

SKRIPSI

**ANALISIS KEPUASAN PENGUNJUNG PADA OBJEK WISATA
PANTAI GALESONG DI KABUPATEN TAKALAR
PROVINSI SULAWESI SELATAN**

NURAENI L

105720494014



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2018**

**ANALISIS KEPUASAN PENGUNJUNG PADA OBJEK WISATA
PANTAI GALESONG DI KABUPATEN TAKALAR
PROVINSI SULAWESI SELATAN**

NURAENI L

NIM 105720494014

**Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR**

2018

PERSEMBAHAN

Karya ilmiah ini kupersembahkan untuk kedua orang tuaku, kakak dan adikku yang senantiasa memberikan semangat, dukungan dan doanya yang tanpa akhir.

MOTTO

Yakinlah bahwa kesuksesan ada di depan mata saat kita mau berusaha dan berkerja keras untuk menggapainya, Maka selagi kita yakin pada diri sendiri Insya Allah semua itu pasti terasa mudah.

“saat aku melibatkan Allah dalam semua impianku, maka aku percaya tidak ada yang tidak mungkin”



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel.(0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : "Analisis Kepuasan Pengunjung Pada Objek Wisata Pantai
Galesong Di Kabupaten Takalar Provinsi Sulawesi
Selatan"
Nama Mahasiswa : Nuraeni L
No Stambuk/NIM : 105720494014
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa Skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan di depan panitia
penguji skripsi Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Makassar pada hari Rabu tanggal 29 Agustus 2018.

Makassar, September 2018

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,

Drs. Asdi, MM
NIDN: 0026126103

Pembimbing II,

Ismail Rasulong, SE., MM
NIDN: 0905107302

Diketahui

Dekan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ismail Rasulong, SE., MM
NBM : 903078

Ketua,

Jurusan Manajemen

Muh. Nur Rasyid, SE., MM
NBM : 1085576



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama Nuraeni L, Nim : 105720494014, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomer : 0014/2018 M, Tanggal 17 Dzulhijjah 1439 H / 29 Agustus 2018 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

17 Dzulhijjah 1439
Makassar, _____
29 Agustus 2018 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Dr. H. Abdul Rahman Rahim, SE., MM (.....)
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Ismail Rasulong, SE., MM (.....)
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Dr. Agus Salim HR, SE., MM (.....)
(WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Dr. A. Ifayani Haanurat, MM (.....)
2. Ismail Rasulong, SE., MM (.....)
3. M. Hidayat, SE., MM (.....)
4. Aulia, S.IP., MM.Si (.....)

Disahkan oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar



ABSTRAK

Nuraeni L, Tahun 2018. Analisis Kepuasan Pengunjung Pada Objek Wisata Pantai Galesong Di Kabupaten Takala Provinsi Sulawesi Selatan, Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomid dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I Asdi dan Pembimbing II Ismail Rasulong.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kepuasan pengunjung dalam menikmati 3 produk wisata pada objek wisata pantai galesong di kabupaten takalar provinsi sulawesi selatan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Dengan menjaring 6 orang informan yang terdiri yaitu pengunjung yang menikmati wahana atv, banana boat dan kora-kora, sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi, observasi dan wawancara mendalam.

Hasil penenlitan menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung atas 3 produk wisata pantai galesong diukur pada kualitas yang dirasakan sangat nyaman, menyenangkan dan seru. Kenyamanan yang cukup baik karena masing-masing produk memiliki kenyamanan tersendiri. Keramahan stafnya yang ramah dan harga yang cukup terjangkau.

Kata Kunci : Kepuasan Pengunjung.

ABSTRACT

Nuraeni L, Year 2018. Visitor Satisfaction Analysis on Galesong Beach Tourism Objects in Takalar Regency, South Sulawesi Province, Thesis Management Study Program, Faculty of Business Economics, Muhammadiyah University Makassar. Supervised by Advisor I Asdi and Advisor II Ismail Rasulong.

This study aims to find out how visitor satisfaction in enjoying 3 tourism products on the Galesong beach tourism object in Takalar district, South Sulawesi province. The type of research used in this study is a qualitative method. By capturing 6 informants consisting of visitors who enjoyed the atv, banana boat and kora-kora rides, data collection techniques used documentation, observation and in-depth interviews.

The results of the study show that visitor satisfaction on 3 galesong beach tourism products is measured in the perceived quality that is very comfortable, fun and exciting. Comfort is quite good because each product has its own comfort. Friendly staff friendly and reasonably priced.

Keywords: *Visitor Satisfaction.*

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Salawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, kerabat dan pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul “Analisis Kepuasan Pengunjung Pada Objek Wisata Pantai Galesong Di Kabupaten Takalar Provinsi Sulawesi Selatan”

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua saya yaitu ayahanda Hasim dan ibunda Zakariah, yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan do'a tulus tak pamrih. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, dukungan dan do'a restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada :

1. Bapak Dr. H. Abd. Rahman Rahim, SE. MM. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar
2. Bapak Ismail Rasulong, SE, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar
3. Bapak Muh. Nur Rasyid, SE, MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Dr. Idham Khalid, SE, MM. selaku penasehat akademik.
5. Bapak Drs. Asdi, MM selaku pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi dapat diselesaikan.
6. Bapak Ismail Rasulong, SE, MM. selaku pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
7. Bapak/ibu dosen dan asisten dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
8. Para staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
9. Rekan-rekan mahasiswa manajemen terkhususnya Man 7-2014 yang telah memberikan bantuna dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.
10. Sahabat terdekatku nur asrianti, dan supriadi yang selalumendukung dan memberikan semangat yang tiada henti.
11. Terutama untuk padaidi yang selama ini telah memberikan semangat, dukungan yang lebih dan saling mengingatkan satu sama lain dalam penyusunan skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapankritik dan saran dari kesempurnaan skripsi ini.

