

## PENGARUH HARGA TIKET, FASILITAS WISATA, DAN KUALITAS JASA WISATA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GRAND MAEROKOCO SEMARANG

**Putri Ratnasari\* & Ida Martini Alriani\*\***  
STIE Dharmaputra Semarang

### ABSTRACT

*The purpose of this study was to examine the effect of ticket prices, tourist facilities, tourist service quality on consumer satisfaction in Grand Maerakaca Semarang. The sample used was 70 respondents with accidental sampling method. The analytical method used is multiple linear regression analysis. The results of testing hypothesis 1 (H1) show ticket prices have a significant positive effect on customer satisfaction. Hypothesis 2 (H2) shows that tourism facilities have a positive effect on consumer satisfaction. Hypothesis 3 (H3) shows that service quality has a positive effect on customer satisfaction.*

*Keywords: Ticket Prices, Tourist Facilities, Quality of Tourist Services, Consumer Satisfaction*

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh harga tiket, fasilitas wisata, kualitas jasa wisata terhadap kepuasan konsumen Grand Maerakaca Semarang. Sampel yang digunakan sebanyak 70 responden dengan *methode accidental* sampling. Metode analisis yang digunakan analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian hipotesis 1 (H1) menunjukkan harga tiket berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hipotesis 2 (H2) menunjukkan fasilitas wisata berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hipotesis 3 (H3) menunjukkan kualitas jasa berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: Harga Tiket, Fasilitas Wisata, Kualitas Jasa Wisata, Kepuasan Konsumen

---

\* Mahasiswa STIE Dharmaputra Semarang

\*\* Dosen STIE Dharmaputra Semarang

### Latar Belakang Masalah

Daerah Jawa Tengah terletak pada posisi yang strategis sehingga menjadikan provinsi ini sebagai salah satu tujuan wisata. Kota Semarang sebagai ibukota provinsi memiliki banyak obyek wisata yang mengalami peningkatan pengunjung, salah satunya Grand Maerakaca. Berdasarkan jumlah wisatawan pada tahun 2018 yaitu sebanyak 4.297.866 orang, 9,8% wisatawan tersebut telah mengunjungi Grand Maerakaca. Namun pada tahun yang sama, pengelola obyek wisata

tersebut memiliki beberapa masalah pasalnya di tahun 2018 saat dilakukan sidak oleh ketua Komisi C DPRD Jateng Asfirla Harisanto, banyak fasilitas penunjang yang dibiarkan rusak, dan fungsi kawasan ini sebagai miniatur Jawa Tengah kurang nampak. Sehubungan dengan hal tersebut, Direktur Utama PT. PRPP Titah Listyorini menyampaikan pihaknya terus melakukan penyempurnaan dalam segi standart juga penambahan wahana baru, untuk kedepannya akan terus membuat sistem manajemen baru yaitu pengelolaan arena

wisata anjungan dijadikan satu dengan PRPP (sumber: jateng.tribunnews.com). Hal ini menjadi pemicumasalah baru, sebagai konsekuensi perbaikan maupun penambahan wahana menjadikan pihak pengelola maerakaca harus menaikkan harga tiket masuk dari yang sebelumnya Rp 7.000,- kini menjadi Rp10.000,- per orang dan dikenakan biaya tambahan untuk parkir motor Rp2000 dan mobil Rp4000 , juga fasilitas yang lain seperti menaiki Perahu air : Rp 5.000,- /orang, Becak air : Rp 10.000,- /orang, Kereta mini : Rp 5.000,- /orang, teater 4D : Rp 25.000,- /orang, Paketan : Rp 60.000,- /orang namun naiknya harga tiket dirasa belum sebanding dengan fasilitas yang

disediakan oleh obyek wisata Grand Maerakaca seperti temuan kasus pada saat observasi dua kamar mandi terkunci dan satu kamar mandi yang kurang dijaga kebersihannya dan cenderung dibiarkan tak terawat. Perbaikan, hotspot area hanya ada disekitar angkringan kemambang, dan kawasan wisata di area tertentu masih kurang kebersihannya, yang menjadi nilai positif disini adalah penambahan wahana baru untuk swafoto. Dari permasalahan yang timbul pada objek penelitian, tentunya hal tersebut dapat memberi dampak pada kepuasan pengunjung. Tabel berikut ini memuat keluhan yang disampaikan konsumen.

