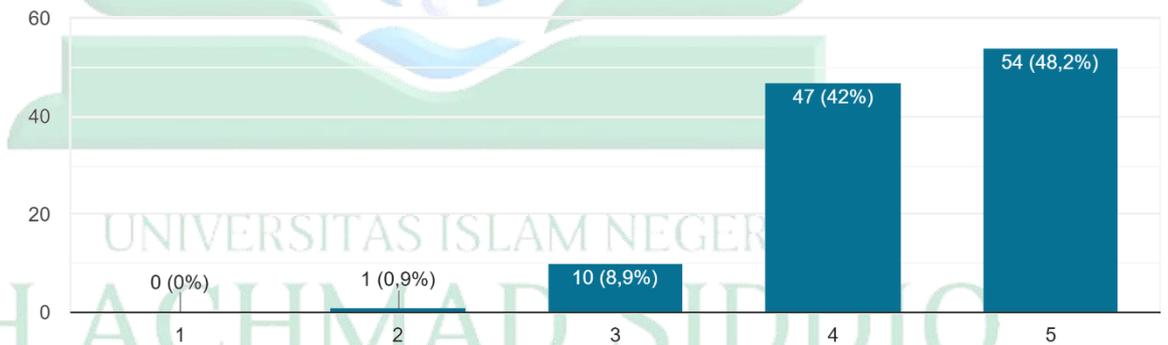
23. Umbul Bening Park membuat saya merasa dapat bersantai dan menikmati waktu bersama keluarga atau teman

112 jawaban



24. Saya merasa puas berkunjung ke Umbul Bening Park dengan kesesuaian antara harga yang dibayar dengan kualitas pengalaman yang didapatkan

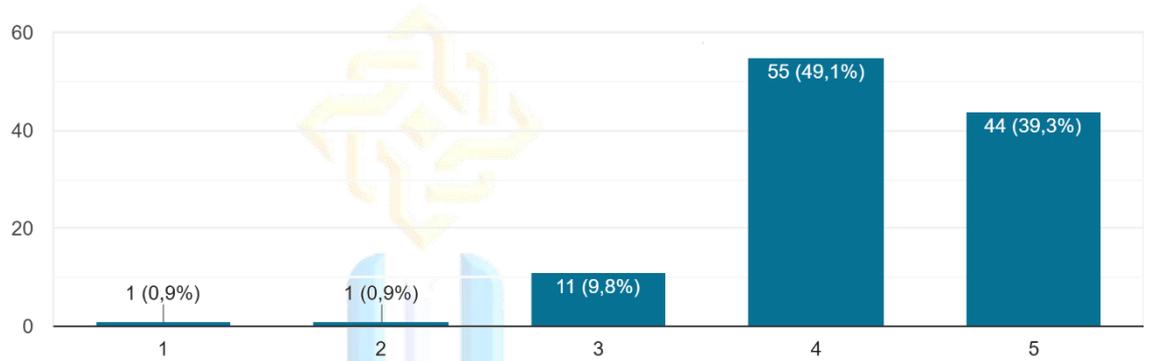
112 jawaban



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

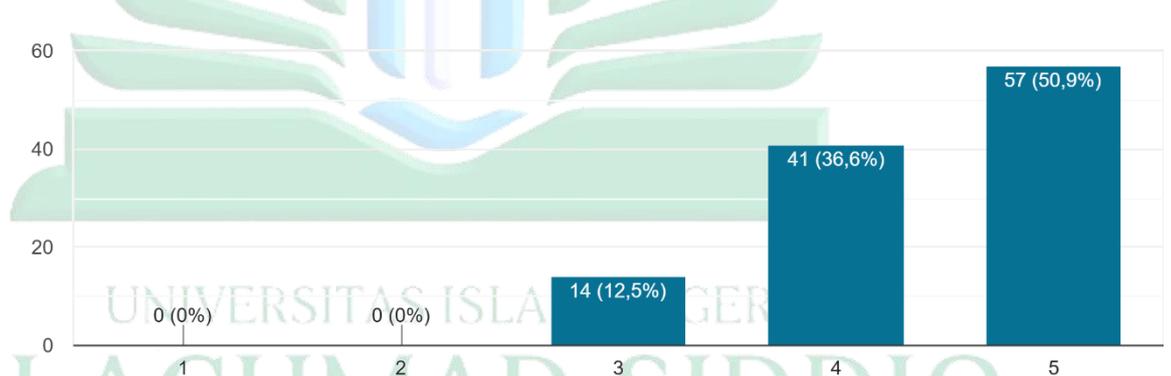
25. Saya puas atas jasa pelayanan di Umbul Bening Park yang memberikan pelayanan yang baik dan responsif sesuai dengan yang diharapkan

