

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN OBJEK WISATA LOVINA

Oleh

I Putu Wahyu Santana Putra, NIM 1917041148

Jurusan Manajemen

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen baik secara simultan maupun secara parsial. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif kausal. Sampel dalam penelitian ini terdapat 110 pengunjung *Dolphin* dan *Snorkling* Lovina. Subjek penelitian ini merupakan pengunjung yang pernah mengunjungi objek wisata *Dolphin* dan *Snorkling* Lovina dan berusia 17 tahun ke atas dan objek dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen. Data dikumpulkan dengan pencatatan dokumen, kuesioner dan dianalisis dengan analisis regresi linier berganda. Hasil uji secara parsial menemukan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh 58,2% sedangkan sisanya sebesar 41,8 % ditentukan oleh variabel lain yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen.

**Kata kunci:** harga, kepuasan konsumen, dan kualitas pelayanan

## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of service quality and price on customer satisfaction either simultaneously or partially. The research design used in this study is causal quantitative. The sample in this study were 110 visitors to Dolphin and Lovina Snorkeling. The subjects of this study were visitors who had visited the Lovina Dolphin and Snorkeling attractions and were aged 17 years and over and the objects in this study were service quality, price and customer satisfaction. Data was collected by recording documents, questionnaires and analyzed by multiple linear regression analysis. The partial test results found that the service quality variable had a positive and significant effect on customer satisfaction. The price variable has a positive and significant effect on consumer satisfaction. The variables of service quality and price have an effect of 58.2% while the remaining 41.8% is determined by other variables that can affect consumer satisfaction.*

**Keywords:** price, customer satisfaction, and service quality