PENGARUH HARGA, FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA PANTAI KEDU WARNA KALIANDA LAMPUNG SELATAN

By Tamam (cek by : Lukman)

WORD COUNT 2996 TIME SUBMITTED 06-JAN-2024 11:31AM
PAPER ID 105958357

Kalianda Halok Gagas, Volume 7, No 1, Januari 2024
ISSN 2776-1355 (Online)
https://ojs.stiemukalianda.ac.id

Received : December, 28, 2023
Revised : December, 29, 2023
Available online : January, 01,01

PENGARUH HARGA, FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA PANTAI KEDU WARNA KALIANDA LAMPUNG SELATAN

Tamam[1], Herwanto[2], Nasyi'atun Inayati Utami[3]
[1,2]STIE Muhammadiyah Kalianda, [3]Universitas Muhammadiyah Pringsewu

Email : tamamdjamil@gmail.com

ABSTRACT:
This study investigates the influence of price, facilities, and service quality on visitor satisfaction at Kedu Warna Beach in Kalianda, South Lampung. Utilizing a quantitative method and involving 98 respondents selected through purposive sampling, the research aims to identify the partial and simultaneous effects of these variables. The findings reveal that price, facilities, and service quality significantly impact visitor satisfaction. Specifically, the study notes that each of these factors—price, facilities, and service quality—has a positive effect on the level of visitor satisfaction. The analytical techniques employed include multiple linear regression, multiple correlation coefficients, adjusted R2 determination coefficients, and hypothesis testing using t and f tests. The results contribute to a better understanding of the factors that can enhance visitor satisfaction at Kedu Warna Beach in Kalianda, South Lampung.

Keywords: Price, Facilities, Service Quality, Visitor Satisfaction

ABSTRAK:
Penelitian ini menginvestigasi pengaruh harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Kedu Warna Kalianda, Lampung Selatan. Dengan menggunakan metode kuantitatif dan melibatkan 98 responden yang dipilih dengan teknik purposive sampling, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh variabel-variabel tersebut secara parsial dan simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Secara spesifik, temuan mencatat bahwa harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan masing-masing memiliki dampak positif terhadap tingkat kepuasan pengunjung. Teknik analisis yang digunakan melibatkan regresi linier berganda, koefisien korelasi berganda, koefisien determinasi adjusted R2, dan uji hipotesis t dan f. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi pemahaman yang lebih baik terkait faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pengunjung di objek wisata Pantai Kedu Warna Kalianda, Lampung Selatan.

Kata kunci : Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan , Kepuasan Pengunjung

PENDAHULUAN

Pariwisata menjadi sektor vital dalam perkembangan ekonomi suatu daerah, tidak hanya sebagai penyumbang pendapatan tetapi juga sebagai pengembang citra dan daya tarik destinasi. Di Indonesia, khususnya di Lampung Selatan, Pantai Kedu Warna telah menjadi destinasi pariwisata yang menonjol dengan pesona alamnya yang memesona. Meskipun

potensinya besar, tantangan dalam pengelolaan harga tiket masuk, fasilitas, dan kualitas pelayanan mungkin mempengaruhi pengalaman dan kepuasan pengunjung.

Pantai Kedu Warna menawarkan keindahan alam yang menakjubkan, pasir putih, dan keanekaragaman aktivitas rekreasi. Pengelolaan destinasi ini memiliki peran krusial dalam mempertahankan dan meningkatkan daya tariknya. Salah satu aspek penting yang mempengaruhi kunjungan pengunjung adalah pengelolaan harga tiket masuk. Penentuan harga yang sesuai dengan nilai pengalaman yang ditawarkan dapat memengaruhi persepsi pengunjung terhadap Pantai Kedu Warna.

Fasilitas yang disediakan di destinasi pariwisata juga menjadi faktor penentu kepuasan pengunjung. Keberadaan fasilitas yang nyaman, seperti area parkir, toilet bersih, dan tempat istirahat, dapat menciptakan pengalaman yang positif. Selain itu, kualitas pelayanan yang ramah, efisien, dan responsif terhadap kebutuhan pengunjung turut berkontribusi dalam menciptakan kepuasan.

Tantangan muncul dalam mengelola ketiga aspek tersebut secara seimbang dan efektif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Kedu Warna. Dengan pemahaman mendalam terkait faktor-faktor tersebut, diharapkan dapat memberikan masukan berharga bagi pengelola destinasi, pemerintah daerah, dan pihak terkait untuk meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan Pantai Kedu Warna sebagai destinasi unggulan Lampung Selatan.