Mudah-mudahan skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater Kampus Biru Univesitas Muhammadiyah Makassar

Billahi Fisabilil Haq Fastabiqul Khairat Wassalamu Alaikum Wr.Wb

Makassar, September 2018

Nuraeni L

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN.....	vi
ABSTRAK BAHASA INDONESIA	vii
<i>ABSTRACT</i>.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
I. PENDAHULUAN	
Latar Belakang.....	1
Fokus Penelitian	3
Tujuan Penelitian	3

Manfaat Penelitian	4
--------------------------	---

II. TINJAUN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran	5
Pengertian Manajemen Pemasaran	5
Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran	6
Kepuasan Pengunjung	8
Pengertian Kepuasan pengunjung	8
Manfaat Kepuasan Pengunjung	9
Faktor-faktor yang Menentukan Kepuasan Pengunjung	11
Pariwisata	14
Pengertian Pariwisata	14
Produk Pariwisata	15
Objek Wisata	17
Pengertian Objek Wisata	17
Jenis-Jenis Objek Wisata	18
Tinjauan Empiris	19
Kerangka Konsep	20

III. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian	23
Objek Penelitian	23
Pemilihan Lokasi dan Situs Penelitian	23
Sumber Data	24
Pengumpulan Data	24
Instrumen Penelitian	25
Teknik Analisis	26

VII HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian.....	28
Penyajian Data.....	36
Pembahasan.....	40
VIII PENUTUP	
Kesimpulan	42
Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Data Pengunjung Perbulan Wisata Pantai Galesong.....36

Tabel 4.2 Deskripsi Informan Penelitian37

DAFTAR GAMBAR

Gambar2.1 Kerangka Konsep.....22

Gambar 4.1 Struktur Organiasi Wisata Pantai galesong.....31

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi, pariwisata telah menjadi *trend* kehidupan manusia modern, karena aktivitas manusia ini memiliki dimensi yang luas, tidak sekedar untuk memenuhi kebutuhan untuk bersenang-senang tetapi juga untuk menikmati perjalanan, namun aktivitas ini banyak menimbulkan aktivitas ekonomi, seni, dan budaya. Tak dipungkiri juga adanya persaingan yang cukup ketat dalam dunia pariwisata, untuk itu perusahaan harus bisa menciptakan suatu strategi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Produk sendiri, segala sesuatu yang ditawarkan oleh konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan baik berupa barang ataupun jasa. Produk wisata merupakan rangkaian dari berbagai jasa yang terkait yaitu jasa yang dihasilkan oleh objek wisata. Jasa objek wisata berupa pelayanan dan keramahan karyawan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pengunjung supaya harapan sesuai dengan keinginan. Produk wisata sebagai suatu susunan produk yang terpadu, yang terdiri dari objek dan daya tarik wisata, transportasi, akomodasi dan hiburan dimana tiap unsur produk pariwisata disiapkan oleh masing-masing perusahaan dan ditawarkan secara terpisah kepada konsumen. Komponen dari produk wisata sendiri terdiri dari atraksi, aksesibilitas, amenitas dan networking.

Objek wisata merupakan salah satu daya tarik yang dikembangkan dari setiap daerah, objek wisata yang sifatnya masih alami yang menggambarkan hanya dari sisi keindahan alam, maupun secara non alami atau buatan manusia untuk menjadi penunjang daya tarik untuk berkunjung

Kabupaten Takalar sebagai daerah yang memiliki banyak objek wisata mulai dari objek wisata alam, budaya, sejarah dan agrowisata. Dengan adanya objek wisata ini,

bisa menambah pendapatan di bidang pariwisata. Takalar memiliki Sembilan kecamatan diantaranya pattalassang, polombangkeng selatan, polombangkeng utara, galesong selatan, galesong utara, sanrobone, mappasunggu, mangarabombang. Salah satu dari kecamatannya yaitu galesong utara yang terletak di desa sampulungan yang berjarak 15 km dari kota makassar yang memiliki objek wisata pantai.

Adapun objek wisata yang berada di desa sampulungan di namakan wisata pantai galesong lebih dikenalnya dengan nama wispa sampulungan. Objek wisata pantai galesong bisa ditempuh dengan menggunakan kendaraan mobil ataupun motor karena kondisi jalanan yang cukup baik untuk dilintasi. Memiliki banyak produk wisata yang beragam untuk dikunjungi, mulai dari wahana permainan anak-anak dan permainan di laut. Permainan anak-anak mulai dari kereta, kincir angin, rollin coster, comedy putar, hally kopter sedangkan permainan dewasa meliputi banana boat, kora-kora, atv, jet ski.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk meneliti bagaimana kepuasan pengunjung dalam menikmati 3 produk wisata, dengan judul **Analisis Kepuasan Pengunjung Pada Objek Wisata Pantai Galesong Di Kabupaten Takalar Provinsi Sulawesi Selatan.**

B. Rumusan Masalah/Fokus penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas maka, penulis mengangkat perumusan masalah sebagai berikut: “Bagaimana Kepuasan Pengunjung Dalam Menikmati 3 Produk Wisata Pada Objek Wisata Pantai Galesong Di Kabupaten Takalar Provinsi Sulawesi Selatan”.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah: “Untuk Mengetahui Bagaimana Kepuasan Pengunjung Dalam Menikmati 3 Produk Wisata Pada Objek Wisata Pantai Galesong Di Kabupaten Takalar Provinsi Sulawesi Selatan”.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini, diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu referensi tambahan dalam bidang ilmu manajemen pemasaran, khususnya dalam diferensiasi produk dalam menciptakan kepuasan pengunjung.

