

**PENGARUH FASILITAS WISATA, HARGA, PENTAS BUDAYA DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG
DI TAMAN BALEKAMBANG SURAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana
Manajemen Jenjang Pendidikan Strata 1



Oleh:

Nama : Dian Fitriani

Nim :215220105

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
CENDEKIA KARYA UTAMA SEMARANG
2025**



STIE CENDEKIA KARYA UTAMA SEMARANG

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Dian Fitriani

Nim : 215220105

Jurusan : Manajemen

Judul : Pengaruh Fasilitas Wisata, Harga, Pentas Budaya Dan Kualitas
Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Balekambang
Surakarta.

Telah diperiksa dan disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diajukan pada
sidang skripsi.

Semarang, 11 Novembr 2025

Dosen Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. M. Shohibul Jamil, S.H.I., M.H., A.H

Dr. Mohamad Sodikin, S.Ag., M.M

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dian Fitriani

NIM : 215220105

Judul : Pengaruh Fasilitas Wisata, Harga, Pentas Budaya Dan Kualitas Pelayanan

Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Balekambang.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa penelitian tersebut di atas merupakan hasil karya saya sendiri, bukan hasil dari plagiasi. Apabila dalam penelitian ini terdapat plagiasi maka saya bersedia dikenakan sanksi sesuai dengan syarat dan ketentuan yang berlaku di STIE Cendekia Karya Utama Semarang.

Semarang, 11 November 2025



Dian Fitriani



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
(STIE) CENDEKIA KARYA UTAMA

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Nomor : CKU/FM/BAK/UJI-011

Revisi : 4

Tanggal : 11 Agustus 2025

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
TAHUN AKADEMIK 2025/2026**

Pada hari ini Rabu tanggal 24 bulan Desember tahun 2025 berdasarkan Surat Ketua Program Studi Akuntansi/Manajemen STIE Cendekia Karya Utama Nomor 172/SP-S/MNJ/STIE-CKU/XII/2025 tanggal 17-Des-2025 perihal Susunan Tim Penguji Ujian Skripsi bagi mahasiswa Program Studi Akuntansi/Manajemen STIE Cendekia Karya Utama.

1. Nama : Drs. Dirgo Wahyono, M.Si
Pangkat/Golongan : Penata/III/c
Jabatan : Penguji I
2. Nama : Ginanjar Suendro, S.E., M.M
Pangkat/Golongan :
Jabatan : Penguji II
3. Nama : Dr. M. Shohibul Jamil, S.H.I., S.M., M.H., AH
Pangkat/Golongan : Penata Muda Tk.I/ III/b
Jabatan : Pembimbing I
4. Nama : Dr. Mohamad Sodikin, S.Ag., M.M
Pangkat/Golongan : Penata/III/c
Jabatan : Pembimbing II

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa yang tersebut di bawah ini telah diuji skripsinya.

Nama : DIAN FITRIANI
NIM : 215220105

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : PENGARUH FASILITAS WISATA, HARGA, PENTAS BUDAYA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI TAMAN BALEKAMBANG SURAKARTA

Angka Equivalent

Nilai : 3,6
Keterangan : lulus dengan sangat memuaskan

Demikian Berita Acara UJIAN SKRIPSI ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan seperlunya oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

No.	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Drs. Dirgo Wahyono, M.Si	Penguji I	1.
2.	Ginanjar Suendro, S.E., M.M	Penguji II	2.
3.	Dr. M. Shohibul Jamil, S.H.I., S.M., M.H., AH	Pembimbing I	3.
4.	Dr. Mohamad Sodikin, S.Ag., M.M	Pembimbing II	4.

Ketua Program Studi Akuntansi/Manajemen

M. Shohibul Jamil
NIK

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA STIE CENDEKIA KARYA UTAMA**

Yang bertanda tangan dibawah ini,saya :

Nama Lengkap : Dian Fitriani

NIM : 215220105

Program Studi : Manajemen

Institusi : Pendidikan atau penelitian

Dengan ini saya menyetujui dan memberikan ijin kepada pihak **STIE Cendekia Karya Utama** atas karya ilmiah yang berjudul : Pengaruh Fasilitas Wisata, Harga, Pentas Budaya Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Balekambang Surakarta.

Untuk menyimpan, mengalih-media atau format-kan,mengelolanya dalam pangkalan data(database), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi,tanpa melibatkan pihak STIE Cendekia Karya Utama. Segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 11 November 2025

Yang menyatakan,



Dian Fitriani

MOTTO

“Impikan,Harapkan,Wujudkan”

(Hardianti Hasbur)

“Tangan Tuhan yang menuntun,iman yang menguatkan,kasih yang menyempurnakan”

“Success operates like a science; when the necessary conditions are in place, the outcome naturally follows.”

ABSTRAK

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting dalam Pembangunan daerah karena mampu meningkatkan perekonomian, memperluas lapangan kerja serta memperkuat identitas budaya lokal. Perlu Pengelolaan pariwisata yang baik untuk meningkatkan kepuasan pengunjung, karena dapat mendorong niat untuk berkunjung kembali serta memberikan rekomendasi positif kepada orang lain. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fasilitas wisata, harga, pentas budaya serta kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung taman balekambang Surakarta.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui observasi, penyebaran kuesioner kepada 82 responden pengunjung, serta dokumentasi pendukung. Data dianalisis menggunakan uji validitas, reabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi dengan program SPSS 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, artinya semakin baik fasilitas wisata maka akan semakin meningkatkan kepuasan pengunjung. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, artinya semakin baik harga maka akan semakin meningkatkan kepuasan pengunjung, Pentas budaya berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, artinya semakin baik pentas budaya maka tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap kepuasan pengunjung, maka semakin baik kualitas pelayanan maka akan semakin meningkatkan kepuasan pengunjung, Secara simultan, fasilitas wisata, harga, pentas budaya dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Keempat variabel tersebut saling melengkapi dalam membentuk kepuasan pengunjung. Namun, pengelola perlu memperhatikan bahwa variabel pentas budaya masih perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pengunjung secara menyeluruh.

Kata kunci: fasilitas wisata, harga, pentas budaya, kualitas pelayanan, kepuasan pengunjung, taman balekambang.

ABSTRACT

Tourism is a crucial sector in regional development because it boosts the economy, expands employment opportunities, and strengthens local cultural identity. Proper destination management is essential to enhance visitor satisfaction, as it can encourage repeat visits and positive recommendations, the s research aims to determine the effect of tourism facilities, price, cultural performances and service quality on visitor satisfaction at balekambang park.

The research used a quantitative approach with a survey method. Data were collected through observation, questionnaires distributed to 82 visitor respondents, and supporting documentation. Data were analyzwd using validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linier regression, t-tests, f-tests, and coefficients of determination using SPSS 24.

The results of the study indicate that tourist facilities have a positive and significant effect on visitor satisfaction, meaning that better tourist facilities will increase visitor satisfaction. Price has a positive and significant effect on visitor satisfaction, meaning that better prices will increase visitor satisfaction. Cultural performances have and significant effect on visitor satisfaction, meaning that better cultural performances will have no effect on visitor satisfaction. Service quality has a positive and significant effect on visitor satisfaction, meaning that better service quality will increase visitor satisfaction. Simultaneously, tourist facilities, price, cultural perfomances, and service quality have a significant effect on visitor satisfaction. These four variables complement each other in shaping visitor satisfaction. However, managers need to note that cultural performances still need improvement to improve overall visitor satisfaction.

Keywords: *tourism facilities, price, cultural performances, service quality, visitor satisfaction, balekambang park.*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Tuhan yang maha esa atas rahmat dan karunia-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Fasilitas Wisata, Harga, Pentas Budaya Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Balekambang Surakarta”** dengan lancar dan baik.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S1) manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Cendekia Karya Utama Semarang. penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak. atas hal tersebut, ucapan terima kasih disampaikan kepada :

1. Bapak Drs. Dirgo Wahyono, M.Si. selaku Ketua STIE Cendekia Karya Utama.
2. Bapak Yudho Purnomo, S.E., M.M., CPRM., CPLM., CPDM selaku Pembantu Ketua STIE Cendekia Karya Utama.
3. Bapak Dr. M. Shohibul Jamil, S.H.I., M.H., A.H selaku Ketua program studi Manajemen STIE Cendekia Karya Utama.
4. Bapak Dr. Mohamad Sodikin, S.Ag., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing saya.
5. Dosen dan Civitas Akademika STIE Cendekia Karya Utama.
6. Orang tua tercinta, atas doa, kasih sayang, dukungan moral, serta semangat yang tiada henti.

7. Adik tercinta, atas doa, kasih sayang, dukungan moral, serta semangat yang tiada henti.
8. Dhaniel zicho, atas doa, kasih sayang, dukungan moral, serta semangat yang tiada henti.
9. seluruh pihak yang telah memberikan bantuan serta mendukung kelancaran penelitian mulai dari tahap awal hingga penyusunan skripsi ini selesai.

Sebagai penutup, ucapkan terimakasih disampaikan kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

Semarang, 11 November 2025



Penulis

3.7 Metode/Teknik Analisis Data	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Deskripsi Responden.....	45
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	49
4.2.1 Deskripsi Fasilitas Wisata (X1).....	50
4.2.2 Deskripsi Harga (X2).....	51
4.2.3 Deskripsi Pentas Budaya (X3).....	52
4.2.4 Deskripsi Kualitas Pelayanan (X4).....	53
4.2.5 Deskripsi Kepuasan Pengunjung (Y).....	54
4.3 Hasil Penelitian	56
4.3.1 Uji Instrumen Penelitian.....	56
4.3.1.1 Hasil Uji Validitas.....	56
4.3.1.2 Hasil Uji Reliabilitas	57
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	59
4.3.2.1 Hasil Uji Normalitas.....	59
4.3.2.2 Hasil Uji Multikolonieritas	61
4.2.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	62
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	63
4.3.4 Pengujian Hipotesis	64
4.3.4.1 Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)	64
4.3.5 Uji Ketetapan Model	67
4.3.5.1 Hasil Uji Simultan (Uji F)	67
4.3.5.2 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	68
4.4 Pembahasan	69
4.4.1 Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung	69
4.4.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung	71
4.4.3 Pengaruh Pentas Budaya Terhadap Kepuasan Pengunjung	72
4.4.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung	75

4.4.5	Secara Simultan Fasilitas Wisata, Harga, Pentas Budaya dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung.	77
BAB V	PENUTUP.....	80
5.1	Kesimpulan.....	80
5.2	Saran.....	81
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	83
DAFTAR PUSTAKA		84
LAMPIRAN		94

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Data Pengunjung Bulan Februari – September 2025 Error!

Bookmark not defined.

Table 1. 2 Data Pentas Budaya Februari - September 2025Error! Bookmark

not defined.

Tabel 2. 1 Peneliti Terdahulu 21

Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Indikator Variabel 30

Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 45

Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia 46

Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..... 47

Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Status Kunjungan 47

Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan..... 48

Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Lama Kunjungan..... 49

Tabel 4. 7 Rentang Mean 50

Tabel 4. 8Tanggapan Responden Variabel Fasilitas Wisata..... 50

Tabel 4 9 Tanggapan Responden Variabel Harga..... 51

Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Variabel Pentas Budaya 52

Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan 54

Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Pengunjung 54

Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas..... 56

Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas 58

Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas..... 60

Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolonieritas 61

Tabel 4. 17 Hasil Uji Heteroskedasitas 62

Tabel 4. 18 Hasil Uji Regresi Linier Berganda..... 63

Tabel 4. 19 Hasil Uji t..... 65

Tabel 4. 20 Hasil Uji F..... 67

Tabel 4. 21 Hasil Uji Koefisien Determinas..... 68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran	26
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	94
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden	98
Lampiran 3 Hasil wawancara Pentas Budaya	104
Lampiran 4 Descriptive Statistics	106
Lampiran 5 Uji Instrumen	109
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	113
Lampiran 7 Uji Regresi Linier Berganda dan Pengaruh Parsial (Uji T)	114
Lampiran 8 Uji Ketetapan Model	115

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata memiliki peran strategis dalam pembangunan daerah karena dianggap mampu mendorong aktivitas ekonomi, memperluas lapangan kerja, dan memperkuat identitas budaya lokal. Kota Surakarta memiliki berbagai destinasi wisata yang menarik, salah satunya adalah taman balekambang, sebuah ruang publik bersejarah yang sejak tahun 1921. Taman ini tidak hanya berfungsi sebagai ruangan terbuka hijau dan sarana rekreasi, tetapi juga memiliki nilai historis, rekreatif, dan ekologis.

Keberhasilan sebuah destinasi wisata sangat ditentukan oleh tingkat kepuasan pengunjung (Del Bosque & San Martín, 2008). kepuasan pengunjung dapat mendorong niat untuk berkunjung kembali serta memberikan rekomendasi positif kepada orang lain. kepuasan pengunjung ditentukan berbagai faktor, diantaranya fasilitas wisata, harga, dan kualitas pelayanan (Aprilia & Robbie, 2024). namun, seiring dengan meningkatnya minat wisata berbasis budaya (*cultural tourism*), pentas budaya juga mulai dipandang sebagai salah satu prospek penting yang dapat menciptakan pengalaman wisata yang bermakna dan berkesan (Chen & Chen, 2010)

Pertama, fasilitas wisata merupakan sarana yang menunjang kenyamanan dan kebutuhan pengunjung, seperti ketersediaan area parkir, toilet, kebersihan lingkungan, tempat duduk, papan informasi, serta wahana rekreasi. fasilitas yang lengkap dan terawat akan meningkatkan kenyamanan, sedangkan fasilitas yang terbatas atau kurang terjaga justru dapat menurunkan tingkat kepuasan pengunjung. kedua, harga atau biaya yang dikeluarkan pengunjung untuk menikmati destinasi wisata menjadi pertimbangan penting dalam menentukan tingkat kepuasan. pengunjung cenderung menilai apakah harga tiket masuk, biaya parkir, dan tarif fasilitas tambahan sesuai dengan kualitas dan pengalaman yang diperoleh. harga yang terjangkau dan sepadan dengan pelayanan akan mendorong kepuasan, sebaliknya harga yang dirasa terlalu tinggi dapat menimbulkan ketidakpuasan. ketiga, pentas budaya menjadi faktor penting yang dapat meningkatkan daya tarik dan pengalaman berwisata bagi pengunjung. pentas budaya mencerminkan kekayaan tradisi dan identitas lokal yang ditampilkan melalui seni tari, fashion budaya, pasar jadul, festival payung, musik. keberadaan pentas budaya yang menarik dan autentik mampu memberikan nilai tambah tersendiri, menambah kesan mendalam, serta memperkaya pengalaman wisatawan. selain itu, penyelenggaraan pertunjukan yang teratur, interaktif dan berkualitas dapat menumbuhkan apresiasi terhadap budaya daerah serta dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengunjung terhadap destinasi wisata.

Keempat, kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam menciptakan pengalaman wisata yang menyenangkan. dimensi kualitas pelayanan meliputi keramahan petugas, kecepatan tanggapan terhadap kebutuhan pengunjung, kejelasan informasi, rasa aman, selain itu, perhatian terhadap kenyamanan wisatawan melalui pemberian layanan yang baik dapat menimbulkan Kesan positif dan berkontribusi pada peningkatan loyalitas pengunjung.

Berikut Data Pengunjung pada bulan Februari – September 2025:

Table 1.1 Data Pengunjung Bulan Februari – September 2025

Bulan	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Domestik	Jumlah
Februari 2025	6	26.666	26.672
Maret 2025	5	13.527	13.532
April 2025	12	60.093	60.105
Mei 2025	6	57.220	57.226
Juni 2025	13	50.390	50.403
Juli 2025	9	51.173	51.182
Agustus 2025	1	34.369	34.370
September 2025	14	68.169	68.183

Sumber : UPTD Kawasan Wisata Taman Balekambang

Berikut Data Pentas budaya bulan Februari – September 2025:

Table 1. 2 Data Pentas Budaya Februari - September 2025

Bulan	Pentas Budaya
Februari 2025	1.Sentra Tari Candra Purnama Ramayana. 2. Liong Barongsai.
Maret 2025	1.Sentra Tari Candra Purnama Ramayana.
April 2025	1.Solo Menari Daun Menari. 2.Buto Gedruk. 3.Pertunjukan Barongsai. 4. Sentra Tari Candra Purnama Ramayana. 5.Topeng Ireng Maestro Kridho Budoyo
Mei 2025	1.Sentra Tari Candra Purnama Ramayana. 2.Pagelaran Reog. 3.Pameran Museum.

Juni 2025	1.musik bambu Kreatif Bamderas. 2.Pameran Art Sura. 3.Barongsai. 4. Sentra Tari Candra Purnama Ramayana. 5.Pameran Museum
Juli 2025	1. Sentra Tari Candra Purnama Ramayana.
Agustus 2025	1. Sentra Tari Candra Purnama Ramayana.
September 2025	1. Sentra Tari Candra Purnama Ramayana. 2.Festival Payung.

Sumber : Instagram Resmi Taman Balekambang

Berdasarkan tabel diatas dari bulan Februari sampai September terdapat 20 pertunjukkan pentas budaya. sedangkan jumlah pengunjung Taman Balekambang Surakarta mengalami fluktuasi Pada bulan Februari 2025 Tercatat 26.672 pengunjung. Selanjutnya, terjadi peningkatan signifikan pada bulan April dengan jumlah pengunjung 60.105 orang, kemudian relatif stabil pada bulan Mei hingga Juli di kisaran 50.000 pengunjung. Jumlah pengunjung sempat mengalami penurunan pada bulan Agustus menjadi 34.370 dan mencapai puncak pada September 2025 sebanyak 68.183 pengunjung.

Secara keseluruhan terjadi tren peningkatan jumlah pengunjung sekitar 155% dari Februari hingga September 2025. variasi tersebut diperkirakan dipengaruhi oleh faktor fasilitas wisata, harga , pentas budaya, dan kualitas pelayanan kepada wisatawan. selain itu, fenomena yang terjadi di taman balekambang masih menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan. berdasarkan hasil observasi dan review pengunjung di google maps beberapa pengunjung mengeluhkan beberapa fasilitas tertentu, seperti toilet kurang terawat,

kebersihan lingkungan yang belum optimal, keterbatasan papan informasi, rusa yang kurang terawat.

Selain itu, persepsi mengenai harga tiket dan biaya fasilitas tambahan juga masih menjadi perdebatan di kalangan wisatawan. dari sisi pelayanan, masih terdapat pengunjung yang merasa kurang puas terhadap daya tanggap petugas maupun kenyamanan layanan yang diberikan.

Berdasarkan fenomena diatas, penting dilakukan penelitian secara kuantitatif mengenai pengaruh fasilitas wisata, harga, pentas budaya dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di taman balekambang Surakarta. penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, sehingga hasilnya dapat menjadi masukan bagi pengelola dalam meningkatkan kualitas pengelolaan destinasi wisata di taman wisata balekambang.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah fasilitas wisata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Taman Balekambang Surakarta?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Taman Balekambang Surakarta?
3. Apakah pentas budaya berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Taman Balekambang Surakarta.
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Taman Balekambang Surakarta?

