



## Pengaruh Harga Tiket dan Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus Pada Objek Wisata Terasing Panyaweuyan Kabupaten Majalengka)

Myta Denista<sup>1\*</sup>, Yusni Nuryani<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Bisnis, Universitas Wanita Internasional, Bandung, Jawa Barat, Indonesia

\*Penulis Korespondensi: mytadenista15@gmail.com

**Abstract.** *This study aims to determine: (1) the description of ticket prices, tourism facilities, and the level of visitor satisfaction; (2) the effect of ticket prices on visitor satisfaction; (3) the effect of tourism facilities on visitor satisfaction; and (4) the simultaneous effect of ticket prices and tourism facilities on visitor satisfaction at the Panyaweuyan Terraced Tourism Object, Majalengka Regency. The research method used is a quantitative method with descriptive and verificative approaches. Data were collected through questionnaires distributed to 98 visitors and analyzed using descriptive statistical tests, multiple linear regression analysis, t-test (partial), F-test (simultaneous), and the coefficient of determination ( $R^2$ ) with the assistance of SPSS version 25. The results indicate that partially, ticket prices ( $X_1$ ) have a positive and significant effect on visitor satisfaction ( $Y$ ), with a significance value of 0.009 ( $< 0.05$ ) and a regression coefficient of 0.191, indicating that more appropriate ticket pricing leads to higher visitor satisfaction. Tourist facilities ( $X_2$ ) also have a positive and significant effect on visitor satisfaction, with a significance value of 0.000 ( $< 0.05$ ) and a regression coefficient of 0.360, showing a more dominant influence compared to ticket prices. Simultaneously, ticket prices and tourist facilities have a significant effect on visitor satisfaction, as indicated by the coefficient of determination ( $R$  Square) of 0.548, meaning that 54.8% of the variation in visitor satisfaction can be explained by these variables, while the remaining 45.2% is influenced by other factors outside the research model.*

**Keywords:** Ticket Price, Tourist Facilities, Visitor Satisfaction

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) gambaran harga tiket, fasilitas wisata, dan tingkat kepuasan pengunjung; (2) pengaruh harga tiket terhadap kepuasan pengunjung; (3) pengaruh fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung; serta (4) pengaruh harga tiket dan fasilitas wisata secara simultan terhadap kepuasan pengunjung di Objek Wisata Terasing Panyaweuyan Kabupaten Majalengka. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 98 orang pengunjung, kemudian dianalisis menggunakan uji statistik deskriptif, uji regresi linear berganda, uji t (parsial), uji F (simultan), dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial harga tiket ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung ( $Y$ ) dengan nilai signifikansi 0,009 ( $< 0,05$ ) dan koefisien regresi 0,191, yang menunjukkan bahwa semakin sesuai harga tiket yang ditetapkan maka kepuasan pengunjung akan meningkat. Fasilitas wisata ( $X_2$ ) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung dengan nilai signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ) dan koefisien regresi 0,360, serta memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan harga tiket. Secara simultan, harga tiket dan fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, yang dibuktikan dengan nilai koefisien determinasi ( $R$  Square) sebesar 0,548, yang berarti bahwa 54,8% variasi kepuasan pengunjung dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan 45,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

**Kata kunci:** Harga Tiket, Fasilitas Wisata, Kepuasan Pengunjung

### 1. LATAR BELAKANG

Pariwisata merupakan motor penggerak dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Sektor pariwisata menjadi salah satu sektor yang berkontribusi besar dalam pendapatan devisa di Indonesia. Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan sumber daya

alam dan budaya yang besar yang memberikan modal besar bagi sektor pariwisata. Dengan potensi wisata alam dan budaya yang begitu besar, sektor pariwisata diharapkan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal tersebut dikarenakan oleh pola pikir dan perilaku banyak orang yang menganggap bahwa berwisata merupakan salah satu kebutuhan manusia yang penting untuk dijadikan sarana beristirahat sejenak dari rutinitas, sehingga hal tersebut menyebabkan perekonomian suatu negara meningkat dengan adanya wisata (Poli dkk. 2023).

Kabupaten Majalengka memiliki sejumlah objek wisata alam yang potensial, salah satunya Objek Wisata Terasering Panyaweuyan yang terletak di Desa Argamukti, Kecamatan Argapura. Dilihat dari papan mading yang ada di lokasi Bukit Panyaweuyan merupakan daerah terasering yang berada di kaki Gunung Ciremai gunung api aktif dengan ketinggian puncak 3.078 mdpl. Bukit Panyaweuyan sendiri memiliki ketinggian berkisar antara 900-1000 mdpl dan kemiringan 25 hingga 45 derajat. Untuk biaya parkir dikenakan biaya Rp. 3000,- untuk hari Senin hingga Sabtu, sedangkan untuk hari minggu dikenakan biaya Rp. 5000,- dan untuk naik ke puncak dikenakan biaya Rp. 5000,- biaya ini digunakan untuk biaya operasional dan pengadaan fasilitas di panyaweuyan seperti toilet, musolah, tempat parkir, dan spot foto. Namun ketentuan harga tiket ini berubah sejak 2023 menjadi Rp. 12.000,- di loket tiket bawah dan untuk parkir Rp. 3000,- dibayar di atas.