b. Bagi Penulis

Penelitian ini, diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan pemahaman tentang diferensiasi produk dalam menciptakan kepuasan pengunjung.

c. Bagi Peneliti selanjutnya

Penelitian ini, dapat digunakan untuk bahan perbandingan dan referensi pada penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pengelola Objek Wisata Pantai Galesong

Penelitian ini, diharapkan dapat memberikan masukan untuk pengelola objek wisata pantai galesong kedepannya. Yang nantinya akan memberikan efek yang baik, untuk kemajuan objek wisata pantai galesong

b. Bagi Pengunjung

Penelitian ini, diharapkan menjadi bahan informasi bagi pengunjung mengenai objek wisata pantai galesong.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Manajemen Pemasaran

1. Pengertian Manajemen Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa.

Menurut The American Marketing manajemen pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan pendistribusian gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu memenuhi tujuan individu dan organisasi.

Adapun beberapa pengertian tentang manajemen pemasaran, antara lain:

Menurut Assauri (2015: 12) “manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, program yang dibuat untuk membentuk, membangun, memelihara, keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang”.

Menurut Kotler dan Keller dalam Limakrisna dan Hary susilo, (2012:3) “manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi serta penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individu dan organisasi”.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan dari harga, promosi, pendistribusian barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

2. Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran

Menurut Sofjan Assauri (2015:13) Ruang lingkup manajemen pemasaran meliputi :

- a. Falsafah manajemen pemasaran, yang mencakup konsep dan proses pemasaran serta tugas-tugas manajemen perusahaan.
- b. Faktor lingkungan pemasaran merupakan faktor yang tidak dapat dikendalikan pimpinan perusahaan.
- c. Analisis pasar, yang mencakup ciri-ciri dari masing-masing jenis pasar, analisis produk, analisis konsumen, analisis persaingan dan analisis kesempatan pasar.
- d. Pemilihan sasaran (target) pasar, yang mencakup dimensi pasar konsumen, perilaku konsumen, segmentasi pasar dan kriteria yang digunakan, peramalan potensi sasaran pasar, dan penentuan wilayah pasar/penjualan.
- e. Perencanaan pemasaran perusahaan, yang mencakup perencanaan strategi jangka panjang pemasaran perusahaan (*marketing corporate planning*), perencanaan operasional pemasaran perusahaan, penyusunan anggaran pemasaran dan, proses penyusunan rencana pemasaran perusahaan.
- f. Kebijakan dan strategi pemasaran terpadu (*marketing mix strategy*), yang mencakup pemilihan strategi orientasi pasar, pengembangan acuan pemasaran (*marketing mix*) untuk strategi pemasara dan penyusunan kebijakan, strategi dan taktik pemasaran secara terpadu.
- g. Kebijakan dan strategi produk, yang mencakup strategi pengembangan produk, strategi produk baru, strategi lini produk, dan strategi acuan produk (*product mix*).
- h. Kebijakan dan strategi harga, yang mencakup strategi tingkat harga, strategi potongan harga, strategi syarat pembayaran, dan strategi penetapan harga.
- i. Kebijakan dan strategi penyaluran, yang mencakup strategi saluran distribusi dan strategi distribusi fisik.

- j. Kebijakan dan strategi promosi, yang mencakup strategi advertensi, strategi promosi penjualan (*sales promotion*), strategi *personal selling*, dan strategi publisitas serta komunikasi pemasaran.
- k. Organisasi pemasaran, yang mencakup tujuan perusahaan dan tujuan bidang pemasaran, struktur organisasi pemasaran, proses dan iklim perilaku organisasi pemasaran.
- l. Sistem informasi pemasaran, yang mencakup ruang lingkup informasi pemasaran, riset pemasaran, pengelolaan, dan penyusunan sistem informasi pemasaran.
- m. Pengendalian pemasaran, yang mencakup analisis dan evaluasi kegiatan pemasaran baik dalam jangka waktu (tahun) maupun tahap operasional jangka pendek.
- n. Manajemen penjual, yang mencakup manajemen tenaga penjual, pengelolaan wilayah penjualan, dan penyusunan rencana dan anggaran penjualan.
- o. Pemasaran internasional yang mencakup pemasaran ekspor (*export marketing*), pola-pola pemasaran internasional dan pemasaran dari perusahaan internasional.

B. Kepuasan Pengunjung

1. Pengertian Kepuasan Pengunjung

Kepuasan konsumen merupakan persepsi individu dari performa produk atau jasa dalam hubungannya dengan harapan-harapan. Konsumen merasa puas jika harapan terpenuhi dan merasa sangat gembira jika harapan mereka terlampaui. Kepuasan konsumen muncul dari dalam hati konsumen dengan perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

Adapun pengertian tentang kepuasan konsumen menurut para ahli antara lain:

Menurut Kotler dalam Yessy Wirajaya, (2011) “tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa yang diterima dan yang diharapkan”.

Menurut Engel dalam Andayani, (2014: 26) “kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan”.

Menurut Rangkuti dalam Andayani, (2014: 26) “kepuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap ketidak sesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian”.

Menurut Mowen dalam Permana, (2012: 33) “kepuasan konsumen adalah sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan (*acquation*) dan pemakaiannya”.

Pengunjung (*visitor*), adalah orang yang melakukan kunjungan ke suatu tempat

dengan tujuan untuk menikmati dan mendapatkan kesenangan dalam kunjungannya itu.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen dalam konteks pengunjung adalah bentuk persepsi yang dirasakan oleh konsumen dalam membeli suatu produk baik dalam bentuk barang maupun jasa sesuai dengan pengharapan konsumen agar menghasilkan kepuasan.