#### Keluhan Yang Sering Disampaikan Konsumen

No	Permasalahan
1	Konsepnya bagus tapi tidak di maintained dengan baik. Banyak anjungan yang kosong sehingga kurang menarik untuk dikunjungi
2	Perlu banyak perbaikan! Banyak tempat yg tidak terawat dan rusak pengelolaan tempat yg buruk
3	Tempat seperti kurang terawat, disalah satu anjungan ada yg banyak kotoran tikus dan kelelawar, banyak sampah berserakan, pelayanan oke.
4	Cukup mengecewakan, tidak sesuai ekspektasi, lingkungan tidak terawat dengan baik, kotor dan keruh airnya, tidak seperti foto yang di share di Instagram.
5	Salah satu spot wisata menarik di semarang, banyak spot foto, punya anjungan semua Kabupaten kota di jateng dgn landmarknya, cuma ada beberapa fasilitas yg ga terawat dengan baik dan terkesan agak kotor sih, tapi overall masih recommended kalo buat sekedar jalan2 apalagi tiket masuk dan parkir lumayan murah
6	Tempatnya kurang terawat, bagian rumah adat
7	Cukup tertata hanya perlu pengelolaan yang lebih supaya lebih menarik lagi.
8	Bagus, perlu di kembangkan lagi untuk kulinernya
9	Tiket masuknya terjangkau untuk semua kalangan . Akan tetapi kurangnya kebersihan yang membuat agak sedikit tidak nyaman .
10	Bagus tempatnya.. apalagi kalau bersih. lebih wow
11	Keren sih, tapi perlu dikembangkan lagi
12	ada banyak tempat anjungan kota/kabupaten sejateng disini, dan ada bakaunya, namun sayang. sangat kecil, jadi bagi yg mau berfoto ria dihutan bakau kurang terpuaskan.
13	Bagus sih, cuma beberapa anjungan tampak kotor dan kurang terawat. Untuk hutan mangrove bagus
14	Hanya saja kurang terawat dibeberapa anjungan. Mungkin karena kekurangan karyawan. Recommended untuk piknik keluarga. Dan mengenalkan anak pada budaya bangsa. next lebih baik lagi.

Sumber: Hasil Observasi Grand Maerakaca Kota Semarang dengan Google ulasan

Masih banyak terdapat tanggapan ketidakpuasan konsumen seperti yang terlihat pada tabel dengan keluhan konsumen yang sering disampaikan meliputi kebersihan lingkungannya, kurangnya perbaikan anjungan, dan fasilitas yang kurang terawat. Berdasarkan temuan masalah yang telah dijabarkan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga Tiket, Fasilitas Wisata, Dan Kualitas jasa Wisata Terhadap Kepuasan Konsumen Grand Maerakaca Semarang”.

### Perumusan Masalah

1. Apakah harga tiket berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Grand Maerakaca?
2. Apakah fasilitas wisata berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Grand Maerokoco?
3. Apakah kualitas jasa wisata berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Grand Maerokoco?

### Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh harga tiket terhadap kepuasan konsumen Grand Maerakaca.
2. Menganalisis pengaruh fasilitas wisata terhadap kepuasan konsumen Grand Maerakaca.
3. Menganalisis pengaruh kualitas jasa wisata terhadap kepuasan konsumen Grand Maerakaca.

