



**PENGARUH HARGA, FASILITAS, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI KOLAM RENANG
VARIA HILLS KABUPATEN BANDUNG BARAT**

***THE EFFECT OF PRICE, FACILITIES, AND SERVICE QUALITY ON
VISITOR SATISFACTION AT VARIA HILLS SWIMMING POOL, WEST
BANDUNG REGENCY***

Fitri Rahmawati¹, Bangkit Nuratri²

¹Universitas Wanita Internasional Bandung, Email: rahmawatifitri367@gmail.com

²Universitas Wanita Internasional Bandung, Email: bangkitnuratri@iwu.ac.id

*email koresponden: rahmawatifitri367@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.62567/ijosse.v1i3.1318>

Abstract

Visitor satisfaction is influenced by many factors, especially price, facilities and quality of service at the Varia Hills Swimming Pool tourist destination, Citalem Village, Cipongkor District, West Bandung Regency, which has significant tourism economic potential due to its strategic location but has not been fully managed well. The management faces various challenges, particularly lack of price transparency, inadequate facilities, and appropriate service quality. The purpose of this research is to examine the extent to which price, facilities, and service quality affect visitor satisfaction at the Varia Hills Swimming Pool tourism destination in West Bandung Regency. This research uses a descriptive and verificative quantitative method with a survey approach. Thus, the data obtained includes both primary and secondary data. The population of this study consists of 34,020 visitors, and by using sampling techniques and Slovin's formula, a sample of 113 respondents was obtained. Data testing conducted includes validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis tests, and hypothesis tests using SPSS version 2.5. The results of the research conducted can be concluded that price, facilities, and service quality have a positive and significant effect on visitor satisfaction at the Varia Hills Swimming Pool tourist destination in West Bandung Regency.

Keywords: Price, Facilities, Service Quality, and Visitor Satisfaction.

Abstrak

Kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh banyak faktor, terutama harga, fasilitas dan kualitas pelayanan pada destinasi wisata Kolam Renang Varia Hills Desa Citalem Kecamatan Cipongkor Kabupaten Bandung Barat, yang memiliki potensi ekonomi pariwisata yang cukup besar dengan lokasi yang strategis tetapi belum sepenuhnya dikelola dengan baik. Pengelola menghadapi berbagai tantangan terutama harga kurang transparan, fasilitas yang kurang memadai dan kualitas pelayanan yang tepat. Tujuan penelitian ini untuk mengkaji sejauh mana pengaruh harga, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada destinasi wisata Kolam Renang Varia Hills Kabupaten Bandung Barat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif secara deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan survei. Sehingga data yang didapatkan adalah data primer dan data sekunder. Populasi penelitian ini adalah sebanyak 34.020 pengunjung, dengan menggunakan teknik sampel, menggunakan rumus slovin sehingga diperoleh sampel sebanyak 113 responden. Pengujian



data yang dilakukan adalah uji validasi, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis linear regresi berganda dan uji hipotesis dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 2.5. Hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa harga, fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada destinasi wisata Kolam Renang Varia Hills Kabupaten Bandung Barat.

Kata Kunci: Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pengunjung.

1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam pembangunan ekonomi daerah, karena mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat dan penciptaan lapangan kerja. Salah satu bentuk pariwisata yang digemari masyarakat adalah wisata buatan seperti kolam renang, yang tidak hanya menjadi sarana rekreasi, tetapi juga tempat olahraga dan relaksasi. Di tengah meningkatnya minat masyarakat terhadap wisata air, persaingan antar destinasi wisata juga semakin ketat, sehingga pengelola dituntut untuk meningkatkan daya saing destinasi melalui strategi pelayanan yang efektif.

Kolam Renang Varia Hills yang berlokasi di Desa Citallem, Kecamatan Cipongkor, Kabupaten Bandung Barat merupakan salah satu destinasi wisata lokal yang memiliki potensi untuk dikembangkan. Keunggulan geografis berupa lingkungan pegunungan yang sejuk dan alami menjadi daya tarik utama bagi pengunjung. Namun demikian, berbagai kendala masih ditemukan dalam pengelolaannya, seperti ketidaksesuaian antara harga dengan fasilitas yang tersedia, serta kualitas pelayanan yang belum maksimal. Hal ini dapat berdampak negatif terhadap kepuasan pengunjung, yang pada akhirnya akan memengaruhi kelangsungan usaha wisata Kolam Renang Varia Hills.