2. Manfaat Kepuasan Pengunjung

Adapun manfaat pokok kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2005: 352) dalam Permana, (2013: 43) antara lain:

a. Reaksi terhadap produsen memilih biaya rendah

Fokus pada kepuasan pelanggan merupakan upaya mempertahankan konsumen dalam rangka menghadapi pada produsen berbiaya rendah. Banyak perusahaan yang mendapati cukup banyak pelanggan yang bersedia membayar harga lebih mahal untuk pelayanan dan kualitas yang lebih baik.

b. Manfaat ekonomi retensi pelanggan *versus perpetual prospecting*

Berbagai studi menunjukkan bahwa mempertahankan dan memuaskan saat ini lebih murah dibanding terus-menerus berupaya menarik konsumen baru.

c. Nilai kumulatif dari retasi berkelanjutan

Upaya mempertahankan loyalitas konsumen terhadap produk dan jasa perusahaan selama periode waktu yang lama bisa menghasilkan anuitas yang jauh lebih besar dari pada pembelian individual.

d. Daya persuasif getok tular (*word of mouth*)

Banyak industri yang (khususnya sektor jasa), pendapat/opini positif dari teman dan keluarga jauh lebih besar persuasif dan kredibel dari pada iklan. Oleh sebab itu banyak perusahaan yang tidak hanya meneliti kepuasan total namun juga menelaah sejauh mana pelanggan merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain. Apalagi ada kecenderungan seorang pelanggan menceritakan pengalaman buruknya kepada orang lain dari pelanggan yang puas menyampaikan pengalaman positifnya.

e. Reduksi sensitivitas harga

Konsumen yang puas dan loyal terhadap sebuah perusahaan cenderung lebih wajar menawar harga untuk setiap pembelian individualnya. Hal ini disebabkan faktor kepercayaan telah terbentuk. Dalam banyak kasus, kepuasan pelanggan mengalihkan fokus pada harga pelayanan dan kualitas.

f. Kepuasan konsumen sebagai indikator kesuksesan bisnis dimasa depan

Pada hakikatnya kepuasan konsumen merupakan strategi jangka panjang, karena dibutuhkan waktu cukup lama sebelum bisa membangun dan mendapatkan reputasi dan layanan prima. Oleh karena itu kepuasan pelanggan merupakan indikator kesuksesan bisnis dimasa depan yang mengukur kecenderungan reaksi pelanggan terhadap perusahaan dimasa yang akan datang.

3. Faktor-faktor yang menentukan kepuasan pengunjung

Proses pembentukan kepuasan pengunjung yaitu produk wisata, instrumen evaluasi dan hasil yang mereka terima (produk dan jasa).

Produk wisata terdiri dari elemen tangible, elemen jasa dan peran intermediasi dan *agent*. instrumen evaluasi terdiri dari persepsi pengalaman berwisata, sikap dan harapan pengunjung dan faktor-faktor *uncontrollable*. Hasil terdiri dari kepuasan pengunjung secara keseluruhan, kepuasan pengunjung secara parsial dan ketidakpuasan pengunjung.

Adapun faktor-faktor yang menentukan kepuasan pengunjung atau wisatawan menurut Ali hasan (2015: 371) antara lain:

- a. pertama, adalah kualitas pelayanan yang berkaitan dengan, keramahan, kenyamanan, terhadap permintaan dan keluhan pengunjung. Persepsi positif karyawan baik verbal maupun non-verbal dalam interaksinya dengan *guest* memiliki peran penting dalam pembentukan kepuasan pengunjung. Oleh karena itu, penting untuk dicatat bahwa tidak peduli seberapa bagus destinasi yang ditawarkan atau bagaimanapun briliannya rencana pemasaran, itu semua akan sia-sia jika ada kerusakan pada bagian yang paling kritis dalam layanan *first impression* (bandara) *front office* (karyawan garis depan) sebagai titik sentuh pertama di mana pengunjung melakukan kontak dengan perusahaan
- b. Kedua, harga (biaya moneter) yang berkaitan dengan penilaian kepuasan pengunjung dan tidak tahu apakah tawaran destinasi lain bisa luar biasa. Destinasi yang gagal dalam pengelolaan kepuasan pengunjung dan tidak menyadari kelemahan relatif produk mereka terhadap destinasi lain dalam kategori yang sama, maka perusahaan akan cenderung kehilangan market dan pendapatan.

Jika dimensi pariwisata di suatu daerah, dimana kinerjanya dinilai lebih rendah dan destinasi lain (misalnya akomodasi, jasa, bandara komunikasi, ketenangan, fasilitas, kualitas pantai, dan lingkungan). Ini merupakan pertanda kelemahan dan ancaman, mendorong pengunjung tidak kembali di masa depan. Sebaliknya, sebuah daerah wisata yang kinerjanya dinilai lebih baik dari yang lain (misalnya perhotelan, harga, nilai dan transportasi) menjadi kekuatan destinasi. Setiap kekuatan destinasi akan menciptakan kepuasan yang memiliki dampak lanjutan dalam tiga hal (1) kepuasan pengunjung yang tinggi akan menciptakan rekomendasi produk dan jasa secara *getok tular* (dari mulut ke mulut) kepada keluarga dan teman-teman, yang paling gilirannya membawa pengunjung baru. (2) mendorong kunjungan ulang, menyediakan sumber penghasilan tetap tanpa perlu tambahan biaya pemasaran, dan (3) mengurangi keluhan, mengurangi pembayaran kompensasi yang mahal, serta meningkatkan reputasi dan favorabilitas.