Pentingnya penelitian ini tidak hanya sebatas pada pengelola destinasi, tetapi juga bagi akademisi, peneliti, dan pemerintah yang tertarik dalam pengembangan sektor pariwisata sebagai penyokong ekonomi dan pengembang potensi daerah. Dengan memahami dampak harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung, diharapkan langkah-langkah strategis dapat diambil untuk meningkatkan pengalaman wisatawan dan menjaga keberlanjutan pariwisata di Lampung Selatan.

KAJIAN PUSTAKA

Harga

Harga suatu barang atau jasa merupakan penentu bagi permintaan pasar. Harga dapat mempengaruhi posisi persaingan antar perusahaan dan juga bisa mempengaruhi market share-nya. Harga suatu barang atau jasa juga dapat mempengaruhi program pemasaran perusahaan karena itu harga merupakan

Received : December, 28, 2023
Revised : December, 29, 2023
Available online : January, 01,01

satu-satunya bauran pemasaran yang dapat menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.

Menurut Umar (2012) Harga ialah suatu unsur komponen mix atau campuran yang menghasilkan penerimaan dari penjualan barang atau jasa. Harga ini seringkali disebut sebagai unsur yang penting dan wajib dalam sebuah pemasaran dibandingkan dengan unsur pemasaran lainnya. Adanya harga akan membuat konsumen mudah untuk memilih dan memilah barang serta jasa yang berkualitas sesuai dengan harga yang ditentukan. Selain itu, biasanya terdapat negoisasi, dimana konsumen dapat menawar sejumlah barang dengan harga yang sesuai standar pasar. Menurut Hartini (2017) Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

Menurut Stanton (1998), ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu, keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat.

1. Keterjangkauan harga, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen.
2. Daya saing harga, yaitu penawaran harga yang diberikan oleh produsen/penjual berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh produsen lain, pada satu jenis produk yang sama.
3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dibeli.

Fasilitas

Fasilitas merupakan suatu jasa pelayanan yang disediakan oleh suatu obyek wisata untuk menunjang atau mendukung aktivitas-aktivitas wisatawan yang berkunjung di suatu objek wisata. Apabila suatu objek wisata memiliki fasilitas yang memadai serta memenuhi standar pealyanan dan dapat memuaskan pengunjung maka dapat menarik wisatwan lebih banyak lagi melalui kesan-kesan baik dari pengunjung sebelumnya. Fasilitas merupakan sesuatu yang sangat penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung.

Menurut Tjiptono (1997) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum jasa ditawarkan kepada konsumen. Pada dasarnya fasilitas dalam perusahaan jasa merupakan faktor yang menentukan pilihan pilihan orang untuk berkunjung ke tempat wisata. Banyak perusahaan jasa mempersepsikan bahwa interaksi pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh terhadap jasa tersebut di mata pelanggan.

Lempoy et al., (2015) menjelaskan bahwa fasilitas adalah penyediaan perlengkapan fisik yang memberikan kemudahan kepada konsumen untuk melakukan aktivitasnya sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa fasilitas adalah perlengkapan fisik yang disediakan oleh penyedia jasa untuk dapat digunakan oleh konsumen dalam melakukan aktivitasnya.

Sumayang (2003) menjelaskan beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam penyediaan fasilitas pada penelitian ini indikator fasilitas yang digunakan adalah:

1. Kelengkapan, kebersihan, dan kerapihan fasilitas yang ditawarkan adalah keadaan fasilitas perusahaan yang dilengkapi oleh atribut yang

Received : December, 28, 2023
Revised : December, 29, 2023
Available online : January, 01,01

menyertainya dan didukung dengan kebersihan dan kerapian saat konsumen menggunakan fasilitas tersebut.

2. Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan adalah fasilitas yang berfungsi dengan baik dan tidak mengalami kerusakan.
3. Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan adalah fasilitas yang ditawarkan kepada konsumen adalah fasilitas yang sudahfamilier bagi konsumen sehingga konsumen dapat menggunakannya dengan mudah.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut Fandy Tjiptono (2015) adalah sebagai kondisi yang sebenarnya bersifat dinamis yang memiliki keterhubungan antara jasa, SDM dan produk. Kehadiran kualitas pelayanan diharapkan mampu memenuhi permintaan konsumen dengan baik. Syukur bila mampu memenuhi dan bisa melebihi permintaan konsumen.