112 jawaban



26. Saya berminat untuk kembali berkunjung ke Umbul Bening Park di masa mendatang

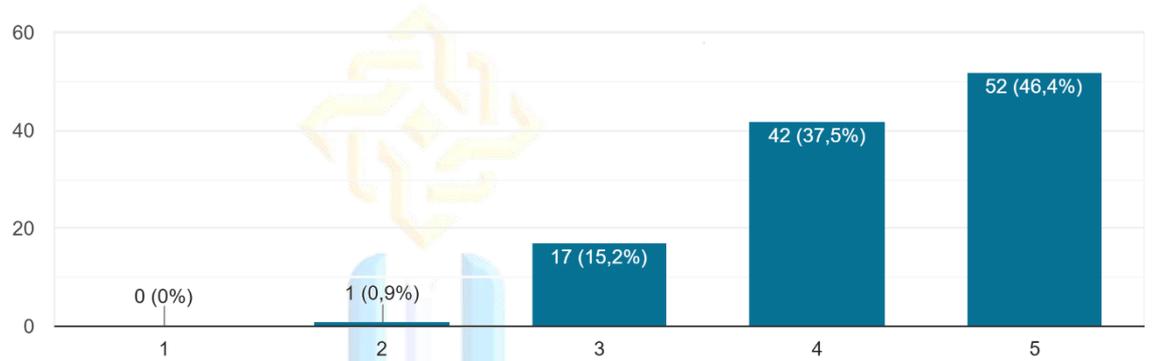
112 jawaban



UNIVERSITAS ISLAMIC
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

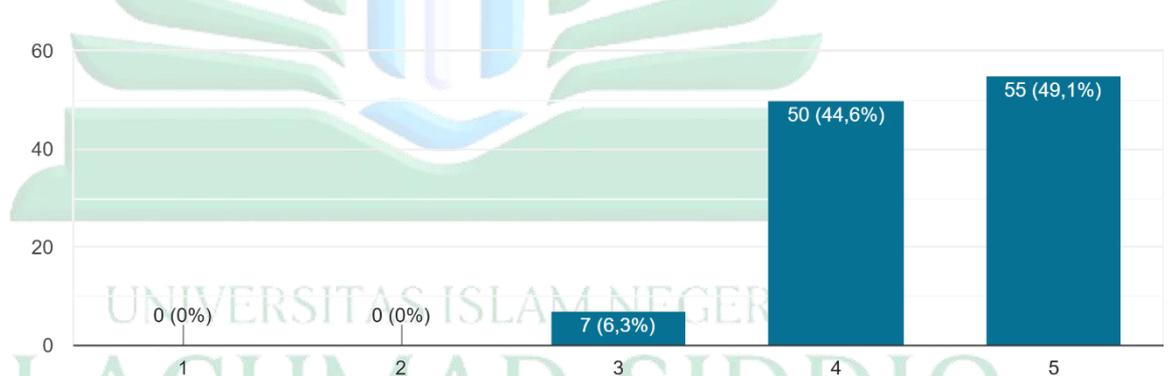
27. Apakah fasilitas, harga, dan pelayanan di Umbul Bening Park mendorong Anda untuk berkunjung kembali?

