

Jurnal Administrasi Bisnis
Departemen Administrasi Bisnis
Universitas Diponegoro
Jl. Prof. H. Soedharto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269
Telepon (024) 76480648

Email: administrasi.bisnis@undip.ac.id

**PENGARUH KUALITAS PRODUK WISATA, KUALITAS PELAYANAN
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG OBJEK
WISATA GOA KREO SEMARANG**

Adrian Dwiki Ananditya¹ dan Drs. Wahyu Hidayat, M.Si²
Email : adriandwiki94@gmail.com

ABSTRACT

Currently, the development of tourism in Indonesia is growing more rapidly, this is caused in part by the many interesting sights like Goa Kreo in Semarang. However, there is still a lack of visitors rate the quality of tourist products and quality of service that is causing the lack of visitor satisfaction.

This study aims to determine the effect of product quality travel service quality and promotion of visitor satisfaction Attractions Goa Kreo Semarang. This type of research is explanatory research, with data collection through questionnaires and interviews. The sampling technique uses accidental sampling method. The sample in this study amounted to 100 respondents who are a visitor attraction Kreo Goa.

This study concluded that the quality of tourism products, quality of service and promotion of visitor satisfaction, either partially or simultaneously. service quality variables have the greatest influence of other variables. The results obtained by analyzing primary data using validity, reliability test, cross tabulation, correlation coefficient, simple regression analysis, coefficient of determination, significance test (t test) in both directions.

Based on this, the researchers suggested that managers can improve the quality of tourism products back and promotions Attractions Goa Kreo that increased visitor satisfaction.

Keywords: Tourism Product Quality, Service Quality, Promotion, Visitor Satisfaction

ABSTRAK

Saat ini, perkembangan pariwisata di Indonesia tumbuh semakin pesat, hal ini disebabkan salah satunya oleh banyaknya tempat wisata yang menarik seperti Goa Kreo di Semarang. Namun, masih terdapat pengunjung menilai kurangnya kualitas produk wisata dan kualitas pelayanan yang ada sehingga menyebabkan rendahnya kepuasan pengunjung.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk wisata kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Goa Kreo Semarang. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*, dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner dan wawancara. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang merupakan pengunjung objek wisata Goa Kreo.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas produk wisata, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, baik secara parsial maupun simultan. Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang paling besar dari variabel lainnya. Hasil tersebut didapat dengan menganalisis data primer menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, tabulasi silang, koefisien korelasi, analisis regresi sederhana, koefisien determinasi, uji signifikansi (uji t) dua arah.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti menyarankan agar pengelola dapat meningkatkan kembali kualitas produk wisata dan promosi Objek Wisata Goa Kreo agar kepuasan pengunjung meningkat.

Kata Kunci : Kualitas Produk Wisata, Kualitas Pelayanan, Promosi, Kepuasan Pengunjung

Pendahuluan

Indonesia merupakan Negara kepulauan terbesar di dunia. Potensi alam, keanekaragaman flora dan fauna, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, serta seni dan budaya yang semuanya itu merupakan sumber daya dan modal yang besar artinya bagi industri kepariwisataan. Hampir semua daerah di Indonesia memiliki objek wisata yang menarik minat wisatawan untuk berkunjung, salah satunya terletak di Pulau Jawa, selain sebagai pulau dengan penduduk terbanyak di dunia, Pulau Jawa juga menyimpan potensi wisata yang sangat menakjubkan. Ada ratusan atau bahkan ribuan lokasi wisata di Pulau Jawa yang bisa dikunjungi. Salah satu provinsi yang mempunyai potensi daya tarik pariwisata yaitu Provinsi Jawa Tengah.

Jawa Tengah sebagai salah satu daerah tujuan wisata di Indonesia memiliki daya tarik wisata budaya dan alam yang beraneka ragam. Sebanyak 385 objek wisata yang ada di Jawa Tengah tersebar di 35 kabupaten atau kota, salah satunya Kota Semarang. Kota Semarang memiliki destinasi wisata dengan berbagai daya tarik khusus yang beragam, baik itu wisata alam, budaya, keagamaan dan lain-lain yang bisa dikembangkan menjadi sajian wisata yang mampu menarik wisatawan baik dari dalam maupun dari luar negeri. Dengan kekayaan ini, hampir tiap tahunnya jumlah wisatawan yang datang ke Kota Semarang terus mengalami peningkatan.

Banyaknya jumlah wisatawan yang berkunjung tersebut menyebabkan perkembangan pariwisata begitu pesat. Seiring perkembangan zaman dan makin bertambahnya jumlah wisatawan, dunia pariwisata kini telah menjelma menjadi dunia industri yang banyak dimanfaatkan oleh pelaku bisnis karena potensi wisata tersebut. Potensi-potensi wisata yang dipandang sebagai salah satu peluang dalam bisnis dapat

mendatangkan profit bagi pengelolanya. Oleh karena itu tiap pelaku bisnis wisata saling bersaing untuk dapat menarik pengunjung dan dapat meningkatkan pendapatan.

Dalam rangka peningkatan pendapatan tersebut, pelaku bisnis mengupayakan kepuasan dari para pengunjung terhadap destinasi wisata yang telah dikunjungi. Berdasarkan kepuasan pengunjung tersebut, di kemudian hari diharapkan pengunjung melakukan kunjungan kembali atau merekomendasikan ke orang-orang disekitarnya. Peningkatan kepuasan dapat diupayakan oleh pelaku bisnis melalui kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung. Kualitas yang lebih tinggi menyebabkan kepuasan semakin besar sehingga perusahaan harus memprioritaskan kualitas produk dan pelayanannya.

Jumlah pelanggan atau pengunjung sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan jasa terutama pada sektor pariwisata, karena pengunjung merupakan sumber pemasukan. Dalam rangka peningkatan kunjungan wisata tersebut, beberapa caranya adalah melalui kualitas produk wisata dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung serta promosi yang digunakan pada objek wisata tersebut. Melalui kualitas produk wisata dan kualitas pelayanan yang diberikan serta promosi yang digunakan, jika sesuai dengan harapan pengunjung maka akan memunculkan rasa puas dari para pengunjung itu sendiri. Dan ketika pengunjung sudah merasa puas, diharapkan di waktu yang akan datang pengunjung tersebut akan berkunjung kembali atau bahkan merekomendasikannya kepada orang lain di sekitarnya. Karena kepuasan pengunjung itu sendiri juga merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam mengembangkan sektor pariwisata.

Namun, pada kenyataannya jika dilihat pada data yang ada dari tahun 2014 hingga tahun 2016, kunjungan wisatawan ke Goa Kreo masih cenderung fluktuatif. Kunjungan wisata yang fluktuatif tersebut disebabkan oleh beberapa hal, salah satunya mungkin dengan masih rendahnya tingkat kepuasan pengunjung pada objek wisata Goa Kreo sebagaimana yang telah penulis uraikan sebelumnya.

Dengan kondisi tersebut, peneliti ingin mengetahui pengaruh kualitas produk wisata, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Goa Kreo Semarang. Oleh sebab itu, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk wisata terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Goa Kreo Semarang ?
2. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Goa Kreo Semarang?
3. Apakah terdapat pengaruh antara promosi terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Goa Kreo Semarang ?
4. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk wisata, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Goa Kreo Semarang ?

Kajian Teori

Kualitas Produk Wisata

Menurut Kotler (2005:49), “Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat”.

Adapun indikator untuk mengukur baik buruknya kualitas produk wisata antara lain :

- a. Tingkat keindahan objek wisata Goa Kreo

- b. Tingkat keunikan objek wisata Goa Kreo
- c. Tingkat keindahan jembatan dan Waduk Jatibarang
- d. Kualitas wahana wisata air di objek wisata Goa Kreo

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler, 2002:83)

Adapun indikator untuk mengukur baik buruknya kualitas pelayanan antara lain :

1. *Tangibles* (Bukti Fisik) :
 - a. Kualitas penyediaan pusat informasi
 - b. Kualitas penyediaan fasilitas umum (toilet, mushola, tempat parkir dsb)
2. *Reliability* (Keandalan) :
 - a. Tingkat kemampuan petugas dalam melayani pengunjung
 - b. Tingkat keramahan petugas dalam melayani pengunjung
 - c. Tingkat kecepatan petugas dalam melayani pengunjung
3. *Responsivness* (Daya Tahan) :
 - a. Daya tanggap petugas dalam menangani keluhan pengunjung
 - b. Kemampuan kerjasama petugas dalam menangani keluhan pengunjung
4. *Assurance* (Jaminan) :
 - a. Kemampuan petugas dalam memberikan informasi kepada pengunjung
 - b. Tingkat pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki petugas
5. *Emphaty* (Empati) :
 - a. Kepedulian petugas terhadap pengunjung

Promosi

Promosi merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan antar perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan konsumen sasaran agar membelinya (Kotler, 2010:426)

Adapun indikator untuk mengukur baik buruknya promosi antara lain :