### Landasan Teori

#### Kepuasan Konsumen

Definisi Kepuasan Konsumen menurut Kotler dalam bukunya Fandy

Tjiptono (2004) “Kepuasan (*satisfaction*) pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibanding dengan harapan”. Indikator Kepuasan Konsumen:

- a) Kesesuaian harapan, meliputi: 1) Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan; 2) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan; 3) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- b) Minat berkunjung kembali meliputi: 1) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan; 2) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk; 3) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- c) Kesiediaan merekomendasikan meliputi: 1) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan; 2) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai; 3) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

### **Harga Tiket**

Definisi Harga ialah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk dan jasa atau sejumlah nilai yang harus konsumen tukarkan untuk mendapatkan manfaat dari penggunaan jasa. Menurut Kotler dan Armstrong terjemahan Bob Sabran (2012), ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu:

- a) Keterjangkauan Harga  
yaitu konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Biasanya ada beberapa jenis produk dalam satu merek, harganya juga berbeda dari yang termurah sampai termahal. Dengan harga yang telah ditetapkan, banyak konsumen yang membeli produk.
- b) Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk  
yaitu harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen. Biasanya orang memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik.
- c) Kesesuaian Harga dengan Manfaat  
yaitu konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.

- d) Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga  
yaitu konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini mahal murahnya suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut.

### **Fasilitas Wisata**

Definisi Fasilitas, Kotler (2005) mendefinisikan fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Adapun indikator Fasilitas meliputi:

1. Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas beserta peralatan yang ditawarkan merupakan keadaan fasilitas perusahaan yang dilengkapi oleh atribut yang menyertainya dan didukung dengan kebersihan dan kerapian saat konsumen menggunakan fasilitas tersebut.
2. Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan yaitu fasilitas yang berfungsi dengan baik dan tidak mengalami kerusakan.
3. Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan adalah fasilitas yang ditawarkan kepada konsumen dan sudah familiar bagi konsumen sehingga konsumen dapat menggunakannya dengan mudah.

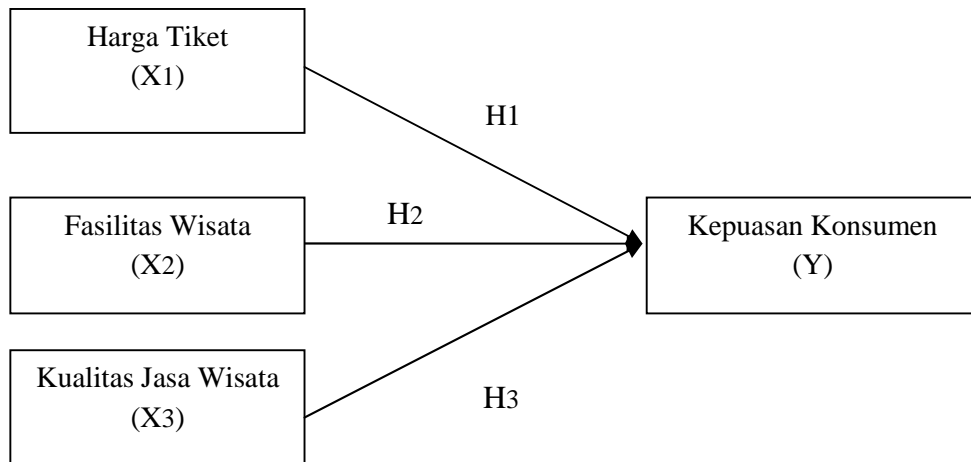
### **Kualitas Jasa Wisata**

Definisi Kualitas Jasa yaitu Menurut Tjiptono (2016) menyatakan bahwa "Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan

tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Adapun indikator Kualitas Jasa meliputi: 1) Tingkah laku yang sopan; 2) Pelayanan yang baik memperhatikan setiap sikap atau

perikalunya terhadap konsumen. 3) Cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan.

### Kerangka pikir



### Hipotesis Penelitian

H1 : Harga Tiket berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.

H2 : Fasilitas wisata berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.

H3 : Kualitas Jasa Wisata berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.

### Metode Penelitian

#### Populasi dan Sampel

Populasi yang peneliti ambil adalah orang yang pernah berkunjung maupun berwisata di Grand Maerakaca Semarang. Penentuan jumlah sampel apabila populasinya tidak diketahui menurut Maholtra (2009), jumlah sampel minimal adalah lima kali dari jumlah item pertanyaan atau pernyataan yang terdapat dikuisisioner. Indikator dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Total pernyataan dalam penelitian ini sebanyak 14 pernyataan,

sehingga minimal ukuran sampel penelitian ini adalah  $14 \times 5 = 70$ . Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini minimal sebanyak 70 responden. Adapun teknik yang digunakan adalah accidental sampling.

### Indikator Variabel Penelitian

#### Harga (X1)

Indikator yang mencirikan harga menurut Kotler dan Armstrong terjemahan Bob Sabran (2012) yaitu : a) Keterjangkauan Harga (Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan; b) Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk (Harga sesuai dengan kualitas produk yang tersedia; c) Kesesuaian Harga dengan Manfaat (Manfaat setelah merasakan sesuai dengan harga yang telah dikeluarkan; d) Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga.

**Fasilitas (X2)**

Indikator dalam penelitian ini, antara lain: 1) Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas beserta peralatan yang ditawarkan 2) Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan; 3) Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan.

**Kualitas Jasa (X3)**

Indikator kualitas jasa meliputi: 1) Tingkah laku yang sopan; 2) Cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan; 3) Waktu menyampaikan yang tepat (Waktu menyampaikan pelayanan, informasi dan bantuan harus tepat waktu, dan sigap; 4) Keramahmatan (yaitu sikap sapaan secara langsung atau bertatap muka dengan konsumen. Kriteria ramah meliputi menerapkan 3S (senyum, salam, dan sapa) dan menjalin komunikasi yang baik terhadap konsumen).

**Kepuasan Konsumen (Y)**

Indikator kepuasan konsumen yaitu terdiri dari: 1) Kesesuaian harapan; 2) Minat berkunjung kembali; 3) Kesiediaan merekomendasikan.

**Metode Analisis Data**

1. Uji Instrumen (Uji Validitas dan uji Reliabilitas)
2. Uji Kelayakan Model (Uji F dan Koefisien Determinasi)
3. Uji Hipotesis (Uji t)
4. Analisis Regresi Linier Berganda  

$$Y = 1X_1 + 2X_2 + 3X_3 + e$$
 Dimana :  
 : Koefisien Regresi  
 Y : Kepuasan Pengunjung

e : Nilai Residu / Standard error

X1: Harga Tiket

X2: Fasilitas Wisata

X3: Kualitas Produk

**Pembahasan****Uji Validitas**

Pada uji validitas yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai Corrected Item Total Correlation atau r-hitung setiap indikator lebih besar dari r-tabel = 0,235 ( $N-2 = 70-2 = 68$ ,  $\alpha = 0,05$ ), yang berarti indikator-indikator tersebut menunjukkan valid atau sah diteliti. Pada uji reliabilitas yang dilakukan menunjukkan bahwa hasil pengujian menunjukan nilai Cronbach Alpha atau r hitungnya lebih besar dari 0,70 (r standar), sehingga dapat disimpulkan realibel.

**Uji F**

Berdasarkan hasil pengujian dengan SPSS 23 didapatkan tabel nilai F hitung sebesar 45.813 yang lebih besar dari F table yaitu sebesar 2,76 Karena nilai F hitung lebih besar daripada F tabel ( $45.813 > 2,76$ ) dengan nilai sig.  $0,000 < = 0.05$  artinya variabel harga tiket, fasilitas wisata, dan kualitas jasa wisata secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Grand Maerakaca Semarang, sehingga model layak untuk analisa selanjutnya.

**Uji Koefisien Determinasi**

Berdasarkan hasil pengujian dengan SPSS 23 didapatkan tabel nilai F hitung sebesar 45.813 yang lebih besar dari F table yaitu sebesar 2,76 Karena nilai F hitung lebih besar daripada F tabel ( $45.813 > 2,76$ ) dengan nilai sig.  $0,000 <$

= 0,05 artinya variabel harga tiket, fasilitas wisata, dan kualitas jasa wisata secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Grand Maerakaca Semarang, sehingga model layak untuk analisa selanjutnya.