112 jawaban



28. Saya akan merekomendasikan Umbul Bening Park kepada keluarga atau teman

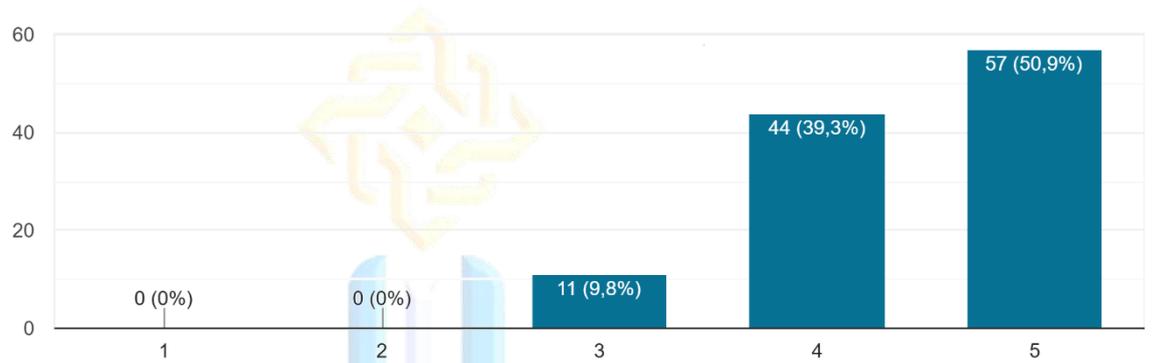
112 jawaban



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

29. Saya akan menceritakan keindahan obyek wisata Umbul Bening Park agar orang lain tertarik untuk berkunjung

112 jawaban



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

No.	FASILITAS (X1)									BARGA (X2)								CIKRA DESTINASI (X3)						KEPUASAN (Y)									
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	
1	3	5	4	5	4	5	5	5	5	41	4	4	5	5	5	5	5	5	38	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	35	3	3	4	4	4	4	4	4	35	4	4	4	4	4	4	35	5	5	5	5	5	5	35
3	4	2	4	4	3	4	3	4	5	33	4	4	3	4	4	5	5	4	34	4	4	5	5	5	5	32	5	5	5	5	5	5	32
4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44	5	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
6	4	4	4	5	4	5	4	3	4	37	3	4	5	4	4	4	4	4	32	4	4	5	4	4	5	26	4	4	4	5	5	5	27
7	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38	4	4	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	4	4	4	25
8	5	5	4	4	5	5	5	5	5	43	4	5	5	5	5	5	4	4	35	5	5	4	5	5	5	25	5	4	4	4	4	4	26
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	5	5	4	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30
10	4	4	5	3	5	4	5	4	5	36	4	3	4	4	3	5	3	4	30	3	5	5	4	3	5	25	4	3	5	4	5	4	25
11	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44	3	3	4	3	4	3	4	3	27	5	5	5	3	3	4	25	5	4	3	3	5	5	25
12	4	5	4	3	4	3	4	4	4	35	4	4	4	4	3	3	4	3	29	4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	4	5	4	25
13	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35	4	4	3	4	3	4	3	4	29	4	4	5	4	4	5	26	4	5	3	3	5	5	25
14	5	4	4	4	4	4	4	4	4	35	5	5	5	4	5	4	5	5	29	4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	4	5	5	26
15	4	4	4	4	5	5	5	4	5	40	3	3	4	4	5	5	4	4	32	3	4	4	5	4	5	25	3	5	4	3	5	5	25
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	4	4	5	4	36	4	4	4	3	5	5	25
17	1	4	5	5	3	4	5	5	4	36	3	3	4	4	4	3	4	4	29	4	3	4	4	5	4	24	4	4	4	4	5	5	26
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	3	3	3	3	3	3	3	24	4	5	4	5	3	4	25	4	3	4	4	5	5	25
20	4	4	4	4	4	3	3	4	4	35	4	4	4	4	4	5	5	5	35	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	4	4	25
21	5	5	4	4	4	4	4	4	4	35	5	5	5	4	5	4	4	5	31	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	5	5	26
22	4	3	4	3	4	4	4	4	4	32	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	3	3	3	4	4	4	4	3	28	4	5	4	5	4	4	26	5	5	5	5	5	5	30
24	4	5	4	4	4	5	4	5	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	5	3	5	4	26	4	3	5	4	4	5	25
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	4	4	5	4	26	3	4	4	5	4	5	25
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	5	4	4	5	4	26	4	4	4	4	5	5	26
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	4	5	5	5	5	5	5	5	39	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
32	5	2	5	5	5	5	4	5	5	41	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	5	5	5	5	4	5	5	38	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
34	5	5	5	5	5	5	4	5	5	44	4	4	5	5	4	4	5	5	36	4	5	5	5	5	5	29	4	4	5	5	5	5	25
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	30	4	4	4	4	4	4	25
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	4	4	5	5	5	28	5	4	5	5	5	5	29
37	4	4	3	3	4	3	4	3	3	31	4	3	4	4	3	4	4	4	30	5	5	4	4	5	5	28	4	4	5	5	5	5	25
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	4	5	29
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	37	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	3	5	5	5	5	25	5	5	3	3	5	5	26
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	4	4	4	4	4	4	4	4	39	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	26
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	37	5	4	4	4	4	4	4	4	34	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
44	4	4	5	4	5	5	5	5	5	39	4	3	4	5	4	4	5	4	34	4	5	4	5	5	5	25	5	5	4	4	5	4	25
45	4	4	4	4	5	3	5	5	4	35	2	2	3	3	3	3	3	3	25	4	4	4	4	5	4	25	4	4	5	4	4	4	26
46	5	5	5	4	5	4	4	5	5	42	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	5	4	4	5	4	26	5	5	4	4	4	5	27
47	4	4	4	4	4	3	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	5	5	5	30	5	4	3	4	4	5	25
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
49	4	4	5	4	5	5	4	4	4	39	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	4	4	4	4	25	4	4	4	3	5	5	25
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	4	3	5	5	5	5	5	5	37	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	5	26
52	4	4	5	5	5	4	5	4	5	41	3	4	4	4	4	4	4	4	31	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	4	4	4	4	4	4	31	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	36	5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	4	4	4	26
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	25	4	4	4	3	4	4	24
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	4	4	5	25
57	4																																