- a. Keberagaman media promosi yang digunakan
- b. Daya tarik promosi
- c. Kejelasan pesan dalam promosi
- d. Kelengkapan informasi dalam promosi

Kepuasan Pengunjung

Kepuasan pengunjung atau kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler, 2002:42)

Adapun indikator untuk mengukur baik buruknya kepuasan pengunjung antara lain :

- a. Kepuasan terhadap keindahan objek wisata Goa Kreo
- b. Kepuasan terhadap keunikan objek wisata Goa Kreo
- c. Kepuasan terhadap keindahan jembatan dan Waduk Jatibarang
- d. Kepuasan terhadap kualitas wahana wisata air di objek wisata Goa Kreo
- e. Kepuasan terhadap fasilitas umum yang tersedia di objek wisata Goa Kreo
- f. Kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh petugas

Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- a) Diduga terdapat pengaruh antara kualitas produk wisata (X1) terhadap kepuasan pengunjung (Y) objek wisata Goa Kreo Semarang.
- b) Diduga terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pengunjung (Y) objek wisata Goa Kreo Semarang.
- c) Diduga terdapat pengaruh antara promosi (X3) terhadap kepuasan pengunjung (Y) objek wisata Goa Kreo Semarang.
- d) Diduga terdapat pengaruh antara kualitas produk wisata (X1), kualitas pelayanan (X2) dan promosi (X3) terhadap kepuasan pengunjung (Y) objek wisata Goa Kreo Semarang.

Metode Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *eksplanatory research* yang bertujuan untuk mengetahui besar kecilnya pengaruh antara variable independen dengan variable dependen. Populasi dalam penelitian ini seluruh pengunjung Objek Wisata Goa Kreo Semarang yang jumlahnya diketahui melalui jumlah pengunjung dari tahun ke tahun. Jumlah sampel 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dan *purposive sampling* yaitu menggunakan syarat tertentu seperti : 1) Wisatawan domestik yang berkunjung ke Goa Kreo. 2) Berusia minimal 17 tahun. 3) Pernah mengunjungi Goa Kreo. 4) Bersedia diwawancarai

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan pertanyaan terbuka dan skala likert dari 1-5. Teknik analisis dengan menggunakan bantuan program SPSS *for Windows* versi 23.0 yang terdiri dari: uji validitas, uji reliabilitas, tabulasi silang, uji korelasi, regresi linier sederhana, koefisien determinasi, uji sigifikansi (uji t) dua arah, dan uji F

Hasil dan Pembahasan

Menurut Kotler (2005:49), “Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat”. Dalam hal ini, kualitas produk wisata adalah keseluruhan kualitas yang dirasakan pengunjung atas produk wisata yang tersedia di objek wisata Goa Kreo. Kualitas produk wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,814 seperti yang tertera pada tabel 3.34. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk wisata yang baik atau semakin baik kualitas produk wisata yang dirasakan pengunjung maka pengunjung akan merasa semakin puas dengan produk atau jasa tersebut. Nilai koefisien determinasi dari variabel kualitas produk wisata sebesar 20% dan hasil perhitungan nilai $t = 4,949$ yang lebih besar dari t tabel = 1,9845. Dengan demikian, **hipotesis pertama** yang berbunyi “Diduga terdapat pengaruh kualitas produk wisata (X1) terhadap kepuasan pengunjung (Y) objek wisata Goa Kreo Semarang” **diterima**. Hasil tersebut mendukung penelitian Sapta Utama (2013) yang menyatakan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler, 2002:83). Dalam hal ini, kualitas pelayanan merupakan keseluruhan pelayanan yang diberikan objek wisata Goa Kreo dalam rangka memenuhi harapan dan keinginan pengunjung. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi

sebesar 0,489 seperti yang tertera pada tabel 3.36. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik atau semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung maka pengunjung akan merasa semakin puas dengan produk atau jasa tersebut. Nilai koefisien determinasi dari variabel kualitas pelayanan sebesar 52,4% dan hasil perhitungan nilai $t = 10,387$ yang lebih besar dari t tabel = 1,9845. Dengan demikian, **hipotesis kedua** yang berbunyi “Diduga terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pengunjung (Y) objek wisata Goa Kreo Semarang” **diterima**. Hasil tersebut mendukung penelitian Sapta Utama (2013) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Promosi merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan antar perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan konsumen sasaran agar membelinya (Kotler, 2010:426). Dalam hal ini, promosi merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan untuk menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan konsumen sasaran tentang keberadaan objek wisata Goa Kreo. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,876 seperti yang tertera pada tabel 3.38. Hal ini menunjukkan bahwa promosi yang baik atau semakin baik promosi yang digunakan, maka pengunjung akan merasa semakin puas. Nilai koefisien determinasi dari variabel promosi sebesar 41,4% dan hasil perhitungan nilai $t = 8,327$ yang lebih besar dari t tabel = 1,9845. Dengan demikian, **hipotesis ketiga** yang berbunyi “Diduga terdapat pengaruh promosi (X3) terhadap kepuasan pengunjung (Y) objek wisata Goa Kreo Semarang” **diterima**. Hasil tersebut mendukung penelitian Susilo Widodo (2010) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung.

Kepuasan pengunjung atau kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler, 2002:42). Dalam hal ini, promosi merupakan tingkat perbandingan antara harapan pengunjung dengan hasil nyata yang diperolehnya setelah mengunjungi objek wisata Goa Kreo.

Kepuasan pengunjung atau konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kualitas produk, kualitas pelayanan, emosi, harga, biaya dan promosi. Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan hanya kualitas produk wisata, kualitas pelayanan dan promosi. Hasil analisis SPSS terhadap ketiga variabel tersebut memperlihatkan bahwa hasil regresi linier berganda variabel kualitas produk wisata sebesar 0,304. Variabel kualitas pelayanan sebesar 0,324 dan variabel promosi sebesar 0,350. Nilai koefisien determinasi dari ketiga variabel tersebut sebesar 58,7%. Hasil dari pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, diperoleh nilai F hitung = 45,484 yang lebih besar dari F tabel = 2,699. Dengan demikian, **hipotesis keempat** “Diduga terdapat pengaruh antara kualitas produk wisata (X1), kualitas pelayanan (X2) dan promosi (X3) terhadap kepuasan pengunjung (Y) objek wisata Goa Kreo Semarang” **diterima**. Hasil tersebut mendukung penelitian Rosi Nur Afifah (2014) yang menyatakan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kesimpulan dan Saran

Setelah dilakukan pengolahan dan analisis data secara bertahap terhadap variabel Kualitas Produk Wisata, Kualitas Pelayanan, Promosi dan Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Goa Kreo Semarang, maka dalam penelitian ini diperoleh kesimpulan dan saran.

Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan hasil penelitian variabel kualitas produk wisata pada objek wisata Goa kreo Semarang tergolong baik, hal ini berarti objek wisata Goa kreo Semarang sudah mempunyai kualitas produk yang sudah cukup baik. Hal tersebut ditunjukkan dengan indikator kualitas produk wisata yang meliputi tingkat keindahan objek wisata Goa Kreo, tingkat keunikan objek wisata Goa Kreo, tingkat keindahan jembatan dan Waduk Jatibarang dan kualitas wahana wisata air di objek wisata Goa Kreo dinilai baik. Hal ini dibuktikan dengan mayoritas jawaban responden sebesar 64 % mengatakan baik
2. Berdasarkan hasil penelitian variabel kualitas pelayanan pada objek wisata Goa kreo Semarang cukup baik karena pelayanan yang diberikan oleh objek wisata Goa kreo Semarang seperti *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati) dan *tangible* (bukti fisik) sudah dirasakan baik oleh para pengunjung. Hal ini dibuktikan dengan sebanyak 55 responden (55%) menilai cukup baik serta 26 responden (26%) menilai baik.
3. Berdasarkan hasil penelitian variabel promosi pada objek wisata Goa kreo Semarang, promosi yang digunakan oleh objek wisata Goa Kreo Semarang dapat dikatakan cukup baik karena promosi yang ada sudah cukup beragam, menarik dan pesan yang disampaikan cukup jelas serta memiliki informasi yang cukup lengkap. Hal ini didukung oleh hasil dari kategorisasi variabel promosi bahwa sebagian besar responden (47%) menilai cukup baik atas promosi yang digunakan objek wisata Goa Kreo.
4. Berdasarkan hasil penelitian variabel kepuasan pengunjung objek wisata Goa Kreo Semarang sudah tergolong cukup puas. Pengunjung menilai cukup puas dengan keindahan dan keunikan objek wisata Goa Kreo, jembatan dan Waduk jatibarang serta wahana wisata air yang tersedia di objek wisata Goa Kreo. Selain itu, fasilitas umum yang tersedia dan pelayanan yang diberikan oleh petugas objek wisata Goa Kreo juga dinilai cukup. Hal ini dibuktikan dengan hasil dari kategorisasi variabel kepuasan pengunjung sebagian besar responden (57%) merasa cukup puas.
5. Berdasarkan hasil uji regresi pada variabel kualitas produk wisata terhadap kepuasan pengunjung, variabel kualitas produk wisata mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, dan berdasarkan hasil dari koefisien determinasi adalah sebesar 20% pengaruhnya pada variabel kepuasan pengunjung.
6. Berdasarkan hasil uji regresi pada variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung, variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, dan berdasarkan hasil dari koefisien determinasi adalah sebesar 52,4% pengaruhnya pada variabel kepuasan pengunjung.
7. Berdasarkan hasil uji regresi pada variabel promosi terhadap kepuasan pengunjung, variabel promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, dan berdasarkan hasil dari koefisien determinasi adalah sebesar 41,4% pengaruhnya pada variabel kepuasan pengunjung.
8. Berdasarkan hasil dari uji regresi berganda dan uji f variabel kualitas produk wisata, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pengunjung, menunjukkan bahwa variabel kualitas produk wisata, kualitas pelayanan dan promosi secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung dengan nilai F hitung = 45,484 dimana lebih besar dari F tabel = 2,699 dan hasil koefisien determinasi secara bersama-sama sebesar 58,7% pengaruhnya pada variabel kepuasan pengunjung.

Saran

Berikut disajikan beberapa saran berdasarkan hasil penelitian yang dapat bermanfaat bagi objek wisata Goa Kreo dan untuk penelitian selanjutnya :

1. Berdasarkan hasil penelitian variabel kualitas produk wisata, indikator tingkat keindahan objek wisata Goa Kreo tergolong rendah karena masih terdapat coretan-coretan di dinding goa dan kualitas wahana wisata air di objek wisata Goa Kreo juga tergolong rendah karena kurangnya wahana yang lebih menarik pengunjung. Maka dari itu, perlunya peningkatan dalam hal pengawasan dan penambahan wahana wisata air yang lebih menarik pengunjung.
2. Berdasarkan hasil penelitian variabel kualitas pelayanan, terdapat beberapa indikator yang masih tergolong rendah. Untuk meningkatkan variabel kualitas pelayanan dari objek wisata Goa Kreo Semarang sebaiknya jumlah petugas perlu ditambah agar pelayanan lebih maksimal.
3. Berdasarkan hasil penelitian variabel promosi, indikator daya tarik promosi memiliki nilai di bawah rata-rata skor variabel. maka dari itu, sebaiknya promosi yang digunakan dibuat lebih menarik lagi supaya pengunjung lebih tertarik.
4. Bagi penelitian berikutnya, penulis menyarankan menambah variabel lain seperti harga dan variabel lainnya yang mampu meningkatkan kepuasan pengunjung agar lebih memperkuat lagi hubungan dan pengaruhnya.

Daftar Referensi

- Budianto. 2012. *Pengaruh Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Kebun Raya Cibodas*. Universitas Pendidikan Indonesia repository.upi.edu, pp. 1–13.
- Ghozali, Imam. 2005. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2006. *Analisis Multivariate Lanjutan dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hapsari Nurul, Retno. 2014. *Pengaruh Atribut Produk Wisata dan Electronic Word Of Mouth (eWOM) Terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Umbul Sidomukti Kabupaten Semarang*. Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang
- Husein, Umar. 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium 2*. Jakarta : PT. Prenhallindo.
- Kotler, P. Gary, A. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Jakarta : Prenhalindo.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta : PT. Indeks.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas*. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 1*. Jakarta : Salemba Empat.

- Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Pemasaran Jasa, Edisi Keempat*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Nur Afifah, Rosi. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Cabang Semarang)*. Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang.
- Nurmelani, Riska. 2008. *Strategi Pengembangan Obyek Wisata Goa Kreo sebagai Daerah Tujuan Wisata di Kota Semarang*. Tugas Akhir. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Rai Utama, I Gusti Bagus, 2014, *Agrowisata sebagai Pariwisata Alternatif di Indonesia*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Sugiyono. 2006. *Metodologi Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Administrasi, Cetakan ke-20*. Bandung : Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : PT. Buku Seru
- Sutrisno Bayu, H. Mulyad Hari, Setyorini Heri Puspito D. 2013. *Pengaruh Atribut Produk Wisata Tirta terhadap Keputusan Berkunjung*. Journal Tourism and Hospitality Essentials Anthology (THE Anthology). Edisi I.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa, Edisi Pertama*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran, Edisi Kedua*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management, Mewujudkan Layanan Prima, Edisi II*. Yogyakarta : Andi.
- Utama, Sapta. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Wana Wisata Gonoharjo Perum Perhutani Unit I Jawa Tengah*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Volume 2, Nomor 1, tahun 2013 page. 261-274.