

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b>	
<b>ABSTRACT</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Kegunaan Penelitian .....	11
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> .....	14
2.1 Kajian Pustaka.....	14
2.1.1 Pemasaran .....	14
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran.....	14
2.1.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	16
2.1.1.3 Bauran Pemasaran .....	17
2.1.2 Harga .....	21
2.1.2.1 Pengertian Harga .....	21
2.1.2.2 Tujuan Penetapan Harga .....	22
2.1.2.3 Peranan Harga .....	27
2.1.2.4 Strategi Harga Produk Baru .....	29
2.1.2.5 Metode Penetapan Harga .....	31

2.1.2.6 Indikator Harga.....	36
2.1.3 Promosi.....	38
2.1.3.1 Pengertian Promosi.....	38
2.1.3.2 Alat Promosi Penjualan .....	39
2.1.3.3 Tujuan Promosi .....	41
2.1.3.4 Indikator Promosi .....	43
2.1.4 Lingkungan Fisik .....	44
2.1.4.1 Pengertian.....	44
2.1.4.2 Unsur Lingkungan Fisik .....	45
2.1.4.3 Indikator Lingkungan Fisik.....	47
2.1.5 Daya Tanggap .....	50
2.1.5.1 Pengertian Daya Tanggap .....	50
2.1.5.2 Daya Tanggap sebagai Bagian dari Kualitas Pelayanan .....	51
2.1.5.3 Indikator Daya Tanggap .....	54
2.1.6 Kepuasan .....	56
2.1.6.1 Pengertian Kepuasan .....	56
2.1.6.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan ...	58
2.1.6.3 Metode Pengukuran Kepuasan.....	61
2.1.6.4 Indikator Kepuasan.....	64
2.1.7 Penelitian Terdahulu .....	67
2.2 Kerangka Pemikiran .....	74
2.3 Hipotesis .....	83
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN .....</b>	<b>84</b>
3.1 Objek Penelitian.....	84
3.1.1 Objek Wisata Karang Resik dan Situ Gede .....	84
3.1.1.1 Objek Wisata Karang Resik .....	84
3.1.1.2 Objek Wisata Situ Gede .....	87
3.2 Metode Penelitian .....	90
3.2.1 Operasional Variabel.....	90
3.2.2 Populasi dan Sampel .....	92

3.2.2.1	Populasi.....	92
3.2.2.2	Sampel.....	93
3.2.3	Teknik Pengumpulan Data .....	94
3.2.4	Teknik Analisis Data.....	95
3.2.4.1	Pengolahan Data.....	95
3.2.4.2	Teknik Analisis Data (Analisis Jalur).....	103

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1.	Hasil Penelitian.....	109
4.1.1.	Harga di Taman Wisata Karang Resik dan Objek Wisata Situ Gede .....	109
4.1.2.	Promosi di Taman Wisata Karang Resik dan Objek Wisata Situ Gede.....	112
4.1.3.	Lingkungan Fisik Taman Wisata Karang Resik dan Objek Wisata Situ Gede .....	117
4.1.4.	Daya Tanggap di Taman Wisata Karang Resik dan Objek Wisata Situ Gede .....	122
4.1.5.	Kepuasan Pengunjung di Taman Wisata Karang Resik dan Objek Wisata Situ Gede .....	126
4.2.	Pembahasan.....	132
4.2.1.	Harga di Taman Wisata Karang Resik dan Objek Wisata Situ Gede .....	132
4.2.2.	Promosi pada Taman Wisata Karang Resik dan Objek Wisata Situ Gede.....	134
4.2.3.	Lingkungan Fisik Taman Wisata Karang Resik dan Objek Wisata Situ Gede .....	136
4.2.4.	Daya Tanggap pada Taman Wisata Karang Resik dan Objek Wisata Situ Gede .....	139
4.2.5.	Kepuasan Pengunjung pada Taman Wisata Karang Resik dan Objek Wisata Situ Gede .....	141
4.2.6.	Pengujian Hipotesis .....	144

4.2.6.1. Pengaruh Harga, Promosi, Lingkungan Fisik dan Daya Tanggap Secara Parsial terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Taman Wisata Karang Resik dan Objek Wisata Situ Gede .....	144
4.2.6.2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Secara Parsial di Taman Wisata Karang Resik dan Objek Wisata Situ Gede.....	147
4.2.6.3. Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Secara Parsial di Taman Wisata Karang Resik dan Objek Wisata Situ Gede.....	148
4.2.6.4. Pengaruh Lingkungan Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan Secara Parsial di Taman Wisata Karang Resik dan Objek Wisata Situ Gede .....	150
4.2.6.5. Pengaruh Daya Tanggap terhadap Kepuasan Pelanggan Secara Parsial di Taman Wisata Karang Resik dan Objek Wisata Situ Gede .....	151
4.2.6.6. Pengaruh Harga, Promosi, Lingkungan Fisik dan Daya Tanggap Secara Simultan terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Karang Resik dan Objek Wisata Situ Gede.....	153

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Simpulan .....	155
5.2. Saran .....	155

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>157</b>
-----------------------------	------------