Faktor pendorong kepuasan konsumen menurut Irawan (2009 : 37) sebagai berikut:

- a. Kualitas produk, konsumen puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Konsumen yang rasional selalu menuntut produk yang berkualitas pada setiap pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk yang baik akan memberikan nilai tambah di benak konsumen.
- b. Kualitas pelayanan, kualitas pelayanan di bidang jasa akan membuat konsumen merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan mereka harapkan. Konsumen yang puas akan menunjukkan kemungkinan akan membeli kembali produk atau jasa yang sama.
- c. Emosional, konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek

tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau self-esteem yang membuat menjadi puas terhadap merek tertentu.

- d. Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya. Elemen ini mempengaruhi konsumen dari segi biaya yang dikeluarkan, biasanya semakin mahal harga suatu produk atau jasa, maka konsumen memiliki nilai eksepektasi yang tinggi.
- e. Kemudahan, konsumen akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

C. Pariwisata

1. Pengertian Pariwisata

Pariwisata berasal dari bahasa sanskerta, *pari* artinya sempurna, lengkap, tertinggi, *wisata* artinya perjalanan, sehingga pariwisata berarti perjalanan yang lengkap atau sempurna. Pariwisata adalah bisnis manusia, budaya dan hospitality, memerlukan SDM dengan posisi, *skill*, dan *job* yang tepat.

Berdasarkan UU No. 10 Tahun 2009 wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi, dalam jangka waktu sementara (pasal 1 ayat 1)

Adapun pengertian tentang pariwisata antara lain:

Menurut Yoeti dalam Arjana, (2016: 6) “pariwisata adalah keseluruhan dari pada gejala-gejala yang ditimbulkan oleh perjalanan dan tinggalnya orang asing serta penyediaan tempat tinggal sementara dan tidak berhubungan dengan pencarian nafkah”.

Menurut Prof. Hunziker dan prof. K. Krapf dalam Sukiyono (2012: 34) “pariwisata dapat didefinisikan sebagai keseluruhan jaringan dan gejala-gejala yang berkaitan dengan tinggalnya orang asing di suatu tempat, dengan syarat bahwa mereka tidak tinggal di situ untuk melakukan suatu

pekerjaan yang penting memberikan keuntungan yang bersifat permanen maupun sementara.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat tujuan tanpa menetap dengan maksud untuk mendapatkan suatu pelayanan.

2. Produk pariwisata

Produk merupakan salah satu komponen dalam *marketing mix*, yang merupakan alat yang digunakan pemasar didalam menciptakan kebutuhan yang memuaskan kepada konsumen dan membangun hubungan dengan pelanggan. Defenisi produk sendiri segala sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Menurut Kotler (2008: 236) terdapat lima tingkatan produk yaitu *core benefit*, *basic product*, *expected product*, *augmentect product* dan *potential product*. penjelasan tentang kelima tingkatan produk tersebut adalah:

- a. Produk inti (*core benefit*) yaitu manfaat dasar dari suatu produk yang ditawarkan kepada konsumen.
- b. Produk dasar (*basic product*) yaitu bentuk dasar dari suatu produk yang dapat dirasakan oleh panca indera.
- c. Produk yang diharapkan (*expected product*) yaitu serangkaian atribut-atribut produk dan kondisi-kondisi yang diharapkan oleh pembeli pada saat membeli produk.
- d. Produk tambahan (*augmentect product*) yaitu sesuatu yang membedakan antara produk yang ditawarkan oleh badan usaha dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing.
- e. Produk potensial (*potential product*) yaitu semua argumentasi dan perubahan bentuk yang dialami oleh suatu produk dimasa yang akan datang.

Dikaitkan dengan pariwisata, produk pariwisata sangat terkait dengan aktivitas di daerah tujuan wisata (destinasi wisata), sehingga kegiatan pariwisata akan lebih dapat berkembang atau dikembangkan apabila disuatu daerah tersebut mempunyai objek, wahana dan daya tarik wisata.

Menurut Burket dan Medlik produk pariwisata sebagai suatu susunan produk yang terpadu, yang terdiri dari objek dan daya tarik wisata, transportasi, akomodasi dan hiburan dimana tiap unsur produk pariwisata disiapkan oleh masing-masing perusahaan dan ditawarkan secara terpisah kepada konsumen (*wisatawan/tourist*).

Sama halnya dengan Burkan dan Medlik, Medlik dan Middleton, juga mendefinisikan pengertian produk wisata, dimana produk pariwisata terdiri dari bermacam-macam unsur yang merupakan suatu paket yang satu sama lainnya tidak terpisahkan serta memenuhi kebutuhan wisatawan sejak meninggalkan tempat tinggalnya sampai ke tempat tujuannya dan kembali lagi tempat asalnya.

Menurut Adriyanto (2001:13), produk pariwisata dimulai dari ketersediaan sumber yang bersifat fisik (*tangible*) hingga non fisik (*intangible*).

Menurut Brass (2007: 67), produk pariwisata dapat diklasifikasikan dalam dua komponen, yaitu atraksi dan fasilitas. Atraksi terdiri dari alami, buatan manusia dan event yang dapat menarik orang untuk mengunjungi sebuah destinasi. Sedangkan fasilitas adalah segala sesuatu yang dibutuhkan baik oleh penduduk setempat ataupun pengunjung seperti: jalan, rel, kereta, kereta api, bandara, tempat parkir, rumah sakit, air dan akomodasi. Produk pariwisata adalah kombinasi dari semua komponen tersebut yang dapat memuaskan pengunjung.

Menurut Mason dan Poerwanto dalam Andayani, (2014: 3) membuat rumusan tentang komponen produk wisata yaitu:

- a. Atraksi, yaitu daya tarik wisata baik alam, budaya maupun buatan Manusia seperti, festival atau pentas seni.

- b. Aksesibilitas, yaitu kemudahan dalam memperoleh atau mencapai tujuan wisata seperti organisasi kepariwisataan (*travel agent*)
- c. Amenitas, yaitu fasilitas untuk memperoleh kesenangan. Dalam hal ini dapat berbentuk akomodasi, keberhasilan dan keramahtamahan.
- d. Networking, yaitu jaringan kerjasama yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan baik lokal, nasional maupun internasional.