Menurut Kotler dan Keller (2021, hlm. 352), harga merupakan salah satu indikator utama dalam membentuk persepsi konsumen terhadap nilai produk atau jasa. Harga yang dirasakan sesuai akan menciptakan kepuasan, sedangkan harga yang dianggap tidak sebanding dengan manfaat akan menurunkan loyalitas pelanggan. Di sisi lain, fasilitas yang memadai dan dirancang dengan baik juga berkontribusi terhadap kenyamanan dan kepuasan wisatawan. Wibowo dan Marlina (2022, hlm. 26) menyatakan bahwa ketersediaan fasilitas seperti area parkir, ruang ganti, kantin, dan kebersihan lingkungan menjadi faktor utama dalam menilai kualitas destinasi wisata.

Kualitas pelayanan juga tidak kalah penting. Pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif dapat meningkatkan pengalaman positif bagi pengunjung (Yuliani, Pratama, & Sari, 2023, hlm. 57). Sebaliknya, pelayanan yang buruk dapat mengurangi tingkat kepuasan meskipun fasilitas dan harga dinilai baik. Sejalan dengan itu, Prasetyo dan Lestari (2023, hlm. 93) menegaskan bahwa kepuasan pengunjung merupakan hasil dari evaluasi menyeluruh atas seluruh aspek layanan yang diterima selama kunjungan berlangsung.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris pengaruh harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Kolam Renang Varia Hills. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan strategis bagi pengelola wisata dalam meningkatkan kualitas layanan dan pengelolaan fasilitas, sehingga mampu mendorong kepuasan dan loyalitas pengunjung secara berkelanjutan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2020, hlm. 16), Penelitian kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis dengan memperoleh data melalui pengukuran atau observasi terhadap variabel-



variabel yang telah ditetapkan sebelumnya. Lokasi penelitian ini adalah di destinasi wisata Kolam Renang Varia Hills yang berlokasi di Desa Citalem, Kecamatan Cipongkor, Kabupaten Bandung Barat dan waktu penelitiannya 16 April 2025 – 17 Mei 2025. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung destinasi wisata Kolam Renang Varia Hills. Sampel diambil sebanyak 113 pengunjung dengan menggunakan Teknik Sampling. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada pengunjung destinasi wisata Kolam Renang Varia Hills serta observasi langsung ke lokasi penelitian. Variabel dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan Skala Likert dengan 5 alternatif jawaban. Data kemudian akan dianalisis dengan menggunakan: 1) analisis kualitas instrument penelitian dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, 2) uji asumsi klasik dengan uji normalitas 3) analisis linear regresi berganda dan 4) uji hipotesis yang berupa uji t (uji secara parsial), uji F (uji secara simultan). Pengujian secara statistik tersebut akan dilakukan dengan menggunakan bantuan software SPSS 2.5.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Analisis Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 113 responden sebagai sampel. Semua responden merupakan pengunjung destinasi wisata Kolam Renang Varia Hills dan berasal dari berbagai latar belakang, termasuk jenis kelamin, usia, serta pekerjaan. Rincian lebih lanjut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Demografi Responden

Aspek Demografi Responden		Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Perempuan	92	81%
	Laki-laki	21	19%
Usia	13- 18 Tahun	38	34%
	19- 24 Tahun	48	42%
	25- 34 Tahun	23	20%
	>35 Tahun	4	4%
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	56	49%
	Karyawan Swasta	17	15%
	Wirausaha	9	8%
	Lainnya.....	32	28%

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

b. Deskripsi Statistik Variabel Penelitian

Tabel 2 memberikan gambaran tentang seberapa baik harga, fasilitas, dan kepuasan pengunjung menurut responden secara umum. Dalam penelitian ini, nilai rata-rata persentase jawaban responden untuk masing-masing variabel dikelompokkan ke dalam lima kategori berdasarkan kriteria interpretasi berikut: (1) Skor rata-rata persentase di rentang 0%-20% tergolong Sangat Lemah, (2) skor rata-rata di rentang 21%-40% dinyatakan sebagai Lemah, (3) skor rata-rata di rentang 41%-60% dianggap Cukup, (4) skor rata-rata di rentang 61%-80% dikategorikan sebagai Kuat, dan (5) skor rata-rata di rentang 81%-100% masuk dalam kategori Sangat Kuat.