### Uji t

#### **Pengaruh harga tiket terhadap kepuasan konsumen.**

Hasil menunjukkan angka t hitung antara harga tiket terhadap kepuasan konsumen Grand Maerakaca Semarang sebesar  $2.281 > t$  tabel ( $df = n-k-1 = 70-3-1 = 66$ ) sebesar 1,667 dengan angka signifikansi sebesar  $0,026 < = 0,05$  (signifikan) artinya hipotesis 1 (H1) yang menyatakan harga tiket berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Grand Maerakaca Semarang terbukti.

#### **Hipotesis 2 (H2) pengaruh fasilitas wisata terhadap kepuasan konsumen.**

Hasil menunjukkan angka t hitung antara fasilitas wisata terhadap kepuasan konsumen Grand Maerakaca Semarang sebesar  $3.892 > t$  tabel ( $df = n-k-1 = 70-3-1 = 67$ ) sebesar 1,667 dengan angka signifikansi sebesar  $0,000 < = 0,05$  (signifikan), artinya hipotesis 2 (H2) yang menyatakan fasilitas wisata berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Grand Maerakaca Semarang terbukti.

#### **Hipotesis 3 (H3) pengaruh antara kualitas jasa wisata terhadap kepuasan konsumen**

Hasil menunjukkan angka t hitung antara harga tiket terhadap kepuasan konsumen Grand Maerakaca Semarang sebesar  $1.919 > t$  tabel ( $df = n-k-1 = 70-$

$3-1 = 66$ ) = sebesar 1,667 dengan angka signifikansi sebesar  $0,059 > = 0,05$ ; artinya kualitas jasa wisata berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Grand Maerakaca Semarang tidak terbukti.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga tiket terhadap kepuasan konsumen Grand Maerakaca Semarang. Hal ini dibuktikan dengan hasil regresi t hitung harga tiket sebesar 2.281 lebih besar dari t tabel 1.667 dengan nilai signifikansi  $0,026 < 0,05$ .
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan fasilitas wisata terhadap kepuasan konsumen Grand Maerakaca Semarang. Hal ini dibuktikan dengan hasil regresi t hitung fasilitas wisata sebesar 3.892 lebih besar dari t tabel 1.667 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ .
3. Terdapat pengaruh positif kualitas jasa wisata terhadap kepuasan konsumen Grand Maerakaca Semarang. Hal ini dibuktikan dengan hasil regresi t hitung kualitas jasa sebesar 1.919 lebih besar dari t tabel 1.667 dengan nilai signifikansi  $0,059 > 0,05$ .

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, peneliti mengajukan saran yang diharapkan dapat

menjadi masukan yang berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

1. Untuk Pihak Pengelola Grand Maerakaca :
  - a) Kaitannya dengan harga tiket, Grand Maerakaca saat ini telah menetapkan harga yang relative terjangkau, diharapkan kedepannya dapat mempertahankan harga tiket yang telah ditetapkan agar pengunjung senantiasa tetap puas dengan harga yang harus dikeluarkan saat mengunjungi Grand Maerakaca Semarang.
  - b) Kaitannya dengan fasilitas wisata, Grand Maerakaca diharapkan dapat lebih memperbaiki maupun menambah fasilitas wisata, seperti penambahan kamar mandi yang lebih layak untuk digunakan, kemudian lebih memperhatikan kebersihan lingkungan wisata agar pengunjung semakin nyaman dan terpuaskan saat mengunjungi Grand Maerakaca Semarang.
  - c) Kaitannya dengan kualitas jasa, Grand Maerakaca diharapkan dapat mempertahankan maupun menambah kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.
2. Saran Untuk Penelitian Mendatang :
  - a) Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk mengganti maupun menambah variabel independen selain harga tiket, fasilitas wisata, kualitas jasa yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen (kepuasan konsumen), agar lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel independen lain diluar penelitian ini yang

mungkin bisa mempengaruhi kepuasan konsumen, misalnya lokasi, promosi, pengalaman masa lalu, dan lain-lain.