DOKUMENTASI



Menyerahkan Surat Izin penelitian



Wawancara ke-1



Wawancara ke- 2



Pintu Masuk & Loket

Pintu Masuk Kolam Renang





Taman Bunga



Rumah Segitiga



Taman Kelinci



Danau Umbul Bening



Sumber Air Umbul Bening



Kolam Renang Anak-Anak



Kolam Renang Anak-anak



Kolan Renang Dewasa



Air Terjun



Seluncuran



Seluncuran dengan ketinggian 15 meter



Seluncuran dengan ketinggian 25 meter



Mushola



UNIVERSITAS KHARISMA
KHARISMA UNIVERSITY
DIY

Gazebo



Toilet



Tempat Parkir

LAMPIRAN HASIL OLAH DATA SPSS

1. Deskriptif Statistik

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Fasilitas	112	35	45	40.40	3.689
Harga	112	28	40	34.69	3.577
Citra Destinasi	112	24	30	26.95	1.593
Kepuasan	112	20	30	27.66	1.924
Valid N (listwise)	112				

2. Hasil Uji Validitas

Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	Fasilitas
X1.1	1	.495**	.549**	.396**	.571**	.433**	.458**	.306**	.484**	.709**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000
N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1.2	.495**	1	.482**	.439**	.549**	.537**	.498**	.519**	.383**	.745**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1.3	.549**	.482**	1	.492**	.516**	.601**	.492**	.541**	.512**	.776**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1.4	.396**	.439**	.492**	1	.540**	.460**	.536**	.515**	.417**	.719**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1.5	.571**	.549**	.516**	.540**	1	.436**	.539**	.496**	.413**	.758**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1.6	.433**	.537**	.601**	.460**	.436**	1	.505**	.526**	.362**	.733**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1.7	.458**	.498**	.492**	.536**	.539**	.505**	1	.534**	.534**	.767**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1.8	.306**	.519**	.541**	.515**	.496**	.526**	.534**	1	.491**	.745**
Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1.9	.484**	.383**	.512**	.417**	.413**	.362**	.534**	.491**	1	.689**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Fasilitas	.709**	.745**	.776**	.719**	.758**	.733**	.767**	.745**	.689**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Harga
X2.1	Pearson Correlation	1	.721**	.654**	.652**	.448**	.403**	.502**	.634**	.793**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X2.2	Pearson Correlation	.721**	1	.703**	.606**	.563**	.470**	.567**	.518**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X2.3	Pearson Correlation	.654**	.703**	1	.748**	.557**	.522**	.624**	.656**	.848**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X2.4	Pearson Correlation	.652**	.606**	.748**	1	.587**	.526**	.614**	.666**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X2.5	Pearson Correlation	.448**	.563**	.557**	.587**	1	.652**	.662**	.615**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X2.6	Pearson Correlation	.403**	.470**	.522**	.526**	.652**	1	.737**	.630**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X2.7	Pearson Correlation	.502**	.567**	.624**	.614**	.662**	.737**	1	.613**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X2.8	Pearson Correlation	.634**	.518**	.656**	.666**	.615**	.630**	.613**	1	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Harga	Pearson Correlation	.793**	.815**	.848**	.832**	.780**	.753**	.815**	.817**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Citra Destinasi
X3.1	Pearson Correlation	1	.412**	.397**	.302**	.387**	.322**	.746**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.001	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
X3.2	Pearson Correlation	.412**	1	.348**	.212*	.079	.378**	.619**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.025	.406	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
X3.3	Pearson Correlation	.397**	.348**	1	.271**	.406**	.258**	.687**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.004	.000	.006	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
X3.4	Pearson Correlation	.302**	.212*	.271**	1	.204*	.315**	.600**
	Sig. (2-tailed)	.001	.025	.004		.031	.001	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
X3.5	Pearson Correlation	.387**	.079	.406**	.204*	1	.143	.591**
	Sig. (2-tailed)	.000	.406	.000	.031		.133	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
X3.6	Pearson Correlation	.322**	.378**	.258**	.315**	.143	1	.611**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.006	.001	.133		.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
Citra Destinasi	Pearson Correlation	.746**	.619**	.687**	.600**	.591**	.611**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	112	112	112	112	112	112	112

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Kepuasan
Y1	Pearson Correlation	1	.430**	.314**	.371**	.105	-.036	.663**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.272	.705	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
Y2	Pearson Correlation	.430**	1	.178	.375**	.139	.180	.678**
	Sig. (2-tailed)	.000		.060	.000	.145	.058	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
Y3	Pearson Correlation	.314**	.178	1	.510**	.194*	.010	.699**
	Sig. (2-tailed)	.001	.060		.000	.041	.915	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
Y4	Pearson Correlation	.371**	.375**	.510**	1	-.072	-.075	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.448	.434	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
Y5	Pearson Correlation	.105	.139	.194*	-.072	1	.207*	.351**
	Sig. (2-tailed)	.272	.145	.041	.448		.028	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112
Y6	Pearson Correlation	-.036	.180	.010	-.075	.207*	1	.249**
	Sig. (2-tailed)	.705	.058	.915	.434	.028		.008
	N	112	112	112	112	112	112	112
Kepuasan	Pearson Correlation	.663**	.678**	.699**	.720**	.351**	.249**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.008	
	N	112	112	112	112	112	112	112

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.776	10

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.789	9

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.757	7

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.733	7

4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		112
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.12479099
Most Extreme Differences	Absolute	.122
	Positive	.122
	Negative	-.119
Kolmogorov-Smirnov Z		1.295
Asymp. Sig. (2-tailed)		.070

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

5. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.653	1.719		3.872	.000		
	Fasilitas	.068	.028	.143	2.467	.015	.965	1.036
	Harga	-.032	.026	-.073	-1.240	.218	.931	1.074
	Citra Destinasi	.704	.052	.793	13.580	.000	.950	1.052

a. Dependent Variable: Kepuasan

6. Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.056	1.130		.935	.352		
	Fasilitas	-.030	.018	-.159	-1.650	.102	.965	1.036
	Harga	.006	.017	.034	.349	.728	.931	1.074
	Citra Destinasi	.030	.034	.086	.884	.379	.950	1.052

a. Dependent Variable: ABS_RES

7. Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.772	2.047		3.797	.000
	Fasilitas	.144	.053	.275	2.689	.008
	Harga	.198	.062	.368	3.180	.002
	Citra Destinasi	.268	.134	.222	2.000	.048

a. Dependent Variable: Kepuasan

8. Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.772	2.047		3.797	.000
	Fasilitas	.144	.053	.275	2.689	.008
	Harga	.198	.062	.368	3.180	.002
	Citra Destinasi	.268	.134	.222	2.000	.048

a. Dependent Variable: Kepuasan

9. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	270.675	3	90.225	69.388	.000 ^a
	Residual	140.432	108	1.300		
	Total	411.107	111			

a. Predictors: (Constant), Citra Destinasi, Fasilitas, Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan

10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.811 ^a	.658	.649	1.140

a. Predictors: (Constant), Citra Destinasi, Fasilitas, Harga

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Alfin Khurin Aini

NIM : 211105020009

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institusi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 26 Mei 2025

Saya yang menyatakan



Nur Alfin Khurin Aini
NIM 211105020009

UNIVERSITAS ISLAMIAH
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

JURNAL PENELITIAN
PENGARUH FASILITAS, HARGA, DAN CITRA DESTINASI
TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI OBJEK WISATA UMBUL
BENING PARK BANYUWANGI