5. Apakah fasilitas wisata, harga, pentas budaya dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Taman Balekambang Surakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung di Taman Balekambang Surakarta.
2. Untuk menguji pengaruh harga terhadap kepuasan pengunjung di Taman Balekambang Surakarta.
3. Untuk menguji pengaruh pentas budaya terhadap kepuasan pengunjung di Taman Balekambang Surakarta.
4. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Taman Balekambang Surakarta.
5. Untuk menguji pengaruh fasilitas wisata, harga, pentas budaya dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pengunjung di taman balekambang Surakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu manajemen, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran pariwisata.
 - b. Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya terkait faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung pada destinasi wisata.

- c. Menambah literatur mengenai hubungan antara fasilitas wisata, harga, pentas budaya dan kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung dalam pariwisata perkotaan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pengelola Taman Balekambang, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pengelola Taman Balekambang untuk memperkuat daya tarik suatu destinasi dengan menyediakan fasilitas yang memadai dan berkualitas, penetapan harga yang sesuai, penyelenggaraan pentas budaya yang menarik dan berkelanjutan serta pelayanan yang berkualitas.
- b. Bagi pemerintah daerah kota surakarta, temuan penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam merumuskan kebijakan pariwisata yang berorientasi pada peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan masyarakat.
- c. Bagi peneliti dan mahasiswa, penelitian ini dapat menjadi bahan perbandingan dan acuan dalam penelitian sejenis di masa yang akan datang.

1.5 Sistematika Penulisan

Laporan hasil penelitian dalam skripsi ini disusun ke dalam 5 bab, yaitu :

Bab I Pendahuluan berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

Bab II Tinjauan pustaka berisi teori-teori yang mendukung

penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, serta hipotesis penelitian.

Bab III Metode penelitian menjelaskan jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional, instrument penelitian, Teknik pengumpulan data.

Bab IV Hasil penelitian dan pembahasan Menyajikan hasil analisis data, uji hipotesis, dan pembahasan yang mengaitkan hasil penelitian dengan teori maupun penelitian sebelumnya.

Bab V Penutup berisi kesimpulan penelitian dan saran yang dapat diberikan bagi pihak terkait maupun untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Telaah Teori

2.1.1 Fasilitas Wisata

Berdasarkan (Mandić et al., 2018), fasilitas wisata meliputi semua kebutuhan berawal berangkat dari rumah hingga kembali pulang. fasilitas meliputi sarana fisik (toilet, tempat duduk, area parkir, papan informasi) dan sarana pendukung (pusat informasi), keamanan, serta aksesibilitas). kelengkapan serta keadaan fasilitas yang lengkap dan terawat dapat meningkatkan kenyamanan serta kepuasan para pengunjung (Bae & Nam, 2020).

(Mandić et al., 2018), fasilitas wisata dapat dibedakan menjadi dua kategori utama, yaitu fasilitas utama (*main facilities*) dan fasilitas tambahan (*supporting facilities*). fasilitas utama adalah sarana yang secara langsung digunakan oleh wisatawan untuk menikmati daya tarik wisata, seperti arena rekreasi, tempat penginapan, tempat makan, serta fasilitas beribadah. fasilitas pendukung memiliki peran untuk meningkatkan kenyamanan dan kemudahan para wisatawan saat berkunjung, misalnya pusat informasi wisata, toko cendera mata, layanan kesehatan, transportasi didalam area, serta area parkir yang cukup. kedua tipe fasilitas ini

saling berhubungan dalam membangun pengalaman wisata yang menyeluruh dan menyenangkan.

Aspek keamanan dan kebersihan tempat fasilitas juga merupakan prospek penting dari kualitas wisata. Pengelolaan fasilitas yang mengutamakan kebersihan, seperti keberadaan tempat sampah terpisah, toilet yang bersih, serta area publik yang teratur, akan menciptakan kenyamanan bagi pengunjung. disisi lain, aspek keamanan meliputi adanya personel petugas keamanan, sistem monitoring, penerangan yang cukup, serta tanda peringatan keselamatan di lokasi berisiko. (Han et al., 2021), keamanan dan kebersihan merupakan indikator penting yang mempengaruhi tingkat kepuasan wisatawan terhadap tempat wisata.

Secara umum, fasilitas wisata adalah prospek krusial dalam membangun citra baik suatu tujuan. ketersediaan sarana yang baik akan menciptakan kesan nyaman, aman, dan menyenangkan bagi para pengunjung. hal ini pada akhirnya berdampak terhadap tingkat kepuasan dan keinginan pengunjung untuk berkunjung kembali serta merekomendasikan tempat destinasi tersebut kepada orang lain (Yoon&Uysal,2005). dengan demikian, peningkatan pengelolaan fasilitas wisata berorientasi pada kebutuhan wisatawan menjadi faktor strategis dalam upaya pengembangan destinasi wisata yang berdaya saing tinggi. menurut peneliti terdahulu (Alif & Saputra,

2025),(Lee et al., 2022) kelengkapan fasilitas, kebersihan fasilitas, kenyamanan fasilitas, keamanan fasilitas

2.1.2 Harga

Harga adalah sejumlah biaya yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh produk atau jasa tertentu (Kortge & Okonkwo, 1993). dalam pariwisata, harga terdiri dari tiket masuk, biaya parkir, serta fasilitas tambahan. (Alderighi et al., 2022) menjelaskan bahwa pandangan wisatawan mengenai harga dipengaruhi oleh keterjangkauan, keadilan, dan kesesuaian dengan kualitas yang diperoleh. harga yang dianggap sepadan dengan pengalaman yang didapatkan akan mendorong kepuasan dan niat berkunjung kembali (Marpaung et al., 2024) .

Menurut (Alderighi et al., 2022), pandangan mengenai harga dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu kemampuan beli (*affordability*), keadilan harga (*price fairness*), serta kesesuaian antara harga dengan kualitas yang diperoleh (*price quality congruence*). pengunjung biasanya menganggap harga dipandang adil apabila biaya yang dikeluarkan sepadan dengan kualitas pengalaman dan pelayanan yang mereka terima di destinasi tersebut. dengan demikian, harga tidak hanya berperan sebagai alat pertukaran ekonomi, tetapi juga sebagai penanda nilai dan mutu layanan.

Harga juga dapat berperan untuk membedakan kelompok pasar wisatawan. misalnya, wisatawan yang memiliki motivasi ekonomi biasanya memilih tujuan dengan harga terjangkau, sedangkan wisatawan yang berorientasi eksklusif cenderung memilih tempat dengan harga mahal yang mencerminkan eksklusivitas dan kualitas tinggi. dengan mengetahui pandangan harga dari beragam segmen wisatawan, pengelola destinasi dapat merancang strategi harga yang lebih efisien dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, harga merupakan elemen krusial dalam bauran pemasaran pariwisata (*tourism marketing mix*) yang memengaruhi pandangan nilai, kepuasan, serta kesetiaan wisatawan. penetapan tarif yang wajar dan sesuai dengan mutu layanan akan mendukung terciptanya pengalaman wisata yang baik, meningkatkan daya saing destinasi, dan memperkuat keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali. berdasarkan penelitian (Masiero & Nicolau, 2012), (Chung et al., 2011), indikator harga mencakup keterjangkauan biaya tiket, kesesuaian harga dengan kualitas yang diberikan, serta transparansi informasi harga.

2.1.3 Pentas Budaya

Pentas budaya adalah kegiatan pertunjukan yang menampilkan beragam bentuk seni dan tradisi daerah sebagai wadah untuk mengenalkan, melestarikan, dan mengembangkan nilai-nilai budaya kepada masyarakat secara umum. kegiatan ini dapat meliputi tarian,

musik, teater, ritual tradisional, pakaian adat, atau jenis ekspresi seni lainnya (Azzami et al., 2022) .

Menurut (Richards, 2018), saat ini orang mencari pengalaman autentik yang merefleksikan identitas budaya lokal. oleh karena itu, keberadaan pentas budaya dapat menambah kepuasan pengunjung karena menawarkan pengalaman yang istimewa dan tak terlupakan. pernyataan ini sejalan dengan pendapat (Molina-Gómez et al., 2021) yang mengungkapkan bahwa pengalaman emosional positif dalam acara budaya bisa meningkatkan loyalitas wisatawan terhadap destinasi.

Keberadaan pentas budaya di lokasi wisata memberikan pengalaman emosional yang unik. Pertunjukan seperti tarian tradisional, musik daerah, teater rakyat, atau upacara budaya mengantarkan pengunjung kedalam dunia budaya yang asli. pengalaman ini sangat mendalam, dimana pengunjung dapat merasakan partisipasi secara langsung, baik melalui interaksi dengan seniman setempat maupun melalui pemahaman mengenai cerita, simbol, dan makna yang ada dibalik pertunjukan.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Molina-Gómez et al., 2021) yang menunjukkan bahwa pengalaman emosional positif dari acara budaya dapat meningkatkan loyalitas wisatawan terhadap tujuan. saat wisatawan merasakan hubungan emosional seperti rasa kagum, kebanggaan, atau semangat kemungkinan besar mereka

akan memiliki niat untuk kembali dan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain.

Selain pengalaman emosional, pentas budaya juga memiliki peran yang signifikan dalam mempertahankan budaya lokal. melalui pertunjukan, warisan budaya dapat dijaga, dipelajari kembali oleh generasi muda, dan dipertunjukkan kepada pengunjung. Ini menghasilkan kerja sama antara pariwisata dan pelestarian budaya. pengunjung memperoleh pengalaman yang khas, sementara penduduk setempat menerima dorongan ekonomi dan penghargaan terhadap tradisi mereka. pentas budaya dapat pula menjadi elemen dalam strategi pengembangan pariwisata yang berkelanjutan, dimana aspek budaya berfungsi sebagai aset ekonomi dan sumber identitas lokal.

Dari perspektif pemasaran pariwisata, pertunjukkan budaya menambah nilai pengalaman (*experience value*) destinasi. bauran pemasaran pariwisata (*tourism marketing mix*) mencakup lebih dari sekedar daya tarik fisik seperti pemandangan alam atau arsitektur, namun juga aspek non-fisik seperti budaya. Pentas budaya merupakan salah satu daya tarik budaya (*cultural attractions*) yang dapat menjadi keunggulan kompetitif destinasi, memisahkannya dari destinasi yang lain yang mungkin memiliki alam indah tetapi kurang menonjol dalam hal kebudayaan. dengan menyediakan pertunjukan budaya yang teratur dan berkualitas, pengelola wisata

dapat memperkuat *positioning* destinasi sebagai lokasi wisata budaya yang autentik dan bermakna.

Secara keseluruhan, pentas budaya menjadi elemen penting dalam pengembangan tujuan wisata dengan memberikan pengalaman otentik yang memperkaya persepsi pengunjung, memicu keterikatan emosional, memperkuat loyalitas, dan membantu pelestarian budaya setempat. pengelolaan pentas budaya perlu direncanakan secara matang agar mampu menyajikan pengalaman yang berarti sekaligus memberikan dampak positif bagi masyarakat dan pengunjung. mengacu pada penelitian (Richards, 2018b),(Ortiz et al., 2024) keberagaman jenis pertunjukkan budaya, frekuensi pelaksanaan acara pentas budaya., daya tarik serta kualitas pertunjukan, nilai pendidikan dan hiburan yang dirasakan pengunjung .

2.1.4 Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah sejauh mana perbedaan antara ekspektasi pelanggan dan persepsi mereka terhadap layanan yang diterima (Parasuraman et al., 1988). memperkenalkan model SERVQUAL yang menggambarkan kualitas pelayanan melalui 5 dimensi utama :

1. *Tangibles* (bukti fisik) : dimensi ini mencakup segala bentuk aspek fisik yang dapat diamati pengunjung, seperti sarana, peralatan, kebersihan area, dan penampilan petugas. dalam sektor pariwisata, bukti fisik dapat terlihat kebersihan lokasi wisata, ketersediaan

sarana, kenyamanan fasilitas umum, serta penampilan dan sikap profesional petugas. bukti fisik yang baik menciptakan kesan pertama yang positif bagi wisatawan. termasuk penampilan fasilitas, peralatan, serta penampilan petugas.

2. *Reability* (Keandalan): Keandalan berhubungan dengan kapasitas penyedia layanan untuk menyampaikan layanan sesuai dengan janji secara tepat waktu dan berkesinambungan. pada area wisata, hal ini tampak dari ketepatan waktu pelayanan, ketersediaan fasilitas yang dijanjikan, serta kemampuan petugas dalam memberikan informasi yang tepat. keandalan yang tinggi menunjukkan profesionalitas dan meningkatkan kepercayaan wisatawan kepada pengelola destinasi.
3. *Responsiveness* (daya tanggap) : daya tanggap mencerminkan kesiapan dan responsivitas dalam mendukung pengunjung. petugas yang responsif menjawab pertanyaan, segera mengatasi masalah, dan menawarkan bantuan dengan hangat akan menghasilkan kepuasan pengunjung. dalam konteks pariwisata yang selalu berubah, daya tanggap menjadi salah satu tolak ukur krusial dalam menilai kualitas pelayanan. kesiapsiagaan dan kecepatan dalam mendukung pengunjung.
4. *Assurance* (jaminan) : kepastian meliputi pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan petugas untuk menciptakan rasa aman serta kepercayaan bagi para wisatawan. pengunjung akan merasa

nyaman jika petugas bersikap ramah, memiliki ketrampilan komunikasi yang baik, dan mampu memberikan informasi secara jelas. Selain itu, keamanan di lokasi wisata, petunjuk keselamatan, dan sistem pengawasan juga merupakan bagian dari dimensi jaminan rasa aman dan percaya yang ditawarkan melalui pengetahuan dan kesopanan petugas.

5. *Empathy* (empati) : empati mencerminkan perhatian dan kepedulian yang diberikan secara personal kepada pengunjung. petugas yang mengerti kebutuhan pengunjung, bersedia mendengarkan keluhan, dan memperlakukan wisatawan dengan baik akan menjalin hubungan emosional yang baik. pelayanan yang penuh empati mampu meningkatkan kepuasan, menciptakan pengalaman liburan yang mengesankan, dan mendorong pengunjung untuk datang kembali. perhatian individual dan pemahaman terhadap kebutuhan pengunjung.

Kelima dimensi SERVQUAL ini menjadi acuan dalam menilai sejauh mana kualitas pelayanan di suatu lokasi pariwisata dianggap berkualitas. pelayanan yang optimal tidak hanya berfokus pada kecepatan dan ketepatan, tetapi juga pada kenyamanan, rasa aman, serta perhatian terhadap wisatawan. pelayanan yang berkualitas tinggi akan berpengaruh langsung pada kepuasan, loyalitas, dan citra baik destinasi wisata, dengan demikian pengelola wisata harus memperhatikan semua aspek layanan agar mampu bersaing dan

menjaga keberlanjutan destinasi di tengah kompetisi industri pariwisata yang semakin ketat. mengacu pada penelitian (Bayang et al., 2022), (Setiono & Hidayat, 2022), kecepatan layanan, sikap ramah petugas, keandalan pelayanan, tanggung jawab dan kepedulian.

2.1.5 Kepuasan Pengunjung

Menurut (Churchill Jr & Surprenant, 1982), didefinisikan kepuasan sebagai perasaan bahagia atau kecewa individu yang muncul setelah melakukan perbandingan antara persepsi kinerja produk/jasa dan harapan yang dimiliki. dalam sektor pariwisata kepuasan wisatawan tercermin melalui pengalaman yang positif, kenyamanan, rasa aman, serta keinginan untuk berkunjung kembali atau merekomendasikan destinasi wisata kepada orang lain (Zeng & Yi Man Li, 2021).

Dalam pariwisata, kepuasan pengunjung mencerminkan seberapa baik harapan wisatawan terhadap destinasi sesuai pengalaman yang mereka rasakan selama kunjungan. kepuasan tidak hanya dipengaruhi oleh elemen fisik seperti fasilitas wisata, harga, dan kebersihan, tetapi juga oleh aspek non-fisik seperti layanan, interaksi sosial, dan suasana destinasi. (Zeng & Yi Man Li, 2021) menjelaskan bahwa kepuasan pengunjung di tempat wisata timbul dari kombinasi pengalaman yang baik, kenyamanan, rasa aman, serta nilai emosional yang dialami oleh wisatawan.

Kepuasan pengunjung memiliki aspek yang beragam dan bersifat subjektif. setiap wisatawan memiliki ekspektasi, kebutuhan, dan dorongan yang berbeda, sehingga tingkat kepuasan juga dapat beragam. faktor-faktor yang biasanya berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung antara lain:

1. Fasilitas wisata, yang mencakup sarana utama dan pendukung seperti tempat istirahat, toilet, tempat makan, dan tempat parkir.
2. Kualitas pelayanan, meliputi keramahan petugas, kecepatan layanan, serta kemampuan memberikan informasi yang jelas.
3. Harga dan nilai yang diterima, yaitu persepsi wisatawan terhadap kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan dengan manfaat atau pengalaman yang diperoleh.
4. Aksesibilitas dan keamanan, seperti kemudahan mencapai lokasi wisata, kondisi jalan, serta sistem keamanan dan keselamatan di area wisata.
5. Pengalaman budaya dan sosial, misalnya kesempatan berinteraksi dengan masyarakat lokal, menikmati pertunjukan budaya, dan merasakan suasana khas daerah tersebut.

Kepuasan pengunjung memiliki dampak strategis terhadap pengembangan destinasi wisata. wisatawan yang merasa puas cenderung memiliki loyalitas yang tinggi, seperti keinginan untuk berkunjung kembali (*revisit intention*) dan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain melalui komunikasi langsung

maupun media sosial. hal ini dapat memperkuat citra positif destinasi dan meningkatkan daya saingnya di tengah persaingan pariwisata yang semakin ketat.

Selain itu, Tingkat kepuasan pengunjung juga dapat menjadi indikator keberhasilan pengelolaan destinasi wisata. pengelola perlu secara rutin melakukan survey kepuasan untuk mengetahui aspek-aspek yang perlu ditingkatkan. seperti pelayanan, fasilitas, maupun atraksi wisata. upaya untuk meningkatkan kepuasan pengunjung sejalan dengan prinsip pembangunan pariwisata yang berkelanjutan (*sustainable tourism*), karena destinasi yang mampu memberikan pengalaman positif secara konsisten akan lebih mungkin mempertahankan jumlah wisatawan dalam jangka panjang.