Tabel 2. Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Skor/Angka	Interpretasi
Harga	84	Sangat Kuat



Fasilitas	84	Sangat Kuat
Kualitas Pelayanan	80	Kuat
Kepuasan Pengunjung	82	Sangat Kuat

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 2 rata-rata persentase skor untuk setiap variabel berkategori sangat kuat. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel memberikan gambaran yang positif di mata pelanggan secara umum.

c. Uji Kualitas Instrumen (Uji Validitas dan Reliabilitas)

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan software SPSS versi 2.5 dengan penerapan teknik korelasi Pearson. item pertanyaan dikatakan valid jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Indikator	Item	r Hitung	r tabel (5%)	Ket
Harga	X1.1	0,615	0,184	Valid
	X1.2	0,849	0,184	Valid
	X1.3	0,802	0,184	Valid
	X1.4	0,726	0,184	Valid
	X1.5	0,838	0,184	Valid
Fasilitas	X2.1	0,782	0,184	Valid
	X2.2	0,815	0,184	Valid
	X2.3	0,860	0,184	Valid
	X2.4	0,883	0,184	Valid
	X2.5	0,779	0,184	Valid
	X2.6	0,864	0,184	Valid
	X2.7	0,816	0,184	Valid
	X2.8	0,869	0,184	Valid
Kualitas Pelayanan	X3.1	0,799	0,184	Valid
	X3.2	0,874	0,184	Valid
	X3.3	0,809	0,184	Valid
	X3.4	0,775	0,184	Valid
	X3.5	0,769	0,184	Valid
	X3.6	0,791	0,184	Valid
Kepuasan Pengunjung	Y1.1	0,879	0,184	Valid
	Y1.2	0,746	0,184	Valid
	Y1.3	0,829	0,184	Valid
	Y1.4	0,852	0,184	Valid

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Tabel 3 diatas menunjukkan bahwa semua item pernyataan pada variabel harga, fasilitas, kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung dinyatakan valid karena nilai r hitung $> r_{tabel}$ (0,184).



Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien *Cronbach Alpha*, dimana jika nilai *Cronbach Alpha* melebihi 0,5. Maka kuesioner dapat dikatakan reliabel. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	<i>Cronbach's Alpha</i>	Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Harga (X1)	0,928	0,5	Reliabel
Fasilitas (X2)	0,895	0,5	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X3)	0,904	0,5	Reliabel
Kepuasan Pengunjung (Y)	0,874	0,5	Reliabel

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai Cronbach alpha variabel Harga sebesar 0,928, variabel Fasilitas sebesar 0,895, variabel kualitas pelayanan sebesar 0,904 dan variabel Kepuasan Pengunjung sebesar 0,874 sehingga semua dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach Alpha > 0,5.

a. Pengujian Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual mempunyai distribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas dengan menggunakan uji One Sample Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		113
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,64847381
Most Extreme Differences	Absolute	0,075
	Positive	0,075
	Negative	-0,041
Test Statistic		0,075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.145 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Berdasarkan hasil uji SPSS diketahui bahwa data semua variabel menunjukkan nilai signifikan $0,145 > \alpha (0,05)$ maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.



b. Pengujian Multikolinearitas

Dalam penelitian ini, uji multikolinearitas dilakukan menggunakan software SPSS, serta berdasarkan uji tersebut, diperoleh data sebagai berikut ini:

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	Nilai Tolerance
Harga	2,010	0,497
Fasilitas	3,388	0,295
Kualitas Pelayanan	2,735	0,366

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, diketahui bahwa nilai Tolerance untuk variabel Harga sebesar 0,497 dengan VIF sebesar 2,010, variabel Fasilitas memiliki Tolerance sebesar 0,295 dengan VIF sebesar 3,388, dan variabel Kualitas Layanan memiliki Tolerance sebesar 0,366 dengan VIF sebesar 2,735. Seluruh nilai Tolerance berada di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam model regresi ini.

c. Analisis Linear Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk menentukan sejauh mana variabel independen mempengaruhi variabel dependent.