Kemudian menurut Kotler (2016), kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan.

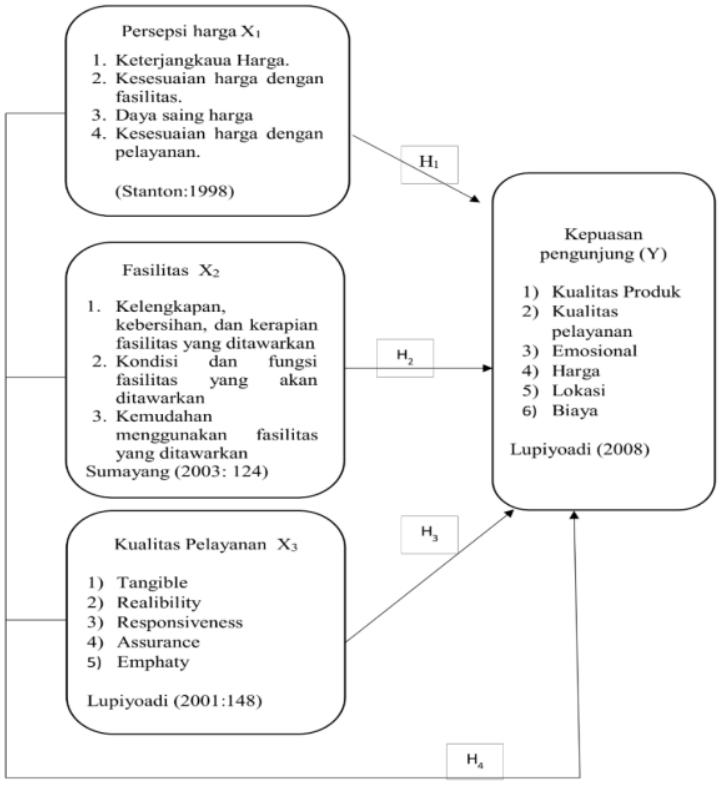
Menurut Hakim (2021) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah sesuatu yang kompleks, dan tamu akan menilai kualitas pelayanan melalui lima prinsip dimensi pelayanan sebagai ukuranya, yaitu : Tangible, Realibility, Responsiveness, Assurance, Emphaty.

Kepuasan Pengunjung

Menurut Qomariah (2021) Kepuasan Pengunjung adalah tingkat kepuasan atau kepuasan subjektif yang dirasakan oleh pengunjung terhadap suatu destinasi wisata, tempat, atau layanan setelah mengalami dan membandingkan harapan mereka dengan pengalaman yang sebenarnya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008), kepuasan pelanggan atau pengunjung adalah tingkat perasaan positif atau negatif yang timbul dari perbandingan antara kinerja yang diharapkan oleh produk atau layanan dengan persepsi kinerja aktualnya.

Berdasarkan penjelasan dari Lupiyoadi (2013), menyampaikan bahwa indikator kepuasan pelanggan, antara lain: Kualitas Produk, Kualitas pelayanan, Emosional, Harga, Lokasi, Biaya.



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Populasi

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua pengunjung di Pantai Kedu Warna Kalianda Kabupaten Lampung Selatan, pengunjung baik laki-laki dan perempuan Sebanyak 4.800 Orang.

Sampel

Dalam penelitian ini penulis mengambil sampel dari jumlah populasi. Maka jumlah sampel yang ditetapkan menggunakan rumus Slovin sebanyak 98 Orang.

Metode Analisis Data

Analisis Kuantitatif Menggunakan model regresi linier berganda dengan alat analisis SPSS 22.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah dan valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid apabila rhitung > rtabel. Pembagian kuesioner pada seluruh sampel pada penelitian ini yaitu sejumlah 98 responden sehingga menghasilkan nilai rtabel sebesar 0,1654. Dari hasil tersebut, diperoleh rhitung seluruh pernyataan > r tabel artinya seluruh pernyataan dapat digunakan dalam penelitian ini. Hasil Uji Reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Kriteria Cronbach alpha	Keterangan
X1	0,676	0,600	Reliabel
X2	0,621	0,600	Reliabel
X3	0,624	0,600	Reliabel
Y	0,624	0,600	Reliabel

Sumber : Olahan Data

Berdasarkan data pada Tabel 1, dapat dijelaskan bahwa semua variabel penelitian dinyatakan reliable dimana Cronbach Alpha hitung > Cronbach Alpha yang disyaratkan sebesar 0.6. Artinya terdapat konsistensi jawaban dari responden atas pernyataan variabel Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pengunjung.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan dengan Harga (X1), Fasilitas (X2), Kualitas Pelayanan (X3) sebagai variabel bebas serta Kepuasan Pengunjung (Y) sebagai variabel terikat

Tabel 2 Hasil Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,735	1,912		5,091	,000
	HARGA	,362	,129	,323	2,818	,006
	FASILITAS	,367	,153	,275	2,398	,018
	KUALITAS_PELAYANAN	,262	,078	,265	3,369	,001

Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 2 dapat diperoleh persamaan regresi adalah sebagai berikut :

$Y = 9{,}735 + 0{,}362\ X_1 + 0{,}367\ X_2 + 0{,}262\ X_3$

artinya :

1. Konstanta sebesar 9,375 menyatakan bahwa jika harga, fasilitas, kualitas pelayanan di abaikan atau sama dengan 0 maka *Kepuasan Pengunjung* adalah sebesar 9,375
2. Koefisiensi regresi variabel *Harga (X_1)* adalah sebesar 0,362, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan nilai dari variabel *Harga* mengalami kenaikan sebesar 0,362 satuan. Begitu pula sebaliknya, jika variabel independen lain nilainya tetap dan nilai dari *Harga* mengalami penurunan 1 satuan, maka nilai dari variabel K*epuasan Pengunjung* akan mengalami penurunan sebesar 0,362.
3. Koefisiensi regresi variabel *Fasilitas (X_2)* adalah sebesar 0,367, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan nilai dari variabel *Fasilitas* mengalami kenaikan sebesar 0,367 satuan. Begitu pula sebaliknya, jika variabel independen lain nilainya tetap dan nilai dari *Fasilitas* mengalami penurunan 1 satuan, maka nilai dari variabel K*epuasan Pengunjung* akan mengalami penurunan sebesar 0,367
4. Koefisiensi regresi variabel *Kualitas Pelayanan (X_3)* adalah sebesar 0,262, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan nilai dari variabel *Kualitas Pelayanan* mengalami kenaikan sebesar 0,262 satuan. Begitu pula sebaliknya, jika variabel

Received : December, 28, 2023
Revised : December, 29, 2023
Available online : January, 01,01

independen lain nilainya tetap dan nilai dari *Kualitas Pelayanan* mengalami penurunan 1 satuan, maka nilai dari variabel K*epuasan Pengunjung* akan mengalami penurunan sebesar 0,262.

Uji Hipotesis

Hasil Uji t

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi dari dari pengaruh variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Signifikansi pengaruh tersebut dapat diestimasi dengan membandingkan nilai ttabel dengan nilai thitung. Apabila nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel maka variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen, sebaliknya jika nilai thitung lebih kecil dari pada ttabel maka variabel independen secara parsial tidak mempengaruhi variabel dependen. Dalam hal ini ttabel diperoleh dari distribusi nilai ttabel dengan perhitungan sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,735	1,912		5,091	,000
	HARGA	,362	,129	,323	2,818	,006
	FASILITAS	,367	,153	,275	2,398	,018
	KUALITAS_PELAYANAN	,262	,078	,265	3,369	,001

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PENGUNJUNG

Sumber data olahan spss

1. Berdasarkan output pada tabel diatas diketahui nilai sig. untuk pengaruh harga (X_1) terhadap kepuasan pengunjung (Y) sebesar 0,006 < 0,05 dan nilai t_{hitung} 2,818 > t_{tabel} 1,661 dan arah koefisien regresi bernilai positif sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan harga (X_1) berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung (Y) adalah benar.
2. Berdasarkan output pada tabel diatas diketahui nilai sig. untuk pengaruh

Fasilitas (X_2) terhadap kepuasan pengunjung (Y) sebesar 0,018 < 0,05 dan nilai t_{hitung} 2,398 > t_{tabel} 1,661 dan arah koefisien regresi bernilai positif sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan harga (X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung (Y) adalah benar.

3. Berdasarkan output pada tabel diatas diketahui nilai sig. untuk pengaruh Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap kepuasan pengunjung (Y) sebesar 0,001 < 0,05 dan nilai t_{hitung} 3,369 > t_{tabel} 1,661 dan arah koefisien regresi bernilai positif sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan harga (X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung (Y) adalah benar.