Dengan demikian, kepuasan pengunjung tidak hanya menjadi output dari kualitas layanan dan fasilitas yang memadai, namun sekaligus merupakan cerminan dari kualitas keseluruhan pengalaman wisata yang diberikan oleh suatu destinasi. pengelolaan yang berorientasi pada kepuasan pengunjung akan menciptakan hubungan yang harmonis antara wisatawan, masyarakat lokal, dan pengelola destinasi, sehingga mendorong terciptanya pariwisata berdaya saing dan berkelanjutan. menurut peneliti terdahulu (Mortazavi, 2021), (Vassiliadis et al., 2021) , kepuasan secara keseluruhan, kesesuaian dengan harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa hasil penelitian terdahulu yang mendukung tema penelitian ini disajikan pada tabel 2.1 berikut:

Tabel 2. 1 Peneliti Terdahulu

No	Nama Peneliti,tahun dan judul	Jumlah sampel/periode	Variabel dan Metode Analisis	Hasil
1.	(Fellila & Wulansari, 2025), Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Daya Tarik Wisata Pantai Sikabau Kabupaten Pasaman Barat	204 Responden,2025	Variable independen: X1: fasilitas wisata Y: Kepuasan pengunjung Alat analisis : SPSS	fasilitas memberikan pengaruh terhadap kepuasan pengunjung.
2.	(Larasati, 2022),Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Desa Wisata Wanurejo Magelang	94 responden,2022	Variable independen: X1: Fasilitas X2: Kualitas pelayanan Variable dependen: Y: Kepuasan wisatawan Alat analisis: kuantitatif,regresi linier berganda.	fasilitas dan pelayanan memengaruhi secara nyata terhadap kepuasan wisatawan.
3.	(Wulandari et al., 2022),Pengaruh fasilitas wisata, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap kepuasan wisatawan di kabupaten pesisir selatan	115 Responden,2022	Variable independen: X1: fasilitas wisata X2 : : kualitas pelayanan X3 : promosi Variable dependen: Y : Kepuasan wisatawan	Fasilitas wisata, kualitas pelayanan, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

No	Nama Peneliti,tahun dan judul	Jumlah sampel/periode	Variabel dan Metode Analisis	Hasil
			Alat analisis : kuantitatif metode deskriptif	
4.	(Basri, 2022),Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Daya Tarik Wisata Terhadap kepuasan pengunjung agrowisata bumi merapi	60 Responden,20 22	Variable independen: X1 : kualitas pelayanan X2 : fasilitas X3 : daya Tarik wisata Variable dependen: Y1 : Kepuasan pengunjung Alat analisis : regresi linier berganda	secara parsial kualitas pelayanan, fasilitas, dan daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung
5.	(Jayanti & Yulianthini, 2022),Pengaruh Fasilitas serta Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Domestik Objek Wisata Taman Air Tirtagangga	150 Responden,20 22	Variable independen: X1 : Fasilitas X2 : kualitas layanan Variable dependen : Y : kepuasan pelanggan Alat analisis: analisis regresi linier berganda	Fasilitas dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan

2.3 Hubungan Logis Antar Variabel

1. Fasilitas wisata terhadap Kepuasan pengunjung

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa fasilitas yang lengkap, nyaman, dan terawat meningkatkan kenyamanan serta kepuasan (Kusumawardhani, 2022),(Larasati, 2022) fasilitas wisata merupakan sarana penunjang yang memberikan kenyamanan bagi

pengunjung, seperti kebersihan, kelengkapan sarana, dan keamanan. apabila fasilitas yang disediakan lengkap dan memadai, maka pengunjung merasa puas. sebaliknya, fasilitas yang kurang baik akan menurunkan tingkat kepuasan. jadi, semakin baik fasilitas wisata, semakin tinggi kepuasan pengunjung.

2. Harga terhadap Kepuasan pengunjung

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan harga yang terjangkau dan sesuai dengan manfaat mempengaruhi penilaian positif pengunjung (Anam, 2020; Rehman et al., 2023). harga tiket dan biaya yang harus dikeluarkan pengunjung akan mempengaruhi persepsi mereka terhadap kepuasan. jika harga dianggap sesuai dengan kualitas pengalaman yang diperoleh, maka pengunjung merasa puas. namun, harga yang terlalu tinggi tanpa diimbangi kualitas layanan akan menurunkan kepuasan. jadi, semakin terjangkau dan sesuai harga, semakin tinggi kepuasan pengunjung.

3. Pentas Budaya terhadap Kepuasan pengunjung

Beberapa peneliti terdahulu menunjukkan bahwa atraksi atau pertunjukan budaya yang menarik, autentik, dan bernilai edukatif dapat meningkatkan kepuasan pengunjung (Eck et al., 2023). Pentas budaya merupakan bagian dari daya tarik wisata yang menampilkan nilai-nilai tradisi, seni dan kearifan lokal yang menjadi pengalaman berharga bagi pengunjung.

Semakin menarik dan berkualitas suatu pentas budaya baik dari segi penampilan, interaksi maupun suasana yang dibangun semakin besar pula kepuasan yang dirasakan pengunjung. sebaliknya, jika pentas budaya kurang menarik, tidak sesuai harapan, pengunjung akan merasa kurang puas terhadap kunjungannya. dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin optimal pelaksanaan dan mutu pentas budaya dalam penyajian, maka semakin meningkat pula tingkat kepuasan pengunjung.

4. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan pelayanan yang ramah, cepat, dan professional terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (Jayanti & Yulianthini, 2022; Keshavarz & Ali, 2015). kualitas pelayanan mencakup keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Pelayanan yang ramah, cepat, dan mampu memenuhi harapan pengunjung akan meningkatkan kepuasan. sebaliknya, pelayanan yang lambat, kurang ramah, atau tidak sesuai harapan akan menurunkan kepuasan, jadi semakin baik kualitas pelayanan, semakin tinggi kepuasan pengunjung.

5. Fasilitas, Harga, pentas budaya dan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pengunjung.

Keempat faktor tersebut Bersama-sama menentukan persepsi dan kepuasan wisatawan (Basri, 2022; Sjukriana et al., 2023), Kepuasan pengunjung bukan semata-mata ditentukan oleh satu

faktor, tetapi oleh perpaduan berbagai fasilitas yang tersedia secara memadai, harga yang terjangkau, pertunjukan budaya yang menarik dan pelayanan yang berkualitas. jika keempat aspek tersebut selaras, maka kepuasan pengunjung akan meningkat secara maksimal. Jadi, secara Bersama-sama fasilitas, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung

2. 4 Kerangka Konseptual

Penelitian ini berdasarkan oleh teori-teori mengenai fasilitas wisata, harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pengunjung. Berdasarkan telaah Pustaka dan penelitian terdahulu, maka dapat dijelaskan hubungan antar variable sebagai berikut :

1. Fasilitas Wisata (X1)

Fasilitas yang memadai, bersih, nyaman, dan lengkap akan memberikan pengalaman positif sehingga meningkatkan kepuasan pengunjung.

2. Harga (X2)

Harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas layanan serta fasilitas akan membentuk persepsi adil dan meningkatkan kepuasan pengunjung.

3. Pentas Budaya (X4)

Pentas budaya yang menarik, autentik, dan bernilai edukatif mampu menciptakan pengalaman yang berkesan yang

menambah nilai kunjungan wisatawan dan berujung pada kepuasan pengunjung.

4. Kualitas Pelayanan (X3)

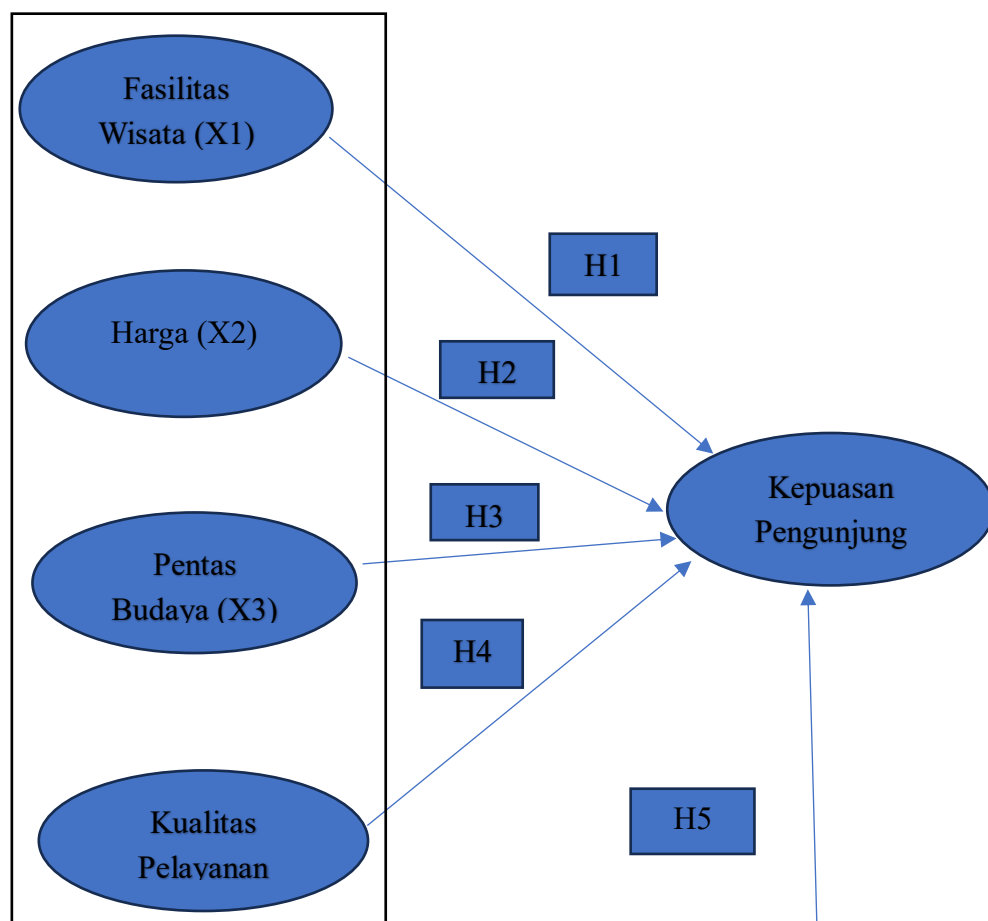
Pelayanan yang ramah, responsive, dan sesuai harapan pengunjung akan menimbulkan kepuasan yang lebih tinggi.

5. Kepuasan pengunjung (Y)

Kepuasan merupakan respon emosional pengunjung setelah membandingkan harapan dengan kenyataan yang mereka alami selama berwisata.

KERANGKA PEMIKIRAN :

Gambar 1 Kerangka Pemikiran



2.5 Hipotesis Penelitian

H1 : Fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Taman Balekambang Surakarta.

Bentuk statistik :

$H_{01} : \beta_1 = 0$ (tidak ada pengaruh X1 Terhadap Y)

$H_{A1} : \beta_1 > 0$ (X1 berpengaruh positif terhadap Y)

H2 : harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Taman Balekambang Surakarta.

Bentuk statistik :

$H_{02} : \beta_2 = 0$

$H_{A2} : \beta_2 > 0$

H3 : pentas budaya berpengaruh positif dan signifikan Terhadap kepuasan pengunjung di Taman Balekambang Surakarta.

Bentuk Statistik:

$H_{03} : \beta_3 = 0$

$H_{A3} : \beta_3 > 0$

H4 : kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Taman Balekambang Surakarta.

Bentuk Statistik:

$H_{04} : \beta_4 = 0$

$H_{A4} : \beta_4 > 0$

H5 : fasilitas wisata, harga, pentas budaya dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Taman Balekambang Surakarta.

Bentuk Statistik:

H₀₅ : $\beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$ (Tidak ada pengaruh bersama)

H_{a5} : setidaknya satu $\beta_i \neq 0$ (ada pengaruh bersama)

Tingkat signifikansi yang biasa dipakai : $\alpha = 0,05$

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rancangan atau langkah sistematis yang digunakan peneliti untuk memperoleh data yang sesuai dengan tujuan penelitian. penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengukuran data berbentuk angka serta pengujian hipotesis mengenai pengaruh variabel bebas (fasilitas wisata, harga, pentas budaya dan kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (kepuasan pengunjung) (Creswell, 2009)

Metode survey dilakukan dengan cara menyebarkan kusioner kepada pengunjung taman balekambang Surakarta sebagai responden. data yang terkumpul selanjutnya dianalisis secara statistik menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variable bebas (X), terikat (Y).

Dengan desain penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran empiris mengenai :

1. Pengaruh fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung.
2. Pengaruh harga terhadap kepuasan pengunjung.
3. Pengaruh pentas budaya terhadap kepuasan pengunjung.
4. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung.

5. Pengaruh fasilitas wisata, harga, pentas budaya dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pengunjung di taman balekambang Surakarta.

3.2 Definisi Operasional Variabel

Menurut (Curtis & Keeler, 2021), definisi operasional diperlukan untuk untuk membatasi Membatasi ruang lingkup atau pengertian variabel-variabel yang diamati dan diteliti. defisi variabel operasional ini juga bermanfaat untuk mengarahkan kepada pengukuran atau pengamatan terhadap variabel-variabel yang bersangkutan serta pengembangan instrument atau alat-alat ukur.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Indikator Variabel

NO	VARIABEL	DEFISI OPERASIONAL	INDIKATOR/PROKSI	SUMBER
1.	Fasilitas Wisata(X1)	Segala sarana dan prasarana yang tersedia di taman balekambang untuk menunjang kenyamanan dan kebutuhan pengunjung.	1.kelengkapan fasilitas. 2.kebersihan fasilitas. 3.kenyamanan fasilitas 4.keamanan fasilitas	(Alif & Saputra, 2025),(Lee et al., 2022)
2.	Harga(X2)	Biaya yang harus dikeluarkan pengunjung untuk memperoleh layanan wisata di Taman Balekambang	1.keterjangkauan harga tiket. 2.kesesuaian harga dengan kualitas. 3.transparasi harga.	(Masiero & Nicolau, 2012), (Chung et al., 2011)
3.	Pentas Budaya (X3)	Kegiatan pertunjukan seni dan budaya di Taman Balekambang yang	1.keberagaman jenis pertunjukan budaya. 2.frekuensi pelaksanaan pentas budaya. 3.daya tarik dan kualitas pertunjukan.	(Richards, 2018b),(Ortiz et al., 2024)

		menjadi daya tarik pengunjung.	4.nilai edukatif dan hiburan yang dirasakan pengunjung.	
4.	Kualitas pelayanan (X4)	Tingkat keunggulan pelayanan yang diberikan pengelola taman balekambang kepada pengunjung	1.kecepatan pelayanan. 2.keramahan petugas. 3.kehandalan pelayanan 4.tanggung jawab dan kepedulian.	(Bayang et al., 2022), (Setiono & Hidayat, 2022)
5.	Kepuasan pengunjung (Y)	Perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan harapan dengan pengalaman yang diperoleh saat berkunjung.	1.kepuasan secara keseluruhan. 2.kesesuaian dengan harapan. 3.minat berkunjung kembali. 4.kesediaan merekomendasikan.	(Mortazavi, 2021), (Vassiliadis et al., 2021)

3.3 Objek Penelitian

Menurut (Babbie, 2020), menjelaskan bahwa objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. pada penelitian ini, objek yang diteliti adalah pengunjung Taman Balekambang Surakarta yang berlokasi di Jl. Depok, Manahan, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57139.

3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut (Cheng, 2017), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas

dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Taman Balekambang Surakarta. mengingat jumlah pengunjung bervariasi setiap hari, maka jumlah populasi dianggap tidak terbatas.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi (Martínez-Mesa et al., 2016). Pakai rumusnya Green saja yaitu $N = 50 + 8m$.

dimana, N adalah ukuran sampel, m adalah banyaknya variabel independent. Pada penelitian yang direncanakan ini karena ada empat variabel independent, maka ukuran sampelnya $= 50 + 8.4 = 82$.

3.4.3 Besar Sampel

Besar Sampel adalah Sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi (Martínez-Mesa et al., 2016). Pakai rumus Green yaitu $N = 50 + 8m$.

Dimana, N adalah ukuran sampel, m adalah banyaknya variabel independent. Pada penelitian yang direncanakan ini karena ada empat variabel independent, maka ukuran sampelnya $= 50 + 8.4 = 82$.

3.4.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode accidental sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan siapa saja pengunjung yang secara kebetulan ditemui peneliti di lokasi penelitian dan bersedia menjadi responden (Tyrer & Heyman, 2016).

Alasan penggunaan teknik ini adalah karena :

1. Populasi pengunjung bersifat heterogen dan tidak diketahui jumlah pastinya.
2. Peneliti dapat memperoleh responden secara langsung di lokasi wisata.
3. Metode ini dianggap lebih hemat dalam penggunaan waktu, biaya maupun tenaga.

3.5 Jenis Data

Menurut (Bhattacharjee, 2012), dalam penelitian data dapat dibedakan menjadi Dua, yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama di lapangan. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui:

- a. kuesioner : daftar pertanyaan yang diberikan kepada pengunjung taman balekambang untuk mengukur variabel fasilitas wisata,

harga, pentas budaya kualitas pelayanan, dan kepuasan pengunjung.

b. observasi : pengamatan langsung terhadap kondisi fasilitas, pelayanan, dan suasana di Taman Balekambang.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada atau pihak lain. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari:

a. dokumen dan laporan pengelola Taman Balekambang Surakarta.

b. literatur berupa buku, jurnal ilmiah, dan penelitian terdahulu yang relevan.

c. sumber dari instansi terkait seperti dinas pariwisata kota surakarta

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara yang digunakan peneliti untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian. Dalam penelitian ini digunakan beberapa metode, yaitu :

1. Observasi

Observasi adalah sebagai metode pengumpulan data langsung, yang menekankan pentingnya pencatatan sistematis, cermat, dan konsisten. (Paradis et al., 2016).

Observasi dapat dilakukan dengan cara mengamati secara langsung kondisi lapangan, khususnya terkait ketersediaan dan

kualitas fasilitas wisata, serta pelayanan yang diberikan oleh pengelola taman balekambang. Observasi digunakan untuk mendukung data kuesioner.

2. Kusioner

Kusioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan mengetahui apa yang bisa diharapkan dari responden (Regmi et al., 2016). pada penelitian ini, kusioner akan diberikan kepada pengunjung taman balekambang.

Kusioner disusun menggunakan skala likert (1-5) untuk mengukur Tingkat setuju atau tidak setuju responden terhadap pernyataan mengenai fasilitas wisata, harga, pentas budaya kualitas pelayanan, dan kepuasan pengunjung.

Pada setiap item pertanyaan yang disediakan kepada responden, ada 5 pilihan jawaban yaitu :

SS = Sangat setuju	diberi skor 5
S = Setuju	diberi skor 4
KS = Kurang Setuju	diberi skor 3
TS = Tidak setuju	diberi skor 2
STS = Sangat tidak setuju	diberi skor 1

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data sekunder yang sudah ada seperti profil taman balekambang, foto-

foto fasilitas wisata, serta literatur dari buku, jurnal, dan laporan yang relevan.

4. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai data pendukung dalam penelitian ini untuk memperkuat dan memperjelas hasil penelitian kuantitatif. wawancara dilakukan secara semi terstruktur kepada beberapa pengunjung taman balekambang Surakarta, khususnya terkait pentas budaya. hasil wawancara digunakan sebagai data pendukung dan tidak dianalisis secara mendalam.