D. Objek Wisata

1. Pengertian Objek Wisata

Berdasarkan UU No. 10 2009 dalam Mayasari (2017: 1) objek wisata atau daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisata.

Adapun pengertian tentang objek wisata antara lain:

Menurut Chafid Fandeli dalam Asriandy, (2016: 22) “objek wisata adalah perwujudan dari pada ciptaan manusia tata hidup, seni budaya, serta sejarah dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan”.

Menurut Yoeti dalam Aprilia dkk, (2017: 18) “objek wisata merupakan daya tarik wisata yang bersifat statis dan tangible serta tanpa perlu ada persiapan terlebih dahulu untuk menikmatinya.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa Objek wisata adalah daya tarik yang memiliki keindahan baik dalam bentuk wisata alam, buatan manusia dan budaya yang bersifat statis dan tangible ataupun intangible.

2. Jenis-Jenis Objek Wisata

Adapun jenis-jenis objek wisata sebagai berikut:

- a. Objek wisata alam

Adalah sumber daya alam yang berpotensi serta memiliki daya tarik bagi pengunjung baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budi daya. Misalnya: laut, pantai, gunung (berapi), danau, sungai, fauna (langka), kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam dan lain-lain.

b. Objek wisata budaya

Budaya merupakan hasil rekayasa manusia dalam bentuk rasa, cipta dan karsa manusia. Misalnya: upacara kelahiran, tari-tari (tradisional), musik (tradisional), pakaian adat, perkawinan adat, upacara panen, cagar budaya, bangunan bersejarah, peninggalan tradisional, festival budaya, kain tenun (tradisional), tekstil lokal, adat istiadat local, museum dan lain-lain.

c. Objek wisata buatan

Objek wisata buatan yang dibuat oleh manusia itu sendiri. Misalnya: sarana dan fasilitas olahraga, permainan (layangan), hiburan (lawak atau akrobatik, sulap), ketangkasan (naik kuda), taman rekreasi, taman nasional, pusat-pusat perbelanjaan dan lain-lain

E. Tinjauan Empiris

Dalam penelitian ini penulis memaparkan lima penelitian terdahulu atau jurnal yang memiliki kaitannya dengan variabel penelitian ini, dengan permasalahan yang akan diteliti tentang Bagaimana Kepuasan Pengunjung Dalam Menikmati 3 Produk Wisata Pada Objek Wisata Pantai Galesong Di Kabupaten Takalar Provinsi Sulawesi Selatan

1. Ade Mutia Rahma (2018)

Judul “Analisis Kepuasan Wisatawan Dalam Melakukan Aktivitas Wisata Di Pantai Pangandaran”. Persamaan penelitian ini mengkaji variabel kepuasan pengunjung dan sama-sama menggunakan Pendekatan Kualitatif.

2. Muhammad Arif Budiman, M.Kholid Mawardi, Luchman Hakim (2017)

Judul “Identifikasi Potensi dan Pengembangan Produk Wisata Serta Kepuasan Wisatawan Terhadap Produk Wisata”. Persamaan penelitian ini mengkaji variabel kepuasan. Perbedaannya adalah penelitian Muhammad Arif Budiman, M.Kholid Mawardi, Luchman Hakim (2017), menganalisis dengan menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif.

3. Astuti Nidya Resty, Ahmad Sefudin (2016)

Judul “Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Layanan Rekreasi Dunia Fantasi PT Taman Impian Jaya Ancol Jakarta Utara”. Persamaan penelitian ini mengkaji variabel kepuasan pengunjung dan sama-sama menggunakan Pendekatan Kualitatif.

4. Yessy Wirajaya (2013)

Judul “Analisis Kepuasan Wisatawan Mancanegara Terhadap Kualitas Pelayanan Pariwisata” Persamaan penelitian ini mengkaji variabel kepuasan dan sama-sama menggunakan Pendekatan Kualitatif.

5. Maryono, Hefni Effendi, Majariana Krisanti (2016)

Judul “Analisis Kepuasan Wisatawan untuk Manajemen Pantai Di Wisata Pantai Tanjung Bira”. Persamaan penelitian ini mengkaji variabel kepuasan. . Perbedaannya adalah penelitian Maryono, Hefni Effendi, Majariana Krisanti (2016),menganalisis dengan menggunakan metode survey dengan distribusi kuesioner closed-end sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif.

F. Kerangka Konsep

Pariwisata telah menjadi *trend* kehidupan manusia modern, karena aktivitas manusia ini memiliki dimensi yang luas, tidak sekedar untuk memenuhi kebutuhan untuk bersenang-senang untuk menikmati perjalanan, namun aktivitas ini banyak menimbulkan ekonomi, seni, budaya. Pariwisata menjadi program pribadi ketika orang

merencanakan melakukan perjalanan untuk menikmati perjalanannya ke suatu wilayah destinasi, dan menjadi program pemerintah daerah dan pemerintah pusat atau badan swasta, ketika melakukan pengelolaan dan mengorganisasikannya sehingga dapat memetik nilai ekonomi maupun nilai budaya dari kegiatannya itu.

Objek wisata suatu daya yang tarik berupa keindahan alam maupun buatan manusia. Salah satu objek wisata pantai yang memiliki daya tarik dan pesona tersendiri bagi pengunjung yaitu objek wisata pantai galesong yang terletak di Desa Sampulungan Kecamatan Galesong Utara.