Tabel 7. Hasil Uji Analisis Linear Regresi Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients	t	Sig.
		B		
1	(Constant)	-2,042	-1,746	0,084
	Harga	0,513	6,946	0,000
	Fasilitas	0,196	2,503	0,014
	Kualitas Pelayanan	0,478	6,975	0,000
a. Dependent Variable: KepuasanPengunjung				

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh bahwa ketiga variabel independen yaitu harga, fasilitas, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi masing-masing variabel yang lebih kecil dari 0,05, yaitu harga (Sig. = 0,000), fasilitas (Sig. = 0,014), dan kualitas layanan (Sig. = 0,000). Koefisien regresi untuk variabel harga sebesar 0,513 dengan nilai t hitung 6,946, menunjukkan bahwa semakin baik persepsi terhadap harga, maka kepuasan pengunjung akan meningkat. Variabel fasilitas memiliki koefisien sebesar 0,196 dengan t hitung 2,503, yang juga berpengaruh signifikan namun dengan kontribusi lebih kecil. Sementara itu, kualitas layanan memiliki pengaruh paling dominan dengan koefisien regresi 0,478 dan nilai t hitung tertinggi yaitu 6,975. Berdasarkan nilai koefisien beta, kualitas layanan ($\beta = 0,453$) menjadi faktor yang paling berpengaruh dibandingkan harga ($\beta = 0,387$) dan fasilitas ($\beta = 0,181$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peningkatan kualitas



layanan, harga yang terjangkau, serta penyediaan fasilitas yang memadai secara simultan berkontribusi signifikan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung di Kolam Renang Varia Hills.

d. Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini digunakan untuk melihat pengaruh secara parsial dan simultan dari variabel independen yaitu harga, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pengunjung destinasi wisata Kolam Renang Varia Hills di Kabupaten Bandung Barat Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Uji T

Struktural	Sig	A	T-Hitung	T-Tabel
Harga	0,000	0,05	6,946	1,982
Fasilitas	0,014	0,05	2,503	1,982
Kualitas Pelayanan	0,000	0,05	6,975	1,982

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Berdasarkan data tabel diatas, maka diketahui nilai T hitung dari setiap variabel adalah sebagai berikut:

- 1) Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pengunjung
 Nilai signifikansi variabel harga adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai T hitung = $6,946 > T$ tabel = $1,982$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung wisata Kolam Renang Varia Hills.
- 2) Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung
 Nilai signifikansi variabel fasilitas adalah $0,014 < 0,05$ dan nilai T hitung = $2,503 > T$ tabel = $1,982$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung wisata Kolam Renang Varia Hills.
- 3) Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung
 Nilai signifikansi variabel kualitas layanan adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai T hitung = $6,975 > T$ tabel = $1,982$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung destinasi wisata Kolam Renang Varia Hills.

Tabel 9. Hasil Uji F

Struktural	Sig	A	F-Hitung	F-Tabel
X1, X2, X3	000 ^b	0,05	179,409	2,68

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh Fhitung = $179,409 > F$ tabel = $2,68$ dan nilai sig. Sebesar $0,000 < 0,05$ maka, H_0 ditolak H_1 diterima, artinya variabel harga, fasilitas, dan kualitas layanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung wisata Kolam Renang Varia Hills.

e. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh bahwa variabel harga (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai T hitung sebesar $6,946$, yang lebih besar daripada nilai T tabel sebesar $1,982$ pada tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan (df) = 109 . Selain itu, nilai signifikansi (Sig.) sebesar $0,00 < 0,05$ menunjukkan bahwa secara statistik, harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung.



Dalam karya “Principles of Marketing” re-edisi 2020, Kotler kembali menekankan konsep nilai sebagai perpaduan antara kualitas (quality), service (layanan), dan harga (price). Harga menjadi bagian dari total nilai yang dirasakan, jika konsumen merasakan keseimbangan yang baik antara apa yang mereka bayar dan nilai yang diterima, maka kepuasan akan meningkat.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Rahayu & Santosa (2021) yang menyatakan bahwa harga yang adil, sesuai manfaat, dan transparan memiliki kontribusi positif terhadap peningkatan kepuasan pelanggan pada sektor pariwisata. Dalam penelitiannya pada objek wisata air di Jawa Tengah, ditemukan bahwa harga yang kompetitif secara signifikan meningkatkan persepsi positif pengunjung terhadap layanan yang diberikan.