Meskipun destinasi Terasering Panyaweuyan memiliki potensi daya tarik yang kuat, dibuktikan dengan tingginya persetujuan pengunjung terhadap keindahan alam, potensi ini terancam oleh rendahnya kualitas layanan dasar. Diketahui bahwa harga tiket masuk dinilai cukup terjangkau dan pelayanan yang diberikan memperoleh penilaian relatif tinggi, yang tercermin dari kepuasan terhadap pelayanan serta tingginya minat pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang. Namun demikian, penilaian terhadap fasilitas wisata masih tergolong rendah hingga cukup, khususnya pada aspek ketersediaan dan kualitas fasilitas utama seperti area parkir, toilet, musola, kebersihan, serta kemudahan akses bagi seluruh pengunjung. Kondisi tersebut menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara harga tiket, fasilitas wisata, dan tingkat kepuasan pengunjung, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menganalisis pengaruh harga tiket dan fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Terasering Panyaweuyan.

Penelitian ini berada dalam ranah Ilmu Administrasi Bisnis, dengan fokus pada Manajemen Pemasaran Pariwisata. Ilmu ini mempelajari bagaimana strategi pemasaran, termasuk penetapan harga (*pricing strategy*) dan penyediaan fasilitas (*service facilities*), dapat memengaruhi perilaku konsumen serta tingkat kepuasan mereka terhadap suatu produk atau layanan jasa. Dalam konteks pariwisata, penelitian ini memperluas penerapan teori pemasaran pada destinasi wisata berbasis masyarakat (*community-based tourism*), di mana pengelolaan dilakukan oleh BUMDes (Badan Usaha Milik Desa) yang memiliki tantangan dan karakteristik tersendiri dibandingkan dengan pengelolaan wisata oleh swasta atau pemerintah daerah.

Dapat disimpulkan bahwa terdapat celah penelitian baik secara empiris maupun teoretis. Secara empiris, belum banyak penelitian yang menelaah pengaruh harga tiket dan fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung pada wisata alam pedesaan yang dikelola oleh masyarakat lokal. Secara teoretis, penelitian ini mengintegrasikan teori klasik kepuasan pelanggan dengan konsep pengalaman pelanggan (*customer experience*) yang lebih mutakhir, untuk menjelaskan perilaku wisatawan dalam konteks pariwisata lokal Kotler & Keller (2016). Oleh karena itu, penelitian ini memiliki signifikansi akademis karena memperluas kajian manajemen pemasaran pariwisata pada destinasi berbasis masyarakat, serta signifikansi praktis karena hasilnya dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola wisata dan pemerintah daerah dalam menentukan strategi harga tiket dan peningkatan fasilitas wisata yang sesuai dengan harapan pengunjung.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga tiket, fasilitas wisata dan tingkat kepuasan pengunjung, untuk mengetahui pengaruh harga tiket terhadap kepuasan pengunjung, untuk mengetahui pengaruh fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung, serta menguji pengaruh harga tiket dan fasilitas wisata secara simultan terhadap kepuasan pengunjung pada Objek Wisata Terasering Panyaweuyan Kabupaten Majalengka.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **A. Harga**

Menurut Satriadi dkk. (2021) Dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) harga merupakan faktor penting dalam menentukan ranah pemasaran yang dialokasikan oleh sebuah perusahaan. Harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna

pertukaran/transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa.

Harga (*Price*) dalam arti sempit menurut Kotler adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga adalah satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga juga merupakan satu dari elemen pemasaran yang paling fleksibel. Tidak seperti fitur produk dan komitmen penyalur, harga dapat berubah dengan cepat. Menurut Kotler dan Armstrong terdapat empat indikator harga yaitu:

1) Keterjangkauan harga

Kemampuan konsumen untuk membeli produk tanpa memberatkan keuangan mereka. Ini mencakup analisis nilai yang dirasakan dibandingkan dengan biaya yang harus dikeluarkan. Strategi ini penting dalam segmen pasar sensitif harga, seperti penerapan *good-value pricing* di mana kualitas dan layanan dipadukan dengan harga yang wajar (Kotler & Armstrong 2018).

2) Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga

Strategi ini melibatkan penetapan harga berdasarkan harga pesaing: perusahaan menyesuaikan harga untuk tetap kompetitif bisa lebih tinggi (*premium*) atau lebih rendah (*penetration pricing*). Strategi ini efektif untuk memenangkan pangsa pasar tanpa harus mengorbankan persepsi kualitas (Kotler & Armstrong 2018).

3) Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Konsumen menilai harga sebagai indikator kualitas, harga tinggi diasosiasikan dengan kualitas tinggi. Strategi *good-value pricing* menawarkan titik tengah optimal antara harga dan kualitas, memungkinkan perusahaan bersaing secara efektif (Kotler & Armstrong 2018).

4) Kesesuaian harga dengan manfaat

Harga ditetapkan berdasarkan seberapa besar manfaat yang dirasakan konsumen dari produk tersebut bukan hanya biaya produksi. Hal ini memungkinkan penetapan harga yang mencerminkan nilai unik produk bagi pelanggan (Kotler & Armstrong 2018).

## **B. Fasilitas**

Menurut Widiantari dkk. (2022) fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang mendukung operasional objek wisata untuk mengakomodasi segala kebutuhan

wisatawan, tidak secara langsung mendorong pertumbuhan tetapi berkembang pada saat yang sama atau sesudah atraksi berkembang. Fasilitas wisata adalah sarana pendukung berkembangnya suatu objek wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dalam suatu destinasi. Fasilitas dikelompokkan menjadi 3 bagian yaitu:

1. Fasilitas utama, merupakan sarana yang sangat dibutuhkan dan dirasakan sangat perlu selama pengunjung berada di suatu objek wisata. Fasilitas utama dilihat dari:
  - a. Kebersihan
  - b. Kenyamanan
  - c. Keindahan
2. Fasilitas pendukung, sarana sebagai pelengkap fasilitas utama sehingga wisatawan akan merasa lebih nyaman. Terdiri atas akomodasi (penginapan), tempat makan, tempat parkir, tempat belanja, transportasi, yang terbagi atas kebersihan, kerapian, kenyamanan dan keindahan. Fasilitas pendukung berupa:
  - a. Akomodasi
  - b. Tempat Makan dan Minum
  - c. Fasilitas Belanja
3. Fasilitas pelengkap, merupakan sarana yang sangat dibutuhkan dan dirasakan sangat perlu selama pengunjung berada di suatu objek wisata. Fasilitas pelengkap yang terdiri atas fasilitas pokok seperti:
  - a. Toilet Umum
  - b. Tempat Ibadah/Masjid
  - c. Pemandu Wisata
  - d. Pusat Informasi
  - e. Tempat Parkir

Menurut Tjiptono (2015) disebutkan bahwa ada empat indikator fasilitas, yaitu:

- 1) a) Kelengkapan Kelengkapan fasilitas mencakup tersedianya seluruh fasilitas utama dan pendukung secara menyeluruh.
- b) Kebersihan, dan Kenyamanan Kebersihan merupakan aspek yang mencerminkan tingkat perawatan serta tanggung jawab pengelola dalam menjaga kualitas dan kenyamanan area fasilitas.
- c) Kerapian fasilitas. Kerapian menggambarkan keteraturan dalam penataan fasilitas, baik dari segi letak, susunan, maupun estetika visual.

- 2) a) Kondisi Kondisi merujuk pada apakah fasilitas yang tersedia masih dalam keadaan baik, tidak rusak, dan dapat berfungsi secara optimal.  
b) Fungsi Fasilitas Fungsi berkaitan dengan sejauh mana fasilitas dapat digunakan sesuai dengan tujuan awal pembuatannya. Fasilitas yang tidak berfungsi sebagaimana mestinya akan menghambat aktivitas pengunjung.
- 3) Kemudahan menggunakan fasilitas Ini mencakup seberapa mudah pengguna dapat mengakses dan menggunakan fasilitas yang tersedia.
- 4) Kelengkapan alat yang digunakan Menilai seberapa lengkap alat dan peralatan yang tersedia untuk mendukung fungsi fasilitas.

### **C. Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan merujuk pada perasaan positif yang dirasakan oleh pelanggan terhadap produk atau jasa yang mereka beli atau gunakan dari suatu perusahaan atau organisasi. Hal ini mencakup kesesuaian antara harapan pelanggan dan pengalaman yang diperoleh dari produk atau layanan yang disediakan oleh perusahaan atau organisasi tersebut menurut (Wardhana, 2024).

Menurut Elvera (2019) Kepuasan Wisatawan adalah kriteria utama dalam mengembangkan citra destinasi yang lebih baik, menarik, lebih banyak wisatawan dan menghasilkan penjualan lebih banyak produk dan jasa. Kepuasan wisatawan memiliki peran penting dalam produk dan jasa pariwisata, sebagai perencanaan pemasaran untuk tujuan dan penilaian yang harus dijadikan parameter dasar yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja destinasi dan layanan.

Menurut Hawkins (2016), menyatakan bahwa bahwa terdapat tiga dimensi kepuasan konsumen, diantaranya yaitu:

#### 1) Kesesuaian harapan

"Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Jika kinerja sesuai harapan, pelanggan akan puas."

#### 2) Minat berkunjung kembali

"Minat berkunjung kembali merupakan kecenderungan perilaku konsumen untuk menggunakan kembali produk atau jasa yang sama sebagai akibat dari pengalaman positif, kepuasan, dan nilai yang dirasakan."

3) Kesiediaan merekomendasikan

"Pelanggan yang puas cenderung akan memberitahu orang lain tentang pengalaman positif mereka. Rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) adalah salah satu bentuk loyalitas pelanggan yang paling bernilai.

### 3. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis deskriptif verifikatif, dengan maksud untuk menguji teori objektif dengan memeriksa hubungan antar variabel (Abdullah dkk, 2021). Objek penelitiannya adalah pengunjung Terasering Panyaweuyan Kabupaten Majalengka. Populasi merujuk pada data jumlah pengunjung tahun 2024 sebagai acuan terbaru sebanyak 5.000 dan didapat sampel sebanyak 98,039 dari hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat *sampling error* 10%. Sehingga sampel yang digunakan berjumlah 98 responden. Sampel diambil dengan menggunakan *non-probability sampling* berupa *accidental sampling*.

Data primer dikumpulkan dengan menyebarkan angket dengan skala 1–5 (sangat tidak setuju – sangat setuju) (Sarwono, 2022). Angket yang disebarakan berupa angket fisik atau nonfisik kepada pengunjung objek wisata Terasering Panyaweuyan Kabupaten Majalengka secara langsung dalam periode waktu bulan Desember 2025 – Januari 2026. Kemudian, data dianalisis menggunakan alat bantu perangkat lunak SPSS *Statistics* versi 25. Machfoedz dalam Abdullah dkk, (2021) Alat ukur harus mengukur apa yang hendak diukur. Jika demikian, maka alat ukur tersebut dikatakan valid atau sah. Kemudian, data yang diolah melewati uji asumsi klasik untuk menghasilkan data yang tidak bias seperti uji normalitas dan autokorelasi (Gujarati, 2021), uji multikolinieritas dan homoskedastisitas (Ghozali, 2018). Setelah uji asumsi klasik terpenuhi, data dianalisis dengan rumus regresi berganda dan koefisien determinasi dan diuji hipotesis menggunakan uji t dan uji F. Berikut rumus persamaan regresi yang digunakan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

- $Y$  = Variabel Terikat
- $X_1$  = Harga
- $X_2$  = Fasilitas
- $a$  = Konstanta

- $b_1$  = Koefisien Fasilitas  
 $b_2$  = Koefisien Harga  
 $e$  = *Standard Error*

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **A. Gambaran Lokasi Penelitian**

Terasering Panyaweuyan merupakan daerah terasering yang berada di kaki Gunung Ciremai, gunung aktif dengan ketinggian puncak 3.078 mdpl. Terasering Panyaweuyan sendiri memiliki ketinggian berkisar 900-1000 mdpl dengan kemiringan 25 hingga 45 derajat. Di tempat ini dapat dirasakan angin pegunungan yang sejuk dengan keindahan alam yang diolah manusia membentuk terasering yang berulang sepanjang mata memandang. Tanaman perkebunan bawang merah dan bawang daun saat musim hujan dan ubi jalar saat musim kemarau.



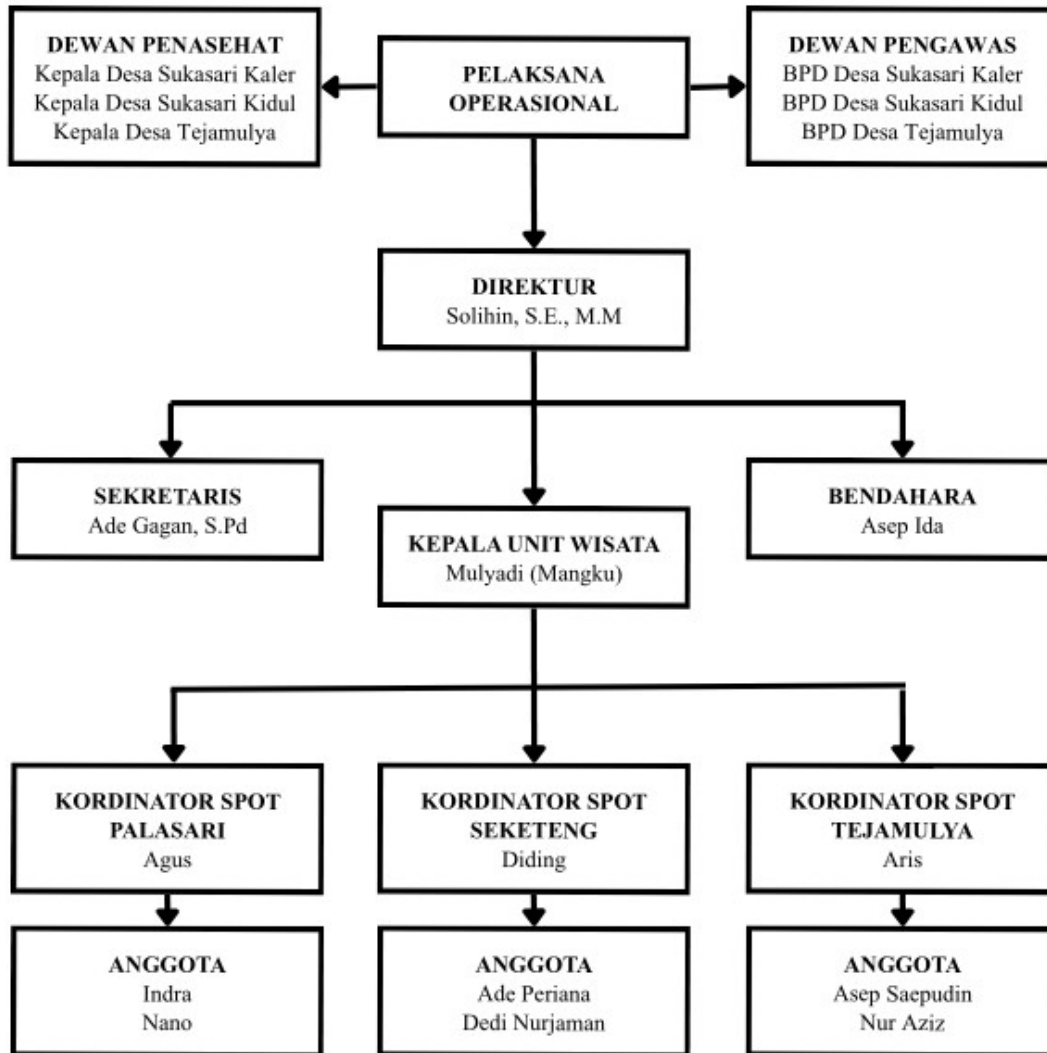
**Gambar 1 Lokasi Terasering Panyaweuyan 2026**

Sumber: Olah Data Peneliti (2026)

##### **B. Struktur Organisasi**

Struktur organisasi terasering panyaweuyan melibatkan tiga desa yaitu Desa Sukasari Kaler, Sukasari Kidul, dan Desa Tejamulya. Namun saat ini dikelola oleh BumDes Bersama, berikut struktur organisasi dari BumDes Bersama gapura wisata.





**Gambar 2 Struktur Organisasi BumDes Bersama**

Sumber: BumDesMa (2026)

### C. Karakteristik Responden

Karakteristik responden pengunjung Terasering Panyaweuyan Kabupaten Majalengka diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan/bulan, asal daerah, frekuensi kunjungan.

**Tabel 1 Karakteristik Responden**

***Pengaruh Harga Tiket dan Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus Pada Objek Wisata Terasing Panyaweuyan Kabupaten Majalengka)***

No	Item	Opsi	N
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	53
		Perempuan	47
2	Usia	15-20 Tahun	23
		21-30 Tahun	64
		>31 Tahun	11
3	Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	19
		Pegawai Negeri	3
		Pegawai Swasta	47
		Wirausaha	15
4	Pendapatan	Lainnya,	14
		<Rp. 500.000	14
		Rp. 500.000 – Rp. 2.500.000	32
		Rp. 2.500.001 – Rp. 5.000.000	31
		Rp. 5.000.001 – Rp. 10.000.000	11
		Rp. 10.000.001	1
5	Asal Daerah	Lainnya,	9
		Majalengka	55
6	Frekuensi Kunjungan	Luar Majalengka	43
		1 kali	45
		2-4 kali	36
		>5 kali	17

Sumber: Olah Data Penelitian (2026)

Hasil penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin terdapat 53 orang berjenis kelamin laki-laki sedangkan 47 orang perempuan. Berdasarkan usia, terdapat rentang usia 21–30 tahun mendominasi sebesar 64 orang, diikuti dengan usia 15–20 tahun sebanyak 25 orang, dan usia di atas 31 tahun sebanyak 11 orang. Berdasarkan pekerjaan, paling banyak pegawai swasta 47 orang, pelajar/mahasiswa sebanyak 19 orang, wirausaha 15 orang, lainnya 14 orang pegawai negeri paling sedikit hanya 1 orang. Berdasarkan tingkat pendapatan per bulan pada 98 responden, responden terbanyak berada pada kisaran Rp 500.001–Rp 2.500.000 sebanyak 32 orang, diikuti Rp 2.500.001–Rp 5.000.000 sebanyak 31 orang, yang pendapatannya kurang dari Rp 500.000 sebanyak 14 orang, dengan pendapatan Rp 5.000.001–Rp 10.000.000 sebanyak 11 orang, dengan pendapatan lebih dari Rp10.000.000 sebanyak 1 orang, dan dengan kategori lainnya sebanyak 9 orang. Berdasarkan asal daerah yang berasal dari Kabupaten Majalengka berjumlah 55 orang, sedangkan responden dari luar Kabupaten Majalengka berjumlah 43 orang. Berdasarkan frekuensi kunjungan, sebanyak yang berkunjung satu kali sebanyak 45 orang, yang kunjungan 2–4 kali sebanyak 36 orang, dan yang kunjungan lebih dari lima kali sebanyak 17 orang.

**D. Instrumen Penelitian**

*Uji Validitas*

**Tabel 2 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Indikator	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
<b>Harga (X1)</b>	Keterjangkauan Harga	X1.1	0,846	0,167	Valid
		X1.2	0,823	0,167	Valid
	Harga Sesuai Kemampuan dan Daya Saing	X1.3	0,756	0,167	Valid
		X1.4	0,596	0,167	Valid
	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk	X1.5	0,797	0,167	Valid
		X1.6	0,715	0,167	Valid
	Kesesuaian Harga dengan Manfaat	X1.7	0,827	0,167	Valid
		X1.8	0,678	0,167	Valid
<b>Fasilitas (X2)</b>	Kelengkapan, Kebersihan dan Kerapihan	X2.1	0,485	0,167	Valid
		X2.2	0,760	0,167	Valid
	Kondisi dan Fungsi	X2.3	0,756	0,167	Valid
		X2.4	0,789	0,167	Valid
	Kemudahan Menggunakan	X2.5	0,793	0,167	Valid
		X2.6	0,815	0,167	Valid
	Kelengkapan Alat	X2.7	0,794	0,167	Valid
		X2.8	0,798	0,167	Valid
<b>Kepuasan (Y)</b>	Kesesuaian Harapan	Y.1	0,753	0,167	Valid
		Y.2	0,798	0,167	Valid
	Minat Berkunjung Kembali	Y.3	0,833	0,167	Valid
		Y.4	0,797	0,167	Valid
	Kesediaan Merekomendasikan	Y.5	0,787	0,167	Valid
		Y.6	0,802	0,167	Valid

Sumber: Data Olah Peneliti (2026)

Berdasarkan hasil pengujian instrumen pernyataan yang diajukan dalam mengukur Harga Tiket (X1), Fasilitas Wisata (X2), dan Kepuasan Pengunjung (Y) memiliki nilai koefisien validitas di atas titik kriteria yaitu sebesar 0,167 yang menunjukkan bahwa pernyataan yang diajukan sudah melakukan fungsi ukurannya, dengan kata lain sudah dinyatakan valid.

*Uji Reliabilitas*

**Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item	Keterangan
Harga Tiket (X1)	0,891	8	Reliabel
Fasilitas Wisata (X2)	0,889	8	Reliabel
Kepuasan Pengunjung (Y)	0,883	6	Reliabel

Sumber: Data Olah Peneliti (2026)

Dari hasil pengujian reliabilitas instrumen pada tabel terlihat bahwa nilai koefisien reliabilitas yang diperoleh masing-masing variabel harga tiket ( $X_1$ ) > 0,891, fasilitas wisata ( $X_2$ ) > 0,889, dan Kepuasan Pengunjung > 0,883, hal ini menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan sudah menunjukkan keandalannya sehingga sudah memenuhi syarat untuk digunakan dalam penelitian.

### **E. Analisis Statistik Deskriptif**

#### ***Rekapitulasi Jawaban Variabel Harga***

Berikut merupakan rekapitulasi jawaban responden pada variabel harga:

**Tabel 4 Rekapitulasi Jawaban pada Variabel Harga**

Variabel	N	Item	Jawaban Responden					Mean	Std Deviasi	%	Kategori
			1	2	3	4	5				
Harga	98	X1.1	6	6	19	55	12	3,62	0,990	72%	Baik
	98	X1.2	5	11	21	46	15	3,56	1,046	71%	Baik
	98	X1.3	3	5	19	54	17	3,79	0,900	76%	Baik
	98	X1.4	1	10	19	49	19	3,77	0,917	75%	Baik
	98	X1.5	1	9	23	49	16	3,71	0,885	74%	Baik
	98	X1.6	4	10	29	44	11	3,49	0,966	70%	Baik
	98	X1.7	2	4	22	59	11	3,74	0,791	75%	Baik
	98	X1.8	1	6	23	52	16	3,78	0,831	76%	Baik
		RATA-RATA VARIABEL						3,68	0,916	74%	Baik

Sumber: Olah Data Peneliti (2026)

#### ***Rekapitulasi Jawaban Variabel Fasilitas***

Berikut rekapitulasi jawaban responden pada variabel fasilitas:

**Tabel 5 Rekapitulasi Jawaban pada Variabel Fasilitas**

Variabel	N	Item	Jawaban Responden					Mean	Std Deviasi	%	Kategori
			1	2	3	4	5				
Fasilitas	98	X2.1	1	5	19	59	14	3,82	0,778	76%	Baik
	98	X2.2	4	7	42	38	7	3,38	0,879	68%	Baik
	98	X2.3	4	14	41	31	8	3,26	0,945	65%	Baik
	98	X2.4	4	2	39	42	11	3,55	0,875	71%	Baik
	98	X2.5	4	16	24	38	16	3,47	1,076	69%	Baik
	98	X2.6	7	19	23	34	15	3,32	1,163	66%	Baik
	98	X2.7	5	5	32	45	11	3,53	0,944	71%	Baik
	98	X2.8	4	3	31	48	12	3,62	0,891	72%	Baik
		RATA-RATA VARIABEL						3,49	0,944	70%	Baik

Sumber: Olah Data Peneliti (2026)

#### ***Rekapitulasi Jawaban Variabel Kepuasan Pengunjung***

Berikut rekapitulasi jawaban responden pada variabel kepuasan pengunjung:

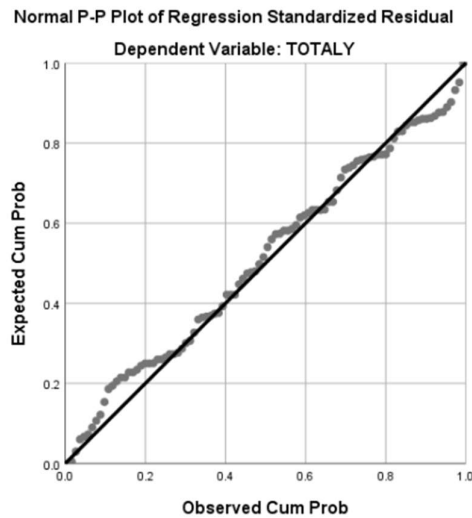
**Tabel 6 Rekapitulasi Jawaban pada Variabel Kepuasan Pengunjung**

Variabel	N	Item	Jawaban Responden					Mean	Std Deviasi	%	Kategori
			1	2	3	4	5				
Kepuasan pengunjung	98	Y.1	3	4	26	53	12	3,68	0,868	74%	Baik
	98	Y.2	3	0	30	55	10	3,70	0,776	74%	Baik
	98	Y.3	4	2	23	55	14	3,74	0,877	75%	Baik
	98	Y.4	3	2	24	56	13	3,76	0,826	75%	Baik
	98	Y.5	2	1	18	59	18	3,92	0,769	78%	Baik
	98	Y.6	4	1	22	57	14	3,78	0,856	76%	Baik
		RATA-RATA VARIABEL						3,76	0,829	75%	Baik

Sumber: Olah Data Peneliti (2026)

## F. Analisis Statistik Verifikatif Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas



**Gambar 3 Hasil Uji Normalitas menggunakan Diagram P-P Plot**

Sumber: data diolah peneliti (2026)

### 2. Uji Multikolineritas

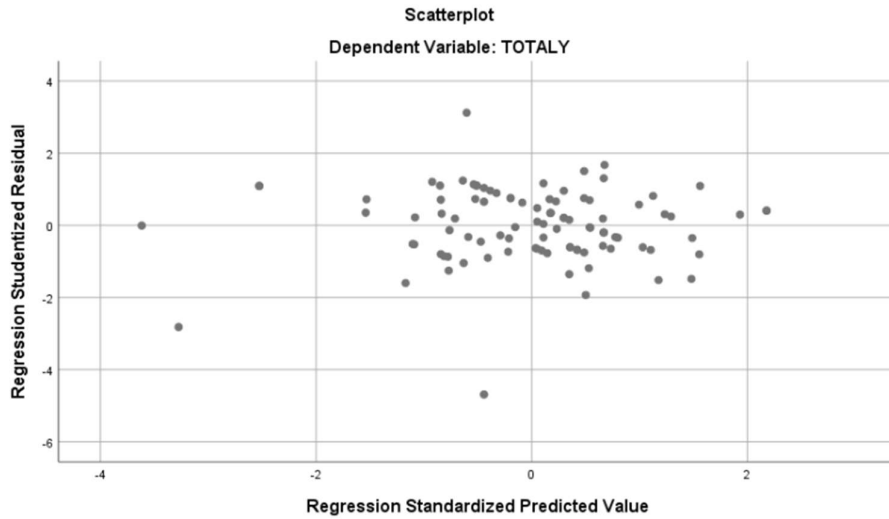
**Tabel 7 Hasil Uji Multikolineritas**

Coefficients <sup>a</sup>				
	Model		Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
1		(Constant)		
		Harga Tiket (X1)	.469	2.134
		Fasilitas Wisata (X2)	.469	2.134

a. Dependent Variabel: Kepuasan Pengunjung (Y)

Sumber: data diolah peneliti (2026)

**3. Uji Heterokedastisitas**



**Gambar 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas menggunakan Grafik Scatterplot**

Sumber: data diolah peneliti (2026)

**4. Uji Autokorelasi**

**Tabel 8 Hasil Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.740 <sup>a</sup>	.548	.539	2.67986	2.093
a. Predictors: (Constant), Fasilitas Wisata, Harga Tiket					
b. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung					

Sumber: data diolah peneliti (2026)

**G. Analisis Regresi Linier Berganda**

**Tabel 9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.884	1.527		4.510	.000
	Harga Tiket	.191	.072	.268	2.663	.009
	Fasilitas Wisata	.360	.070	.522	5.178	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung						

Sumber: Olah Data Peneliti (2026)

## H. Nilai Koefisien Determinasi

**Tabel 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.740 <sup>a</sup>	.548	.539	2.67986
a. Predictors: (Constant), Fasilitas Wisata, Harga Tiket				
b. Dependent Variabele: Kepuasan Pengunjung				

Sumber: Olah Data Peneliti (2026)

## I. Hasil Uji Hipotesis

### 1. Uji t (Uji Parsial)

Hasil uji t diperoleh perhitungan t hitung = 5,462 dengan tingkat signifikan ( $\alpha = 0,05$ ) untuk uji dua pihak; df atau dk = jumlah data kuesioner - variabel = 983 - 95 = 95, sehingga didapat t tabel = 1,661, dari data di atas dapat diketahui nilai hitung 5,462 > t tabel 1,661 maka  $H_0$ -2 ditolak dan  $H_a$ -2 yang artinya terhadap pengaruh variabel harga tiket terhadap kepuasan pengunjung. Nilai signifikan 0,000 < probabilitas 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya signifikan.

### 2. Uji F (Uji Simultan)

Hasil uji F diperoleh perhitungan F hitung 59,579 tingkat signifikan ( $\alpha = 0,05$ ) dengan dfl sebagai pembilang (N1): K-1 (2-1=1) dan df2 untuk penyebut (N2) n-k (98-2-1=95) sehingga didapat F tabel = 3,090 dari data di atas, F hitung > F tabel (143,251 > 3,090) dan nilai signifikan 0,000 < probabilitas 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang artinya terbukti bahwa terdapat pengaruh signifikan fasilitas wisata dan harga tiket secara simultan terhadap kepuasan pengunjung pada kolam renang tersering panyaweuyan.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tiket dan fasilitas wisata di Objek Wisata Terasering Panyaweuyan Kabupaten Majalengka secara umum berada pada kategori baik dan mampu memberikan tingkat kepuasan pengunjung yang juga tergolong baik. Secara parsial, harga tiket dan fasilitas wisata masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, dengan fasilitas wisata memiliki pengaruh yang lebih dominan. Secara simultan, kedua variabel tersebut juga terbukti berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan pengunjung dengan kontribusi sebesar 54,8%, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas fasilitas dan penetapan harga tiket yang sesuai menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pengunjung.

## **B. Saran**

Pengelola disarankan untuk mempertahankan kebijakan harga tiket yang sesuai serta memprioritaskan peningkatan kualitas fasilitas wisata, khususnya kebersihan, perawatan, dan aksesibilitas, mengingat fasilitas memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan pengunjung. Pengunjung diharapkan turut berpartisipasi dalam menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan wisata guna menciptakan pengalaman berwisata yang nyaman. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang relevan serta memperluas objek dan metode penelitian agar menghasilkan kajian yang lebih komprehensif.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Abdullah, K., Aiman, M. J. U., Fadilla, S. H. Z., Taqwin, Ardiawan, M. K. N., & Sari, M. E. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhamad Zaini.
- Elvera. (2019). *Pemasaran Pariwisata Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan*. Surabaya: PT. Scopindo Media Pustaka
- Ghozali, H. I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Diponegoro: Badan Penerbit Diponegoro
- Gujarati, D. N. (2021). *Essentials of econometrics*. Sage Publications.
- Hawkins (2016). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy (13th ed.)*. McGrawHill/Education
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17th ed.)*. Pearson Education.
- Poli, P. Y. C., Lopian, S. L. H. V. J., & Loindong, S. S. R. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Kasih Kanonang. *Jurnal EMBA*.
- Sarwono, J. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media
- Satriadi, Wanawir, Eka Hendrayani, Leonita Siwiyanti, & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Samudra.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Wardhana, A. (2024). *Consumer Behavior in The Digital Era 4.0-Edisi Indonesia (M. Pradana, Ed.)*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Widiantari, N. P. T., Masyhudi, L., Ulfa, I., Idrus, S., & Martayadi, U. (2022). Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Destinasi Wisata Alam Aik Nyet Desa Buwun Sejati. In *JRT Journal Of Responsible Tourism (Vol. 2, Issue 2)*.