

# **ANALISIS PENGARUH HARGA (*PRICE*) DAN BUKTI FISIK (*PHYSICAL EVIDENCE*) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA DAGO DREAMPARK BANDUNG**

Disusun oleh:

**KANIA APRILIAWATI**

Pembimbing:

**Mutia Tri Satya, S.Sos., M.Si.**

## **ABSTRAK**

Jenis objek wisata di Bandung yang semakin beragam, membuat Dago Dreampark Bandung berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik melalui bauran pemasaran jasa seperti harga dan bukti fisik sehingga menghasilkan kepuasan konsumen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Jumlah sampel yang diambil adalah 100 responden dengan teknik *nonprobability sampling* dalam pengambilan sampel. Teknik pengumpulan data meliputi studi lapangan berupa observasi, kuesioner dan wawancara serta studi kepustakaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dinilai cukup baik, bukti fisik dinilai baik dan kepuasan konsumen dinilai baik. Terdapat hubungan antara harga, bukti fisik dan kepuasan konsumen melalui nilai korelasi sebesar 0,809. Hasil uji T untuk nilai signifikansi harga sebesar 9,849 dan bukti fisik sebesar 4,405 sehingga secara parsial harga dan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kemudian pada uji F, hasil F hitung sebesar 92,150 sehingga secara simultan harga dan bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

**Kata kunci: harga, bukti fisik dan kepuasan konsumen**

***THE IMPACT ANALYSIS OF PRICE AND PHYSICAL EVIDENCE ON  
CUSTOMER SATISFACTION AT DAGO DREAMPARK BANDUNG***

*Written by:*

**KANIA APRILIAWATI**

*Preceptor:*

**Mutia Tri Satya, S.Sos., M.Si.**

***ABSTRACT***

*The more diverse types of attractions in Bandung, make Dago Dreampark Bandung tries to provide the best service through service marketing mix such as price and physical evidence with the result on customer satisfaction.*

*The method used in this study is descriptive and verification. The number of samples taken is 100 respondents with nonprobability sampling technique in sampling. The data collection techniques used field research in the form of observation and questionnaires and also library research.*

*The results showed that the price was considered good enough, physical evidence was considered good and customer satisfaction was considered good. There is a relationship between price, physical evidence and customer satisfaction through a correlation value of 0.809. The results of the T test for the significance value of price is 9.849 and physical evidence is 4.405 so that partially the price and physical evidence have a significant effect on customer satisfaction. Then in the F test, the result of F count is 92,150 so that simultaneous prices and physical evidence affect consumer satisfaction.*

***Keywords: price, physical evidence and customer satisfaction***