

**PENGARUH FASILITAS, PROMOSI, DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PENGUNJUNG DENGAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA OBJEK WISATA AIR
TERJUN TEMAM KOTA LUBUKLINGGAU**



Oleh :

Desi Anisari

1516200015

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E)**

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAHPALEMBANG**

2019



UIN
RADEN FATAH
PALEMBANG
Alamat : Jl. Prof. KH. ZainalAbidinFikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**


Formulir E.4


**LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR
PROGRAM STUDI S1 EKONOMI ISLAM**

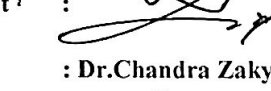
Nama : Desi Anisari
NIM/Program Studi : 1516200015 / S1 Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Fasilitas, Promosi, dan Harga terhadap Kepuasan pengunjung dengan keputusan berkunjung sebagai variabel intervening pada objek wisata air terjun Temam kota Lubuklinggau.


Telah diterima dalam ujian Munaqosyah pada tanggal, 10 Desember 2019

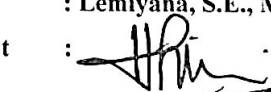
PANITIA UJIAN MUNAQOSYAH


Tanggal Pembimbing Utama : Mismiwati, SE., M. P
t.t : 

Tanggal Pembimbing Kedua : Lidia Desiana, SE., M.Si
t.t : 

Tanggal Penguji Utama : Dr. Chandra Zaky Maulana, M.M
t.t : 

Tanggal Penguji Kedua : Lemiyana, S.E., M.Si
t.t : 

Tanggal Ketua : Bika Lidyah, S.E., M.Si., Ak, CA
t.t : 

Tanggal Sekretaris : Dr. Rinol Sumantri, M.E.I
t.t : 



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

Alamat : Jl. Prof. KH. ZainalAbidinFikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

Formulir D.2

Hal : **Mohon Izin Penjilidan Skripsi**

Kepada Yth.
Ibu Wakil Dekan I
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Fatah Palembang

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan ini kami menyatakan bahwa mahasiswa :

Nama :Desi Anisari

Nim/Jurusan : 1516200015 / S1 Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Fasilitas, Promosi, dan Harga terhadap Kepuasan pengunjung dengan keputusan berkunjung sebagai variabel intervening pada objek wisata air terjun Temam kota Lubuklinggau

Telah selesai melaksanakan perbaikan, terhadap skripsinya sesuai dengan arahan dan petunjuk dari para penguji. Selanjutnya, kami mengizinkan mahasiswa tersebut untuk menjilid skripsi agar dapat mengurus ijazahnya.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Palembang, Desember 2019

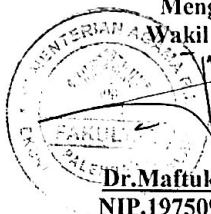
Penguji Utama

Penguji Kedua

Dr. Chandra Zaky Maulana, M.M
NIP. 197912232009121002

Lemivana, S.E., M.Si
NIK.1605061761

**Mengetahui
Wakil Dekan I**



Dr. Maftukhatusolikhah, M.Ag
NIP.197509282006042001

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Desi Anisari

NIM : 1516200015

Program Studi : S1 Ekonomi Islam

Judul Skripsi : Pengaruh fasilitas, promosi, dan harga terhadap kepuasan pengunjung dengan keputusan berkunjung sebagai variabel intervening pada objek wisata air terjun Temam kota Lubuklinggau.

Menyatakan, sebenarnya bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Palembang, Desember 2019

Yang menyatakan



Desi Anisari

NIM. 1516200015



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN FATAH PALEMBANG
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

PENGESAHAN

Skripsi berjudul : **Pengaruh fasilitas, promosi dan harga terhadap kepuasan pengunjung dengan keputusan berkunjung sebagai variabel intervening pada objek wisata air terjun Temam kota Lubuklinggau.**
Ditulis oleh : Desi Anisari
NIM : 1516200015

Telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)

Palembang, Desember 2019
Dekan

Dr. Qodariah Barkah, M.H.I.
NIP. 197011261997032002



KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN FATAH PALEMBANG
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

Formulir C.2

NOTA DINAS

Kepada Yth.
Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis
Islam
UIN Raden Fatah
Palembang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Disampaikan dengan Hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap naskah skripsi berjudul:

Pengaruh fasilitas, promosi, dan harga terhadap keputusan memilih objek wisata air terjun Temam kota Lubuklinggau dengan kepuasan berkunjung sebagai variabel intervening.

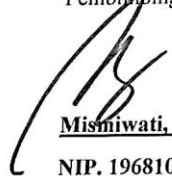
Yang ditulis Oleh:

Nama : Desi Anisari
NIM : 1516200015
Program : S1 Ekonomi Syariah


Saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada fakultas ekonomi dan bisnis Islam untuk diajukan dalam ujian *Komprehensif* dan ujian *Munagasyah* ujian skripsi.

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.

Pembimbing I


Mismiwati, S.E., M.P
NIP. 196810272014112001

Palembang, November 2019
Pembimbing II


Lidia Desiana, S.E., M.SI
NIK 1605061741

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ barang siapa yang bersungguh sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut untuk kebaikan dirinya sendiri ”

(Qs : Al-ankabut :6)

“cinta pada Allah sama seperti cahaya terang. Tanpanya, kamu bagaikan terombang-ambing di lautan kegelapan.

(Ibnu Qayyim)

Skripsi ini ku persembahkan untuk :

- ♥ Ayahku (Agus Salim) dan Mamaku (Parida) tercinta yang selalu memberikan do'a, bimbingan serta motivasi.
- ♥ Adikku tersayang (Martiana Safitri) dan keluarga besarku yang selalu memberikan dukungannya.
- ♥ Sahabat- sahabat dan teman- teman seperjuangan.
- ♥ Almamater kebanggaan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas, promosi, dan harga terhadap kepuasan pengunjung dengan keputusan berkunjung sebagai variabel intervening pada objek wisata terjun Temam kota Lubuklinggau. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang didapatkan dari hasil pengisian kuesioner pengunjung objek wisata air terjun Temam.

Populasi dalam penelitian ini pengunjung objek wisata air terjun Temam kota Lubuklinggau dengan menggunakan metode *accidental sampling*, memperoleh populasi sebanyak 44.870 yang kemudian menentukan sampel menggunakan rumus *slovin* diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*).

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan fasilitas, promosi dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung dengan keputusan berkunjung sebagai variabel intervening.

Kata kunci : Fasilitas, Promosi, Harga, Kepuasan pengunjung, dan Keputusan Berkunjung

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Puji syukur atas kehadiran ALLAH SWT yang telah memberikan karunia, nikmat dan kesehatan serta hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “pengaruh fasilitas, promosi, dan harga terhadap keputusan memilih objek wisata air terjun Temam kota Lubuklinggau dengan kepuasan sebagai variabel intervening” , sebagai upaya untuk melengkapi syarat untuk mencapai jenjang sarjana strata 1 pada jurusan ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam di UIN Raden Fatah Palembang. Shalawat serta salam tak lupa kita curahkan kepada baginda besar kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, serta pengikutnya hingga akhir zaman.

Dalam penulisan ini penulis menyadari bahwa masih ada terdapat kesalahan dan kekurangan akan tetapi harapan penulis skripsi ini dapat berguna bagi siapapun yang membacanya ataupun menjadi inspirasi bagi peneliti selanjutnya.

Selanjutnya dalam penelitian ini tak luput dari hambatan dan rintangan, namun berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak maka segala macam hambatan dan rintangan dapat teratasi. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan kepada :

1. Prof. Drs . H. M. Sirozi, Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Negeri raden Fatah Palembang.
2. Dr. Qodariah Barkah, MH.I., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
3. Ibu Titin Hartini, SE., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

4. Ibu Mismiwati, S.E., M.P selaku dosen pembimbing satu yang telah memberikan pengarahan dan koreksi sehingga penelitian ini dapat terselesaikan tepat waktu.
5. Ibu Lidia Desiana, S.E, M.Si selaku dosen pembimbing dua yang telah memberikan pengarahan dan koreksi sampai akhirnya saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Mismiwati, S.E., M.P Selaku Penasehat Akademik yang telah mengarahkan dan mengajari dalam pembuatan judul skripsi.
7. Seluruh dosen, Staf Administrasi, dan pengurus perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang yang telah membantu penelitian ini.
8. Seluruh karyawan pengelola objek wisata air terjun Temam kota Lubuklinggau serta Dinas Pariwisata Kota Lubuklinggau.
9. Kedua orang tua penulis, terima kasih Ibu dan Ayah atas kasih sayangnya, dan dukungan yang selalu diberikan serta selalu mendoakan anakmu ini agar menjadi anak yang sukses dikemudian hari.
10. Untuk adiku yang tersayang Martiana Safitri terimakasih atas dukungan dan doanya serta keluarga besar Toyib dan Maryama serta keluarga Muzakir dan Bunaya.
11. Sahabat-sahabatku, Baper Squad (Elda, Dian, Mala, Bella dan Mega) dan sahabatku dikosan (Wulan, Muthi, Santi dan Rosida) dan Partner Abdurrahman Rofi Fikranta, S.E terima kasih atas doa dan dukungannya.
12. Teman-teman seperjuangan Ekonomi syariah 1 angkatan 2015 yang tidak bisa disebutu satu-persatu.
13. Sahabat-sahabat tercinta KKN mandiri Jatiluhur kebumen.
14. Rasa cinta dan hormat kepada semua pihak yang telah banyak membantu yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu dalam menyelesaika Skripsi.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Dengan segenap kerendahan hati penulis berharap semoga kekurangan yang ada pada skripsi ini dapat dijadikan bahan pembelajaran untuk penelitian yang lebih baik di masa yang akan datang dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya pembaca pada umumnya.

Palembang Desember 2019

Desi Anisari

1516200015

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN IZIN PENJILIDAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
NOTA DINAS.....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Masalah.....	12
D. Manfaat Penelitian	13
E. Batasan Masalah.....	14
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS 15	
A. Kepuasan	15
B. Keputusan pembelian	16
C. Fasilitas	19
D. Promosi	20
E. Harga	21
F. Penelitian Terdahulu	22
G. Kerangka Pemikiran.....	25

H. Pengembangan Hipotesis	26
I. Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	35
B. Desain Penelitian.....	35
C. Jenis Dan Sumber Data	35
D. Populasi Dan Sampel	36
E. Tehnik Pengumpulan Data	38
F. Variabel penelitian	39
G. Definisi operasional variabel	40
H. Instrumen Penelitian.....	41
1. Uji Validitas	41
2. Uji Reliabilitas	41
I. Tehnik analisis data.....	42
1. Uji Asumsi Klasik	43
2. Analisis Jalur Path.....	44
3. Prosedur Analisis Intervening.....	50
4. Pengaruh Langsung.....	53
5. Pengaruh Tidak Langsung.....	53
6. Pengaruh Total	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Karakteristik Responden	54
B. Uji Validitas Dan Reliabilitas	56
1. Uji Validitas	56
2. Uji Reliabilitas	57
C. Tehnik Analisis Data.....	58
1. Uji Asumsi Klasik.....	58
a. Uji Normalitas	58
b. Uji Linearitas	58

c. Uji Heteroskedastisitas.....	59
d. Uji Multikoleniaritas	60
2. Analisis Jalur Path	61
3. Analisis Variabel Mediasi	67
D. Perhitungan Pengaruh	72
E. Pembahasan.....	75
1. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan pengunjung.....	75
2. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan pengunjung.....	76
3. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan pengunjung	76
4. Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung	77
5. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung	78
6. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Berkunjung.....	79
7. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan pengunjung Dengan Dimediasi Keputusan Berkunjung	80
8. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan pengunjung Dengan Dimediasi Keputusan Berkunjung	81
9. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan pengunjung Dengan Dimediasi Keputusan Berkunjung	81
10. Pengaruh Fasilitas, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan pengunjung Dengan Dimediasi Keputusan Berkunjung	82
BAB V PENUTUP.....	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Kunjungan Wisatawan Asing dan Domestic dikota Lubuklinggau Tahun 2013-2018	2
Tabel 1.2 Data pengunjung objek wisata air terjun Temam dari bulan Februari sampai Juli tahun 2019.....	3
Tabel 1.3 <i>Reseach Gap</i> Fasilitas terhadap Kepuasan.....	6
Tabel 1.4 <i>Reseach Gap</i> Promosi terhadap Kepuasan.....	7
Tabel 1.5 <i>Reseach Gap</i> Harga terhadap Kepuasan	8
Tabel 1.6 <i>Reseach Gap</i> Fasilitas terhadap Keputusan	8
Tabel 1.7 <i>Reseach Gap</i> Promosi terhadap Keputusan	9
Tabel 1.8 <i>Reseach Gap</i> Harga terhadap Keputusan.....	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 2.2 Penelitisan Terdahulu	23
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Skala Likert	38
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	39
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	54
Tabel 4.2 Usia Responden.....	55
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	55
Tabel 4.4 Uji Validitas	56
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4.6 Uji Normalitas.....	58
Tabel 4.7 Uji Linearitas persamaan I.....	59
Tabel 4.8 Uji Linearitas Persamaan II.....	59
Tabel 4.9 Uji Heterokedaktisitas.....	60
Tabel 4.10 Uji Multikoleniaritas	60
Tabel 4.11 Pengaruh Fasilitas, Promosi dan harga Secara Simultan terhdap Keputusan Berkunjung.....	61

Tabel 4.12 ANOVA dengan nilai F dan sig.....	62
Tabel 4.13 Pengaruh Fasilitas, Promosi dan harga Secara parsial terhadap Keputusan Berkunjung.....	62
Tabel 4.14 Pengaruh Fasilitas, Promosi Harga dan Keputusan Secara Simultan terhdap Kepuasan pengunjung.....	64
Tabel 4.15 ANOVA dengan nilai F dan Sig.....	65
Tabel 4.16 Pengaruh Fasilitas, Promosi Harga dan Keputusan Secara parsial terhdap Kepuasan pengunjung.....	66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	17
Gambar 2.2 Kerangka pemikiran Teoritis.....	26
Gambar 3.1 Diagram Jalur	44
Gambar 4.1 Analisis Substruktur I.....	62
Gambar 4.2 Analisis Substruktur II	65
Gambar 4.3 Strategi <i>Causal Step</i> (pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan pengunjung dengan dimediasi keputusan berkunjung)	69
Gambar 4.4 Strategi <i>Causal Step</i> (pengaruh Promosi terhadap Kepuasan pengunjung dengan dimediasi keputusan berkunjung)	71
Gambar 4.5 Strategi <i>Causal Step</i> (pengaruh Harga terhadap Kepuasan pengunjung dengan dimediasi keputusan berkunjung)	72