### Daftar Pustaka

- Amaliawati, Sabrina. 2015. *Pengaruh Fasilitas Dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung Obyek Wisata Umbul Pengging Tahun 2015*. Universitas Muhammadiyah. Surakarta.
- Amir, M. Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran: Jelajahi & Rasakan*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2014. *Manajemen Pemasaran Edisi kedua*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Handoko.2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:Badan penerbit IPWI .
- Hidayat , Rachmad. 2009. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*. Universitas Trunojoyo. Madura.
- Husein, Umar 2002. *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen. Cetakan Kedua*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Jonathan, Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Kriyantono, Rachmat. 2017. *Teori-Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik*. Jakarta : Kencana.
- Kotler, Philip dan A.B Susanto 2005. *Manajemen Pemasaran (Alih Bahasa : Benyamin Molan)*. Jilid1. Cetakan Kesebelas. Jakarta : PT. Indeks.



- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid satu. Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstong. 2008. *Prinsip – prinsip Pemasaran. Edisi kedua belas. Jilid satu*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi ketiga belas. Jilid satu*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan K.L. Keller. 2006. *Manajemen Pemasaran: Kualitas Jasa. Edisi Kedua. Terjemahan Ancella Anitawat*. Jakarta : Penerbit PT. Prenhalindo.
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Revisi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maholtra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan jilid 1*. Jakarta : PT Index.
- Mukhlas, A. P. S. 2008. *Analisis Pengembangan Fasilitas Kawasan Wisata Pantai Trikora Kabupaten Bintan Provinsi Kepulauan Riau (Tugas Akhir)*. Universitas Riau. Pekanbaru.
- Nasution, M. Nur. 2010. *Manajemen Mutu Terpadu*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.
- Nirwana. 2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jasa*. Malang : Penerbit Dioma.
- Nitisemito, Alex S. 2001. *Metode Penelitian*. Penerbit Ghalia. Jakarta.
- Oliver, 2007. *Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings. Journal of Retailing*. 57(3), 25–48.
- Rahmawati, Desi K .2017. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah*. UNY. Yogyakarta.
- Rangkuti, Freddy.2006.*Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan kepuasan Pelanggan & Analisis kasus PLN-JP*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rosyidi, Suherman. 2011. *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori ekonomi Mikro dan Makro*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Saifuddin Azwar. 2003. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudarman,Ari. 2011. *Teori Ekonomi Mikro Buku 1. Edisi IV*. Yogyakarta : BPFE Yogyakarta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.2009. *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sumayang, Lalu. 2003. *Dasar-dasar manajemen produksi dan operasi. Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tangkilisan, Hessel Nogi S. 2005. *Manajemen Publik*. Jakarta : PT. Gramedia Widia Sarana Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Walker, et al. 2001. *Managing Customer Dissatisfaction Through Effective Complaint Management System*. Journal of Management Strategy, Hal 331-335.
- Internet :**  
Dinas Kepemudaan Olah Raga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah .2017.dalam <http://disporapar.jatengprov.go.id/portal/page/ppid/438/disporapar-jateng-statistik> . Diakses pada 21/3/2019.

- Huda, M. Nur.2017. *Kondisi Grand Maerakaca Dinilai Menyedihkan, DPRD Jateng Pertanyakan Kinerja Pengelola,* dalam <http://jateng.tribunnews.com/2017/12/08/kondisi-grand-maerakaca-dinilai-menyedihkan-dprd-jateng-pertanyakan-kinerja-pengelola> 4/4/2019. Diakses pada 4/4/2019.
- Grand Maerakaca Kota Semarang. <https://www.google.com/maps/place/Grand+Maerakaca+Kota+Semarang/@-6.9609623,110.3855701,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x2e70f53a0ec1e1db:0x46f81b20049a0667!8m2!3d-6.9609676!4d110.3877588>. Diakses pada 16/5/2019.
- Suara Merdeka Cyber News.2019. Kota Semarang Jadi Destinasi Wisata yang Paling Banyak Dicari di Google, dalam <https://www.suaramerdeka.com/travel/baca/157515/kota-semarang-jadi-destinasi-wisata-yang-paling-banyak-dicari-di-google>. Diakses pada 21/3/2019.