

**PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN  
MENGUNAKAN JASA TAMAN WISATA TOAR  
LUMIMUUT (TAMAN EMAN) SONDER**

*INFLUENCES OF PRICE, LOCATION AND FACILITIES TOWARDS A DECISION USING  
SERVICES TOAR LUMIMUUT PARK (EMAN PARK) SONDER.*

Oleh:

**Nicklouse Christian Lempoy<sup>1</sup>**

**Silvy L. Mandey<sup>2</sup>**

**Sjendry S.R. Loindong<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen  
Universitas Sam Ratulangi Manado  
e-mail: <sup>1</sup>nicklouse\_4012@ymail.com  
<sup>2</sup>silvyamandey@rocketmail.com  
<sup>3</sup>loindong18s@gmail.com

**Abstrak:** Pariwisata di Indonesia memiliki potensi besar dan sumber daya yang belum dikembangkan secara maksimal oleh pemerintah maupun sektor swasta. Pembangunan bidang pariwisata diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat, karena sektor pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan di bidang ekonomi. Kegiatan Pariwisata yang diharapkan memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap perekonomian. Menetapkan harga jual yang terjangkau, lokasi yang strategis serta fasilitas yang memadai akan meningkatkan keputusan menggunakan jasa oleh konsumen. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan menggunakan jasa Taman Wisata Toar Lumimuut. Sampel ditentukan berdasarkan rumus slovin, sebanyak 100 responden. Alat analisis yang digunakan Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan baik secara simultan maupun parsial Harga, Lokasi, dan Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa Taman Wisata Toar Lumimuut. Mengingat Harga, Lokasi, dan Fasilitas memiliki pengaruh positif yang signifikan serta memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap keputusan menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut, maka sebaiknya pihak pimpinan Taman Wisata Toar Lumimuut, memperhatikan faktor Harga, Lokasi, dan Fasilitas untuk senantiasa dikembangkan.

**Kata kunci:** harga, lokasi, fasilitas, keputusan menggunakan jasa

**Abstract:** Tourism in Indonesia has a big potential and resources that doesn't fully developed yet by government and commercial sector. Development in tourism is expected to give a benefit for society, because tourism is one of development indicator in the Indonesian economics. Tourism that expected to give a quite big contribution to economics. Deciding an achievable pricing, strategic location and adequate facility will increase consumer's service using decision. This research was purposed to find out the influences of price, location, facility simultaneously and partially towards a purchasing decision. Sample was determined according to the Slovin Formula, as many as 100 respondents. The analytical tool using multiple linear regression. The result showed that price, location and facility were affected significant simultaneously and partially to purchasing decision. Considering the price, location and facilities that have a significant positive influence and substantial contribution to decision to use the services of Toar Lumimuut Tourism Park, the direction should pay attention to the price, location, and facility factors.

**Keywords:** price, location, facility, service utilize decision

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Pariwisata di Indonesia memiliki potensi besar dan sumber daya yang belum dikembangkan secara maksimal oleh pemerintah maupun sektor swasta. Pembangunan bidang pariwisata diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat, karena sektor pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan di bidang ekonomi. Kegiatan Pariwisata yang diharapkan memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap perekonomian. Keputusan menggunakan antara lain ditentukan oleh harga, lokasi serta fasilitas menjadi penting untuk diperhatikan karena jika pengunjung merasa puas pengunjung tidak akan pindah ke tempat lain. Dari data yang diperoleh dari PT. Indra Wisata Sonder jumlah pengunjung Taman Wisata Toar Lumimuut Sonder selama tahun 2014 sebagai berikut:

**Tabel 1. Perkembangan Pengunjung Taman Wisata Toar Lumimuut Sonder Tahun 2014**

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Januari	8200
2	Febuari	7800
3	Maret	7500
4	April	7300
5	Mei	8500
6	Juni	8700
7	Juli	9050
8	Agustus	8900
9	September	7150
10	Oktober	7100
11	November	6950
12	Desember	8850

Sumber : PT. Indra Wisata Sonder

Tabel 1 diatas dapat disimpulkan bahwa terjadinya fluktuasi jumlah pengunjung di Taman Wisata Toar Lumimuut Sonder pada tahun 2014. Peningkatan jumlah pengunjung Taman Wisata Toar Lumimuut Sonder terjadi dari bulan Mei 2014 hingga bulan Juli 2014. Hal ini terjadi karena pada bulan-bulan ini bertepatan dengan musim liburan panjang. Peningkatan jumlah pengunjung Taman Wisata Toar Lumimuut Sonder juga terjadi pada bulan desember 2014 dikarenakan adanya liburan akhir tahun, sehingga banyak pengunjung yang menghabiskan masa liburannya di Taman Wisata Toar Lumimuut Sonder.

Harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk atau jasa karena harga adalah satu dari empat *marketing mix* (bauran pemasaran). Menetapkan harga jual yang terlalu tinggi akan mengakibatkan penjualan menurun, tetapi sebaliknya jika harga yang ditetapkan terlalu rendah maka akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan baik dalam bentuk barang maupun jasa.

Lokasi yang strategis sangat menentukan kelangsungan dari suatu usaha. Lokasi merupakan tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi. Lupiyoadi (2001: 61-62). Dengan lokasi yang strategis dan memiliki daya tempu yang dekat membuat konsumen tertarik melakukan keputusan dalam menggunakan suatu produk berupa barang atau jasa.

Variabel lain yang mempengaruhi keputusan menggunakan konsumen adalah fasilitas tempat wisata. Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar pelaksanaan segala sesuatu usaha. Arikunto (2008:72). Dengan fasilitas yang memadai yaitu kelengkapan fasilitas dan ketersediaan fasilitas akan meningkatkan minat konsumen sehingga konsumen akan melakukan keputusan dalam menggunakan suatu produk berupa barang atau jasa.

## Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh:

1. Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap keputusan menggunakan jasa Taman wisata Toar Lumimuut.
2. Harga terhadap keputusan menggunakan jasa Taman wisata Toar Lumimuut.
3. Lokasi terhadap keputusan menggunakan jasa Taman wisata Toar Lumimuut.
4. Fasilitas terhadap keputusan menggunakan jasa Taman wisata Toar Lumimuut.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah suatu analisis, perencanaan, pelaksanaan serta kontrol program-program yang telah direncanakan dalam hubungannya dengan pertukaran-pertukaran yang diinginkan terhadap konsumen yang dituju untuk memperoleh keuntungan pribadi maupun bersama. Lupiyoadi (2006:6). Adapun proses manajemen pemasaran dapat dibagi dalam beberapa langkah kegiatan yang dikatakan oleh Angipora (2002 : 14) adalah sebagai berikut :

- a. Menganalisa Kesempatan Pasar
- b. Memilih Pasar Sasaran (Target Market)
- c. Mengembangkan Marketing Mix, dan
- d. Mengelola Usaha Pemasaran.

### Pemasaran Jasa

Hariadi (2005:130) mengemukakan bahwa ciri-ciri penting suatu perusahaan jasa yang membedakan dengan perusahaan industri barang dan akan mempengaruhi strategi bisnis yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Produknya tidak berwujud atau intangibility sehingga tidak dapat dilihat, tidak dapat dicoba atau dicicipi dan tidak dapat dirasakan. Oleh karena itu, pembeli atau konsumen hanya melihat bukti dari mutu jasa atau service quality.
2. Tidak dapat dipisahkan atau inseparability. Terdapat interaksi langsung antara produsen dengan konsumen. Dalam hal ini, jasa memerlukan kehadiran pemberi jasa dan pengguna jasa. Dengan demikian, pembeli jasa merupakan bagian langsung dari proses produksi sehingga jika terjadi ketidaknyamanan dalam proses produksi maka akan dirasakan langsung oleh pembeli.
3. Hasil jasa berbeda-beda antara satu dengan lainnya, yang dikenal sebagai variability atau heterogenity. Oleh karena itu, mutu atau kualitas jasa yang dihasilkan bervariasi tergantung pada siapa yang memberikan dan menyajikan jasa tersebut.
4. Tidak dapat disimpan atau perishability. Oleh karena itu, jasa yang dihasilkan harus segera dikonsumsi sehingga kapasitas yang tersedia dapat dimanfaatkan sebab jasa yang tidak terpakai atau dikonsumsi menjadi hilang karena tidak dapat disimpan.
5. Kepemilikan. Pengiriman barang, penerbangan, pendidikan, dan hotel adalah usaha jasa di mana peralatan yang digunakan tidak dimiliki oleh konsumen, tetapi masih tetap dimiliki oleh pemberi jasa.

### Bauran Pemasaran

Sumarni dan Soeprihanto (2010:274) menjelaskan bahwa Marketing mix adalah kombinasi dari variable atau kegiatan yang merupakan inti dari system pemasaran yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi. Dengan kata lain *marketing mix* adalah kumpulan dari variable yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk dapat mempengaruhi tanggapan konsumen.

### Harga

Gitosudarmo (2008:228) mengemukakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya. Harga ditentukan oleh banyaknya permintaan dan penawaran. Secara mendasar terdapat 4 (empat) tujuan utama dari penetapan harga yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan yang dikemukakan oleh Angipora (2002:271-272) antara lain:

1. Mendapatkan laba maksimal
2. Mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan atau pengembalian penjualan bersih
3. Mencegah atau mengurangi persaingan
4. Mempertahankan atau memperbaiki market share.

### **Lokasi**

Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Tjiptono (2002:92). Adapun faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam menentukan pertimbangan-pertimbangan yang cermat dalam menentukan lokasi menurut Kotler (2009:84) meliputi faktor:

- a. Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
- b. Visibilitas, misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- c. Tempat parkir yang luas dan aman.
- d. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk peluasan usaha di kemudian hari.
- e. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.

### **Fasilitas**

Moekijat (2001:155) menjelaskan bahwa secara sederhana yang dimaksud dengan fasilitas adalah suatu sarana fisik yang dapat memproses suatu masukan (input) menuju keluaran (output) yang diinginkan. Sedangkan Sulastiyono (2006) mengatakan bahwa fasilitas adalah penyediaan perlengkapan – perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan – kegiatannya, sehingga kebutuhan - kebutuhan tamu dapat terpenuhi.

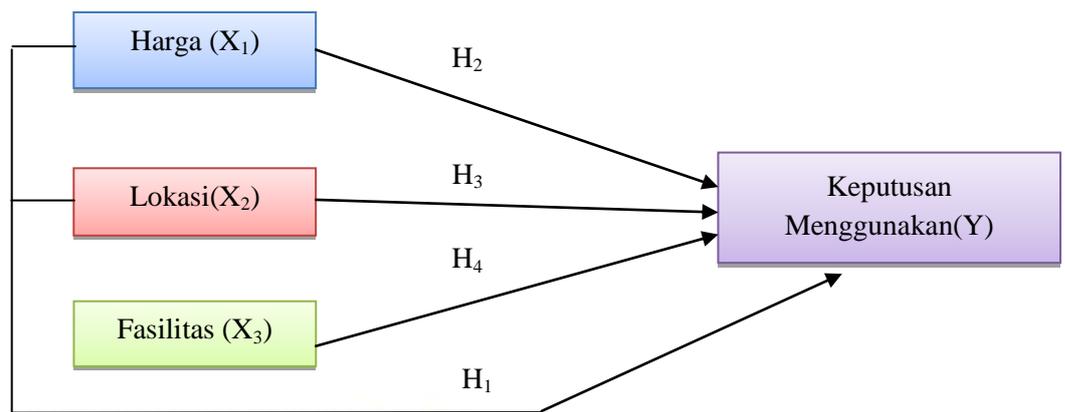
### **Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian menurut Nugroho (2003:38) adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Proses keputusan pembelian yang spesifik yang ditulis oleh Kotler dan Armstrong (2008:179) terdiri dari urutan kejadian berikut: pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

### **Penelitian Terdahulu**

1. Kurniawan (2013) Analisis Pengaruh Harga, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Menginap Pada Grand Asia Hotel. Menyimpulkan bahwa Harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap proses pengambilan keputusan menginap dengan pengaruh yang sangat kuat.
2. Salindeho (2014) Promosi, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Listrik Pintar Pada Wilayah Manado Malalayang I. Menyatakan bahwa promosi, harga dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen
3. Ghanimata (2012). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembelian Produk Bandeng Juana Elrina Semarang). Menyatakan semua variabel harga, kualitas produk, dan lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
4. Kodu (2013) Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avansa. Menyimpulkan bahwa harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan maupun parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

## Kerangka Konseptual



**Gambar 1. Kerangka Penelitian**

*Sumber: Kajian Teori 2015*

## Hipotesis Penelitian

- $H_1$  : Harga, Lokasi dan Fasilitas secara bersama diduga berpengaruh terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut Sonder.
- $H_2$  : Harga diduga berpengaruh terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut Sonder.
- $H_3$  : Lokasi diduga berpengaruh terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut Sonder.
- $H_4$  : Fasilitas diduga berpengaruh terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut Sonder.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif dimana penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan merupakan penelitian yang menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala (Sugiyono 2009).

### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Januari-Maret 2015 dan penelitian ini mengambil tempat pada Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder.

### Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini akan ditentukan populasi berdasarkan data jumlah pengunjung Taman Wisata Toar Lumimuut Sonder yaitu jumlah pengunjung 3 bulan terakhir dari bulan Oktober, November, dan Desember 2014 yang berjumlah 22.900. Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan perhitungan rumus slovin yaitu sebanyak 100 responden.

### Metode Analisis

Metode analisa yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan pengujian hipotesis F dan uji hipotesis t.

### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji instrument penelitian apakah valid atau tidak, diketahui dengan mengkorelasikan antara skor butir dengan skor totalnya dengan memiliki nilai korelasi  $r = 0,3$ . Sugiyono (2004:124).

### Uji Reliabilitas

Pengujian reabilitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah jawaban yang diberikan responden dapat dipercaya atau dapat diandalkan dengan menggunakan analisis reabilitas melalui metode Croanbach alpha, dimana suatu instrumen dikatakan reliabel bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih.

### Uji Normalitas

Ghozali (2005:110) mendefinisikan bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas dan variabel terikat keduanya memiliki distribusi data normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

### Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2005:105) mengemukakan uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara mendeteksi dan atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen.

### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Ghozali (2005:91). Multikolinieritas dapat dideteksi dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance*  $< 0.10$  atau sama dengan nilai  $VIF > 10$ . Ghozali (2005:92). Untuk pengambilan keputusan dalam menentukan ada atau tidaknya multikolinieritas yaitu dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai  $VIF > 10$  atau jika nilai *tolerance*  $< 1$  maka ada multikolinieritas dalam model regresi.
2. Jika nilai  $VIF < 10$  atau jika nilai *tolerance*  $> 1$  maka tidak ada multikolinieritas dalam model regresi

### Analisis Regresi Linear Berganda

Penggunaan alat analisis regresi untuk mengetahui pengaruh variable independen yaitu Harga ( $X_1$ ), Lokasi ( $X_2$ ), Fasilitas ( $X_3$ ) terhadap variable dependen yaitu Keputusan Menggunakan (Y). Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah :

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

### Pengujian Hipotesis secara Simultan Dengan Uji F dan Secara Parsial Dengan Uji t

Uji F digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji statistik t atau uji parsial bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara individual dalam menjelaskan variabel terikat. Ghozali (2005:110). Uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari variabel independennya. Kriterianya :

1. Hipotesis alternatif diterima jika Nilai Signifikan  $< 0,05$
2. Hipotesis alternatif ditolak jika Nilai Signifikan  $> 0,05$

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN****Hasil Penelitian****Uji Validitas dan Reabilitas****Tabel 2. Uji Validitas dan Reabilitas**

Variabel	Pernyataan	Sig	Status	Cronbach Alpha	Status
Harga (X <sub>1</sub> )	X <sub>1,1</sub>	0,000	Valid	0,754	Reliabel
	X <sub>1,2</sub>	0,000	Valid		Reliabel
	X <sub>1,3</sub>	0,000	Valid		Reliabel
Lokasi (X <sub>2</sub> )	X <sub>2,1</sub>	0,000	Valid	0,851	Reliabel
	X <sub>2,2</sub>	0,000	Valid		Reliabel
	X <sub>2,3</sub>	0,000	Valid		Reliabel
Fasilitas (X <sub>3</sub> )	X <sub>3,1</sub>	0,000	Valid	0,834	Reliabel
	X <sub>3,2</sub>	0,000	Valid		Reliabel
	X <sub>3,3</sub>	0,000	Valid		Reliabel
Kepuasan Pembelian (Y)	Y <sub>1,1</sub>	0,000	Valid	0,822	Reliabel
	Y <sub>1,2</sub>	0,000	Valid		Reliabel
	Y <sub>1,3</sub>	0,000	Valid		Reliabel
	Y <sub>1,4</sub>	0,000	Valid		Reliabel

Sumber : Olahan data 2015

Tabel 2 dapat dilihat bahwa nilai signifikan untuk setiap pernyataan adalah  $< \alpha$  yaitu 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dikatakan valid. Nilai alpha cronbach untuk setiap pernyataan  $> 0,6$  maka dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dikatakan reliabel.

**Uji Asumsi Klasik**

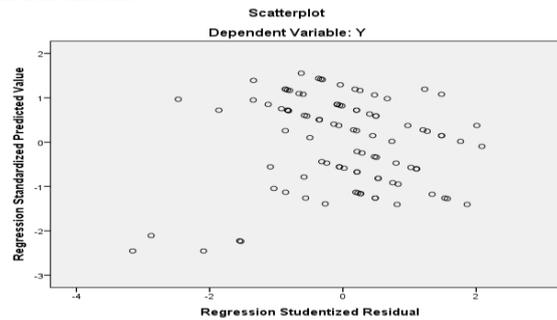
Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji multikolinieritas dan uji auto korelasi. Pengujian uji asumsi klasik dilakukan untuk model regresi linier berganda.

**Uji Normalitas****Gambar 2. Uji Normalitas**

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 20, 2015

Gambar 2 menunjukkan bahwa grafik Normal *P-P of Regression Standardized Residual* menggambarkan penyebaran data di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal grafik tersebut, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

### Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas



**Gambar 3. Uji Heterokedastisitas**

Sumber: Olahan Data SPSS 20, 2015

Gambar 3 menunjukkan grafik Scatterplot yang ditampilkan untuk uji heterokedastisitas menampakkan titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak ada pola yang jelas terbentuk serta dalam penyebaran titik-titik tersebut menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y. Hal tersebut mengidentifikasi tidak terjadinya heterokedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi.

### Uji Multikolinieritas

**Tabel 3. Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Harga	.450	2.221
Lokasi	.426	2.349
Fasilitas	.345	2.898

Sumber : Olahan Data SPSS 20, 2015

Tabel 3 output uji multikolinieritas, dikatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas jika nilai VIF < 10. Hasil perhitungan menghasilkan nilai VIF untuk regresi berganda dibawah angka 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi tersebut.

### Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 4. Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandarized Coefficients
	B
(Constant)	-1.902
Harga	.743
Lokasi	.280
Fasilitas	.492

Sumber : Olahan data SPSS 20, 2015

Tabel 4 menunjukkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -1,902 + 0,743 X_1 + 0,280 X_2 + 0,492 X_3$$

Persamaan regresi  $Y = -1,902 + 0,743 X_1 + 0,280 X_2 + 0,492 X_3$  menggambarkan bahwa variabel bebas (independen) *Harga* ( $X_1$ ), *Lokasi* ( $X_2$ ) dan *Fasilitas* ( $X_3$ ) dalam model regresi tersebut dapat dinyatakan jika satu variabel independen berubah sebesar 1 (satu) dan lainnya konstan, maka perubahan variabel terikat (dependen) Keputusan Menggunakan ( $Y$ ) adalah sebesar nilai koefisien ( $b$ ) dari nilai variabel independen tersebut. Konstanta ( $\alpha$ ) sebesar -1,902 memberikan pengertian bahwa jika *Harga* ( $X_1$ ), *Lokasi* ( $X_2$ ) dan *Fasilitas* ( $X_3$ ) secara

serempak atau bersama-sama tidak mengalami perubahan atau sama dengan nol(0) maka besarnya Keputusan Pembelian (Y) sebesar -1,902 satuan. Jika nilai  $b_1$  yang merupakan koefisien regresi dari *Harga* ( $X_1$ ) sebesar 0.743 yang artinya mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen (Y) mempunyai arti bahwa jika variabel *Harga* ( $X_1$ ) bertambah 1 satuan, maka Keputusan Menggunakan (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,743 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

Jika nilai  $b_2$  yang merupakan koefisien regresi dari *Lokasi* ( $X_2$ ) sebesar 0,280 yang artinya mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen (Y) mempunyai arti bahwa jika variabel *Lokasi* ( $X_2$ ) bertambah 1 satuan, maka Keputusan Menggunakan (Y) akan mengalami Kenaikkan sebesar 0,280 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan. Jika nilai  $b_3$  yang merupakan koefisien regresi dari *Fasilitas* ( $X_3$ ) sebesar 0.492 yang artinya mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen (Y) mempunyai arti bahwa jika variabel *Fasilitas* ( $X_3$ ) bertambah 1 satuan, maka Keputusan Menggunakan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,492 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.913 <sup>a</sup>	.843	.829

Sumber: Olahan Data SPSS 20, 2015

Tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai (R) yang dihasilkan adalah sebesar 0.913 artinya mempunyai hubungan kuat. Nilai adjusted R square adalah 0,829 atau 82,9% Artinya pengaruh semua variabel bebas : *Harga* ( $X_1$ ), *Lokasi* ( $X_2$ ), *Fasilitas* ( $X_3$ ) terhadap variabel independent Keputusan Menggunakan adalah sebesar 82,9% dan sisanya sebesar 17,1% di pengaruhi variabel lain.

### Pengujian Hipotesis

#### Uji hipotesis F dan Uji hipotesis t

Tabel 6 dapat dilihat uji F untuk menguji semua variabel bebas yang akan mempengaruhi variabel Keputusan Menggunakan secara bersama-sama. Dan uji t untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel Keputusan Menggunakan secara parsial.

**Tabel 6. Uji hipotesis F dan uji hipotesis t**

Model	Uji F		Uji t	
	F	Sig	T	Sig
Constant			-2.182	.032
Harga	160,992	0,000	6.953	.000
Lokasi			3.558	.001
Fasilitas			5.056	.000

Sumber: Olahan data SPSS 2015

Hasil analisis menggunakan SPSS 20 didapatkan Uji Simultan (uji F) dengan tingkat signifikan p-value = 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima yang berarti bahwa *Harga* ( $X_1$ ), *Lokasi* ( $X_2$ ), dan *Fasilitas* ( $X_3$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan (Y). Dari hasil uji t pada tabel di atas dapat dilihat bahwa signifikansi p-value = 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  ditolak dan menerima  $H_0$  atau *Harga* ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan (Y). Dari hasil uji t pada tabel di atas dapat dilihat bahwa *Lokasi* ( $X_2$ ) signifikansi p-value = 0,001 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan menolak  $H_0$  atau *Lokasi* ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan (Y). Dari hasil uji t pada tabel di atas dapat dilihat bahwa *Fasilitas* ( $X_3$ ) signifikansi p-value = 0,00 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan menolak  $H_0$  atau *Lokasi* ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan (Y).

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Harga terhadap Keputusan Menggunakan**

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Kotler (2001:439).Konsumen sangat sensitif terhadap harga. Semakin tinggi harga maka konsumen akan mengurungkan niat atau mengurangi keinginan untuk menggunakan jasa sehingga keputusan menggunakan konsumen akan mengalami penurunan. Dan sebaliknya, jika harga mengalami penurunan maka keputusan menggunakan akan meningkat.Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan. Artinya harga berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa Taman Wisata Toar Lumimuut Sonder. Naik turunnya harga dapat mempengaruhi niat konsumen untuk menggunakan jasa Taman Wisata Toar Lumimuut Sonder.Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kurniawan (2013) yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap.

### **Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Menggunakan**

Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Tjiptono (2002:92).Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau akan memudahkan kosumen untuk mengingat suatu objek atau tempat. Semakin baiknya Lokasi akan meningkatkan keputusan menggunakan konsumen. Dan sebaliknya dengan penurunan kualitas lokasi maka keputusan menggunakan akan menurun.Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan konsumen di Taman Wisata Toar Lumimuut Sonder. Dengan lokasi yang semakin baik dan strategis maka akan mengundang ketertarikan konsumen untuk berwisata dan melakukan keputusan menggunakan. Lokasi Taman Wisata Toar Lumimuut Sonder yang berada di Minahasa Induk, Sulawesi Utara yang menjadi sentra pariwisata. Konsumen dari berbagai pelosok mampu mencapai Taman WisataToar Lumimuut Sonder, sehingga konsumen yang menggunakan meningkat drastis dibandingkan dengan lokasi yang kurang strategis. Hasil penelitian ini dibuktikan dengan penelitian Ghanimata (2012) yang menemukan bahwa lokasi mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

### **Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Menggunakan**

Alma (2001:12) mengemukakan bahwa fasilitas adalah penyedia perlengkapan – perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada penggunaanya, sehingga kebutuhan – kebutuhan dari pengguna fasilitas tersebut dapat terpenuhi. Fasilitas merupakan alat penunjang untuk kelangsungan bisnis suatu perusahaan jasa. Semakin baik fasilitas yang disediakan oleh pengelola maka akan meningkatkan keputusan menggunakan konsumen. Sebaliknya jika fasilitas yang disediakan buruk maka keputusan menggunakan konsumen akan menurun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif signifikan. Artinya fasilitas yang digunakan dapat meningkatkan keputusan menggunakan. Hal ini sesuai dengan kenyataan lapangan menunjukkan bahwa keputusan seorang menggunakan dipengaruhi oleh fasilitas yang ada. Konsumen tertarik dengan fasilitas yang sudah ada maupun fasilitas yang baru, sehingga keputusan menggunakan jasa akan meningkat.Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kurniawan (2013) yang menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Kesimpulan dalam penelitian adalah :

1. *Harga, Lokasi, dan Fasilitas* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan jasa Taman Wisata Toar Lumimuut Sonder
2. Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan jasa Taman Wisata Toar Lumimuut Sonder
3. Lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan jasa Taman Wisata Toar Lumimuut Sonder
4. Fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan jasa Taman Wisata Toar Lumimuut Sonder

## Saran

Saran yang dapat diberikan :

1. Mengingat Harga, Lokasi, dan Fasilitas memiliki pengaruh positif yang signifikan serta memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap Keputusan menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut Sonder, maka pihak Taman Wisata Toar Lumimuut Sonder harus memperhatikan faktor Harga, Lokasi, dan Fasilitas.
2. Hasil penelitian dapat digunakan untuk pengembangan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran khususnya untuk Harga, Lokasi, Fasilitas dan Keputusan Pembelian/Menggunakan.
3. Dalam penelitian ini yang diteliti hanya terbatas pada pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Menggunakan jasa Taman Wisata Toar Lumimuut Sonder. Sedangkan faktor-faktor lain yang juga berpengaruh terhadap Keputusan Menggunakan yang belum diungkap berapa besar pengaruhnya, semoga pada penelitian selanjutnya dapat membahas faktor-faktor lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, Marius. 2002. *Dasar-dasar pemasaran*. Edisi kedua. Penerbit : PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Alma, Buchari. 2001. *Kewirausahaan*. Bima Cipta, Bandung.
- Arikunto, Suharsimi. 2008. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Reneka Cipta, Jakarta.
- Ghanimata, Kamal. 2012. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (studi pada pembeli produk bandeng Jawa Elrina Semarang). *Diponegoro Journal Of Management 1(2)*. <http://eprints.undip.ac.id/36184/1/GHANIMATA.pdf>. Diakses tanggal 2 Febuari 2015. Hal. 1-10.
- Gitosudarmo, Indruyo. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua, Cetakan Keenam. Penerbit: BPFE, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hariadi, Bambang. 2005. *Strategi Manajemen*. Bayumedia Publishing, Malang.
- Kodu, Sarini. 2013. Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal EMBA 1(3)*. <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ZvFs7w1e04J:download.portalgaruda.org/article.php%3Farticle%3D109025%26val%3D1025+%&c=d=1&hl=id&ct=clnk>. Diakses tanggal 2 Febuari 2015. Hal.1251-1259.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Alih Bahasa : Benyamin Molan. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1 dan 2. Cetakan Keempat. PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid Satu, Edisi Keduabelas. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. PT. Prehallindo, Jakarta.
- Kurniawan, Werry. 2013. Analisis Pengaruh Harga, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Menginap pada Grand Asia Hotel. *Jurnal Binus University*. [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:oyf4vfl\\_bBoJ:www.stuffspec.com/publicfiles/Analisis\\_Pengaruh\\_Kualitas\\_Pelayanan.html+%&cd=7&hl=id&ct=clnk](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:oyf4vfl_bBoJ:www.stuffspec.com/publicfiles/Analisis_Pengaruh_Kualitas_Pelayanan.html+%&cd=7&hl=id&ct=clnk). Diakses tanggal 2 Febuari 2015. Hal. 1-25.

- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jakarta.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Moekijat. 2001. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Pustaka, Jakarta.
- Nugroho, J Setiadi. 2003. *Perilaku Konsumen*. Kencana, Jakarta.
- Salindeho, Erna. 2014. Promosi, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Listrik Pintar Pada Wilayah Manado Malalayang 1. *Jurnal EMBA* 2(3). <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:zR4JuqnrFsJ:download.portalgaruda.org/article.php%3Farticle%3D262709%26val%3D1025%26title%3DPROMOSI,%2520HARGA%2520DAN%2520KUALITAS%2520LAYANAN%2520TERHADAP%2520KEPUTUSAN%2520KONSUMEN%2520MENGGUNAKAN%2520LISTRIK%2520PINTAR%2520PADA%2520WILAYAH%2520MANADO%2520MALALAYANG%25201+&cd=4&hl=id&ct=clnk>. Diakses tanggal 2 Februari 2015. Hal.1139-1149.
- Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. 2010. *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 5. Liberty, Yogyakarta.
- Sulastiyono, Agus. 2006. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. CV. Alfabeta, Bandung.
- Sugiono. 2004. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edisi Revisi. PT. Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi, Yogyakarta.

