

**PENGARUH *PERCEIVED VALUE* TEHADAP *CUSTOMER*
SATISFACTION DI DAYA TARIK WISATA PEMANDIAN LUBUK
LUKUM KOTA PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Tim Penguji Skripsi Departemen Pariwisata, Fakultas
Pariwisata Perhotelan, Universitas Negeri Padang, Sebagai Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sains Terapan (S.ST)*



Oleh:

AstutiGitaRiani

19135068/2019

PROGRAMSTUDID-IVMANAJEMENPERHOTELAN

DEPARTEMEN PARIWISATA

FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2024

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH *PERCEIVED VALUE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DI DAYA TARIK WISATA PEMANDIAN LUBUK LUKUM KOTA PADANG

Nama : Astuti Gita Riani
NIM / BP : 19135068 / 2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Maret 2024

Disetujui Oleh:

Pembimbing



Nidia Wulansari, S.E, M.M
NIP.199111192019032018

Kepala Departemen Pariwisata FPP UNP



Feri Ferdian, S.ST, M.M, Ph.D, CHE
NIP. 199202262020121012

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang

Judul : Pengaruh *Perceived Value* Terhadap *Customer Satisfaction* Di Daya Tarik Wisata Pemandian Lubuk Lukum Kota Padang
Nama : Astuti Gita Riani
NIM/BP : 19135068/2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Maret 2024

Nama

Tanda Tangan

1. Ketua : Nidia Wulansari, SE, M.M

1. 

2. Anggota : Youmil Abrian, S.E., M.M

2. 

3. Anggota : Dr. Retnaningtyas Susanti, S.Ant, M.Sc

3. 



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131
Telp. (0751) 7051186
Email : pariwisata@fpp.unp.ac.id
Laman : <http://pariwisata.fpp.unp.ac.id>

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Astuti Gita Riani
NIM/TM : 191352068 / 2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Pengaruh *Perceived Value* Terhadap *Customer Satisfaction* di Daya Tarik Wisata Pemandian Lubuk Lukum” adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,

Kepala Departemen Pariwisata

Feri Ferdian, S.ST., M.M., Ph.D., CHE
NIP. 199202262020121012

Saya yang menyatakan,



Astuti Gita Riani
NIM. 19135068

ABSTRAK

Astuti Gita Riani.2024. Pengaruh *Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction* di Daya Tarik Wisata Pemandian Lubuk Lukum Kota Padang

Penelitian ini dilatar belakangi oleh beberapa permasalahan seperti adanya keluhan pengunjung karena tidak adanya pengelola atau penjaga untuk menjaga atau tanggap ketika terjadi bencana, terdapat keluhan dari pengunjung tentang lingkungan yang masih banyak sampah yang berserakan dan tidak adanya tempat sampah, sehingga mengganggu keindahan pemandangan, adanya keluhan pengunjung akan harga yang tidak sesuai dengan fasilitas yang disediakan, adanya keluhan pengunjung akan toilet yang tidak layak dan membuat tidak nyaman. Tujuan penelitian ini menganalisis pengaruh *perceived value* terhadap *customer satisfaction* di Pemandian Lubuk Lukum.

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Populasi penelitian ini adalah pengunjung yang berkunjung dan pernah berkunjung ke Pemandian Lubuk Lukum. Populasi dari penelitian ini sebanyak 1.044 responden. Sampel penelitian ini sebanyak 290 orang responden. Jenis teknik non-probability sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner (angket) dengan skala likert yang telah di uji validitas dan reliabilitasnya. Data dari penelitian ini diolah dengan menggunakan SPSS 24.00.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived value* berada pada kategori sangat baik yaitu dengan persentase 80,8%, selanjutnya pada *customer satisfaction* berada pada kategori sangat baik dengan persentase 80,9%. Pengaruh *perceived value* (X) terhadap *customer satisfaction* (Y) yaitu 58,8%, kemudian 41,2% dipengaruhi oleh faktor lain, Selanjutnya hasil analisis regresi linear diperoleh nilai F hitung sebesar 18.724 dengan sig 0.000 < 0,05, artinya variabel *perceived value* terhadap *customer satisfaction* berpengaruh secara signifikan, serta diperoleh nilai t hitung sebesar 20.283 dengan sig 0.000 < 0,05.

Katakunci:*perceived value, customer satisfaction*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat-Nyalah saya dapat menulis skripsi penelitian yang berjudul **“PENGARUH *PERCEIVED VALUE* TEHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DI PEMANDIAN LUBU KLUKUM KOTA PADANG”**.

Pembuatan skripsi ini tidak lepas dari berbagai macam hambatan dan kesulitan, namun demikian peneliti merasa mendapatkan pengalaman yang berlimpah setelah berhasil menyelesaikan.

Selama penyusunan skripsi ini penulis banyak memperoleh bantuan, bimbingan, serta doa yang tak pernah henti-hentinya dari berbagai pihak, maka penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada mereka:

1. Prof. Dra. Asmar Yulastri, M.Pd, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Feri Ferdian, S.ST., M.M., Ph.D.CHE, selaku Kepala Departemen Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Dr. Kasmita, S.Pd., M.Si., selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah memberikan dukungan serta nasehat kepada peneliti dalam penulisan skripsi ini.
4. Ibu Nidia Wulansari, SE., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pemikiran, dan pengarahan yang sangat berarti dalam penulisan ini.
5. Bapak Youmil Abrian, S.E., M.M. selaku Dosen Penguji 1 Skripsi yang telah memberikan pengarahan yang sangat berarti dalam penulisan ini.

6. Ibu Dr. Retnaningtyas Susanti, S.Ant, M.Sc selaku Dosen Penguji 2 Skripsi yang telah memberikan pengarahan yang sangat berarti dalam penulisan ini.
7. Seluruh dosen dan staf administrasi yang telah membantu peneliti dalam melengkapi surat-surat yang diperlukan pada saat penelitian ini.
8. Kepada sahabat dan seluruh rekan mahasiswa D-IV Manajemen Perhotelan angkatan 2019 yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Terutama sekali saya ucapkan terima kasih kepada kedua orang tua yang pertama kali mendidik penulis sejak lahir dan selalu mendukung baik secara moril maupun materi kepada penulis.
10. Terimakasih juga untuk seseorang yang telah mendukung dan menemani penulis dalam proses pembuatan skripsi ini.

Penulis membuka diri atas masukan dan saran yang membangun agar skripsi ini menjadi lebih baik. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat.

Padang, Februari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah.....	10
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Manfaat Penelititan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Kajian Teori	13
B. Kerangka Konseptual	19
C. Hipotesis.....	20
BAB III METODEDEOLOGI PENELITIAN	21
A. Jenis Penelitian	21
B. Tempat dan Waktu Penelitian	21
C. Variabel Penelitian	21
D. Defenisi Operasional Variabel	22
E. Populasi dan Sampel	23
F. Jenisdan Teknik Pengumpulan Data	25
G. Instrumen Penelitian.....	26
H. Uji Coba Instrumen	28
I. Teknik Analisis Data.....	30
J. Uji Persyaratan Analisis	31
K. Pengujian Hipotesis.....	33
BABVIHASILPENELITIANDANPEMBAHASAN	35

A. Hasil Penelitian	35
B. Pembahasan.....	49
BAB VPENUTUP.....	53
A. Kesimpulan.....	53
B. Saran.....	53
LAMPIRAN	56
DAFTARPUSTAKA	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
Pengunjung memberi makan ikan	3
Google Review tentang Cuaca	6
Komentar Pengunjung Mengenai HargaTiket Masuk.....	7
Google Review Tentang HargaTiket yang Berbeda	7
Ulasan Pengunjung pada Google Review tentang Kebersihan	8
Sampah Beserakanan.....	8
Kerangka Konseptual	19

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
Daftar Jumlah Pengunjung Tahun 2023	4
Pemberian Skor Untuk Jawaban Kuesioner Berdasarkan Skala Likert	26
Kisi-kisi Operasional Variable Penelitian	27
Uji Validitas Angket Penelitian Variabel X	29
Uji Validitas Angket Penelitian Variabel Y	29
Hasil Uji reliabilitas Variabel X	30
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	30
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	36
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	37
Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan	38
Data Hasil Perhitungan Statistik Variabel <i>Peceived Value</i>	39
Tingkat Pencapaian Responden Variabel <i>Perceived Vaue (X)</i>	40
Data Hasil Perhitungan Statistik Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	42
Tingkat Capaian Responden Variabel <i>Customer Satisfaction (Y)</i>	43
Hasil Uji Normalitas	45
Hasil Uji Homogenitas	45
Hasil Uji Linearitas	46
Nilai Signifikansi	47
Koefisien Regresi Variabel X terhadap Y	48
Hasil Uji R Square	49

LAMPIRAN

Lampiran	Hal
Surat Izin Penelitian	56
Balasan surat Izin Penelitian	57
Balasan surat Izin Penelitian	58
Hasil Uji Validitas dan Reabilitas	62
Hasil Uji Reliabilitas	63
Pernyataan Kuesioner	64
Tabulasi Data Penelitian.....	67
Persyaratan Uji Analisis Dan Hipotesis	82
Dokumentasi Pra-Penelitian	84
Dokumentasi Penyebaran Kuesioner.....	85

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan industri jasa yang menyediakan layanan mulai dari akomodasi, makanan, dan layanan terkait lainnya, dan juga menawarkan tempat untuk istirahat, perayaan, pelarian, petualangan, pengalaman baru dan hal-hal lainnya. Pengertian pariwisata sendiri menurut Wahid (2015) adalah “Perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu”. Pariwisata memiliki berbagai jenis wisata yang ditawarkan kepada wisatawan yang ingin berkunjung, salah satunya adalah wisata alam.

Wisata alam merupakan salah satu jenis wisata yang banyak tersebar di Indonesia. Wisata alam ini memanfaatkan sesuatu potensi yang sudah dimiliki oleh alam itu sendiri yang menarik untuk dikunjungi maupun yang memiliki nilai sejarahnya, dengan kondisi alam yang alami maupun dengan adanya usaha pengelolaan yang berkelanjutan. Pengelolaan yang berkelanjutan dalam wisata alam bertujuan untuk mempermudah akses wisatawan untuk menjangkau atau mengunjungi wisata alam tersebut. Wisata alam merupakan salah satu wisata yang lumayan banyak peminatnya. Hal ini disebabkan oleh alam yang memiliki suasana alami yang cocok untuk *healing*, melepas rasa lelah dari hiruk pikuk pekerjaan atau hanya sekedar menikmati keindahan

alam. Wisataalam yang menarik dan memiliki suasana yangnyaman tentunya akan membuat pengunjung merasa puas.

Customer satisfaction merupakan rasa yang tumbuh atas kepuasan terhadap sesuatu yang sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2016:153), “*Customer satisfaction* adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja (atau hasil) produk atau jasa yang dirasakan dengan harapan”. *Customer satisfaction* dapat dikatakan berhasil dan tercapai dengan baik apabila pengguna memberikan tanggapan yang positif terhadap kualitas jasa/produk yang sama atau lebih dari yang diharapkannya terhadap kualitas tersebut. Dengan indikator kepuasan wisatawan menurut Alana dan Putro (2020), yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Salah satu hal yang harus diperhatikan untuk mencapai *Customer satisfaction* yaitu *perceived value* atau nilai yang dirasakan oleh pengunjung. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Bernarto (2017) yang menyatakan bahwa *perceived value* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* dan *customer satisfaction*.

Perceived value merupakan penilaian terhadap jasa atau barang, yang dianggap sesuai dengan pandangan atau ekspektasi. “*Perceived value* mewakili penilaian pelanggan terhadap kegunaan suatu produk berdasarkan persepsi tentang apa yang diterima dan apa yang diberikan (Zeithaml, 1988 dalam Vanesa A. Quintal Aleksandra Polczyinsky 2010)”. Indikator *perceived value* menurut Kotler dan Keller (2016), yaitu kualitas produk atau

layanan, harga yang sesuai, suasana yang nyaman dan kualitas pelayanan. Dari faktor *perceived value* inilah kita bisa melihat bagaimana kepuasan konsumen dari sebuah wisata alam.

Salah satu tempat wisata alam yang ada di Kota Padang yaitu Pemandian Lubuk Lukum, yang berada di Lubuk Lukum, Kecamatan Koto Tengah, Kota Padang. Pemandian Lubuk Lukum merupakan lubuk yang terbentuk alami yang berasal dari aliran tepian Sungai Batang Kandis. Objek wisata ini sudah ada sejak zaman Belanda di mana para pemuda pemudi atau noni-menir Belanda sering menggunakan pemandian alam ini untuk kegiatan refreshing. Pemandian ini juga menjadi tempat favorit untuk melakukan tradisi balimau, warga sekitarnya. Pemandian ini memiliki keunikan tersendiri yang berbeda dengan pemandian lubuk lainnya. Pengunjung mendapatkan sensasi baru dimana mereka dapat berenang sambil melihat ikan dan pengunjung juga dapat memberi ikan-ikan tersebut makanan dengan membelinya di warung disekitar tempat pemandian tersebut hanya dengan harga Rp 5.000,- saja bisa dapat tiga bungkus makan ikan.



Gambar 1. Pengunjung member makan ikan

Sumber: Google 2023

Ikan yang berada disekitar daerah tempat pemandian tersebut dikenal dengan ikan larangan sehingga pengunjung yang datang tidak diperbolehkan untuk menangkap ikan, pengunjung hanya bisa melihat dan memberi ikan tersebut makanan. Selain melihat ikan, pengunjung juga dapat duduk santai melihat pemandangan sembari menikmati makanan yang telah disediakan di warung-warung disekitar tempat pemandian tersebut dan harga makanannya relatif murah. Disana juga disediakan tempat duduk yang berada di tengah aliran air untuk pengunjung duduk bersantai sekaligus berendam.

Adanya daya tarik yang dimiliki oleh Pemandian Lubuk Lukum tersebut, menjadikan hal ini sebagai penarik bagi pengunjung untuk datang. Berdasarkan hasil pra penelitian penulis mendapatkan data pengunjung yang berkunjung ke Pemandian Lubuk Lukum pada 6 bulan terakhir yaitu daribulan Maret – Agustus 2023, sebagai berikut:

Tabel1.DaftarJumlahPengunjungTahun2023

Bulan	JumlahPengunjung	Target
Maret	1350	1500
April	723	1500
Mei	1150	1500
Juni	1255	1500
Juli	1275	1500
Agustus	1115	1500

Sumber: Pengelola Pemandian Lubuk Lukum 2023

Berdasarkan tabel jumlah pengunjung diatas, dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung yang datang berkunjung ke Pemandian Lubuk Lukum tidak stabil dan tidak sesuai dengan target. Hal ini diduga karena kurang adanya penjagaan

akan keamanan dan keselamatan pengunjung, dan diduga juga karena Pemandian Lubuk Lukum yang tidak sesuai dengan persepsi yang mereka harapkan. Pada bulan April pengunjung yang datang mengalami penurunan drastis hal ini disebabkan karena pada bulan April bertepatan dengan bulan Ramadhan, namun pengunjung kembali ramai pada saat setelah lebaran. Pada proses pra penelitian penulis juga melakukan wawancara dengan 10 orang yang sedang berkunjung ke Pemandian Lubuk Lukum.

Berdasarkan hasil pra penelitian yang penulis lakukan dengan mewawancarai 10 orang pengunjung, penulis memperoleh beberapa keluhan pengunjung. 5 dari 10 pengunjung mengeluhkan akan kurangnya perhatian terhadap keselamatan atau keamanan pengunjung. Seperti jika terjadi kecelakaan pengunjung tidak bisa berenang dan hampir tenggelam, tentunya harus ada pengelola atau penjaga yang siap siaga untuk membantu jika terjadi kecelakaan tersebut, dan juga mengingatkan pengunjung jika cuaca sedang tidak baik untuk tidak lagi mandi-mandi atau berenang. Lingkungan yang tidak aman untuk pengunjung berdampak negatif pada keselamatan wisatawan, seperti kecelakaan, pencurian, kecelakaan, dan bentuk-bentuk perilaku buruk lainnya. Namun di Pemandian Lubuk Lukum belum menyediakan penjaga untuk memperhatikan atau membantu untuk keselamatan dan keamanan tersebut. Resiko akan keselamatan tentunya akan menentukan keputusan berkunjung dan kepuasan pengunjung tersebut. Dari hasil wawancara tersebut penulis juga menemukan bahwa 5 dari 10 pengunjung

juga mengeluhkan bahwa fasilitas toilet yang tidak layak dan membuat tidak nyaman untuk digunakan.

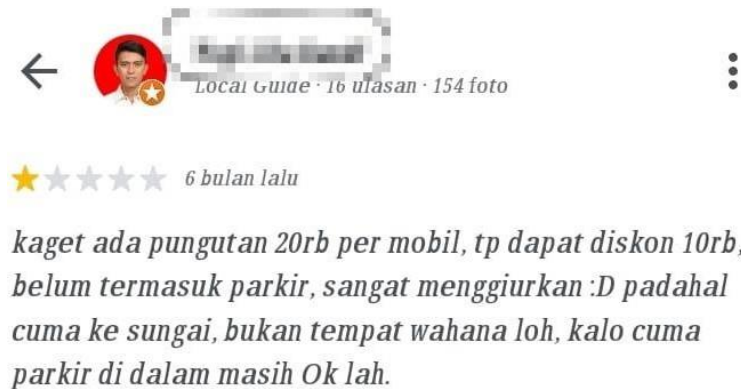
Pada Pemandian Lubuk Lukum terdapat beberapa toilet, 2 toilet kurang bersih dan 1 toilet dikatakan layak untuk digunakan. Ada juga ruang ganti yang dibuat seadanya menggunakan terpal. Selain itu, pengunjung juga mengeluhkan kualitas produk dan harga yang tidak sesuai dengan fasilitas yang didapatkan. Keluhan tersebut diduga karena tidak sesuai dengan persepsi yang mereka harapkan.



Gambar 2. Google Review tentang Cuaca

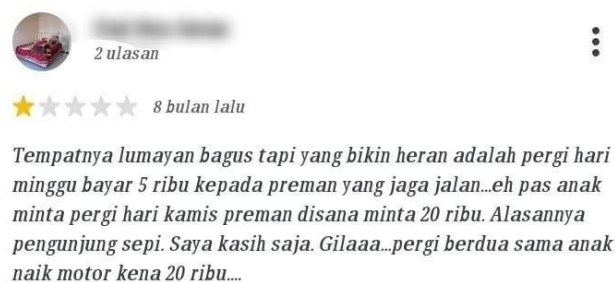
Sumber: Google Review 2023

Harga tiket yang dibayarkan tentunya harus sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh pengunjung, agar pengunjung tidak merasa kecewa. Harga tiket yang ditawarkan tentunya harus sama dengan fasilitas penunjang yang disediakan agar tidak menjatuhkan ekspektasi pengunjung terhadap tempat tersebut. Berikut ulasan pengunjung yang berkomentar pada google review harga tiket:



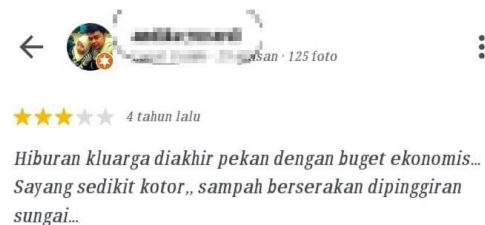
Gambar3. KomentarPengunjung MengenaiHargaTiket Masuk
Sumber:Google Review

Hasil gambar diatas menunjukkan bahwa pengunjung merasakan harga tiket masuk yang tidak sesuai dengan kualitas yang mereka dapatkan. Hal ini juga dikeluhkan oleh 3 dari 10 pengunjung yang penulis wawancarai yang mengatakan bahwa tiket masuk disini tidak sesuai dengan kualitas yang mereka rasakan, namun ada juga pengunjung yang mengatakan tiket masuk relatif murah. Selain itu pengunjung juga mengeluhkan akan harga yang tidak sesuai, dimana harga tiket masuk yang diminta relatifberbeda yang dapat dilihat pada ulasan berikut.



Gambar4GoogleReview TentangHargaTiketyangBerbeda
Sumber:Google2024

Selain harga tiket pengunjung juga mengeluhkan mengenai kenyamanan yang kurang karena kurangnya kebersihan sekitar area pemandian, yang dapat dilihat pada review dibawah ini:



Gambar5.UlasanPengunjungpadaGoogleReview tentangKebersihan
Sumber:GoogleReview 2023

Berdasarkan ulasan diatas pengunjung merasa kurang nyaman dengan sampah yang berserakan diarea sekitar pemandian, hal ini sesuai dengan indikator *perceived value* yaitu suasana yang nyaman. Begitu juga 8 dari 10 pengunjung mengatakan kebersihan area disekitar sungai yang masih kurang bersih. Pengunjung merasa terganggu saat melihat sampah yang beserakan. Darihasilwawancaratersebutpegunjungjugamengeluhkanakantidakadanya tempat sampah yang tersedia disekitaran tempat pemandian.



Gambar6.Sampah Berserakan
Sumber:DokumentasiPribadi2023

Berdasarkan paparan permasalahan diatas, dapat dilihat urgensi dari penelitian ini adalah mengetahui seberapa berpengaruh *perceived value* terhadap kepuasan pengunjung di Pemandian Lubuk Lukum. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi pada pengelola Pemandian Lubuk Lukum agar lebih meningkatkan pelayanan dan fasilitas penunjang lainnya untuk mencapai kepuasan pelanggan agar tercapai target pengunjung yang di harapkan oleh pengelola. Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction* di Pemandian Lubuk Lukum”.

B. Identifikasi Masalah

Berikut ini beberapa indentifikasi masalah dalam penelitian ini, bedasarkan uraian latar belakang diatas:

1. Adanyakeluhanpengunjungkarenatidakadanyapengelolaatauuntuk menjaga ketika terjadi bencana.
2. Adanyakeluhanpengunjungmenyatakanmerasabahwafasilitastoilet yang tidak layak dan membuat tidak nyaman untuk digunakan.
3. Adanyakeluhanmengenaiketidaksesuaianhargatiketyangdibayarkan dengan fasilitas yang disediakan di Pemandian Lubuk Lukum.
4. Adanyakeluhanakanhargatiketmasukyangdimintarelatifberbeda.

5. Adanya keluhan pengunjung akan kurangnya kebersihan di area pemandian yang menyebabkan ketidaknyamanan pengunjung saat berkunjung ke Pemandian Lubuk Lukum.
6. Adanya keluhan pengunjung mengenai tidak adanya tempat sampah disekitar Pemandian Lubuk Lukum.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang dan identifikasi masalah diatas maka penulis membatasi masalah penelitian ini pada pengaruh *perceived value* terhadap *customer satisfaction* di Pemandian Lubuk Lukum Kota Padang.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah *perceived value* pada Pemandian Lubuk Lukum?
2. Bagaimanakah *customer satisfaction* pada Pemandian Lubuk Lukum?
3. Bagaimanakah pengaruh *perceived value* terhadap *customer satisfaction* di Pemandian Lubuk Lukum?

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian yang penulis lakukan adalah untuk menganalisis pengaruh *perceived value* terhadap *customer satisfaction* ke Pemandian Lubuk Lukum. Dan untuk peneliti selanjutnya jika ingin membuat penelitian di objek yang sama maka dapat mengangkat tema akan fasilitas.

2. Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mendeskripsikan *perceived value* pada Pemandian Lubuk Lukum?
- b. Mendeskripsikan *customer satisfaction* pada Pemandian Lubuk Lukum?
- c. Menganalisis pengaruh *perceived value* terhadap *customer satisfaction* pada Pemandian Lubuk Lukum?

F. Manfaat Penelitian

Berikut adalah manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini:

1. Bagi Pengelola Pemandian Lubuk Lukum

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi pada pengelola Pemandian Lubuk Lukum agar lebih meningkatkan pelayanan dan fasilitas penunjang lainnya untuk mencapai *customer satisfaction* agar tercapai target pengunjung yang diharapkan oleh pengelola.

2. Bagi Departemen Pariwisata

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi dan acuan bagi penelitian pada Program Studi D4 Manajemen Perhotelan yang sama dengan judul ini.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi peneliti berikutnya yang melakukan penelitian dengan tajuk dan objek Tugas Akhir yang sama.

4. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini merupakan bentuk pengaplikasian pembelajaran yang diterimaselamaini, yang bermanfaat memperluas ilmu dari penulis. Hasil penelitian ini bermanfaat juga untuk memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan (S.ST).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa *perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* di Pemandian Lubuk Lukum dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Variabel X (*perceived value*) dengan 4 indikator yang telah ditentukan menunjukkan hasil secara keseluruhan dengan diperoleh mean score 4,04 dengan kategori baik.
2. Variabel Y (*customer satisfaction*) dengan 3 indikator yang telah ditentukan menunjukkan hasil secara keseluruhan mean score 4,04 dengan kategori baik.
3. *Perceived value* berpengaruh Signifikan terhadap *customer satisfaction*, memberikan pengaruh terhadap *customer satisfaction* sebesar 58,8% dan sisanya 41,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

B. Saran

1. Pihak Pengelola

Bagi pihak pengelola daya tarik wisata Pemandian Lubuk Lukum disarankan untuk lebih meningkatkan fasilitas penunjang yang ada seperti menyediakan tempat sampah agar pengunjung tidak membuang sampah sembarangan dan pengunjung tidak kebingungan untuk mencari tempat sampah, menyediakan fasilitas wc umum atau ruang ganti untuk

pengunjung setelah selesai bermandi, kemudian penulis menyarankan

kepada pengelola Pemandian Lubuk Lukum untuk lebih meningkatkan keamanan dan keselamatan pengunjung seperti dengan menyediakan petugas atau penjaga yang siap siaga jika terjadi kecelakaan yang berkaitan dengan keselamatan dan keamanan pengunjung agar pengunjung merasa aman ketika berada di daya tarik wisata sehingga mereka berkeinginan untuk datang kembali dan merekomendasikannya kepada orang lain, dan tentunya harus lebih memperhatikan kebersihan area pemandian agar tidak banyak sampah yang berserakan disekitar area pemandian, peneliti juga menyarankan pengelola untuk meningkatkan juga kualitas pelayanan terhadap pengunjung untuk mencapai kepuasan pengunjung . Diharapkan pihak pengelola daya tarik wisata Pemandian Lubuk Lukum dapat mempertahankan dan meningkatkan fasilitas yang sudah dimiliki saat ini. Dengan Fasilitas yang baik maka pengunjung akan merasa puas dan berkunjung kembali ke daya tarik wisata Pemandian Lubuk Lukum.

2. Departemen Pariwisata dan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan

Penelitian ini bisa menjadi bahan untuk menambah wawasan materi pembelajaran kepada mahasiswa/i dalam menambah ilmu pengetahuan serta menjadi informasi tambahan yang memadai khususnya untuk pihak terkait dan juga bisa dijadikan sebagai tambahan dalam bahan pembelajaran di masa mendatang.

3. Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam penelitian-penelitian selanjutnya. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan

untuk dapat menambah variable pada penelitian atau mencoba penelitian dengan variable yang berbeda guna mengetahui pengaruh lain yang dapat diperoleh dari hasil penelitian berikutnya .

DAFTARPUSTAKA

- Alana, P. R., & Putro, T. A. (2020). Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (Penataran)*, 5(2), 180-194.
- Ariyanti, K., & Iriani, S. S. (2014). Pengaruh Persepsi Nilai Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Beli Kosmetik Organik. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4), 1186- 1196.
- Boksberger, P. E., & Melsen, L. (2011). Perceived Value: A Critical Examination Of Definitions, Concepts And Measures ForThe Service Industry. *Journal of services marketing*, 25(3), 229-240.
- Basu Swastha. (2012). *Manajemen Penjualan*, Yogyakarta. BPFE-Yogyakarta
- Ernawati dan Untung Sriwidodo. 2012. "Faktor yang Berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen dan Behavioral Intention dengan Perceived Value Sebagai Variabel Moderasi". *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol. 12 No.1, pp 47-57
- Fitzsimmons, James A. (2014). *Service management: operations, strategy, information technology* / James. New York : McGraw Hill. Pp. 144-145.
- Gusneli (2016), Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Objek Wisata Air Terjun Bayang Sani di Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal unp* vol 11 No 1
- Hasan, A. 2015. *Tourism Marketing*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Innocentius Bernarto (2017) Pengaruh Perceived Value, Customer Satisfaction dan Trust terhadap Customer Loyalty Restoran XYZ di Tangerang, *Journal for. Business and Entrepreneur* ISSN 2501- 6682 Vol. 1 No. 1 July – December 2017
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Keller. (2011). *Marketing Management* edisi 13. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2.* Jakarta: PT. Indeks.
- Londono, B., Prado, Y., & Salazar, V. (2017). Service quality, perceived value, satisfaction and intention to pay: The case of theatrical services. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 30(2), 269-286.
- Lovelock, Christopher dan Jochen Wirtz. 2011. *Service Marketing*. New Jersey USA: Pearson.
- Quintal, V. and Polczynski, A. 2010. Factors influencing tourists revisit intentions. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. 22 (4): pp. 554-578.
- Rajkumar, N., Vishwakarma, P., & Gangwani, K. K. (2020). Investigating consumers' path to showrooming: a perceived value-based perspective. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 49(2), 299-316.
- Rudika Hamingtyas, 2012, Analisis Faktor Pelayanan, Fasilitas, Promosi Lokasi Terhadap Kepuasan Penghuni Perumahan Permata Puri Ngalan, *Jurnal STIE Semarang*, Vol 4, No 3, Edisi (ISSN : 2252-7826).
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa—Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tu, Y., Li, M., Chih, H. (2013). An Empirical Study of Corporate Brand Image, Customer Perceived Value and Satisfaction on Loyalty in Shoe Industry. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, Vol.5, No.7, pp.469-483.
- Wahid, Abdul. 2015. *Strategi Pengembangan Wisata Nusa Tenggara Barat Menuju Destinasi Utama Wisata Islami*. Yogyakarta: UMY.

- Wulandani, N. luh K. L. (2022). Pengaruh Citra Destinasi dan Persepsi Nilai Wisatawan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan Milenial Mancanegara di Bali. *Jurnal Unej*, 6, 1.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasurman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), pp 31-46.
- Zeithaml, V.A., M.J.Bitner, D.D. Gremler.2013. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* 6thed. Mc.Graw-Hill. Boston.