Jadi berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada 113 wisata Kolam Renang Varia Hills dimana semakin tinggi kualitas harga dalam layanan yang diberikan semakin tinggi tingkat kepuasan pengunjung. Hasil penelitian ini memperkuat bahwa persepsi terhadap harga memegang peran penting dalam membentuk kepuasan pengunjung. Harga yang ditetapkan harus mencerminkan nilai yang diterima pengunjung dan disesuaikan dengan kualitas layanan serta fasilitas yang tersedia. Strategi penetapan harga yang tepat dapat meningkatkan loyalitas serta mendorong niat kunjung ulang, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan destinasi wisata.

f. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan hasil analisis regresi parsial (uji t), diketahui bahwa variabel fasilitas memiliki nilai t hitung sebesar 2,503 dengan nilai signifikansi sebesar 0,014. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Artinya, semakin baik fasilitas yang tersedia, maka tingkat kepuasan pengunjung juga akan meningkat.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa fasilitas merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi kepuasan pengunjung. Ketika pengunjung merasa bahwa fasilitas yang tersedia, seperti tempat duduk, toilet, tempat parkir, area istirahat, maupun penunjuk arah, dalam kondisi yang memadai dan nyaman, maka hal tersebut berdampak langsung pada persepsi positif terhadap tempat wisata dan meningkatkan pengalaman mereka secara keseluruhan.

Temuan ini mendukung teori dari Kotler dan Keller (2020) yang menyatakan bahwa fasilitas termasuk dalam elemen fisik yang dapat membentuk persepsi nilai pelanggan (*customer perceived value*). Fasilitas yang baik tidak hanya menunjang aktivitas pengunjung, tetapi juga memberikan rasa aman dan kenyamanan, sehingga mendorong tercapainya kepuasan. Penelitian lain oleh Fajrin (2023) juga menemukan koefisien pengaruh langsung fasilitas sebesar 0,293 terhadap kepuasan pengunjung di Goa Kreo, Semarang.

Jadi berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung pada wisata Kolam Renang Varia Hills dimana semakin nyaman fasilitas yang diberikan, maka kepuasan pengunjung dalam berkunjung akan meningkat.

g. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan hasil analisis regresi parsial (uji t), diperoleh nilai t hitung sebesar 6,975 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat



disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung. Pelayanan yang cepat, ramah, tanggap, dan profesional menjadi faktor penting dalam membentuk pengalaman positif selama kunjungan.

Temuan ini sejalan dengan pendapat Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (SERVQUAL) yang menyatakan bahwa dimensi kualitas pelayanan seperti *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan. Dalam konteks pariwisata, kualitas pelayanan mencerminkan bagaimana staf atau petugas wisata mampu memberikan layanan terbaik yang sesuai dengan ekspektasi pengunjung.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Putra dan Suwitho (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung, dengan kontribusi yang dominan dibandingkan variabel lainnya. Dalam penelitian tersebut, pengunjung yang merasa dilayani dengan baik cenderung memberikan penilaian positif terhadap tempat wisata secara keseluruhan dan memiliki keinginan untuk berkunjung kembali.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada wisata Kolam Renang Varia Hills. Peningkatan pada aspek ini tidak hanya akan meningkatkan kepuasan, tetapi juga berdampak pada loyalitas dan citra positif objek wisata di mata masyarakat.

h. Pengaruh Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil dari uji-F yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa ada pengaruh secara simultan antara harga yang terjangkau, fasilitas yang memadai dan kualitas pelayanan yang profesional dengan kepuasan pengunjung wisatawan di objek wisata Kolam Renang Varia Hills. Hal ini ditandai dengan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Karena $F_{hitung} = 179,409 > F_{tabel} = 2,68$ dan nilai sig F. Sebesar $0,000 < 0,05$. Besarnya nilai R Square (R^2) yaitu sebesar 0,832 atau 83,2% maka terdapat pengaruh antara harga, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengunjung Obyek Wisata Kolam Renang Varia Hills Kabupaten Bandung Barat secara umum merasa puas terhadap pengalaman kunjungan mereka. Mayoritas responden menyatakan sangat setuju terhadap kualitas pelayanan yang profesional, ketersediaan dan kualitas fasilitas, serta menilai bahwa harga yang ditawarkan cukup terjangkau, sehingga mampu memberikan nilai kepuasan bagi mereka.

Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Grace (2022), yang menyatakan bahwa harga tiket dan fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung destinasi wisata. Selain itu, Kotler & Keller (2021:105) juga mengemukakan bahwa harga yang kompetitif dan kualitas layanan yang sesuai harapan merupakan faktor utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan dalam konteks pemasaran jasa.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa harga yang terjangkau, fasilitas yang memadai dan kualitas pelayanan yang profesional, responsive dan ramah secara simultan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di destinasi wisata Kolam Renang Varia Hills. Artinya, semakin terjangkau harga yang ditetapkan, semakin memadai fasilitas yang disediakan, dan semakin bagus kualitas pelayanan maka tingkat kepuasan pengunjung pun akan semakin meningkat.



4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, analisis, tujuan dan hipotesis, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Harga, fasilitas dan kepuasan pengunjung destinasi Kolam Renang Varia Hills di Kabupaten Bandung Barat secara umum dinilai baik, namun masih ada beberapa area yang memerlukan perhatian dan kinerja karyawan yang perlu ditingkatkan agar lebih meningkat di masa mendatang. Aspek utama yang perlu diperhatikan adalah harga yang terjangkau disesuaikan dengan kualitas pelayanan dan fasilitas yang memadai, yang lebih nyaman untuk mendukung kepuasan pengunjung.
- b. Harga yang terjangkau secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada destinasi wisata Kolam Renang Varia Hills di Kabupaten Bandung Barat. Pengunjung menganggap harga yang ditetapkan sebanding dengan kualitas dan pengunjung merasa harga yang dikeluarkan sesuai dengan pengalaman dan kenyamanan yang diperoleh
- c. Fasilitas pendukung di destinasi wisata Kolam Renang Varia Hills, seperti area istirahat dan tempat makan, dinilai memadai sehingga pengunjung merasa nyaman dan kebutuhannya terpenuhi.
- d. Kualitas pelayanan karyawan yang profesional, cepat dan tepat secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada destinasi wisata Kolam Renang Varia Hills di Kabupaten Bandung Barat, pengunjung merasa kualitas pelayanan sesuai dengan yang diharapkan.
- e. Harga dan fasilitas secara parsial dan simultan mempengaruhi kepuasan pengunjung di Kolam Renang Varia Hills. Kombinasi harga yang terjangkau, fasilitas yang memadai dan kualitas pelayanan yang profesional menciptakan pengalaman positif yang meningkatkan loyalitas pengunjung.

5. DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Alma, B. (2021). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Arifin, Z. (2025). *Bauran pemasaran strategis di era digital*. Yogyakarta: Deepublish.
- Arikunto, S. (2020). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik (Edisi Revisi)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atqiya, A. B., Fanani, A. I., & Irawan, I. (2023). Penerapan metode penelitian kuantitatif dalam manajemen pendidikan Islam: Analisis, tantangan, dan prospek. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(19), 39–45.
- Buchari, A. (2024). *Dasar-dasar pemasaran*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal

- Grace, E., Sinaga, O. S., Silalahi, M., Ambarita, M. H., & Simatupang, S. (2023). Harga dan kualitas pelayanan serta pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. *Buletin Poltanesa*, 23(1).
- Hermawan, K. (2020). *Marketing in the era of disruption*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kencanawati, M. S., Anggraini, R., Tesniwati, R., & Putranto, M. R. (2023). Pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. *Insight Management Journal*, 4(1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management (16th ed.)*. Harlow: Pearson Education.



- Lupiyoadi, R. (2023). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Narimawati, N. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Waroeng Spesial Sambal Lippo Karawaci.

Website

- Rahmandika, Y. F., Rahayu, L. P., & Purwanto, H. (2020). Analisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 8(1), 65–74. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v8i1.319>
- Rangkuti, F. (2022). *Marketing plan: Strategi menyusun rencana pemasaran yang efektif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rusmita, F. N., Sulton, M., & Arifien, M. S. (2021). Kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, 38(1), 23.
- Sagala, D. G., Parlindungan, A., Maryam Nst, L., Fitri, N., & Siregar, I. (2024). Pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Chatime. *Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi (JRIME)*, 2(4), 219–243.
- Samsuri, S., Andari, T. T., & Putri, G. I. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Taman Rekreasi Cimelati Kab. Sukabumi. *Jurnal Pustaka Aktiva*, 3(2), 53–59. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakaaktiva.v3i2.625>
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta