

## Kepuasan Berkunjung Taman Impian Jaya Ancol yang Dipengaruhi Lifestyle, Persepsi Harga, dan Daya Tarik Wisata

Hairani Tarigan

Universitas Asa Indonesia

E-mail: [hairani@stein.ac.id](mailto:hairani@stein.ac.id)

---

### Article History:

Received: 27 Februari 2024

Revised: 04 Maret 2024

Accepted: 05 Maret 2024

### Keywords:

Visitor Satisfaction, Lifestyle, Price Perception, Tourism Attractions

**Abstract:** *This study investigates the impact of lifestyle, price perceptions, and tourist attractions on visitor satisfaction at Taman Impian Jaya Ancol Jakarta. Data was collected in January 2023 from 100 respondents visiting Taman Impian Jaya Ancol. Of these, 20 respondents were used to test the validity and reliability. In comparison, the other 80 respondents were used for the multiple linear regression test to identify the effect simultaneously or partially. Sampling was conducted using the Roscoe technique, about 15-20 times the number of existing variables. The results of this study concluded several important things. Overall, the three independent variables, lifestyle, price perceptions, and tourist attractiveness, significantly influence the satisfaction level of visiting. Partially, lifestyle significantly influences the level of visit satisfaction; perceived price also influences visit satisfaction, while tourist attraction does not significantly impact visitor satisfaction.*

---

## PENDAHULUAN

Kegiatan berwisata saat ini telah menjadi salah satu kebutuhan manusia, apalagi situasi dan kondisi yang terjadi paska pandemi membuat orang merasa lebih bebas untuk beraktifitas setelah sekian lama harus mematuhi pemberlakuan aturan diwilayah setempat yang tidak membolehkan orang untuk bebas keluar rumah. Seperti halnya melakukan perjalanan wisata. pada saat ini berwisata merupakan kebutuhan bagi sebagian orang. Sektor pariwisata sosio-ekonomi terdampak krisis ini dengan adanya pergerakan manusia yang dibatasi, transportasi maupun distribusi, dan terkadang berakibat berhentinya aktifitas usaha (Tiwari & Chowdhary, 2021). Pada dasarnya berwisata perlu dilakukan untuk merecovery psikis maupun fisik setelah aktivitas sehari-hari membuat orang jenuh dan mudah stress, mereka akan mencari berbagai cara untuk mengurangi bahkan menghilangkan kejenuhan dan stress yang dialaminya, salah satunya mengunjungi tempat wisata.

Taman Impian Jaya Ancol menjadi salah satu destinasi wisata yang ada disekitar Jakarta dengan daya Tarik wisata pesisir dengan fasilitas yang ditawarkan dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Setiap individu maupun kelompok dalam memenuhi keinginannya akan dipengaruhi oleh tingkat penghasilan, citra merek, maupun gaya hidupnya (Putri et al., 2019). Industri pariwisata merupakan industri yang menyediakan jasa dengan menggabungkan daya

tarik, gaya hidup, dan persepsi wisatawan terhadap harga. Banyak hal yang mempengaruhi maju mundurnya industri pariwisata seperti puas tidaknya pengunjung. Pariwisata dapat diartikan sebagai wisatawan yang melakukan perjalanan secara terus menerus atau berulang kali dari suatu tempat ketempat lain yang di sebut sebagai tours (Yoeti, 1991).

Banyak Perusahaan yang berjalan tidak bisa berbisnis secara normal. Namun, perusahaan harus menanggung kewajiban perusahaan seperti biaya tetap, jadi mereka harus memikirkan berbagai cara untuk bertahan hidup ini pandemic, dunia pariwisata mengalami hal yang sama dimana mereka harus menerapkan protokol kesehatan yang telah ditetapkan pemerintah (Budiono, 2022). Situasi pandemi COVID-19 lalu telah menyebabkan banyak perubahan perilaku serta gaya hidup orang di seluruh dunia (Arena & Aprea, 2021). Gaya hidup mencakup cara kita menilai kepuasan pengunjung, serta mencerminkan bagaimana seseorang menjalani kehidupan, mengelola keuangan, dan menggunakan waktu luang mereka. Gaya hidup erat kaitannya dengan aspek-aspek seperti citra diri yang ditampilkan, posisi sosial yang diemban, dan usaha untuk mengaktualisasikan potensi diri (Antopani, 2015).

Dalam memenuhi keinginannya individu akan dipengaruhi oleh tingkat penghasilan, citra merek, maupun gaya hidupnya dalam menentukan keinginannya dalam menentukan destinasi yang akan dikunjungi termasuk daya Tarik yang ditawarkan. Daya tarik wisata terbagi menjadi: alam, budaya, dan buatan manusia. Wisata alam mempunyai daya tarik yang menawarkan pemandangan alam seperti pegunungan dan pesisir. Sesuatu dengan keunikan dan nilai yang berwujud keanekaragaman, alam, budaya dan hasil buatan manusia akan menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan (Ayuningtyas & Nugraha, n.d.).

Gaya hidup seseorang mempunyai ciri khas yang tidak hanya sekedar memotivasi dirinya sendiri dalam berwisata, akan tetapi juga memberikan hal negative maupun positif dalam kehidupannya (Jóhannesson & Lund, 2018). Selain lifestyle dan daya tarik wisata kekuatan yang juga dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung adalah persepsi harga. Salah satu strategi peningkatan layanan yang dapat menimbulkan kepuasan: inovasi lokasi wisata, harga, maupun promosi (Hapsari et al., 2021). Meskipun perusahaan yang berpusat pada pelanggan akan berusaha memaksimalkan kepuasan pelanggan yang relatif tinggi dibandingkan competitor. Suatu perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara menurunkan harga dan melakukan peningkatan terhadap layanannya (Kotler & Armstrong, 2018). Emosi yang muncul dalam layanan mempengaruhi persepsi dan penilaian kepuasan pelanggan. Dari sudut pandang penyedia layanan, lingkungan fisik akan meningkatkan persepsi harga dan bisa menimbulkan emosi sehingga akhirnya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Ali et al., 2016). Dengan melakukan sedikit diferensiasi antara produk dan layanan, perusahaan dapat bersaing melalui diferensiasi harga dengan memberikan manfaat yang berbeda kepada pengunjung (Priporas et al., 2017).

## **METODE PENELITIAN**

Dalam rangka menguji hipotesis, diperlukan suatu pendekatan penelitian, dan pada tahap ini, penelitian kuantitatif ini akan dilaksanakan melalui penerapan metode survei.

### **Populasi dan sample**

Salah satu tahapan penting dalam pengumpulan dan analisis data adalah menentukan populasi yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, populasi yang dituju adalah para pengunjung Taman Impian Jaya Ancol pada bulan Januari 2023. Untuk melakukan penelitian tersebut, digunakan sampel sebanyak 80 responden. Teknik yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah metode Roscoe, yaitu dengan mengalikan jumlah variabel yang diteliti dengan angka 15 sampai 20 responden dengan Teknik sampling Accidental Sampling'

### Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini kami menggunakan skala likert dengan 4 instrumen yaitu instrumen Lifestyle, Persepsi Harga, Daya Tarik Wisata, dan Kepuasan Berkunjung.

### Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dalam konteks ini bertujuan untuk mendapatkan skor yang mengindikasikan pengaruh Gaya Hidup, Persepsi Harga, dan Daya Tarik Wisata terhadap Kepuasan Berkunjung. Metode yang akan diterapkan untuk mengumpulkan data dalam penelitian lapangan ini melibatkan penggunaan kuesioner dengan menggunakan skala Likert

### Teknik Analisis Data

Teknik yang digunakan untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Berganda. Teknik ini dapat diestimasi secara bersamaan, dan dapat pula untuk mengetahui pengaruh secara parsial. Untuk menguji validitas, reliabilitas, asumsi klasik dan pengaruh secara simultan maupun parsial menggunakan aplikasi IBM SPSS 26.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Sebanyak dua puluh partisipan diambil sebagai sampel untuk menguji validitas pada seluruh variabel, yakni: Gaya Hidup (X1), Persepsi Harga (X2), Daya Tarik Wisata (X3), dan Kepuasan Pengunjung (Y). Validitas dari pernyataan-pernyataan dalam item-item telah terverifikasi karena nilai r-hitung melebihi nilai r-tabel pada taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$ . Uji Reliabilitas

Tabel 1 menggambarkan hasil Uji Keandalan (Reliabilitas) untuk semua variabel, dengan koefisien Alpha yang melebihi 0.700. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua kuesioner dalam kelima variabel dianggap memiliki keandalan yang baik.

**Table 1. Hasil Uji Reliability**

Variable	Cronbach's Alpha	Hasil
Lifestyle	.903	Reliable
Persepsi Harga	.945	Reliable
Daya Tarik Wisata	.837	Reliable
Kepuasan Pengunjung	.922	Reliable

### Uji Asumsi Klasik

Tabel 2 menampilkan hasil analisis data yang dilakukan untuk menguji asumsi klasik. Hasil ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen terhadap variabel dependen telah memenuhi persyaratan asumsi klasik yang diperlukan dalam analisis regresi linier berganda.

**Table 2. Pengujian Asumsi Klasik**

	Multi colinierity	Heteros cedasticity	Norm
Lifestyle	2.063		
Persepsi Harga	1.940	Tidak terjadi	0.200
Daya Tarik Wisata	1.809		

Dependent Variabel: Visiting Satisfaction

### Pengujian hipotesis

Kelayakan model regresi yang menggambarkan Lifestyle (X1), Persepsi Harga(X2), Daya Tarik Wisata (X3), dan Kepuasan Pengunjung (Y) terlihat pada table 3.

**Tabel 3. F-tes**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	473.259	3	157.753	40.901	.000b
	Residual	293.129	76	3.857		
	Total	766.388	79			

a. Dependent Variable: Kepuasan Berkunjung

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih rendah dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model ini secara statistik valid. Oleh karena itu, diasumsikan adanya hubungan linear antara Kepuasan Pengunjung (Y) yang dipengaruhi Lifestyle (X1), Persepsi Harga (X2), dan Daya Tarik Wisata (X3).

Hasil dari pengujian uji-t menunjukkan bahwa nilai t-hitung adalah 40,901 dengan signifikansi 0,000. Ketika dibandingkan dengan nilai t-tabel yang sebesar 1,990, dapat disimpulkan bahwa t-hitung lebih besar daripada t-tabel yaitu  $40.901 > 1.990$ , disimpulkan H1 diterima. Hal ini menyatakan Kepuasan berkunjung dipengaruhi oleh Lifestyle, Persepsi Harga dan Daya Traik Wisata secara simultan.

Hasil analisis regresi Kepuasan Berkunjung (Y) yang dipengaruhi Lifestyle (X1), Persepsi Harga (X2), dan Daya Tarik Wisata (X3). pada tabel 4 dibawah ini:

**Tabel 4. model summary**

Model	R	R Square
1	.786a	0.618

Dalam tabel 4, nilai R2 sebesar 0.618 menunjukkan bahwa 61.8% dari variasi Kepuasan Berkunjung (Y) dapat dijelaskan oleh pengaruh secara simultan dari variabel independen Lifestyle (X1), Persepsi Harga (X2), dan Daya Tarik Wisata (X3). Sementara itu, sisanya sebesar 38.2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen (Lifestyle (X1), Persepsi Harga (X2), dan Daya Tarik Wisata (X3)) terhadap variabel dependen (Kepuasan Berkunjung), dapat digunakan uji-t pada tabel 4. Penggunaan uji-t ini akan memberikan wawasan mengenai tingkat signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

**Table 5. Uji Parsial**

Model		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)		1.905	0.061
	LifeStyle	0.247	2.504	0.014
	Persepsi Harga	0.496	5.198	0.000
	Daya Tarik Wisata	0.151	1.481	0.143

### Lifestyle terhadap Kepuasan Berkunjung

Nilai uji-t diperoleh melalui nilai t-hitung= 2.504 disertai signifikansi 0.014, t-tabel sebesar 1.990= 2.504<1.990, maka H1 diterima. Hal ini menyatakan Kepuasan Pengunjung dipengaruhi oleh Lifestyle, Hal ini sejalan dengan temuan dalam laporan penelitian, di mana mereka menyimpulkan bahwa Kepuasan Pengunjung dipengaruhi oleh Lifestyle (Sitepu et al., 2022) . Gaya hidup mencakup cara seseorang menggambarkan dirinya, mengelola keuangan, serta mengatur jadwal. Saat seseorang memutuskan untuk menghabiskan waktu di Taman Impian Jaya Ancol, hal tersebut mencerminkan gaya hidup masyarakat dalam hal berlibur.

### Persepsi Harga terhadap Kepuasan Berkunjung

Nilai uji-t diperoleh melalui nilai t-hitung= 5.198 dengan signifikansi 0.000, didapat t-tabel sebesar  $1.990 = 5.198 > 1.990$ , maka H2 diterima. Hal ini menyatakan Kepuasan Berkunjung dipengaruhi oleh Persepsi Harga, Hal ini sejalan dengan temuan dalam laporan penelitian, di mana mereka menyimpulkan bahwa Kepuasan Pengunjung dipengaruhi Kepuasan Berkunjung (Wulandari et al., 2019). Tarif yang sesuai akan membawa kepuasan kepada para pengunjung terhadap suatu tujuan pariwisata. Faktor ini dapat memengaruhi pandangan para pengunjung, karena semakin terjangkaunya harga tiket untuk Wisata Tangkuban Perahu akan semakin mendorong mereka untuk merencanakan kunjungan ke Taman Impian Jaya Ancol.

### Daya Tarik Wisata terhadap Kepuasan Berkunjung

Nilai uji-t diperoleh melalui nilai t-hitung= 1.481 disertai signifikansi 0.143, didapat t-tabel sebesar  $1.990 = 1.481 < 1.990$ , maka H4 ditolak. Hal ini menyatakan Kepuasan Berkunjung tidak dipengaruhi oleh Daya Tarik Wisata, ini selaras dengan laporan penelitian dimana mereka menyatakan Kepuasan Berkunjung tidak dipengaruhi oleh Daya Tarik Wisata (Eko Saputro et al., 2020) hal ini mengidikasikan para pengunjung merasa puas tidak terhadap Daya Tarik yang ditawarkan pengelola, akan tetapi ada factor lain yang mempengaruhi kepuasan berkunjung. Dalam laporan penelitian ini persepsi harga lebih dominan dari lifestyle, secara demografi para pengunjung memang lebih dominan pengunjung keluarga, sehingga factor harga menjadi hal yang diperhitungkan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Secara simultan ketiga variable bebas yaitu Lifestyle (X1), Persepsi Harga(X2), Daya Tarik Wisata (X3) mempengaruhi Kepuasan Berkunjung (Y). Dan secara parsial disimpulkan bahwa Lifestyle (X1) berpengaruh terhadap Kepuasan Berkunjung (Y), Persepsi Harga (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Berkunjung (Y) dan Daya Tarik Wisata (X3) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Berkunjung (Y). Dari ketiga variable bebas, Daya Traik Wisata Taman Impian Jaya Ancol belum bias meningkatkan kepuasan pengunjungnya, memang banyak factor yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung, akan tetapi pengelola Destinasi diharapkan tetap mengembangkan Daya tarik wisatanya dengan berbagai perencanaan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan para pengunjung, sehingga pada kesempatan mendatang, penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan mendeteksi kebutuhan dan keinginan pengunjung yang masih relevan dapat terpenuhi berdasarkan situasi dan kondisi Area wisata.

## DAFTAR REFERENSI

- Ali, F., Amin, M., & Ryu, K. (2016). The Role of Physical Environment, Price Perceptions, and Consumption Emotions in Developing Customer Satisfaction in Chinese Resort Hotels. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 17(1), 45–70.
- Antopani, T. (2015). Fotografi, Pariwisata, dan Media Aktualisasi Diri. *Rekam: Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi*, 11(1), 31–40.
- Arena, M., & Aprea, C. (2021). Impact of Covid-19 Pandemic on Air Transport: Overview and Implications. *Advances in Environmental and Engineering Research*, 2(1). <https://doi.org/10.21926/aer.2101002>
- Ayuningtyas, L. S., & Nugraha, H. S. (n.d.). PENGARUH E-WORD.OF.MOUTH, LOKASI, DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DENGAN

- KEPUTUSAN BERKUNJUNG SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA PANTAI MENGANTI KEBUMEN). In *Jurnal Administrasi Bisnis: Vol. X*.
- Budiono, A. (2022). Employee performance analysis of Paul Bakery Restaurant in Jakarta during the COVID-19 pandemic by measuring leadership, motivation and compensation through job satisfaction. *Turyzm/Tourism*, 32(1), 141–157. <https://doi.org/10.18778/0867-5856.32.1.07>
- Eko Saputro, W., Indriastuty, N., & Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Balikpapan, J. (2020). ANALISIS DAYA TARIK WISATA, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Pantai Manggar Segara Sari Balikpapan). *Maret*, 11(1), 2086–1117. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi>
- Hapsari, Y., Suhud, U., & Mukhtar, S. (2021). Influence of Service Quality, Innovation, Price, Promotion on Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *Oblik i Finansii*, 3(93), 125–134. [https://doi.org/10.33146/2307-9878-2021-3\(93\)-125-134](https://doi.org/10.33146/2307-9878-2021-3(93)-125-134)
- Jóhannesson, G. T., & Lund, K. A. (2018). Creative connections? Tourists, entrepreneurs and destination dynamics. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 18(sup1), S60–S74. <https://doi.org/10.1080/15022250.2017.1340549>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Priporas, C. V., Stylos, N., & Chari, L. (2017). Service quality, satisfaction, and customer loyalty in Airbnb accommodation in Thailand. *International Journal of Tourism Research*, 19(4).
- Putri, R., Sari, K., Aryati, I., & Widayanti, R. (2019). PENGARUH BRAND IMAGE , GAYA HIDUP DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CAFÉ TIGA TJERET DI SURAKARTA (Vol. 03, Issue 1).
- Sitepu, J. H., Khair, H., & Pasaribu, F. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen EDC (Electronic Data Capture) Yokke yang Dimediasi Oleh Keputusan Pembelian” (Studi Kasus Pengguna EDC Yokke PT. Mitra Transaksi Indonesia). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 200–214. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.622>
- Tiwari, P., & Chowdhary, N. (2021). Has covid-19 brought a temporary halt to overtourism? *Turyzm/Tourism*, 31(1), 89–93. <https://doi.org/10.18778/0867-5856.31.1.20>
- Wulandari, O. A. D., Suroso, A., & Setyanto, R. P. (2019). PENGARUH CITRA DESTINASI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PENGUNJUNG DI OWABONG MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *JEBA: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 21(2).
- Yoeti, Oka. A. (1991). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung Angkasa.