3.7 Teknik Analisis Data

Agar data yang dikumpulkan dapat bermanfaat maka harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu, sehingga dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan. Adapun metode analisis yang digunakan :

1. Analisis Data Deskriptif

Analisis data deskriptif adalah suatu bentuk analisis yang berdasarkan data yang dinyatakan dalam bentuk uraian. Data deskriptif merupakan data informasi, uraian dalam bentuk prosa kemudian dikaitkan dengan data yang lainnya untuk mendapatkan kejelasan terhadap suatu kebenaran sehingga memperoleh gambaran baru atau menguatkan suatu gambaran yang sudah ada. dalam penelitian ini data yang dimaksud adalah

mengenai gambaran umum responden serta identitas responden.
(Fulk, 2023)

2. Analisis Data Kuantitatif

Merupakan suatu bentuk analisis yang menggunakan angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik tertentu. Data kuantitatif harus diklasifikasikan dalam kategori tertentu menggunakan tabel-tabel tertentu untuk mempermudah analisis program SPSS. Tahapan-tahapan dari analisis data kuantitatif adalah :

a. *Editing*

Editing merupakan proses pengecekan ulang data yang terkumpul untuk mengetahui apakah sudah cukup baik dan akan diproses selanjutnya atau tidak. Apabila masih ditemukan kekurangan maka akan melakukan perbaikan atau pencarian data kembali.

b. *Coding*

Coding merupakan kegiatan pemberian tanda berupa angka pada jawaban dari kuesioner untuk selanjutnya dikelompokkan ke dalam kategori yang sama tujuannya adalah menyederhanakan jawaban.

c. *Scoring*

Scoring yaitu merubah data yang kualitatif ke dalam bentuk kuantitatif. *Scoring* merupakan pemberian nilai pada jawaban pertanyaan untuk memperoleh data kuantitatif.

d. *Tabulating*

Tabulating yaitu menyajikan data-data yang diperoleh dalam tabel. Sehingga diharapkan pembaca dapat melihat hasil penelitian dengan jelas setelah proses *tabulating* selesai dilakukan. Kemudian diolah dengan program SPSS 24.

3.7.1 Uji Instrumen Penelitian

3.7.1.1 Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2013) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. suatu kuesioner dinyatakan valid apabila pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. jawaban responden kemudian ditabulasikan dalam Microsoft excel dan dianalisis dengan bantuan SPSS. uji validitas dilakukan dengan membandingkan antara r hitung dengan r tabel. Menurut (Hair et al., 2010) yang menyatakan bahwa suatu item pernyataan dinyatakan valid jika $\text{corrected item correlation}$ (r hitung) lebih besar daripada r tabel. sedangkan r tabel diperoleh dengan rumus, $df = n - 2$ dimana n = jumlah responden. taraf signifikan r tabel adalah 5% dilihat pada tabel harga kritis dari product moment.

3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2006) reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kusioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. suatu kusioner dikatakan reliabel ketika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. maka semakin tinggi tingkat reliabilitas suatu alat pengukur maka semakin stabil pula alat pengukur tersebut. dalam SPSS diberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic Cronbach Alpha (α), suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan Cronbach Alpha $> 0,60$.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Agar mendapatkan regresi yang baik harus memenuhi uji asumsi. Asumsi yang disyaratkan yaitu memenuhi uji asumsi normalitas dan bebas dari multikolonieritas, heteroskedastisitas.

3.7.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Jika data berdistribusi normal, maka uji hipotesis menggunakan statistik parametric sedangkan jika data berdistribusi tidak normal maka digunakan uji hipotesis non parametik. Untuk menganalisis apakah residual berdistribusi normal atau tidaknya menggunakan 2 cara yaitu, Analisa grafik dan uji statistik.

Dasar pengambilan Keputusan :

- a. jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.7.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi atau hubungan yang signifikan antar variabel bebas (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (variabel bebas). Untuk mendeteksi gejala multikolinieritas dapat dilihat dari nilai VIF (variance inflation factor). Menurut (Ghozali,2006),Langkah untuk menganalisis asumsi multikolinieitas yaitu:

- a. jika nilai tolerance $>$ dari 0,1 dan nilai VIF $<$ 10 maka tidak ditemukan adanya multikolinieritas.
- b. jika nilai tolerance $<$ dari 0,1 dan nilai VIF $>$ dari 10 maka ditemukan adanya multikolinieritas.

3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual atau

pengamatan ke pengamat lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat menggunakan uji glejser, dimana tidak terjadi heteroskedastisitas, apabila nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 maka dapat dipastikan model tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas begitu pula sebaliknya.

3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016) analisis regresi terhadap satu variabel terikat yang berskala interval. Persamaan regresi linier berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih (Ghozali, 2011). Analisa ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh antar variabel terikat atau variabel independen (Y). Berikut rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y : a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y : kepuasan pengunjung

a : konstanta

b₁ : koefisien regresi fasilitas wisata

b₂: koefisien regresi harga

b₃: koefisien regresi pentas budaya

b₄ : koefisien regresi kualitas pelayanan

X₁ : Variabel fasilitas wisata.

X₂ : variabel harga

X3 : variabel pentas budaya

X4 : variabel kualitas pelayanan

e : error (kesalahan)

3.7.4 Pengujian Hipotesis

3.7.4.1 Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X₁ (fasilitas wisata), X₂ (harga), X₃ (pentas budaya) dan X₄ (Kualitas pelayanan). Benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan pengunjung) secara terpisah atau parsial (Ghozali, 2018). Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

a. $H_0 : \beta < 0$, artinya tidak ada pengaruh positif yang signifikan antara fasilitas wisata, harga, pentas budaya dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung.

b. $H_a : \beta > 0$, Artinya ada pengaruh positif dan signifikan antara fasilitas wisata, harga, pentas budaya dan kualitas pelayanan berikut terhadap kepuasan pengunjung. Kriteria yang digunakan sebagai dasar dalam pengambilan Keputusan menggunakan angka probabilitas signifikansi sebagai:

a. Apabila angka probabilitas signifikan $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b. Apabila angka probabilitas signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

- c. Dengan Tingkat signifikan (α) = 0,05.

3.7.5 Ketetapan Model

3.7.5.1 Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independent yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara Bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2006).

Dasar pengambilan keputusannya adalah :

- a. menentukan F tabel dan F hitung dengan Tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).
- b. apabila F hitung > F tabel dan nilai signifikasinya < 0,05 maka masing-masing variabel independent secara Bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.
- c. apabila F hitung < F tabel dan nilai signifikasinya > 0,05 maka masing-masing variabel independent secara Bersama-sama tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

3.7.5.2 Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinan (R²) digunakan untuk kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas (Ghozali, 2006). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar variasi total pada variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya dalam model regresi tersebut. Nilai dari koefisien determinasi ialah 0 hingga 1. Nilai R² yang mendekati 1 menunjukkan variabel dalam model

tersebut dapat mewakili permasalahan yang diteliti, karena dapat menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependennya. Nilai R^2 sama dengan atau mendekati 0 (nol) menunjukkan kemampuan variabel-variabel dependen amat terbatas.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Responden

Kota Surakarta memiliki berbagai destinasi wisata yang menarik, salah satunya adalah taman balekambang, sebuah ruang publik bersejarah yang sejak tahun 1921. Taman ini tidak hanya berfungsi sebagai ruangan terbuka hijau dan sarana rekreasi, tetapi juga memiliki nilai historis, rekreatif, dan ekologis. penelitian ini dilaksanakan di Taman Balekambang yang berlokasi Jl. Depok, Manahan, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah. responden dalam penelitian ini adalah pengunjung Taman Balekambang dengan jumlah 82 Responden. Penjelasan mengenai karakteristik responden meliputi jenis kelamin, usia, Pendidikan terakhir, status kunjungan, frekuensi kunjungan ke Taman Balekambang, lama kunjungan dan deskripsi variabel peneliian yaitu fasilitas wisata, harga, pentas budaya dan kualitas pelayanan.

1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
1.	Laki-Laki	19	23,2%
2.	Perempuan	63	76,8%
Total		82	100%

Sumber : Data primer

Berdasarkan distribusi kusioner, diketahui bahwa responden paling banyak berjenis kelamin Perempuan yaitu 63 orang dengan presentase 76,8% sedangkan jumlah responden laki-laki berjumlah 19 orang dengan presentase 23,2%. temuan ini menunjukkan bahwa pengunjung lebih banyak Perempuan daripada laki-laki.

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Berikut adalah deskripsi responden berdasarkan usia, dapat dilihat pada tabel 4.2

Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia

No	Usia Responden	Frekuensi	Presentase
1.	15 – 20 Tahun	30	36,6%
2.	21 – 25 Tahun	28	34,1%
3.	26 – 30 Tahun	14	17,1%
4.	31 – 35 Tahun	3	3,7%
5.	36 – 40 Tahun	5	6,1%
6.	41 – 45 Tahun	2	2,4%
Jumlah		82	100%

Sumber : Data primer

Hasil pada tabel diatas menunjukkan data responden, kelompok usia 15 – 20 tahun yang paling banyak, yaitu besar, 36,6% dari total responden. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pengunjung pada rentang usia remaja akhir hingga dewasa awal memiliki minat yang tinggi terhadap kegiatan wisata. Kelompok usia ini umumnya memiliki waktu luang lebih banyak, rasa ingin tahu tinggi, serta mengikuti tren wisata yang berkembang media sosial.

3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berikut ini adalah deskripsi responden berdasarkan Pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel 4.3

Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan	Jumlah Responden	Presentase
1.	SD	1	1,22%
2.	SMP	3	3,66%
3.	SMA/SMK	37	45,12%
4.	D3	2	2,44%
5.	S1	37	45,12%
6.	S2	2	2,44%
Jumlah		82	100%

Sumber : Data Primer

Dari tabel terlihat, bahwa responden yang paling banyak berpendidikan SMA/SMK sebanyak 37 responden atau 45,12% dari 82 responden dan S1 sebanyak 37 responden atau 45,12% dari 82 responden. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengunjung yang datang ke Lokasi wisata didominasi oleh pengunjung dengan Tingkat Pendidikan menengah dan tinggi. Hal ini sejalan dengan karakteristik kelompok usia muda dan produktif yang memiliki minat besar terhadap aktivitas wisata.

4. Deskripsi Responden Berdasarkan Status Kunjungan

Berikut ini adalah deskripsi responden berdasarkan Status Kunjungan dapat dilihat pada tabel 4.4

Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Status Kunjungan

No	Status Kunjungan	Jumlah Responden	Presentase
1.	Pengunjung lokal (Surakarta)	50	61%
2.	Pengunjung dari luar kota (Jawa Tengah)	27	32,9%

3.	Wisatawan luar provinsi	5	6,1%
Jumlah		82	100%

Sumber : Data Primer

Berdasarkan tabel tersebut, sebagian besar responden paling banyak pengunjung lokal(Surakarta) sebanyak 50 responden(61%) yang berarti Sebagian besar pengunjung berasal dari wilayah sekitar Kota Surakarta. Hal ini menunjukkan bahwa Taman Balekambang memiliki daya tarik kuat bagi Masyarakat lokal sebagai salah satu tempat rekreasi. pengunjung dari luar kota sebanyak 27 responden atau 32,9% menunjukkan bahwa objek wisata ini cukup dikenal di wilayah Jawa Tengah.

5. Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan

Berikut ini Adalah deskripsi responden berdasarkan Frekuensi Kunjungan dapat dilihat pada tabel 4.5

Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan

No	Frekuensi Kunjungan	Responden	Presentase
1.	Pertama kali	40	48,8%
2.	2-3 kali dalam setahun	27	32,9%
3.	4-6 kali dalam setahun	7	8,5%
4.	Lebih dari 6 kali dalam setahun	8	9,8%
Jumlah		82	100%

Sumber : Data Primer

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa responden paling banyak merupakan pengunjung yang baru pertama kali datang ke Taman Balekambang Surakarta sebanyak 40 responden atau 48,8%. Hal ini menunjukkan bahwa Taman Balekambang masih memiliki daya tarik yang

mampu menarik pengunjung baru. Selanjutnya, 27 Responden atau 32,9% mengunjungi Taman Balekambang 2 – 3 kali dalam setahun yang menandakan adanya minat berkunjung ulang dari Sebagian pengunjung.

6. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Kunjungan

Berikut ini adalah deskripsi responden berdasarkan lama Kunjungan dapat dilihat pada tabel 4.6

Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Lama Kunjungan

No	Lama Kunjungan	Responden	Presentase
1.	< 30 menit	4	4,9%
2.	30–60 menit	22	26,8%
3.	1–2 jam	31	37,8%
4.	> 2 jam	25	30,5%
Jumlah		82	100%

Sumber : Data Primer

Berdasarkan tabel, sebagian besar responden (37,8%) menghabiskan waktu antara 1 – 2 jam di Taman Balekambang Surakarta. Hal ini menjelaskan bahwa mayoritas pengunjung merasa cukup nyaman dan menikmati suasana taman dalam durasi kunjungan yang cukup sedang. Selanjutnya, 30,5% responden berada dilokasi selama lebih dari 2 jam yang mengindikasikan bahwa Taman Balekambang mampu memberikan rasa nyaman dan pengalaman wisata yang menarik sehingga membuat pengunjung betah lebih lama.

4.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel digunakan untuk mengetahui jawaban responden terhadap variabel fasilitas wisata, harga, pentas budaya, kualitas pelayanan

terhadap kepuasan pengunjung. Dalam penelitian ini menggunakan analisis mean dan standar deviasi.

Analisis ini menggunakan analisis mean dengan kategori:

Tabel 4. 7 Rentang Mean

Rentang Mean	Kategori
1 – 1,80	Sangat rendah
1,81 – 2,60	rendah
2,61 – 3,40	sedang
3,41 – 4,20	tinggi
4,21 – 5,00	Sangat tinggi

(Al-Rubaye & Al-Ta’ib, 2023)

4.2.1 Deskripsi Fasilitas Wisata (X1)

Tanggapan responden mengenai variabel fasilitas wisata dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Variabel Fasilitas Wisata

Descriptive Statistics

Fasilitas wisata	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Kategori berdasarkan mean
Fasilitas yang tersedia di taman balekambang sudah lengkap (toilet,tempat duduk,mushola,area parkir,dll)	82	2	5	4.32	.830	Sangat tinggi

Fasilitas layanan publik (toilet, tempat duduk, tempat ibadah) yang ada di taman balekambang bersih.	82	2	5	4.11	.846	Tinggi
Fasilitas yang tersedia membuat pengunjung nyaman selama berkunjung.	82	2	5	4.35	.726	Sangat tinggi
Fasilitas di taman balekambang memberikan rasa aman bagi pengunjung.	82	2	5	4.41	.684	Sangat tinggi
Valid N (listwise)	82					

Sumber : Data Primer yang diolah dengan SPSS 24,2025

Secara umum, keempat variabel Fasilitas wisata memperoleh mean sangat tinggi dan tinggi dan standar deviasi sedang, hal ini menunjukkan bahwa responden menilai fasilitas wisata di Taman Balekambang dinilai aman, lengkap, nyaman dan bersih.

4.2.2 Deskripsi Harga (X2)

Tanggapan responden mengenai variabel harga dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Variabel Harga

Descriptive Statistics

Harga	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Kategori berdasarkan mean
Harga tiket masuk taman balekambang terjangkau bagi pengunjung.	82	1	5	4.66	.671	Sangat tinggi

Harga tiket sesuai dengan kualitas fasilitas dan pengalaman yang didapatkan.	82	1	5	4.54	.688	Sangat tinggi
Harga tiket dan biaya lain di taman balekambang disampaikan dengan jelas dan terbuka.	82	2	5	4.37	.694	Sangat tinggi
Valid N (listwise)	82					

Sumber : Data Primer yang diolah dengan SPSS 24,2025

Secara keseluruhan, ketiga indikator pada variabel harga menunjukkan nilai mean sangat tinggi dan standar deviasi sedang. hal ini menunjukkan bahwa responden menilai harga di taman balekambang terjangkau, sesuai, jelas dan terbuka.

4.2.3 Deskripsi Pentas Budaya (X3)

Tanggapan responden mengenai variabel pentas budaya dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Variabel Pentas Budaya

Descriptive Statistics						Kategori berdasarkan mean
Pentas budaya	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
Taman balekambang menampilkan beragam jenis pertunjukan seni dan budaya.	82	1	5	4.26	.814	Sangat tinggi

Frekuensi pelaksanaan pentas budaya di Taman Balekambang sudah cukup.	82	2	5	4.24	.825	Sangat tinggi
Pertunjukan budaya yang disajikan di Taman Balekambang menarik dan memiliki kualitas yang baik.	82	2	5	4.35	.743	Sangat tinggi
Pentas budaya yang disajikan di Taman Balekambang memiliki nilai edukatif dan memberikan hiburan yang menyenangkan.	82	2	5	4.33	.771	Sangat tinggi
Valid N (listwise)	82					

Sumber : Data Primer yang diolah dengan SPSS 24,2025

Secara keseluruhan, variabel pentas budaya memperoleh mean sangat tinggi dan standar deviasi sedang, hal ini menunjukkan bahwa responden menilai kegiatan pentas budaya di Taman Balekambang menarik, memiliki nilai edukatif, beragam, dan frekuensi pelaksanaan cukup.

4.2.4 Deskripsi Kualitas Pelayanan (X4)

Tanggapan responden mengenai variabel Kualitas pelayanan dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan

Descriptive Statistics

Kualitas pelayanan	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Kategori berdasarkan mean
Petugas melayani pengunjung dengan cepat dan sigap.	82	2	5	4.37	.676	Sangat tinggi
Petugas di taman balekambang bersikap ramah.	82	2	5	4.34	.689	Sangat tinggi
Petugas Taman Balekambang memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah diinformasikan kepada pengunjung.	82	2	5	4.22	.737	Sangat tinggi
Petugas memberikan layanan kepada pengunjung dengan penuh kepedulian dan tanggung jawab.	82	1	5	4.23	.775	Sangat tinggi
Valid N (listwise)	82					

Sumber : Data Primer yang diolah dengan SPSS 24,2025

Hasi ini menunjukkan bahwa variabel pentas budaya memperoleh mean sangat tinggi dan standar deviasi sedang, hai ini menunjukkan bahwa responden menilai kualitas pelayanan di taman balekambang cepat dan sigap, ramah, tanggung jawab, pelayanan sesuai.

4.2.5 Deskripsi Kepuasan Pengunjung (Y)

Tanggapan respoden mengenai variabel Kualitas pelayanan dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Pengunjung

Descriptive Statistics

Kepuasan pengunjung	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Kategori berdasarkan mean
Saya merasa puas dengan pengalaman berkunjung ke taman balekambang.	82	2	5	4.46	.652	Sangat tinggi
Saya merasa nyaman selama berada di taman balekambang.	82	2	5	4.46	.652	Sangat tinggi
Saya merasa aman saat berada di taman balekambang.	82	2	5	4.52	.689	Sangat tinggi
Saya ingin kembali mengunjungi taman balekambang di masa mendatang.	82	2	5	4.44	.704	Sangat tinggi
Saya akan merekomendasikan taman balekambang kepada orang lain.	82	2	5	4.49	.689	Sangat tinggi
Valid N (listwise)	82					

Sumber : Data Primer yang diolah dengan SPSS 24,2025

Semua indikator memiliki nilai mean sangat tinggi, standar deviasi yang relatif sedang, hal ini menunjukkan kepuasan pengunjung di taman balekambang aman, direkomendasikan, puas,nyaman, mengunjungi kembali.

4.3 Hasil Penelitian

4.3.1 Uji Instrumen Penelitian

4.3.1.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sah (Valid) atau tidaknya suatu kusioner (Ghozali, 2013). adapun kriteria yang digunakan dapat menentukan valid tidaknya pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :
 Tingkat kepercayaan = 95% ($\alpha = 5\%$), *degree of freedom* (df) = $n - 2 = 80$ didapati r tabel = 0,217. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir pernyataan dikatakan valid.

Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas

Variabel/indikator	R hitung	R tabel	keterangan
Fasilitas wisata			
Indikator 1	0,760	0,217	Valid
Indikator 2	0,799	0,217	Valid
Indikator 3	0,870	0,217	Valid
Indikator 4	0,801	0,217	Valid
Harga			
Indikator 1	0,881	0,217	Valid
Indikator 2	0,899	0,217	Valid
Indikator 3	0,774	0,217	Valid
Pentas Budaya			
Indikator 1	0,845	0,217	Valid
Indikator 2	0,883	0,217	Valid
Indikator 3	0,928	0,217	Valid
Indikator 4	0,838	0,217	Valid
Kualitas Pelayanan			

Variabel/indikator	R hitung	R tabel	keterangan
Indikator 1	0,829	0,217	Valid
Indikator 2	0,859	0,217	Valid
Indikator 3	0,894	0,217	Valid
Indikator 4	0,907	0,217	Valid
Kepuasan Pengunjung			
	0,836	0,217	Valid
Indikator 1	0,876	0,217	Valid
Indikator 2	0,810	0,217	Valid
Indikator 3	0,863	0,217	Valid
Indikator 4	0,885	0,217	Valid
Indikator 5			

Sumber : Data Primer yang diolah dengan SPSS 24,2025

Dari tabel dapat diketahui bahwa nilai r hitung dari keseluruhan indikator lebih besar dari r tabel. Maka dapat diambil Kesimpulan bahwa keseluruhan butir indikator yang digunakan dalam penelitian lolos uji Validitas dan dinyatakan valid.

4.3.1.2 Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kusioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2006). Suatu kusioner dikatakan reliabel ketika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden terhadap pernyataan dikatakan reliabel jika masing – masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak karena masing – masing pernyataan hendak mengukur hal yang sama. Jika jawaban terhadap indikator acak, maka

dapat dikatakan bahwa tidak reliabel atau jika nilai *Cronbach alpha* tidak melebihi 0,7 maka pertanyaan reliabel tersebut tidak reliabel atau sebaliknya (Ghozali, 2006) .

Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel/Indikator	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar Reliabilitas	Keterangan
Fasilitas Wisata			
Indikator 1	0,952	0,70	Reliabel
Indikator 2	0,955	0,70	Reliabel
Indikator 3	0,952	0,70	Reliabel
Indikator 4	0,951	0,70	Reliabel
Harga			
Indikator 1	0,952	0,70	Reliabel
Indikator 2	0,952	0,70	Reliabel
Indikator 3	0,951	0,70	Reliabel
Pentas Budaya			
Indikator 1	0,952	0,70	Reliabel
Indikator 2	0,950	0,70	Reliabel
Indikator 3	0,950	0,70	Reliabel
Indikator 4	0,951	0,70	Reliabel
Kualitas Pelayanan			
Indikator 1	0,950	0,70	Reliabel
Indikator 2	0,951	0,70	Reliabel
Indikator 3	0,949	0,70	Reliabel
Indikator 4	0,952	0,70	Reliabel
Kepuasan Pengunjung			
Indikator 1	0,951	0,70	Reliabel
Indikator 2	0,950	0,70	Reliabel
Indikator 3	0,951	0,70	Reliabel
Indikator 4	0,952	0,70	Reliabel
Indikator 5	0,951	0,70	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah dengan SPSS, 2025

Berdasarkan tabel diatas hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua indikator mempunyai koefisien *Cronbach alpha* yang cukup besar yakni di atas 0,70. Dengan

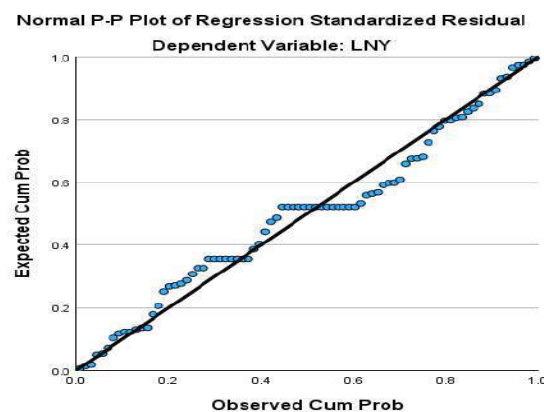
demikian dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian reliabel.

4.3.2 Uji Asumsi Klasik

4.3.2.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Data yang berdistribusi normal menunjukkan bahwa model layak digunakan untuk analisis lebih lanjut, karena salah satu asumsi dasar regresi linier klasik Adalah normalitas residual. Caranya Adalah melihat grafik normal propability plot digunakan untuk melihat apakah residual dalam model regresi menyebar mengikuti garis diagonal. Grafik ini membantu memeriksa apakah data berdistribusi normal secara visual.

Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas



Sumber : Data Pimer yang diolah dengan SPSS 24, 2025

Hasil pengujian normalitas dengan normal probability plot menunjukkan bahwa titik-titik tersebut mengikuti dan menyebar disekitar garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi sudah berkontribusi normal.

Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		82
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.07913269
Most Extreme Differences	Absolute	.096
	Positive	.096
	Negative	-.083
Test Statistic		.096
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.057
Monte Carlo Sig. (2-Sig. tailed) ^d		.057
99% Confidence Interval		Lower Bound .051
		Upper Bound .063

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1314643744.

Sumber : Data Primer Primer yang diolah dengan SPSS 24,2025

Dari hasil uji normalitas tabel diatas besarnya sig. Kolmogorov Simirnov adalah 0,057 dan lebih dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa data variabel fasilitas wisata, harga, pentas budaya dan kualitas pelayanan berdistribusi normal.

4.3.2.2 Hasil Uji Multikolonieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi atau hubungan yang signifikan antar variabel bebas (Ghozali, 2018). Menurut (Ghozali,2006) nilai *variance inflation factor* (VIF) untuk multikolonieritas adalah tidak melebihi 10 dan nilai tolerance diatas 0,10.

Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Coefficients ^a	
	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
FASILITAS WISATA	.475	2.105
HARGA	.483	2.068
PENTAS BUDAYA	.325	3.079
KUALITAS PELAYANAB	.277	3.607

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

Sumber : Data Primer yang diolah dengan SPSS,2025

Dari tabel diatas uji multikolinieritas bahwa nilai tolerance masing-masing variabel independent diatas nilai lebih besaar dari 0,1, sedangkan pada VIF masing-masing variabel independent dibawah 10. Hal ini berati bahwa variabel-variabel penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolonieritas dalam model regresi.

4.2.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual antara satu dengan yang lain. Jika variabel independent signifikan dengan secara statistic mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi heteroskedastisitas.

Tabel 4. 17 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.163	1.018		2.124	.037
FASILITAS WISATA	-.092	.071	-.207	-1.303	.196
HARGA	.183	.100	.288	1.833	.071
PENTAS BUDAYA	-.014	.078	-.036	-.187	.852
KUALITAS PELAYANAN	-.096	.094	-.210	-1.012	.315

a. Dependent Variable: ABSRES

Sumber : Data Primer yang diolah dengan SPSS 24,2025

Berdasarkan tabel diatas hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser menunjukkan jika nilai probabilitas signifikansi variabel fasilitas wisata, harga, pentas budaya dan kualitas pelayanan di atas Tingkat kepercayaan 5% atau 0,05

jadi dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung heterokedasitas.

4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analiss regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh antar variabel terikat atau variabel independen (Y). berikut model model regresi linier berganda :

Tabel 4. 18 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.869	1.510		1.900	.061
FASILITAS WISATA	.279	.105	.238	2.659	.010
HARGA	.719	.148	.433	4.865	.001
PENTAS BUDAYA	-.362	.101	-.358	-3.580	.001
KUALITAS PELAYANAN	.649	.134	.546	4.855	.001

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

Sumber : Data Primer yang diolah dengan SPSS 24,2025

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka persamaan regresi Adalah sebagai berikut

$$Y : 2,896 a + 0,279 X_1 + 0,719 X_2 - 0,362 X_3 + 0,649 X_4$$

Keterangan:

Y : Kepuasan pengunjung

X₁ : Fasilitas wisata

X_2 : Harga

X_3 : Pentas budaya

X_4 : Kualitas pelayanan

Berdasarkan hasil persamaan regresi linier berganda tersebut diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

Koefisien regresi untuk variabel fasilitas wisata sebesar 0,279 bernilai positif, artinya semakin baik fasilitas wisata maka akan semakin meningkatkan kepuasan pengunjung.

Koefisien regresi untuk variabel harga sebesar 0,719 bernilai positif, artinya semakin baik harga maka akan semakin meningkatkan kepuasan pengunjung.

Koefisien regresi untuk variabel pentas budaya sebesar -0,362 bernilai negatif, artinya semakin baik pentas budaya maka tidak meningkatkan kepuasan pengunjung.

Koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0,649 bernilai positif, artinya semakin baik kualitas pelayanan maka akan semakin meningkatkan kepuasan pengunjung.

4.3.4 Pengujian Hipotesis

4.3.4.1 Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X_1 (fasilitas wisata), X_2 (harga) , X_3 (pentas budaya) dan X_4 (Kualitas pelayanan).

Benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan pengunjung) secara terpisah atau parsial. Pengujian dilakukan dengan melihat Tingkat signifikansi 0,05. Jika angka probabilitas signifikan $> 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima dengan nilai t tabel ($df = n - k$) $82 - 4 - 1 = 77$ sebesar 1,991.

Tabel 4. 19 Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.869	1.510		1.900	.061
FASILITAS WISATA	.279	.105	.238	2.659	.010
HARGA	.719	.148	.433	4.865	.001
PENTAS BUDAYA	-.362	.101	-.358	-3.580	.001
KUALITAS PELAYANAN	.649	.134	.546	4.855	.001

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

Sumber : Data Primer yang diolah dengan SPSS 24,2025

Hasil analisis t adalah sebagai berikut :

Hasil pengujian hipotesis 1 mengenai pengaruh fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung diperoleh koefisien regresi arah positif dan nilai t hitung $2,659 > 1,991$ nilai t tabel, dengan signifikansi sebesar 0,010. Nilai signifikansi hasil lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Artinya : variabel fasilitas wisata terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Taman Balekambang.

Hasil pengujian hipotesis 2 mengenai pengaruh harga terhadap kepuasan pengunjung diperoleh koefisien regresi arah positif dan nilai t hitung $4,865 > 1,991$ nilai t tabel, dengan signifikansi sebesar 0,001. Nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Artinya : variabel harga terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Taman Balekambang.

Hasil pengujian hipotesis 3 mengenai pengaruh pentas budaya terhadap kepuasan pengunjung diperoleh koefisien regresi arah negatif dan nilai t hitung $-3,580 < 1,991$ nilai t tabel, dengan signifikansi sebesar 0,001. Nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Artinya : variabel pentas budaya terdapat pengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Taman Balekambang.

Hasil pengujian hipotesis 4 mengenai pengaruh pentas budaya terhadap kepuasan pengunjung diperoleh koefisien

regresi arah positif dan nilai t hitung $4,855 < 1,991$ nilai t tabel, dengan signifikansi sebesar 0,001. Nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Artinya : variabel kualitas pelayanan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Taman Balekambang

4.3.5 Uji Ketetapan Model

4.3.5.1 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel independent yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. kriteria taraf signifikan $\alpha < 0,005$.

Tabel 4. 20 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	450.838	4	112.709	37.266	<,001 ^b
Residual	232.882	77	3.024		
Total	683.720	81			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA, FASILITAS WISATA, PENTAS BUDAYA

Sumber : Data Primer yang diolah dengan SPSS 24,2025

Berdasarkan tabel diatas dihasilkan F hitung sebesar 37,266 dengan nilai F tabel ($df = n - k - 1$) $82 - 4 - 1 = 77$ sebesar 2,49, sehingga F hitung $37,266 > F$ tabel dan Tingkat signifikan $< 0,001 < 0,05$. Hasil uji F tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh fasilitas wisata, harga, pentas budaya dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pengunjung di Taman Balekambang.

4.3.5.2 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai dengan 1.

Tabel 4. 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.812 ^a	.659	.642	1.739

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA, FASILITAS WISATA, PENTAS BUDAYA

Sumber : Data Primer yang diolah dengan SPSS 24,2025.

Berdasarkan data tabel diatas, diketahui koefisien *Adjusted R square* sebesar 0,642. Hal ini berarti bahwa sebesar 64,2% kepuasan pengunjung (Y) dijelaskan oleh Fasilitas

wisata(X1), Harga (X2), Pentas Budaya (X3) dan Kualitas Pelayanan (X4). Sedangkan sisanya $100\% - 64,2\% = 35,8\%$ dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar variabel fasilitas wisata, harga, pentas budaya, dan kualitas pelayanan.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil pengujian hipotesis 1 menunjukan bahwa variabel fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,279, serta nilai t hitung 2,659 yang lebih besar dari nilai t tabel 1,991, dengan tingkat signifikansi sebesar $0,010 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, Artinya fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Taman Balekambang.

Secara deskriptif, fasilitas wisata di Taman Balekambang memberikan rasa aman bagi pengunjung dengan nilai mean tertinggi sebesar 4,41, selanjutnya 4,35 fasilitas yang tersedia membuat pengunjung nyaman selama berkunjung, kemudian 4,32 fasilitas di taman balekambang sudah lengkap, (toilet, tempat duduk, mushola, area parkir, dll), serta layanan publik seperti toilet, tempat duduk, yang berarti sesuai dengan observasi karena mendapat nilai mean

terendah nomor 2 , karena masih belum ada papan petunjuk di sekitar wisata taman balekambang dan tempat ibadah yang bersih memiliki mean terendah 4,11 yang berarti sesuai dengan hasil observasi fasilitas layanan public yang ada di taman balekambang kurang bersih. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas wisata sudah memberikan rasa aman, nyaman tetapi untuk kebersihan fasilitas layanan public perlu ditingkatkan lagi.

Hasil ini sejalan dengan grand teori *expectation-disconfirmation theory (EDT)* (Oliver, 1980), EDT menjelaskan bahwa kepuasan pengunjung muncul dari perbandingan antara harapan sebelum berkunjung dengan kinerja yang dirasakan setelah berkunjung. keterkaitan dengan variabel penelitian yang menyatakan fasilitas wisata adalah kinerja fisik yang dirasakan. Fasilitas yang memadai, bersih, dan mudah diakses akan menciptakan pengalaman positif serta memenuhi harapan pengunjung terhadap kenyamanan dan kemudahan selama berwisata. Dengan demikian, semakin baik fasilitas yang disediakan di Taman Balekambang, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh para pengunjung.

4.4.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil pengujian hipotesis 2 menunjukan bahwa variabel fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,719, serta nilai t hitung 4,865 yang lebih besar dari nilai t tabel 1,991, dengan tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, Artinya harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Taman Balekambang.

Temuan ini sejalan dengan grand teori *expectation-disconfirmation theory (EDT)* (Oliver, 1980), EDT menjelaskan bahwa kepuasan pengunjung muncul dari perbandingan antara harapan sebelum berkunjung dengan kinerja yang dirasakan setelah berkunjung. keterkaitan dengan variabel penelitian yang menyatakan harga adalah nilai yang dirasakan (*value for money*). harga yang dianggap wajar, kompetitif, dan sesuai dengan manfaat yang diterima akan menimbulkan persepsi nilai positif (*value for money*) sehingga mendorong kepuasan pengunjung. Dengan demikian, persepsi pengunjung terhadap kesesuaian harga di Taman Balekambang menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk tingkat kepuasan secara keseluruhan. Dalam konteks penelitian ini,

Sebagian besar responden menilai bahwa harga tiket masuk Taman Balekambang terjangkau dengan nilai mean sebesar 4,66, selanjutnya harga tiket sesuai dengan kualitas fasilitas dan pengalaman yang didapatkan 4,54 dan harga tiket serta biaya lainnya disampaikan secara jelas dan terbuka memiliki nilai mean terendah 4,37 hal ini berarti harga tiket di taman balekambang belum terbuka sesuai dengan mean terendah.

4.4.3 Pengaruh Pentas Budaya Terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil pengujian hipotesis 3 menunjukan bahwa variabel fasilitas wisata berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Taman Balekambang. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi bernilai negatif sebesar -3,580, yang lebih besar secara absolut dari t tabel 1,991, dengan tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, Artinya pentas budaya berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Taman Balekambang.

Hasil ini sejalan dengan teori grand teori *expectation-disconfirmation theory (EDT)* (Oliver; 1980), EDT menjelaskan bahwa kepuasan pengunjung muncul dari perbandingan antara harapan sebelum berkunjung dengan kinerja yang dirasakan setelah berkunjung. keterkaitan dengan

variabel penelitian yang menjelaskan bahwa pentas budaya adalah pengalaman/atraksi budaya. Pentas budaya sebagai bagian dari daya tarik wisata berfungsi tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media promosi dan pembentuk pengalaman berkesan bagi pengunjung. Ketika atraksi budaya disajikan dengan baik, menarik, dan mencerminkan identitas lokal, pengunjung akan merasa lebih terlibat secara emosional dan merasa puas terhadap keseluruhan pengalaman berwisata. Sebaliknya, jika pentas budaya kurang menarik atau tidak sesuai harapan, tingkat kepuasan pengunjung dapat menurun. Dengan demikian, pentas budaya di Taman Balekambang berperan penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang positif dan meningkatkan kepuasan pengunjung secara keseluruhan. Dalam konteks ini, jika pertunjukan budaya di Taman Balekambang belum memenuhi harapan pengunjung, maka hal tersebut akan berdampak negatif terhadap Tingkat kepuasan mereka. Berdasarkan hasil kusioner indikator dengan mean tertinggi sebesar 4,35 terdapat pada pernyataan pertunjukan budaya yang disajikan di Taman Balekambang menarik dan memiliki kualitas yang baik, 4,35 pentas budaya yang disajikan di taman balekambang memiliki nilai edukatif dan memberikan hiburan yang menyenangkan, 4,26 taman

balekambang menampilkan beragam jenis pertunjukan seni dan budaya, sedangkan mean terendah sebesar 4,24 terdapat pada pernyataan frekuensi pelaksanaan pentas budaya di Taman Balekambang sudah cukup, berdasarkan hasil wawancara di taman balekambang surakarta sebagai data pendukung untuk memperkuat hasil negatif tetapi signifikan pentas budaya, diketahui bahwa keberadaan pentas budaya tidak mengganggu kenyamanan pengunjung saat berada di kawasan taman balekambang. namun demikian, apabila pentas budaya yang disajikan kurang menarik, pengunjung cenderung tidak mengikuti pertunjukan tersebut dan memilih untuk melewati area pentas budaya dan lebih memilih lokasi yang dirasa nyaman di area taman balekambang, seperti tempat bersantai maupun spot-spot foto yang tersedia. Kondisi ini menunjukkan bahwa pentas budaya belum menjadi daya tarik utama bagi pengunjung. meskipun tidak menimbulkan ketidaknyamanan, kurangnya daya tarik pertunjukan menyebabkan pengunjung tidak menjadikan pentas budaya sebagai faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pengunjung.

4.4.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil pengujian hipotesis 4 menunjukan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,719, serta nilai t hitung 4,855 yang lebih besar dari nilai t tabel 1,991, dengan tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, Artinya harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Taman Balekambang. menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak pengelola wisata, maka semakin tinggi pula Tingkat kepuasan pengunjung.

Hasil ini sejalan dengan grand teori *expectation-disconfirmation theory (EDT)* (Oliver, 1980), EDT menjelaskan bahwa kepuasan pengunjung muncul dari perbandingan antara harapan sebelum berkunjung dengan kinerja yang dirasakan setelah berkunjung. keterkaitan dengan variabel penelitian yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan kinerja layanan. pelayanan yang diberikan secara ramah, cepat, tepat, dan profesional akan menimbulkan persepsi positif terhadap destinasi wisata serta meningkatkan

kepuasan pengunjung.. Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan di Taman Balekambang yang mencakup keramahan petugas, kejelasan informasi, ketanggapan terhadap kebutuhan wisatawan, serta kenyamanan fasilitas layanan, menjadi faktor penting yang menentukan tingkat kepuasan pengunjung. Semakin baik pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan dan kemungkinan pengunjung untuk kembali berwisata di masa mendatang. Berdasarkan data deskriptif, indikator dengan mean tertinggi sebesar 4,37 terdapat pada pernyataan petugas melayani pengunjung dengan cepat dan sigap, 4,34 petugas di taman balekambang bersikap ramah, 4,23 petugas memberikan layanan kepada pengunjung dengan penuh kepedulian dan tanggung jawab sedangkan mean terendah sebesar 4,22 terdapat pada pernyataan petugas Taman Balekambang memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah diinformasikan hal ini berarti masih perlu diperbaiki mengenai pelayanan yang diinformasikan. Nilai mean yang tinggi menunjukkan bahwa Sebagian besar pengunjung merasa puas terhadap responden profesionalitas petugas, meskipun masih terdapat ruang untuk peningkatan pada konsistensi informasi dan pelayanan yang diberikan.

4.4.5 Secara Simultan Fasilitas Wisata, Harga, Pentas Budaya dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung.

Hasil uji F menunjukkan bahwa fasilitas wisata, harga, pentas budaya, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Taman Balekambang, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,659. Artinya, keempat variabel independen tersebut mampu menjelaskan sekitar 65,9% variasi yang terjadi pada kepuasan pengunjung, sedangkan sisanya sebesar 34,1% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Dalam perspektif grand teori *expectation-disconfirmation theory* (EDT) (Oliver, 1980). EDT menjelaskan bahwa kepuasan pengunjung muncul dari perbandingan antara harapan sebelum berkunjung dengan kinerja yang dirasakan setelah berkunjung. keterkaitan dengan variabel penelitian:

1. Fasilitas wisata adalah kinerja yang dirasakan.
2. Harga adalah nilai yang dirasakan (*value for money*).
3. Pentas budaya adalah pengalaman/atraksi wisata.
4. Kualitas pelayanan adalah kinerja layanan.

5. Kepuasan pengunjung adalah hasil evaluasi perbandingan harapan dan kenyataan.

Temuan ini juga menunjukkan bahwa di antara keempat faktor tersebut, kualitas pelayanan dan harga cenderung memberikan kontribusi paling besar terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini menjelaskan bahwa ketika pengelolaan fasilitas dan pentas budaya sudah baik, maka peningkatan pelayanan dan penetapan harga yang sesuai dengan harapan pengunjung menjadi kunci utama dalam membentuk kepuasan secara menyeluruh.

Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya sejalan dengan grand teori *expectation-disconfirmation theory* (EDT) (Oliver, 1980) tetapi juga memperkuat bukti empiris bahwa kepuasan pengunjung di destinasi wisata merupakan hasil sinergi antara faktor fungsional, emosional, dan ekonomi. Penelitian ini memperluas pemahaman bahwa pengelolaan fasilitas, harga, atraksi budaya, dan pelayanan secara terpadu sangat penting untuk mencapai tingkat kepuasan dan loyalitas pengunjung yang optimal di Taman Balekambang.

Dengan mengaitkan hasil penelitian pada grand teori *expectation-disconfirmation theory* (EDT) (Oliver, 1980) maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kepuasan pengunjung tidak dapat tercapai hanya dengan memperbaiki satu aspek, melainkan melalui sinergi berbagai elemen bauran pemasaran, yaitu fasilitas wisata, harga, atraksi budaya, dan pelayanan.
2. Fasilitas wisata yang memadai dan harga yang sesuai nilai (*value for money*) menjadi faktor fungsional utama dalam membentuk kepuasan pengunjung.
3. Pentas budaya berperan penting sebagai daya tarik emosional dan promosi yang memperkaya pengalaman wisatawan dan frekuensi pentas budaya yang baik agar menciptakan kepuasan pengunjung.
4. Kualitas pelayanan yang responsif dan ramah menjadi aspek interpersonal yang memperkuat Kesan positif serta mendorong loyalitas pengunjung
5. Secara simultan fasilitas wisata, harga, pentas budaya dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

Oleh karena itu, pengelola Taman Balekambang perlu memperhatikan keempat aspek tersebut secara terpadu agar dapat meningkatkan kepuasan dan minat kunjung ulang wisatawan secara berkelanjutan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas wisata, harga, pentas budaya dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Taman Balekambang. Berdasarkan hasil analisis data data dan pembahasan yang telah dilakukan, diperoleh Kesimpulan sebagai Fasilitas berikut :

1. Fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, artinya semakin baik fasilitas wisata maka akan semakin meningkatkan kepuasan pengunjung.
2. Harga memiliki berpengaruh dan signifikasi terhadap kepuasan pengunjung, artinya semakin baik harga maka akan semakin meningkatkan kepuasan pengunjung.
3. Pentas budaya berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, artinya semakin baik pentas budaya maka tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.
4. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap kepuasan pengunjung, maka semakin baik kualitas pelayanan maka akan semakin meningkatkan kepuasan pengunjung.
5. Secara simultan, fasilitas wisata, harga, pentas budaya dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Keempat variabel tersebut saling melengkapi dalam membentuk

kepuasan pengunjung. Namun, pengelola perlu memperhatikan bahwa variabel pentas budaya masih perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pengunjung secara menyeluruh.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil Penelitian dan Kesimpulan yang telah diperoleh mengenai Pengaruh Fasilitas Wisata, Harga, Pentas Budaya Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung , maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Penetapan harga yang sesuai dengan kualitas layanan dan fasilitas.

Pihak pengelola perlu meninjau Kembali kebijakan harga agar selaras dengan kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan. Strategi harga yang transparan, wajar, serta sebanding dengan nilai pengalaman yang dirasakan pengunjung akan meningkatkan persepsi keadilan dan mendorong loyalitas wisatawan untuk berkunjung kembali.

2. Peningkatan kualitas pelayanan petugas wisata.

Pengelola perlu memberikan pelatihan rutin bagi petugas, terutama dalam hal keramahan, ketepatan waktu, kemampuan komunikasi, dan pemberian informasi kepada pengunjung. Sikap profesional dan pelayanan yang cepat tanggap akan menciptakan pengalaman positif yang meningkatkan rasa puas dan keinginan untuk berkunjung Kembali.

3. Peningkatan Kualitas Fasilitas Wisata.

Pengelola destinasi wisata disarankan untuk terus meningkatkan dan memelihara fasilitas yang tersedia, seperti kebersihan area, kenyamanan sarana, ketersediaan tempat istirahat, serta kelengkapan fasilitas umum lainnya. Pemeliharaan rutin dan penyediaan fasilitas yang ramah pengunjung akan menciptakan suasana berwisata yang nyaman, aman, dan menyenangkan sehingga berdampak positif.

4. Perbaikan dan inovasi dalam pelaksanaan pentas budaya.

Karena pentas budaya terbukti berpengaruh negatif terhadap kepuasan dan hasil observasi juga menunjukkan frekuensi pertunjukan pentas budaya membuat tidak nyaman pengunjung dan mengindar. Hal ini perlu dilakukan evaluasi menyeluruh terhadap konsep, jadwal, frekuensi yang tepat, kualitas pertunjukan yang ada. Pengelola dapat melibatkan seniman lokal, memperbarui tema secara berkala, meningkatkan promosi, serta memperhatikan kenyamanan tempat pertunjukan agar kegiatan budaya menjadi lebih menarik, interaktif, dan relevan dengan minat wisatawan.

5. Integrasi pengelolaan fasilitas wisata, harga, pentas budaya dan kualitas pelayanan dalam strategi pengembangan wisata.

Pihak pengelola disarankan untuk menerapkan pendekatan manajemen terpadu yang menggabungkan seluruh aspek tersebut dalam kebijakan pengembangan destinasi. Sinergi antara kualitas fisik, harga yang adil, atraksi budaya yang menarik dan pelayanan

unggul akan menciptakan daya saing dan keberlanjutan destinasi wisata di masa depan.

Selain saran-saran yang telah diuraikan diatas, pengelola taman balekambang Surakarta disarankan untuk mempertimbangkan penambahan wahana kolam renang sebagai salah satu fasilitas pendukung wisata. keberadaan kolam renang diharapkan dapat menjadi daya tarik tambahan bagi pengunjung. selain itu, penambahan wahana tersebut berpotensi meningkatkan pendapatan atau profit taman balekambang melalui penjualan tiket khusus, penyewaan fasilitas, serta layanan pendukung lainnya, tanpa menghilangkan fungsi ruang terbuka hijau yang menjadi ciri khas taman balekambang.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif sehingga hasil yang diketahui koefisien Adjusted R Square sebesar 0,642. Hal ini berarti bahwa sebesar 64,2 kepuasan pengunjung (Y) dapat dijelaskan oleh fasilitas wisata (X1), harga (X2), pentas budaya (X3), dan kualitas pelayanan (X4). Sedangkan sisanya $100\% - 64,2 = 35,8\%$ dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar variabel fasilitas wisata, harga, pentas budaya, dan kualitas pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alderighi, M., Nava, C. R., Calabrese, M., Christille, J.-M., & Salvemini, C. B. (2022a). Consumer perception of price fairness and dynamic pricing: Evidence from Booking. com. *Journal of Business Research*, 145, 769–783.
- Alderighi, M., Nava, C. R., Calabrese, M., Christille, J.-M., & Salvemini, C. B. (2022b). Consumer perception of price fairness and dynamic pricing: Evidence from Booking. com. *Journal of Business Research*, 145, 769–783.
- Alif, B. I. N., & Saputra, Y. W. (2025). Analysis of the Development of Wanadesa Bamboe Forest Tourism as Ecotourism in Balikpapan City. *Jurnal Penelitian Geografi (JPG)*, 13(1), 51–62.
- Al-Rubaye, M. H. A., & Al-Ta'ib, A. H. K. (2023). The Impact of Digital Knowledge Management on Tax Compliance Efficiency: An Empirical Study of the General Tax Authority. *Tikrit Journal of Administrative and Economic Sciences*, 19(62), 434–455.
- Anam, C. (2020). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Wisata Parimas Waterpark Mojokerto. *MARGIN ECO*, 4(2), 22–34.
- Aprilia, E., & Robbie, R. I. (2024). The Influence Of Service Quality And Tourism Facilities On Visitor Satisfaction. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(4), 326–337.
- Azzami, M. R., Setiyaki, A. A., Sultan, M. Y., Maricar, A. K., Julian, A., & Samudra, B. (2022). Pengadaan Pentas Seni dan Budaya Oleh Unit Kegiatan Mahasiswa Institut Teknologi Bandung Pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Pendidikan*, 1(1), 1–9.
- Babbie, E. R. (2020). *The practice of social research*. Cengage Au.
- Bae, J., & Nam, S. (2020). A Study on the Improvement Plan of Facility in National Park Using Importance-Performance Analysis. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 11(1 (41)), 125–130.
- Basri, A. I. (2022a). *Pengaruh Kualitas pelayanan, fasilitas dan daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung agrowisata bumi merapi (peer review)*.
- Basri, A. I. (2022b). *Pengaruh Kualitas pelayanan, fasilitas dan daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung agrowisata bumi merapi (peer review)*.
- Bayang, M., Anuar, N. A. M., Mohi, Z., Amir, A. F., & Azemi, K. M. (2022). Examining the visitors' experience of theme park services and its influence on

- their revisit intention. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(11), 1002–1025.
- Bhattacharjee, A. (2012). *Social science research: Principles, methods, and practices*. University of South Florida.
- Chen, C.-F., & Chen, F.-S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, 31(1), 29–35.
- Cheng, Y. (2017). A Mathematically Sensible Explanation of the Concept of Statistical Population. *ArXiv Preprint ArXiv:1704.01732*.
- Chung, J. Y., Kyle, G. T., Petrick, J. F., & Absher, J. D. (2011). Fairness of prices, user fee policy and willingness to pay among visitors to a national forest. *Tourism Management*, 32(5), 1038–1046.
- Churchill Jr, G. A., & Surprenant, C. (1982). An investigation into the determinants of customer satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 19(4), 491–504.
- Creswell, J. W. (2009). *Research designs. Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*.
- Curtis, A. C., & Keeler, C. (2021). Measurement in nursing research. *AJN The American Journal of Nursing*, 121(6), 56–60.
- Del Bosque, I. R., & San Martín, H. (2008). Tourist satisfaction a cognitive-affective model. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 551–573.
- Eck, T., Zhang, Y., & An, S. (2023). A study on the effect of authenticity on heritage tourists' mindful tourism experience: The case of the Forbidden City. *Sustainability*, 15(10), 7756.
- Fellila, O., & Wulansari, N. (2025). Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Daya Tarik Wisata Pantai Sikabau Kabupaten Pasaman Barat. *Fillgap in Management and Tourism*, 3(2), 570–579.
- Fulk, G. (2023). Descriptive statistics, an important first step. *Journal of Neurologic Physical Therapy*, 47(2), 63.
- Ghozali, I. (2006). Analisis multivariate lanjutan dengan program SPSS. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*, 105.
- Ghozali, I. (2011). Analisis multivariate program IBM SPSS 19. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*, 447.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi analisis multivariate dengan program. *Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*.

- Hair, J. F., Black, B., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate data analysis: Global edition (7th Editio). *Harlow: Pearson Education*.
- Han, J., Zuo, Y., Law, R., Chen, S., & Zhang, M. (2021). Service quality in tourism public health: trust, satisfaction, and loyalty. *Frontiers in Psychology*, 12, 731279.
- Jayanti, N. L. S., & Yulianthini, N. N. (2022). Pengaruh fasilitas serta kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan domestik objek wisata Taman Air Tirtagangga. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(3), 306–312.
- Keshavarz, Y., & Ali, M. H. (2015). The service quality evaluation on tourist loyalty in Malaysian hotels by the mediating role of tourist satisfaction. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(3), 680–686.
- Kortge, G. D., & Okonkwo, P. A. (1993). Perceived value approach to pricing. *Industrial Marketing Management*, 22(2), 133–140.
- Kusumawardhani, Y. (2022). Role Of Facilities On Visitor Satisfaction In Gunung Bunder Natural Tourism, Bogor Regency. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 8(1).
- Larasati, D. A. (2022a). Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di desa wisata Wanurejo Kabupaten Magelang. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 18(3), 132–142.
- Larasati, D. A. (2022b). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Desa Wisata Wanurejo Kabupaten Magelang. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 18(3).
- Lee, T. Z. W., Yazid, H., Mukri, I., Arifuddin, M. N., Fong, P. H., Parasuraman, B., & Jayaraj, V. K. (2022). Tourist satisfaction on ecotourism facilities and services in Taman Negara National Park, Sungai Relau, Merapoh, Pahang. *Journal of Wildlife and Parks*, 37, 83–107.
- Mandić, A., Mrnjavac, Ž., & Kordić, L. (2018a). Tourism infrastructure, recreational facilities and tourism development. *Tourism and Hospitality Management*, 24(1), 41–62.
- Mandić, A., Mrnjavac, Ž., & Kordić, L. (2018b). Tourism infrastructure, recreational facilities and tourism development. *Tourism and Hospitality Management*, 24(1), 41–62.
- Marpaung, H. S., Syaifuddin, S., & Toni, N. (2024). Impact of price Fairness, Service quality, and destination image on tourist loyalty and satisfaction: A case study of Lake Toba, North Sumatra. *International Journal Of Advanced and Applied Sciences*, 11(5), 1–11.

- Martínez-Mesa, J., González-Chica, D. A., Duquia, R. P., Bonamigo, R. R., & Bastos, J. L. (2016). Sampling: how to select participants in my research study? *Anais Brasileiros de Dermatologia*, 91(3), 326–330.
- Masiero, L., & Nicolau, J. L. (2012). Price sensitivity to tourism activities: looking for determinant factors. *Tourism Economics*, 18(4), 675–689.
- Molina-Gómez, J., Mercadé-Melé, P., Almeida-García, F., & Ruiz-Berrón, R. (2021). New perspectives on satisfaction and loyalty in festival tourism: The function of tangible and intangible attributes. *PloS One*, 16(2), e0246562.
- Mortazavi, R. (2021). The relationship between visitor satisfaction, expectation and spending in a sport event. *European Research on Management and Business Economics*, 27(1), 100132.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469.
- Ortiz, O., Rusu, C., Rusu, V., Matus, N., & Ito, A. (2024). Tourist experience considering cultural factors: a systematic literature review. *Sustainability*, 16(22), 10042.
- Paradis, E., O'Brien, B., Nimmon, L., Bandiera, G., & Martimianakis, M. A. (2016). Design: Selection of data collection methods. *Journal of Graduate Medical Education*, 8(2), 263–264.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. 1988, 64(1), 12–40.
- Regmi, P. R., Waithaka, E., Paudyal, A., Simkhada, P., & Van Teijlingen, E. (2016). Guide to the design and application of online questionnaire surveys. *Nepal Journal of Epidemiology*, 6(4), 640.
- Rehman, A. U., Abbas, M., Abbasi, F. A., & Khan, S. (2023). How tourist experience quality, perceived price reasonableness and regenerative tourism involvement influence tourist satisfaction: A study of Ha'il Region, Saudi Arabia. *Sustainability*, 15(2), 1340.
- Richards, G. (2018a). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21.
- Richards, G. (2018b). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & sons.

- Setiono, B. A., & Hidayat, S. (2022). Influence of service quality with the dimensions of reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibles on customer satisfaction. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 6(09), 330–341.
- Sjukriana, J., Falaq, M., & Nashar, M. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung. *Journal of Hospitality and Tourism*, 1(2), 95–113.
- Tyrer, S., & Heyman, B. (2016). Sampling in epidemiological research: issues, hazards and pitfalls. *BJPsych Bulletin*, 40(2), 57–60.
- Vassiliadis, C. A., Mombeuil, C., & Fotiadis, A. K. (2021). Identifying service product features associated with visitor satisfaction and revisit intention: A focus on sports events. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100558.
- Wulandari, A., Cakranegara, P. A., Widjajanti, W. W., & Vergara, A. Y. L. (2022). Pengaruh fasilitas wisata, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan wisatawan di Kabupaten Pesisir Selatan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(11), 5339–5344.
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45–56.
- Zeng, L., & Yi Man Li, R. (2021a). Tourist satisfaction, willingness to revisit and recommend, and mountain kangyang tourism spots sustainability: A structural equation modelling approach. *Sustainability*, 13(19), 10620.
- Zeng, L., & Yi Man Li, R. (2021b). Tourist satisfaction, willingness to revisit and recommend, and mountain kangyang tourism spots sustainability: A structural equation modelling approach. *Sustainability*, 13(19), 10620.
- Alderighi, M., Nava, C. R., Calabrese, M., Christille, J.-M., & Salvemini, C. B. (2022a). Consumer perception of price fairness and dynamic pricing: Evidence from Booking. com. *Journal of Business Research*, 145, 769–783.
- Alderighi, M., Nava, C. R., Calabrese, M., Christille, J.-M., & Salvemini, C. B. (2022b). Consumer perception of price fairness and dynamic pricing: Evidence from Booking. com. *Journal of Business Research*, 145, 769–783.
- Alif, B. I. N., & Saputra, Y. W. (2025). Analysis of the Development of Wanadesa Bamboe Forest Tourism as Ecotourism in Balikpapan City. *Jurnal Penelitian Geografi (JPG)*, 13(1), 51–62.

- Al-Rubaye, M. H. A., & Al-Ta'ib, A. H. K. (2023). The Impact of Digital Knowledge Management on Tax Compliance Efficiency: An Empirical Study of the General Tax Authority. *Tikrit Journal of Administrative and Economic Sciences*, 19(62), 434–455.
- Anam, C. (2020). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Wisata Parimas Waterpark Mojokerto. *MARGIN ECO*, 4(2), 22–34.
- Aprilia, E., & Robbie, R. I. (2024). The Influence Of Service Quality And Tourism Facilities On Visitor Satisfaction. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(4), 326–337.
- Azzami, M. R., Setiyaki, A. A., Sultan, M. Y., Maricar, A. K., Julian, A., & Samudra, B. (2022). Pengadaan Pentas Seni dan Budaya Oleh Unit Kegiatan Mahasiswa Institut Teknologi Bandung Pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Pendidikan*, 1(1), 1–9.
- Babbie, E. R. (2020). *The practice of social research*. Cengage Au.
- Bae, J., & Nam, S. (2020). A Study on the Improvement Plan of Facility in National Park Using Importance-Performance Analysis. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 11(1 (41)), 125–130.
- Basri, A. I. (2022a). *Pengaruh Kualitas pelayanan, fasilitas dan daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung agrowisata bhumi merapi (peer review)*.
- Basri, A. I. (2022b). *Pengaruh Kualitas pelayanan, fasilitas dan daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung agrowisata bhumi merapi (peer review)*.
- Bayang, M., Anuar, N. A. M., Mohi, Z., Amir, A. F., & Azemi, K. M. (2022). Examining the visitors' experience of theme park services and its influence on their revisit intention. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(11), 1002–1025.
- Bhattacharjee, A. (2012). *Social science research: Principles, methods, and practices*. University of South Florida.
- Chen, C.-F., & Chen, F.-S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, 31(1), 29–35.
- Cheng, Y. (2017). A Mathematically Sensible Explanation of the Concept of Statistical Population. *ArXiv Preprint ArXiv:1704.01732*.
- Chung, J. Y., Kyle, G. T., Petrick, J. F., & Absher, J. D. (2011). Fairness of prices, user fee policy and willingness to pay among visitors to a national forest. *Tourism Management*, 32(5), 1038–1046.

- Churchill Jr, G. A., & Surprenant, C. (1982). An investigation into the determinants of customer satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 19(4), 491–504.
- Creswell, J. W. (2009). *Research designs. Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*.
- Curtis, A. C., & Keeler, C. (2021). Measurement in nursing research. *AJN The American Journal of Nursing*, 121(6), 56–60.
- Del Bosque, I. R., & San Martín, H. (2008). Tourist satisfaction a cognitive-affective model. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 551–573.
- Eck, T., Zhang, Y., & An, S. (2023). A study on the effect of authenticity on heritage tourists' mindful tourism experience: The case of the Forbidden City. *Sustainability*, 15(10), 7756.
- Fellila, O., & Wulansari, N. (2025). Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Daya Tarik Wisata Pantai Sikabau Kabupaten Pasaman Barat. *Fillgap in Management and Tourism*, 3(2), 570–579.
- Fulk, G. (2023). Descriptive statistics, an important first step. *Journal of Neurologic Physical Therapy*, 47(2), 63.
- Ghozali, I. (2006). Analisis multivariate lanjutan dengan program SPSS. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*, 105.
- Ghozali, I. (2011). Analisis multivariate program IBM SPSS 19. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponogoro*, 447.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi analisis multivariate dengan program. *Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*.
- Hair, J. F., Black, B., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate data analysis: Global edition (7th Editio). *Harlow: Pearson Education*.
- Han, J., Zuo, Y., Law, R., Chen, S., & Zhang, M. (2021). Service quality in tourism public health: trust, satisfaction, and loyalty. *Frontiers in Psychology*, 12, 731279.
- Jayanti, N. L. S., & Yulianthini, N. N. (2022). Pengaruh fasilitas serta kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan domestik objek wisata Taman Air Tirtagangga. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(3), 306–312.
- Keshavarz, Y., & Ali, M. H. (2015). The service quality evaluation on tourist loyalty in Malaysian hotels by the mediating role of tourist satisfaction. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(3), 680–686.

- Kortge, G. D., & Okonkwo, P. A. (1993). Perceived value approach to pricing. *Industrial Marketing Management*, 22(2), 133–140.
- Kusumawardhani, Y. (2022). Role Of Facilities On Visitor Satisfaction In Gunung Bunder Natural Tourism, Bogor Regency. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 8(1).
- Larasati, D. A. (2022a). Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di desa wisata Wanurejo Kabupaten Magelang. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 18(3), 132–142.
- Larasati, D. A. (2022b). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Desa Wisata Wanurejo Kabupaten Magelang. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 18(3).
- Lee, T. Z. W., Yazid, H., Mukri, I., Arifuddin, M. N., Fong, P. H., Parasuraman, B., & Jayaraj, V. K. (2022). Tourist satisfaction on ecotourism facilities and services in Taman Negara National Park, Sungai Relau, Merapoh, Pahang. *Journal of Wildlife and Parks*, 37, 83–107.
- Mandić, A., Mrnjavac, Ž., & Kordić, L. (2018a). Tourism infrastructure, recreational facilities and tourism development. *Tourism and Hospitality Management*, 24(1), 41–62.
- Mandić, A., Mrnjavac, Ž., & Kordić, L. (2018b). Tourism infrastructure, recreational facilities and tourism development. *Tourism and Hospitality Management*, 24(1), 41–62.
- Marpaung, H. S., Syaifuddin, S., & Toni, N. (2024). Impact of price Fairness, Service quality, and destination image on tourist loyalty and satisfaction: A case study of Lake Toba, North Sumatra. *International Journal Of Advanced and Applied Sciences*, 11(5), 1–11.
- Martínez-Mesa, J., González-Chica, D. A., Duquia, R. P., Bonamigo, R. R., & Bastos, J. L. (2016). Sampling: how to select participants in my research study? *Anais Brasileiros de Dermatologia*, 91(3), 326–330.
- Masiero, L., & Nicolau, J. L. (2012). Price sensitivity to tourism activities: looking for determinant factors. *Tourism Economics*, 18(4), 675–689.
- Molina-Gómez, J., Mercadé-Melé, P., Almeida-García, F., & Ruiz-Berrón, R. (2021). New perspectives on satisfaction and loyalty in festival tourism: The function of tangible and intangible attributes. *PloS One*, 16(2), e0246562.
- Mortazavi, R. (2021). The relationship between visitor satisfaction, expectation and spending in a sport event. *European Research on Management and Business Economics*, 27(1), 100132.

- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469.
- Ortiz, O., Rusu, C., Rusu, V., Matus, N., & Ito, A. (2024). Tourist experience considering cultural factors: a systematic literature review. *Sustainability*, 16(22), 10042.
- Paradis, E., O'Brien, B., Nimmon, L., Bandiera, G., & Martimianakis, M. A. (2016). Design: Selection of data collection methods. *Journal of Graduate Medical Education*, 8(2), 263–264.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. 1988, 64(1), 12–40.
- Regmi, P. R., Waithaka, E., Paudyal, A., Simkhada, P., & Van Teijlingen, E. (2016). Guide to the design and application of online questionnaire surveys. *Nepal Journal of Epidemiology*, 6(4), 640.
- Rehman, A. U., Abbas, M., Abbasi, F. A., & Khan, S. (2023). How tourist experience quality, perceived price reasonableness and regenerative tourism involvement influence tourist satisfaction: A study of Ha'il Region, Saudi Arabia. *Sustainability*, 15(2), 1340.
- Richards, G. (2018a). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21.
- Richards, G. (2018b). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & sons.
- Setiono, B. A., & Hidayat, S. (2022). Influence of service quality with the dimensions of reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibles on customer satisfaction. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 6(09), 330–341.
- Sjukriana, J., Falaq, M., & Nashar, M. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung. *Journal of Hospitality and Tourism*, 1(2), 95–113.
- Tyrer, S., & Heyman, B. (2016). Sampling in epidemiological research: issues, hazards and pitfalls. *BJPsych Bulletin*, 40(2), 57–60.
- Vassiliadis, C. A., Mombeuil, C., & Fotiadis, A. K. (2021). Identifying service product features associated with visitor satisfaction and revisit intention: A

focus on sports events. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100558.

Wulandari, A., Cakranegara, P. A., Widjajanti, W. W., & Vergara, A. Y. L. (2022). Pengaruh fasilitas wisata, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan wisatawan di Kabupaten Pesisir Selatan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(11), 5339–5344.

Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45–56.

Zeng, L., & Yi Man Li, R. (2021a). Tourist satisfaction, willingness to revisit and recommend, and mountain kangyang tourism spots sustainability: A structural equation modelling approach. *Sustainability*, 13(19), 10620.

Zeng, L., & Yi Man Li, R. (2021b). Tourist satisfaction, willingness to revisit and recommend, and mountain kangyang tourism spots sustainability: A structural equation modelling approach. *Sustainability*, 13(19), 10620.

LAMPIRAN

Lampran 1 Kuesioner

KUESIONER

Judul Penelitian: Pengaruh Fasilitas Wisata, Harga, Pentas Budaya dan

Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman

Balekambang Surakarta

Instruksi:

- a. Kuesioner ini bertujuan untuk penelitian skripsi. Semua jawaban bersifat *rahasia* dan hanya digunakan untuk keperluan akademik.
- b. Silakan beri tanda (✓) atau lingkari jawaban yang sesuai.
- c. Untuk pernyataan pada bagian B, gunakan skala Likert 1–5:

1 = Sangat Tidak Setuju 2 = Tidak Setuju 3 = Netral 4 = Setuju 5 = Sangat Setuju

A. Data Respondent

1. Jenis kelamin:

- ☐ Laki-laki
- ☐ Perempuan

2. Usia:

- ☐ < 17 tahun
- ☐ 17–25 tahun
- ☐ 26–35 tahun
- ☐ 36–45 tahun
- ☐ > 45 tahun

3. Pendidikan terakhir:

- ☐ SD / Sederajat
- ☐ SMP / Sederajat
- ☐ SMA / SMK / Sederajat
- ☐ Diploma (DIII)
- ☐ S1 / Sederajat
- ☐ S2 ke atas

4. Status kunjungan:

- ☐ Pengunjung lokal (Surakarta)
- ☐ Pengunjung dari luar kota (Jawa Tengah)
- ☐ Wisatawan luar provinsi

5. Frekuensi kunjungan ke Taman Balekambang:

- ☐ Pertama kali
- ☐ 2–3 kali dalam setahun
- ☐ 4–6 kali dalam setahun
- ☐ Lebih dari 6 kali dalam setahun

6. Lama kunjungan:

- ☐ < 30 menit
- ☐ 30–60 menit
- ☐ 1–2 jam
- ☐ > 2 jam

B. Pernyataan Utama (Silakan jawab 1–5)

Fasilitas Wisata (X1)

NO	KETERANGAN	PILIHAN				
		STS	TS	KS	S	SS
1.	Fasilitas yang tersedia di taman balekambang sudah lengkap (toilet,tempat duduk,mushola,area parkir,dll)					
2	Fasilitas layanan publik (toilet, tempat duduk, tempat ibadah) yang ada di taman balekambang bersih.					
3.	Fasilitas yang tersedia membuat pengunjung nyaman selama berkunjung.					
4.	Fasilitas di taman balekambang memberikan rasa aman bagi pengunjung.					

HARGA (X2)

NO	KETERANGAN	PILIHAN				
		STS	TS	KS	S	SS
1.	Harga tiket masuk taman balekambang terjangkau bagi pengunjung.					
2	Harga tiket sesuai dengan kualitas fasilitas dan pengalaman yang didapatkan.					
3.	Harga tiket dan biaya lain di taman balekambang disampaikan dengan jelas dan terbuka.					

Pentas Budaya (X3)

NO	KETERANGAN	PILIHAN				
		STS	TS	KS	S	SS
1.	Taman balekambang menampilkan beragam jenis pertunjukan seni dan budaya.					
2	Frekuensi pelaksanaan pentas budaya di Taman Balekambang sudah cukup					

3.	Pertunjukan budaya yang disajikan di Taman Balekambang menarik dan memiliki kualitas yang baik.					
4.	Pentas budaya yang disajikan di Taman Balekambang memiliki nilai edukatif dan memberikan hiburan yang menyenangkan.					

Kualitas pelayanan(X4)

NO	KETERANGAN	PILIHAN				
		STS	TS	KS	S	SS
1.	Petugas melayani pengunjung dengan cepat dan sigap.					
2	Petugas di taman balekambang bersikap ramah.					
3.	Petugas Taman Balekambang memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah diinformasikan kepada pengunjung.					
4.	Petugas memberikan layanan kepada pengunjung dengan penuh kepedulian dan tanggung jawab.					

Kepuasan Pengunjung (Y)

NO	KETERANGAN	PILIHAN				
		STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya merasa puas dengan pengalaman berkunjung ke taman balekambang.					
2	Saya merasa nyaman selama berada di taman balekambang.					
3.	Saya merasa aman saat berada di taman balekambang.					
4.	Saya ingin Kembali mengunjungi taman balekambang di masa mendatang.					

5.	Saya akan merekomendasikan taman balekambang kepada orang lain.					
----	---	--	--	--	--	--

Lampran 2 Tabulasi Data Responden

N0	Fasilitas Wisata				X1	Harga			X2
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3	
1.	4	3	3	5	15	5	5	5	15
2.	5	5	5	5	20	5	5	5	15
3.	4	4	4	4	16	4	4	4	12
4.	3	3	3	3	12	3	3	3	9
5.	5	5	5	5	20	4	4	4	12
6.	4	3	4	5	16	5	5	5	15
7.	5	5	5	5	20	5	5	5	15
8.	4	4	5	5	18	5	5	5	15
9.	4	4	4	4	16	5	5	4	14
10.	5	4	4	4	17	5	5	4	14
11.	5	4	4	4	17	5	5	5	15
12.	5	5	5	5	20	5	5	5	15
13.	4	4	4	5	17	5	5	5	15
14.	5	5	5	5	20	5	5	5	15
15.	5	5	5	5	20	5	4	5	14
16.	3	4	4	4	15	4	4	4	12
17.	4	4	5	4	17	4	4	5	13
18.	3	5	5	5	18	4	4	4	12
19.	4	4	4	4	16	4	4	4	12
20.	5	5	5	5	20	5	4	4	14
21.	4	4	4	4	16	4	4	4	12
22.	4	4	4	4	16	4	4	4	12
23.	5	5	5	5	20	5	5	5	15
24.	5	5	5	5	20	5	5	5	15
25.	4	4	4	4	16	4	4	4	12
26.	5	4	4	5	18	5	5	5	15
27.	4	4	5	5	18	5	5	4	14
28.	4	5	5	5	19	5	4	4	13
29.	5	2	4	5	16	5	5	3	13
30.	5	5	5	5	20	5	5	5	15
31.	5	5	5	5	20	5	5	5	15
32.	5	3	5	5	18	3	5	5	13
33.	5	3	4	5	17	5	4	4	13
34.	4	4	4	4	16	4	4	4	12
35.	4	3	4	4	15	5	5	3	13

36.	4	4	4	4	16	4	4	4	12
37.	5	5	5	5	20	5	5	5	15
38.	5	5	5	5	20	5	5	4	14
39.	4	4	4	3	15	4	3	4	11
40.	4	4	4	4	16	5	4	4	14
41.	3	3	5	4	15	5	5	4	14
42.	2	3	3	3	11	5	4	4	13
43.	5	5	5	5	20	5	5	5	15
44.	5	5	5	5	20	5	5	5	15
45.	5	5	5	5	20	5	5	5	15
46.	4	4	4	4	16	4	4	4	12
47.	5	5	5	5	20	5	5	5	15
48.	5	5	4	4	18	5	5	4	14
49.	5	2	3	3	13	5	4	5	14
50.	5	4	5	5	19	5	5	5	15
51.	5	3	4	4	16	5	4	4	13
52.	4	4	4	4	16	4	4	4	12
53.	5	4	5	4	18	5	5	5	15
54.	3	4	4	4	15	5	5	4	14
55.	5	5	4	4	18	5	5	5	15
56.	5	4	5	5	19	5	5	5	15
57.	4	4	4	4	16	3	3	4	10
58.	5	3	3	3	14	4	4	4	12
59.	5	5	5	5	20	5	5	5	15
60.	5	5	5	5	20	5	5	5	15
61.	5	4	5	5	19	5	5	5	15
62.	5	5	5	5	20	5	5	5	15
63.	5	5	3	4	17	5	5	5	15
64.	5	5	5	5	20	5	5	5	15
65.	4	4	4	4	16	5	5	4	14
66.	2	3	2	2	9	1	1	2	4
67.	5	5	5	3	18	5	5	4	14
68.	5	5	5	5	20	5	5	5	15
69.	4	4	4	4	16	5	5	4	14
70.	5	3	5	4	17	5	5	5	15
71.	4	3	4	4	15	4	4	4	12
72.	4	3	3	4	14	5	5	5	15
73.	5	5	5	5	20	5	5	5	15
74.	3	3	4	5	15	5	5	3	13
75.	2	3	4	4	13	4	4	4	12
76.	4	3	5	5	17	5	4	3	12
77.	5	5	5	5	20	5	4	5	14
78.	4	5	5	5	19	5	4	4	13
79.	3	5	5	5	18	5	4	3	13

80.	3	4	3	4	14	5	5	5	15
81.	3	3	3	4	13	4	5	4	13
82.	3	3	4	4	14	5	5	3	13

N0	Pentas Budaya				X3	Kualitas Pelayanan				X4
	X3.1	X3.2	X3.3	X4.4		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	
1.	5	5	5	4	19	4	5	3	4	16
2.	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
3.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4.	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
5.	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16
6.	4	5	4	4	17	5	3	4	5	17
7.	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
8.	3	5	4	4	16	5	4	4	4	17
9.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
10.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
11.	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15
12.	4	5	5	5	19	5	4	5	5	19
13.	5	4	5	5	19	5	4	5	4	18
14.	4	3	3	3	13	3	3	4	2	12
15.	5	4	4	4	17	4	5	4	4	17
16.	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16
17.	4	4	5	5	18	5	4	4	3	16
18.	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
19.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
20.	4	5	4	4	17	5	3	3	1	12
21.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
22.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
23.	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
24.	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
25.	4	3	3	4	14	4	4	4	4	16
26.	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
27.	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20
28.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
29.	4	5	5	5	19	4	4	3	4	15
30.	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
31.	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
32.	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
33.	4	5	5	5	19	4	5	4	4	17
34.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
35.	1	2	3	5	11	3	5	3	3	14
36.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
37.	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
38.	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20

39.	4	3	3	3	13	4	4	4	4	16
40.	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16
41.	3	3	3	3	12	4	3	3	3	13
42.	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
43.	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
44.	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
45.	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
46.	3	4	4	4	16	4	4	4	4	16
47.	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
48.	4	5	5	4	18	4	4	4	4	16
49.	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
50.	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
51.	5	4	5	5	19	4	4	4	4	16
52.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
53.	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
54.	2	3	3	3	11	5	5	3	4	17
55.	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16
56.	5	4	5	5	19	4	4	4	4	16
57.	3	2	3	3	11	3	4	3	4	14
58.	4	4	4	4	16	5	5	4	5	19
59.	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
60.	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
61.	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19
62.	3	4	5	5	17	5	5	5	5	20
63.	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16
64.	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
65.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
66.	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8
67.	5	5	5	3	18	4	5	5	5	19
68.	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
69.	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16
70.	4	5	4	5	18	5	5	5	5	20
71.	4	2	4	2	12	4	4	2	4	14
72.	5	4	4	5	18	4	5	5	4	18
73.	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
74.	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
75.	5	4	5	5	19	4	5	4	4	17
76.	4	4	5	5	18	4	4	4	4	16
77.	5	4	5	5	19	5	5	5	4	19
78.	4	5	5	4	18	4	4	4	4	16
79.	5	4	5	4	18	5	4	4	4	17
80.	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
81.	5	4	5	5	19	4	3	4	4	16
82.	4	4	5	4	17	5	4	4	4	17

N0	Kepuasan Pengunjung					Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
1.	4	5	5	2	3	19
2.	5	5	5	5	5	25
3.	4	4	4	4	4	20
4.	3	3	3	3	3	15
5.	5	5	5	5	5	25
6.	5	4	4	4	4	21
7.	5	5	5	4	5	24
8.	5	5	5	5	5	25
9.	4	4	4	4	4	20
10.	4	4	5	4	4	21
11.	4	4	4	4	4	20
12.	5	4	4	4	3	20
13.	5	5	5	5	4	24
14.	4	5	5	5	5	24
15.	4	5	5	5	5	24
16.	4	4	4	3	4	19
17.	4	4	5	5	5	23
18.	5	5	5	5	5	25
19.	4	4	4	4	4	20
20.	5	5	5	5	5	25
21.	4	4	4	4	4	20
22.	4	4	4	4	4	20
23.	5	5	5	5	5	25
24.	5	5	5	5	5	25
25.	4	4	4	5	5	22
26.	5	5	5	5	5	25
27.	5	5	5	5	5	25
28.	4	4	4	4	4	20
29.	3	3	5	4	3	18
30.	5	5	5	5	5	25
31.	5	5	5	4	5	24
32.	5	4	5	5	5	24
33.	4	5	5	5	5	24
34.	4	4	4	4	4	20
35.	5	4	4	3	3	19
36.	4	4	4	4	4	20
37.	5	5	5	5	5	25
38.	5	5	5	5	5	25
39.	3	3	4	3	4	17
40.	3	4	4	4	5	20
41.	5	5	4	4	5	23
42.	5	4	5	5	4	23

43.	5	5	5	5	5	25
44.	5	5	5	5	5	25
45.	5	5	5	5	5	25
46.	4	4	4	4	4	20
47.	5	5	5	5	5	25
48.	5	4	4	5	5	23
49.	5	5	5	5	5	25
50.	5	5	5	5	5	25
51.	5	5	5	5	5	25
52.	4	4	4	4	4	20
53.	5	5	4	4	5	23
54.	5	5	5	5	5	25
55.	5	4	4	5	5	23
56.	5	4	5	5	5	24
57.	4	3	3	4	4	18
58.	4	4	3	4	4	19
59.	5	5	5	5	5	25
60.	5	5	5	5	5	25
61.	5	5	5	5	5	25
62.	4	5	5	5	5	24
63.	5	5	5	5	5	25
64.	5	5	5	5	5	25
65.	4	4	4	4	4	20
66.	2	2	2	2	2	10
67.	5	5	5	5	5	25
68.	5	5	5	5	5	25
69.	4	4	5	4	4	21
70.	5	5	5	5	5	25
71.	4	4	2	4	3	17
72.	4	5	5	4	4	22
73.	5	5	5	5	5	25
74.	4	5	5	4	4	22
75.	4	5	4	5	4	22
76.	5	5	5	5	5	25
77.	5	5	4	4	5	23
78.	4	4	5	4	4	21
79.	4	4	4	4	4	20
80.	4	4	4	5	5	22
81.	4	4	5	4	5	22
82.	4	4	5	4	4	21

Lampran 3 Hasil wawancara Pentas Budaya

Judul penelitian : Pengaruh Fasilitas Wisata, Harga, Pentas Budaya, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Balekambang Surakarta.

Tujuan Wawancara : wawancara dilakukan sebagai data pendukung untuk memperkuat hasil penelitian kuantitatif yang menunjukkan bahwa pentas budaya berpengaruh negatif namun signifikan terhadap kepuasan pengunjung, serta untuk memperoleh penjelasan terkait penemuan tersebut.

Teknik : wawancara semi terstruktur

Jumlah informan : 4

Lokasi : Taman Balekambang Surakarta.

Daftar Pertanyaan?

1. Apakah pentas budaya yang diselenggarakan di taman balekambang mengganggu kenyamanan anda selama berkunjung?
2. Ketika ada pentas budaya di taman balekambang, apakah cenderung menonton pertunjukan tersebut atau memilih mencari tempat yang nyaman di area taman, seperti lokasi bersantai atau spot foto?

Pertanyaan 1

Apakah pentas budaya yang diselenggarakan di taman balekambang mengganggu kenyamanan selama berkunjung?

- a. Informan 1:
Pentas budaya tidak mengganggu kenyamanan saat berada di taman.
- b. Informan 2 :
Tidak mengganggu, suasana taman tetap nyaman
- c. Informan 3 :
Menurut saya pentas budaya tidak mengganggu kenyamanan pengunjung.
- d. Informan 4 :
Tidak mengganggu kenyamanan di taman balekambang.

Pertanyaan 2

Ketika ada pentas budaya di taman balekambang, apakah cenderung menonton pertunjukan tersebut atau memilih mencari tempat yang nyaman di area taman, seperti lokasi bersantai atau spot foto?

a. Informan 1 :

Jika pentas budayanya kurang menarik, saya biasanya tidak menonton dan lebih memilih mencari tempat yang nyaman dan spot foto.

b. Informan 2 :

Saya lebih memilih berjalan-jalan dan mencari spot foto.

c. Informan 3 :

Kalau pertunjukannya menarik saya menonton, kalau kurang menarik saya mencari tempat duduk dan spot foto.

d. Informan 4

Karena pertunjukannya tidak setiap hari, jadi kalau pentas budayanya menarik saya menonton sebentar tetapi jika tidak menarik langsung mencari lokasi bersantai.

Lampran 4 Descriptive Statistics

Deskripsi Statistics

Descriptive Statistics					
Fasilitas wisata	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Fasilitas yang tersedia di taman balekambang sudah lengkap (toilet,tempat duduk,mushola,are a parkir,dll)	82	2	5	4.32	.830
Fasilitas layanan publik (toilet, tempat duduk, tempat ibadah) yang ada di taman balekambang bersih.	82	2	5	4.11	.846
Fasilitas yang tersedia membuat pengunjung nyaman selama berkunjung.	82	2	5	4.35	.726
Fasilitas di taman balekambang memberikan rasa aman bagi pengunjung.	82	2	5	4.41	.684
Valid N (listwise)	82				

Descriptive Statistics					
Harga	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harga tiket masuk taman balekambang terjangkau bagi pengunjung.	82	1	5	4.66	.671

Harga tiket sesuai dengan kualitas fasilitas dan pengalaman yang didapatkan.	82	1	5	4.54	.688
Harga tiket dan biaya lain di taman balekambang disampaikan dengan jelas dan terbuka.	82	2	5	4.37	.694
Valid N (listwise)	82				

Descriptive Statistics

Pentas budaya	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Taman balekambang menampilkan beragam jenis pertunjukan seni dan budaya.	82	1	5	4.26	.814
Frekuensi pelaksanaan pentas budaya di Taman Balekambang sudah cukup.	82	2	5	4.24	.825
Pertunjukan budaya yang disajikan di Taman Balekambang menarik dan memiliki kualitas yang baik.	82	2	5	4.35	.743
Pentas budaya yang disajikan di Taman Balekambang memiliki nilai edukatif dan memberikan hiburan yang menyenangkan.	82	2	5	4.33	.771
Valid N (listwise)	82				

Descriptive Statistics

Kualitas pelayanan	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Petugas melayani pengunjung dengan cepat dan sigap.	82	2	5	4.37	.676
Petugas di taman balekambang bersikap ramah.	82	2	5	4.34	.689
Petugas Taman Balekambang memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah diinformasikan kepada pengunjung.	82	2	5	4.22	.737
Petugas memberikan layanan kepada pengunjung dengan penuh kepedulian dan tanggung jawab.	82	1	5	4.23	.775
Valid N (listwise)	82				

Descriptive Statistics

Kepuasan pengunjung	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Petugas melayani pengunjung dengan cepat dan sigap.	82	2	5	4.37	.676
Petugas di taman balekambang bersikap ramah.	82	2	5	4.34	.689
Petugas Taman Balekambang memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah diinformasikan kepada pengunjung.	82	2	5	4.22	.737

Petugas memberikan layanan kepada pengunjung dengan penuh kepedulian dan tanggung jawab.	82	1	5	4.23	.775
Valid N (listwise)	82				

Lampiran 5 Uji Instrumen

Uji Validitas

Fasilitas Wisata(X1)

		Correlations				
Fasilitas wisata		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL
X1	Pearson Correlation	1	.442***	.508***	.462***	.760***
.1	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	82	82	82	82	82
X1	Pearson Correlation	.442***	1	.619***	.475***	.799***
.2	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	82	82	82	82	82
X1	Pearson Correlation	.508***	.619***	1	.720***	.870***
.3	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	82	82	82	82	82
X1	Pearson Correlation	.462***	.475***	.720***	1	.801***
.4	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	82	82	82	82	82
TOTAL	Pearson Correlation	.760***	.799***	.870***	.801***	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	82	82	82	82	82

***. Correlation at 0.001(2-tailed)

Harga (X2)

		Correlations			
Harga		X2.1	X2.2	X2.3	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.776***	.457***	.881***
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001
	N	82	82	82	82

X2.2	Pearson Correlation	.776***	1	.566***	.899***
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001
	N	82	82	82	82
X2.3	Pearson Correlation	.457***	.566***	1	.774***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001
	N	82	82	82	82
TOTAL	Pearson Correlation	.881***	.899***	.774***	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	
	N	82	82	82	82

***. Correlation at 0.001(2-tailed)

Pentas Budaya(X3)

		Correlations				
Pentas budaya		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.660***	.747***	.553***	.845***
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	82	82	82	82	82
X3.2	Pearson Correlation	.660***	1	.764***	.649***	.883***
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	82	82	82	82	82
X3.3	Pearson Correlation	.747***	.764***	1	.743***	.928***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	82	82	82	82	82
X3.4	Pearson Correlation	.553***	.649***	.743***	1	.838***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	82	82	82	82	82
TOTAL	Pearson Correlation	.845***	.883***	.928***	.838***	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	82	82	82	82	82

***. Correlation at 0.001(2-tailed)

Kualitas Pelayanan (X4)

		Correlations				
Kualitas pelayanan		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	TOTAL
X4.1	Pearson Correlation	1	.603***	.679***	.638***	.829***

	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	82	82	82	82	82
X4.2	Pearson Correlation	.603***	1	.677***	.752***	.859***
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	82	82	82	82	82
X4.3	Pearson Correlation	.679***	.677***	1	.753***	.894***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	82	82	82	82	82
X4.4	Pearson Correlation	.638***	.752***	.753***	1	.907***
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	82	82	82	82	82
TOTAL	Pearson Correlation	.829***	.859***	.894***	.907***	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	82	82	82	82	82

***. Correlation at 0.001(2-tailed)

Kepuasan Pengunjung (Y)

		Correlations					
Kepuasan pengunjung		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	TOTAL
Y1.1	Pearson Correlation	1	.738***	.552***	.654***	.645***	.836**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	82	82	82	82	82	82
Y1.2	Pearson Correlation	.738***	1	.690***	.627***	.700***	.876**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	82	82	82	82	82	82
Y1.3	Pearson Correlation	.552***	.690***	1	.588***	.625***	.810**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	82	82	82	82	82	82
Y1.4	Pearson Correlation	.654***	.627***	.588***	1	.799***	.863**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	82	82	82	82	82	82
Y1.5	Pearson Correlation	.645***	.700***	.625***	.799***	1	.885**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001

N	82	82	82	82	82	82
TOTAL Pearson Correlation	.836***	.876***	.810***	.863***	.885***	1
Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
N	82	82	82	82	82	82

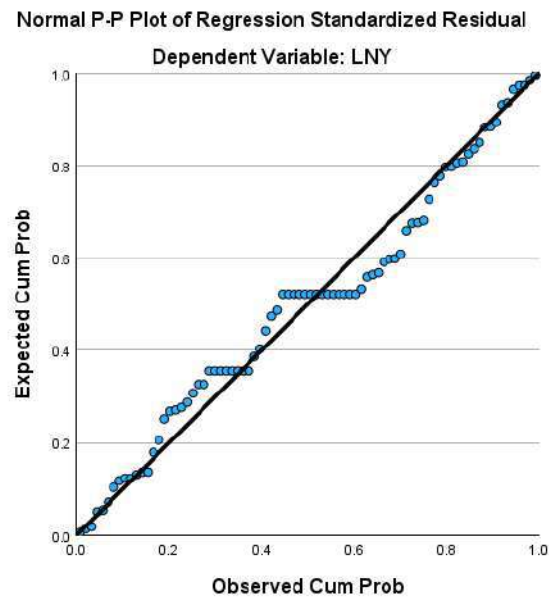
***. Correlation at 0.001(2-tailed)

Hasil Uji Reliabilitas

	Item-Total Statistics			
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	83.16	101.888	.650	.952
X1.2	83.37	104.358	.485	.955
X1.3	83.12	103.022	.672	.952
X1.4	83.06	103.169	.707	.951
X2.1	82.82	104.250	.640	.952
X2.2	82.94	103.416	.684	.952
X2.3	83.11	103.111	.700	.951
X3.1	83.22	101.902	.663	.952
X3.2	83.23	100.131	.766	.950
X3.3	83.12	101.540	.759	.950
X3.4	83.15	101.608	.725	.951
X4.1	83.11	102.568	.762	.950
X4.2	83.13	103.204	.699	.951
X4.3	83.26	100.711	.825	.949
X4.4	83.24	102.532	.659	.952
Y1.1	83.01	103.370	.730	.951
Y1.2	83.01	102.827	.773	.950
Y1.3	82.95	103.010	.713	.951
Y1.4	83.04	103.394	.668	.952
Y1.5	82.99	102.975	.716	.951

Lampran 6 Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		82
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.07913269
Most Extreme Differences	Absolute	.096
	Positive	.096
	Negative	-.083
Test Statistic		.096
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.057
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.057
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.051
	Upper Bound	.063

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1314643744.

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
FASILITAS WISATA	.475	2.105
HARGA	.483	2.068
PENTAS BUDAYA	.325	3.079
KUALITAS PELAYANAB	.277	3.607

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.163	1.018		2.124	.037
FASILITAS WISATA	-.092	.071	-.207	-1.303	.196
HARGA	.183	.100	.288	1.833	.071
PENTAS BUDAYA	-.014	.078	-.036	-.187	.852
KUALITAS PELAYANAN	-.096	.094	-.210	-1.012	.315

a. Dependent Variable: ABSRES

Lampran 7 Uji Regresi Linier Berganda dan Pengaruh Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.869	1.510		1.900	.061
FASILITAS WISATA	.279	.105	.238	2.659	.010
HARGA	.719	.148	.433	4.865	<.001
PENTAS BUDAYA	-.362	.101	-.358	-3.580	<.001
KUALITAS PELAYANAN	.649	.134	.546	4.855	<.001

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

Lampran 8 Uji Ketetapan Model

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.812 ^a	.659	.642	1.739

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA, FASILITAS WISATA, PENTAS BUDAYA

Hasil Uji Simultan F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	450.838	4	112.709	37.266	<,001 ^b
Residual	232.882	77	3.024		
Total	683.720	81			

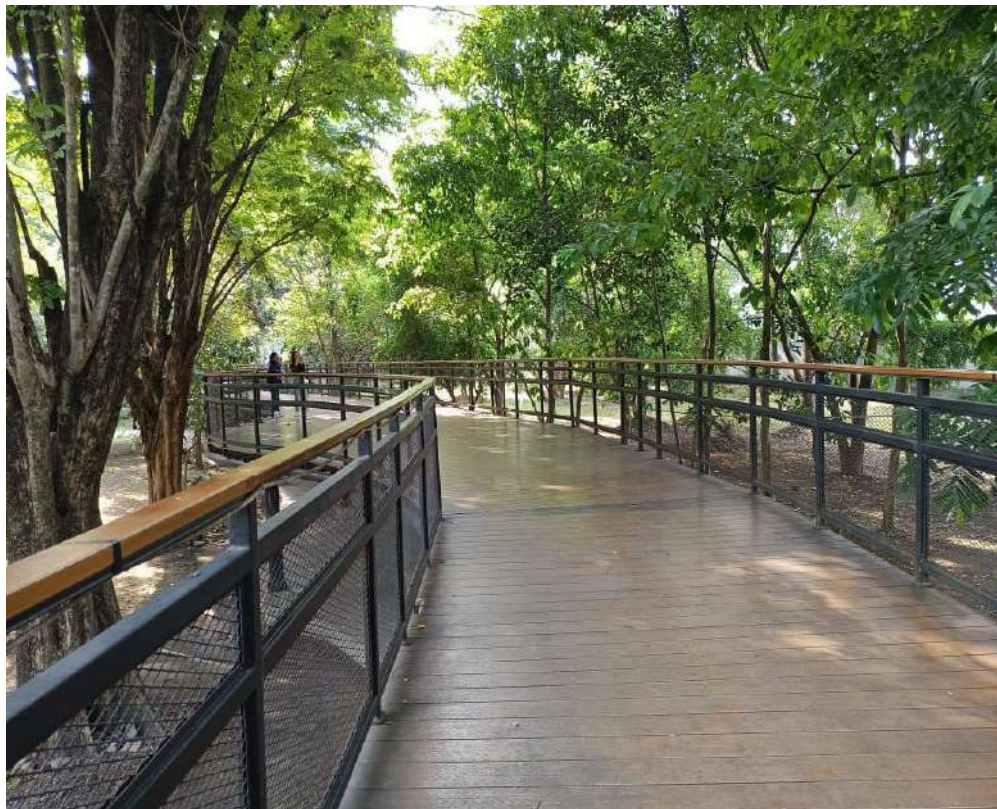
a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA, FASILITAS WISATA, PENTAS BUDAYA

Dokumentasi 1 Lokasi Taman Balekambang















Informan scan barcode geogle form.



Informan scan barcode geogle form.

DOKUMENTASI WAWANCARA