No.	Tanggal	Uraian Kegiatan	TTD
1.	23 November 2024	Menyerahkan Surat Izin Penelitian	
2.	23 November 2024	Pelaksanaan Penelitian di Umbul Bening Park (Wawancara)	
3.	10 April 2025	Pelaksanaan Penelitian di Umbul Bening Park (Wawancara, Dokumentasi)	
4.	12 April-28 April 2025	Penyebaran Kuesioner	
5.	29 April 2025	Analisis Data	
6.	30 April-21 Mei 2025	Penyusunan Skripsi	
7.	5 Mei 2025	Meminta Surat Izin Selesai Penelitian	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B-128/Un.22/7.a/PP.00.9/10/2024
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

15 November 2024

Kepada Yth.
Pimpinan Wisata Umbul Bening Park
Dusun Salamrejo, Desa Sumbergondo, Kec. Glenmore, Kabupaten Banyuwangi,
Jawa Timur 68466

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :

Nama : Nur Alfin Khurin Aini
NIM : 211105020009
Semester : VII (Tujuh)
Jurusan : Ekonomi dan Bisni Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai Pengaruh Fasilitas, Harga, Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Nurul Widyawati Islami Rahayu

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



f.



Umbul Bening Waterpark

Jl. Patok Wesi No. 45 Sumbergondo -- Glemore Website: www.umbulbening.com

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKSANAKAN PENELITIAN

Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini:

Nama : Fahmi Bagus Hartawan
Jabatan : Manajer Umbul Bening Waterpark

Dengan ini menerangkan bahwa dibawah ini :

Nama : Nur Alfin Khurin Aini
Nim : 211105020009
Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam
Fakultas : Ekonomi Syariah

Telah selesai menyelesaikan penelitian mengenai Pengaruh Fasilitas, Harga, Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan di Objek wisata Umbul Bening Waterpark.

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banyuwangi, 05 Mei 2025

Manajer Umbul Bening Waterpark



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Nur Alfin Khurin Aini
NIM : 211105020009
Semester : VIII (Delapan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 26 Mei 2025
Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,


Dr. Sofah, M.E.
NIP. 1991051520190320005

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Nur Alfin Khurin Aini
NIM : 211105020009
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh Fasilitas, Harga, dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan di Objek Wisata Umbul Bening Park Banyuwangi

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 28 Mei 2025
Operator Turnitin
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER


(Luluk Musfiroh)





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



SURAT KETERANGAN

Kami selaku pembimbing skripsi dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Nur Alfin Khurin Aini
NIM : 211105020009
Program Studi/Fakultas : Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah melengkapi lampiran naskah skripsi sesuai ketentuan buku pedoman akademik dan berhak diverifikasi untuk mendaftar ujian skripsi, antara lain :

No	Lampiran	Ada	Tidak
1	Lembar persetujuan Pembimbing	✓	
2	Matrik Penelitian	✓	
3	Surat Pernyataan Keaslian Bermaterai dan ditandatangani	✓	
4	Pedoman Wawancara/ Angket Penelitian	✓	
5	Surat Izin Penelitian	✓	
6	Surat Keterangan Selesai Penelitian	✓	
7	Jurnal Kegiatan Penelitian	✓	
8	Dokumentasi Penelitian (Kualitatif dan Kuantitatif Data Primer)	✓	
9	Lampiran Data Sekunder (Hasil penghitungan SPSS dll atau penelitian kuantitatif data sekunder)		
10	Surat keterangan screening turnitin 25% (Bagian Akademik)	✓	
11	Surat Keterangan Selesai Bimbingan Skripsi	✓	
12	Mensitasi 5 artikel jurnal dosen FEBI (sesuai dengan topik penelitian)	✓	
13	Biodata	✓	

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 26 Mei 2025
Pembimbing

Luluk Musfiroh, M. Ak
NIP. 198804122019032007



BIODATA PENULIS



A. IDENTITAS DIRI

Nama : Nur Alfin Khurin Aini
NIM : 211105020009
Tempat Tanggal Lahir : Banyuwangi, 19 April 2003
Institusi : UIN KH. Achmad Siddiq Jember
Alamat : Dusun Jalen II RT 004/RW 005, Desa
Setail, Kecamatan Genteng, Kabupaten
Banyuwangi, Jawa Timur
Jurusan : Ekonomi Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tk Khadijah 42 : 2008 - 2009
2. SDN 2 Setail : 2009 - 2015
3. SMP 3 Genteng : 2015 - 2018
4. MAN 2 Banyuwangi : 2018 – 2021
5. UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember : 2021 - 2025