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Rincian Pendapatan Retribusi Karang Resik .....	8
1.2	Rincian Pendapatan Retribusi Situ Gede.....	9
1.3	Jadwal Penelitian.....	13
2.1	Alat – alat Promosi Penjualan.....	39
2.2	Penelitian Terdahulu .....	67
3.1	Operasional Variabel.....	90
3.2	Proporsi Jumlah Sampel Penelitian.....	94
3.3	Nilai, Notasi dan Predikat Pernyataan Positif.....	96
3.4	Nilai, Notasi dan Predikat Pernyataan Negatif .....	96
3.5	Uji Validitas Harga (X1) .....	98
3.6	Uji Validitas Promosi (X2).....	99
3.7	Uji Validitas Lingkungan Fisik (X3) .....	99
3.8	Uji Validitas Daya Tanggap (X4) .....	99
3.9	Uji Validitas Kepuasan Pengunjung (Y) .....	100
3.10	<i>Relability Statictics</i> .....	101
3.11	<i>Relability Statictics</i> .....	101
3.12	<i>Relability Statictics</i> ) .....	102
3.13	<i>Relability Statictics</i> .....	102
3.14	<i>Relability Statictics</i> .....	102
3.5	Formula Untuk Mencari Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Antar Variabel Penelitian .....	105
4.1	Harga yang ditawarkan pihak objek wisata alam sesuai dengan pelayanan yang diberikan .....	110
4.2	Setiap masuk dalam wahana yang terdapat di objek wisata alam ini terdapat daftar harga.....	111
4.3	Dalam hari-hari tertentu adanya potongan harga di objek wisata alam ini .....	111

4.4	Harga yang ditawarkan sesuai dengan yang diungkapkan oleh orang lain/ kerabat/ saudara.....	112
4.5	Promosi yang dilakukan pihak objek wisata sangat sering dilihat/ didengar .....	114
4.6	Promosi yang disampaikan mudah dimengerti.....	114
4.7	Promosi yang disampaikan waktunya sangat tepat dan di dilihat orang.....	115
4.8	Promosi yang disampaikan durasinya lama.....	116
4.9	Promosi yang disampaikan sesuai dengan kondisi objek wisata..	116
4.10	Tempat parkir kendaraan objek wisata alam ini sudah memadai ( <i>representatif</i> ) .....	118
4.11	WC dan toilet di objek wisata alam ini jumlahnya sudah memenuhi .....	119
4.12	WC dan toilet di objek wisata alam ini bersih dan wangi .....	119
4.13	Wahana permainan di objek wisata alam ini sangat menarik dan berbeda dengan wisata-wisata lain.....	120
4.14	Tanda-tanda petunjuk yang ada di objek wisata alam ini mudah dimengerti.....	121
4.15	Tanda-tanda petunjuk di objek wisata alam ini sangat menarik perhatian untuk berkunjung .....	121
4.16	Baju petugas yang digunakan bersih dan rapi .....	123
4.17	Warna dan desain baju petugas menunjukkan citra petugas di wisata objek wisata alam ini .....	124
4.18	Karyawan di objek wisata alam ini cepat dalam memenuhi permintaan pengunjung .....	124
4.19	Keluhan pengunjung ditanggapi Kayawan di objek wisata alam ini dengan cepat .....	125
4.20	Masalah yang timbul di objek wisata alam ini diselesaikan oleh petugas dengan cepat.....	126
4.21	Sarana wisata yang ditawarkan sudah sesuai dengan promosi yang disampaikan.....	128

4.22	Pelayanan yang diberikan oleh objek wisata alam ini sudah sesuai dengan promosi yang disampaikan.....	128
4.23	Wahana atau tempat rekreasi di objek wisata alam ini seperti perahu, wisata kuliner, dan wahana lainnya sesuai dengan yang dipromosikan .....	129
4.24	Tempat objek wisata alam ini sangat strategis dan mudah dijangkau karena dilalui oleh jalur angkutan umum .....	129
4.25	Di objek wisata alam ini tidak tersedia pelayanan kesehatan.....	130
4.26	Pelayanan yang diberikan pihak objek wisata alam ini sesuai dengan yang dipersepsikan orang lain/kerabat/saudara dll .....	130
4.27	Menyarankan teman atau kerabat karena objek wisata alam ini memiliki wahana atau taman rekreasi yang lengkap.....	131
4.28	Menyarankan teman atau kerabat karena fasilitas di objek wisata alam ini sangat memadai dan ramah untuk anak .....	132
4.29	Rekapitulasi Skor .....	133
4.30	Rekapitulasi Skor .....	135
4.31	Rekapitulasi Skor .....	137
4.32	Rekapitulasi Skor .....	139
4.33	Rekapitulasi Skor .....	142
4.34	Analisis Jalur Pengaruh Harga, Promosi, Lingkungan Fisik dan Daya Tanggap terhadap Kepuasan.....	145

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
2.1	Pradigma Penelitian .....	79
3.1	Hubungan Kausal Antar Variabel X <sub>1</sub> , X <sub>2</sub> , X <sub>3</sub> , X <sub>4</sub> terhadap Y .....	97
4.1	Nilai Koefisien Jalur Antara Variabel X <sub>1</sub> dan X <sub>2</sub> X <sub>3</sub> dan X <sub>4</sub> terhadap Y.....	144



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1	Kuesioner .....	159
2	Data Ordinal.....	162
3	Data Interval.....	192
4	Uji Validitas.....	222
5	Uji Reliabilitas .....	227
6	Uji Korelasi .....	228
7	Uji Regresi .....	229