

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI MUSEUM RONGGOWARSITO SEMARANG

KURNIA ALAMSYAH EFFENDY

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 211200901815@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

kepuasan adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Tujuan dalam penelitian ini adalah : untuk menganalisis pengaruh dimensi kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan pengunjung di Museum Ronggowarsito Semarang. Dalam penelitian ini populasinya adalah pengunjung yang sedang berwisata di Museum Ronggowarsito Semarang, selanjutnya sampel yang diambil secara Accidental Sampling, sehingga diperoleh sampel penelitian sebesar 100 pengunjung. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Regresi Berganda, Pengujian Hipotesis dan Koefisien Determinasi. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan SPSS for Windows versi 16,0 menunjukkan bahwa : kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Prosentase Nilai koefisien determinasi sebesar 76,8 %. Hal ini berarti sebesar 76,8 % pengaruh dari kepuasan pengunjung dapat dijelaskan dari ketiga variabel independen. Sedangkan sisanya 23,2% dijelaskan oleh variabel lain selain variabel kualitas pelayanan harga, dan promosi yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, harga, promosi kepuasan pengunjung

**EFFECT ANALYSIS OF SERVICE QUALITY, PRICE, AND
PROMOTION ON VISITOR SATISFACTION OF MUSEUM
RONGGOWARSITO SEMARANG**

KURNIA ALAMSYAH EFFENDY

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 211200901815@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

satisfaction is the response of the behavior exhibited by the customer by comparing the performance or perceived results with expectations. If the results are perceived below expectations, then the customer will be disappointed, dissatisfied even less satisfied, but instead if according to harapan, customers will be satisfied and when performance exceeds expectations, the customer will be very puas. Tujuan in this study are: to analyze the influence of the dimensions of quality service, price, and promotion of visitor satisfaction at the Museum Ronggowarsito Semarang. In this study population was the visitors who are traveling at the Museum Ronggowarsito Semarang, further samples were taken accidental sampling, in order to obtain the sample of 100 visitors. Data analysis tool used in this study is Test Validity, Reliability Test, Regression Analysis, Hypothesis Testing and Coefficient of Determination. Based on the results of research using SPSS for Windows version 16.0 demonstrated that: service quality has a positive and significant impact on visitor satisfaction rates have a positive and significant impact on the promotion of visitor satisfaction has a positive and significant effect on visitor satisfaction Percentage Coefficient of determination by 76 , 8%. This means that 76.8% of the effect of visitor satisfaction can be explained by three independent variables. While the remaining 23.2% is explained by other variables in addition to the variable quality of service pricing, and promotions are not examined in this study.

Keyword : quality of service, price, promotion of visitor satisfaction