Hasil Uji F

Uji F ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh simultan atau serentak dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini F_{tabel} diperoleh dari distribusi nilai F_{tabel} dengan perhitungan sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	142,347	3	47,449	28,936	,000[b]
	Residual	154,143	94	1,640		
	Total	296,490	97			

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PENGUNJUNG
b. Predictors: (Constant), KUALITAS_PELAYANAN, HARGA, FASILITAS

Sumber data olahan SPSS

8

Berdasarkan output diatas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1, X2 dan X3 secara simultan terhadap Y adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai Fhitung 28,936 > Ftabel 2,70 sehingga dapat disimpulkan bahwa H4 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara X1, X2 dan X3 secara simultan terhadap Y

Kalianda Halok Gagas, Volume 7, No 1, Januari 2024
ISSN 2776-1355 (Online)
Received : December, 28, 2023 *https://ojs.stiemukalianda.ac.id*
Revised : December, 29, 2023
Available online : January, 01,01

Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R2) ketentuan para ahli untuk regresi yang variabel bebasnya lebih dari dua variabel menggunakan adjusted R square yaitu nilai R2 yang telah disesuaikan, sebagaimana pada tabel berikut :

Tabel 5 Hasil uji Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,693[a]	,480	,464	1,281	,480	28,936	3	94	,000

Dari tebel diatas diketahui bahwa nilai koefisien determinasi adjusted R square sebesar 0,464 hal ini berarti 46,4% kepuasan pengunjung dapat dipengaruhi oleh variabel harga, fasilitas dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya 53,6% dipengaruhi oleh variabel lainya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat dikemukakan dalam Penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Harga Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Objek Wisata Pantai Kedu Warna Kalianda Kabupaten Lampung Selatan
2. Fasilitas Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Objek Wisata Pantai Kedu Warna Kalianda Kabupaten Lampung Selatan
3. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Objek Wisata Pantai Kedu Warna Kalianda Kabupaten Lampung Selatan
4. Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif dan

signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Objek Wisata Pantai Kedu Warna Kalianda Kabupaten Lampung Selatan

DAFTAR PUSTAKA

Hakim, L. N. (2021). Effect of Product Quality and Service Quality on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervenning Variables (Case Study on the Tirta Jasa Lampung Selatan Regional Company (PDAM)). *Economit Journal: Scientific Journal of Accountancy, Management and Finance*, *1*(1), 48–56. https://doi.org/10.33258/economit.v1i1.374

Hartini, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap Di Hotel Sakura Palangka Raya. *AL-ULUM: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, *3*(1).

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Vol. 1, Issue 2). Jilid.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Mangement 15 th edition. In *Pearson Education, Inc*.

Lempoy, N. C., Mandey, S. L., & Loindong, S. S. R. (2015). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *3*(1).

Lupiyoadi, R. (2013). Manajemen Pemasaran jasa, Jakarta: Salemba Empat. *Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta: Salemba Empat*.

Qomariah, N. (2021). *Pentingnya Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung: Studi Pengaruh Customer Value, Brand Image, Dan Atribut Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Pariwisata Pantai*. Pustaka Abadi.

Tjiptono, F. (1997). *Prinsip-prinsip total quality service*.

Tjiptono, F., Arli, D., & Rosari, T. S. D. R. (2015). Assessing brand origin recognition accuracy and its antecedents in a developing country. *Journal of Promotion Management*, *21*(6), 631–648.

Umar, Z. A. (2012). Strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan ikan tuna olahan pada PT. Betel Citra Seyan Gorontalo. *Jurnal Inovasi*, *9*(01).

PENGARUH HARGA, FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA PANTAI KEDU WARNA KALIANDA LAMPUNG SELATAN

ORIGINALITY REPORT

19%
SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	jurnal.polibatam.ac.id Internet	82 words — 3%
2	www.neodriven.com Internet	72 words — 3%
3	dspace.uii.ac.id Internet	70 words — 3%
4	123dok.com Internet	54 words — 2%
5	jim.unisma.ac.id Internet	53 words — 2%
6	seminar.umpo.ac.id Internet	51 words — 2%
7	journal.laaroiba.ac.id Internet	46 words — 2%
8	jurnal.pancabudi.ac.id Internet	45 words — 2%
9	library.polmed.ac.id Internet	40 words — 1%

EXCLUDE QUOTES	ON	EXCLUDE SOURCES	< 40 WORDS
EXCLUDE BIBLIOGRAPHY	ON	EXCLUDE MATCHES	< 40 WORDS