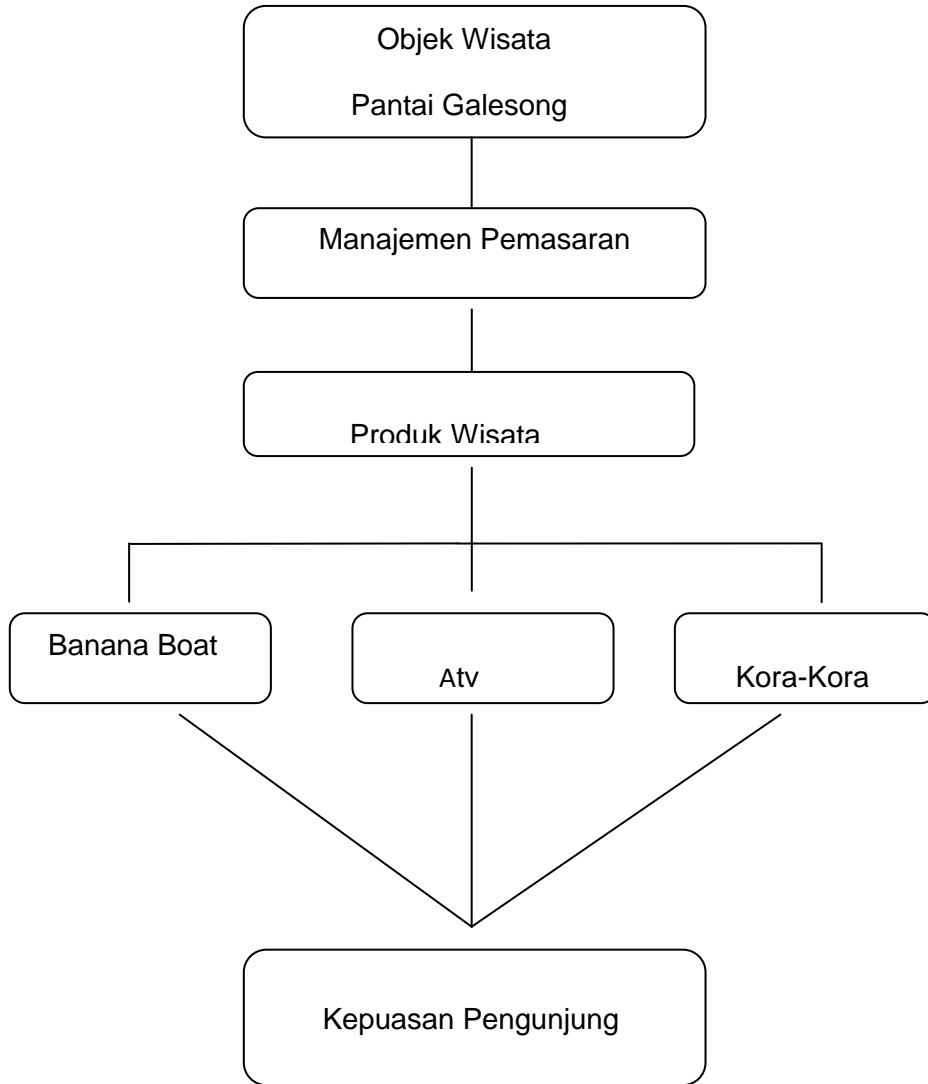
Untuk mengembangkan suatu objek wisata, memerlukan yang namanya manajemen pemasaran. Untuk perencanaan, penganalisisan, pelaksanaan dan pengendalian agar terwujudnya suatu tujuan objek wisata tersebut.

Produk pariwisata sebagai suatu susunan produk yang terpadu, yang terdiri dari objek dan daya tarik wisata, transportasi, akomodasi dan hiburan dimana tiap unsur produk pariwisata disiapkan oleh masing-masing perusahaan dan ditawarkan secara terpisah kepada konsumen (*wisatawan/tourist*). Produk wisata yang diteliti pada penelitian ini yaitu produk atv, banana boat dan kora-kora yang dinikmati pengunjung pada objek wisata pantai galesong.

Kepuasan merupakan tingkat perasaan konsumen yang diperoleh setelah konsumen melakukan dan menikmati sesuatu, baik dalam bentuk barang ataupun jasa. Kepuasan muncul karena adanya keinginan dan kebutuhan pengunjung terhadap suatu produk wisata baik dalam bentuk pelayanan dan produk wisata yang memadai. Pengunjung yang puas akan memberikan respon yang baik kepada objek wisata yang dikunjungi baik untuk kunjungan ulang maupun untuk memberikan informasi tentang objek wisata yang dikunjungi kepada teman.

Pada uraian penjelasan diatas, maka peneliti menyajikan kerangka konsep

Sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konsep

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme/enterpretif, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Data yang diperoleh seperti hasil pengamatan, hasil wawancara, data dokumentasi, catatan lapangan tidak dituangkan dalam bentuk angka.

B. Objek Penelitian

Berdasarkan judul penelitian, maka peneliti memfokuskan penelitian ini pada kepuasan pengunjung dalam menikmati 3 produk wisata pada Objek Wisata Pantai Galesong Di Kabupaten Takalar.

C. Pemilihan Lokasi dan Situs Penelitian

Pada objek wisata pantai galesong, terletak di Desa Sampulungan Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar.

D. Sumber Data

Pada penelitian ini menggunakan sumber data yaitu data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Data yang Diperoleh langsung dari objek wisata pantai galesong dengan melakukan metode wawancara dan observasi.

2. Data Sekunder

Data yang berupa informasi dan dokumen serta catatan-catatan penting lainnya dari pengunjung objek wisata pantai galesong.

3. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikani nformasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Dalam penelitian ini terdapat 6 informan.

E. Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data, sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah:

1. Pengamatan (*Observasi*) yaitu pengamatan secara langsung terhadap kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti tentang kepuasan pengunjung dalam menikmati 3 produk wisata pantai galesong.

2. Wawancara Mendalam (*Indepth interview*)

Wawancara yaitu pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Memperoleh data informasi dengan pengunjung yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

3. Data Dokumen, teknik pengumpulan data melalui dokumen-dokumen mengenai data yang dibutuhkan dalam suatu penelitian, dalam hal ini data yang akan diperoleh secara langsung pada perusahaan menjadi objek penelitian adalah kepuasan

pengunjung dalam menikmati 3 produk wisata pada objek wisata pantai galesong di kabupaten takalar.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu, memiliki peran yang sangat berpengaruh terhadap penelitian. Oleh sebab itu, instrument penelitian sangat dibutuhkan agar penelitian dapat berjalan secara efisien dan mudah. Instrumen penelitian paling utama dalam penelitian ini adalah peneliti. Berdasarkan penjelasan yang telah dikemukakan oleh Sugiyono (2016:373), bahwa pada peneliti kualitatif, segala sesuatu yang akan dicari dari objek penelitian belum jelas dan pasti masalahnya, sumber datanya, hasil yang diharapkan semuanya belum jelas. Dengan demikian dalam penelitian kualitatif ini belum dapat dikembangkan instrument penelitian sebelum masalah yang diteliti jelas sama sekali. Jadi, dalam hal ini peneliti adalah instrument kunci dari penelitian itu sendiri.

G. Teknik Analisis

Teknik analisis data yaitu teknik yang digunakan peneliti untuk menjawab permasalahan yang ada dalam perusahaan. Analisis data dilakukan setiap saat pengumpulan data dilapangan secara berkesinambungan. Bila jawaban yang diwawancarai belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi sampai data yang diinginkan bisa diperoleh dengan menggunakan teknika analisis data kualitatif yang berupa dokumen, wawancara dan observasi.

Adapun langkah-langkah dalam teknik analisis data dalam penelitian ini adalah:

1. Reduksi Data

Merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan, keluasan dan kedalaman wawasan yang tinggi. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal

yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, mencari bila diperlukan.

2. Penyajian Data

Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori *flowchart* dan sejenisnya. Dengan menyajikan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah difahami tersebut.

3. Kesimpulan dan Verifikasi

Kegiatan penyimpulan merupakan langkah lebih lanjut dari kegiatan reduksi dan penyajian data. Data yang sudah direduksi dan disajikan secara sistematis sebagai bahan untuk menarik kesimpulan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Wisata Pantai Galesong

Wisata Pantai Galesong didirikan pada tanggal 18 oktober 2010 dan diresmikan oleh Bupati Takalar sendiri yaitu. Drs.H. Ibrahim Rewa,MM. Pantai Galesong adalah salah satu objek wisata yang berada di dekat kota Makassar. Di atas tanah seluas satu hektar lebih yang terletak di Desa Sampulungan Beru, kecamatan Galesong Utara, Kabupaten Takalar.

Pada tahun 2010, wisata pantai galesong dikelola oleh Riko Wahyudi Chandra mulai bulan Juli-Mei 2011. Pada masa jabatannya belum nampak perubahan pada wisata pantai galesong atau masih berjalan dengan seadanya saja tanpa ada perubahan yang paling menonjol. Pada bulan Mei 2011, beliau mengundurkan diri dari wisata pantai galesong dan digantikan oleh Aset Watumlawar, yang mulai mengelola wisata pantai sejak bulan Mei 2011 sampai sekarang.

Pada tahun 2012, dimana struktur perusahaan di ubah karena adanya kebijakan penambahan jumlah tenaga kerja mulai dari 60-90 orang.Penambahan jumlah karyawan dikarenakan bertambahnya jumlah pengunjung yang semakin banyak dan tenaga kerja dibutuhkan untuk terlaksananya kegiatan wisata pantai yang lebih maksimal lagi.

Pada tahun 2013, dimana kondisi pengelolaan wisata pantai menurun dikarenakan manajer tidak fokus pada pekerjaan, tidak fokusnya manajer pada saat itu karena terpuruk masalah pribadi.

Pada tahun 2014, kebijakan yang dilakukan dari segi fasilitas yaitu fasilitas hotel dari penambahan jumlah kamar dan aula mini, dimana penambahan jumlah kamar yaitu 12 kamar dan aula mini 2, yang tempatnya berada di lantai 3.

Pada tahun 2015 kebijakan penambahan fasilitas kolam renang untuk anak-anak. Munculnya penambahan kolam renang ini mulai dari saran seorang pengunjung. Pada tahun ini juga mulai diberlakukan diskon tiket dan kamar sebesar 50%, penetapan diskon ini dilaksanakan hari rabu setiap sebulan sekali, bisa pada minggu kedua atau ketiga. Tujuannya untuk memfokuskan pengunjung untuk menikmati fasilitas wisata pantai tanpa mengeluarkan uang banyak.

Pada tahun 2017, dibuatlah penahan ombak, adanya penahan ombak ini dapat mendatangkan pasir untuk menghalani terjadinya abrasi pantai supaya kualitas pantai tetap terjaga dan aman.

Pada tahun 2018, dilakukan perubahan outbound atau menghilangkan arena permainan karena tidak ada budget yang didapat dari fasilitas ini. Diganti dengan restoran atau kafe yang baru sementara dalam tahap pengerjaan.

2. Visi dan Misi Wisata Pantai Galesong

a. Visi

Terciptanya tempat wisata pantai yang nyaman, bersih, indah dan aman.

b. Misi

- 1) Menciptakan fasilitas yang aman bagi pengunjung baik tingkat anak-anak maupun dewasa.
- 2) Mewujudkan pelayanan yang baik untuk pengunjung dan menjaga keamanan sekitar wisata pantai

3. Struktur Organisasi Wisata Pantai Galesong

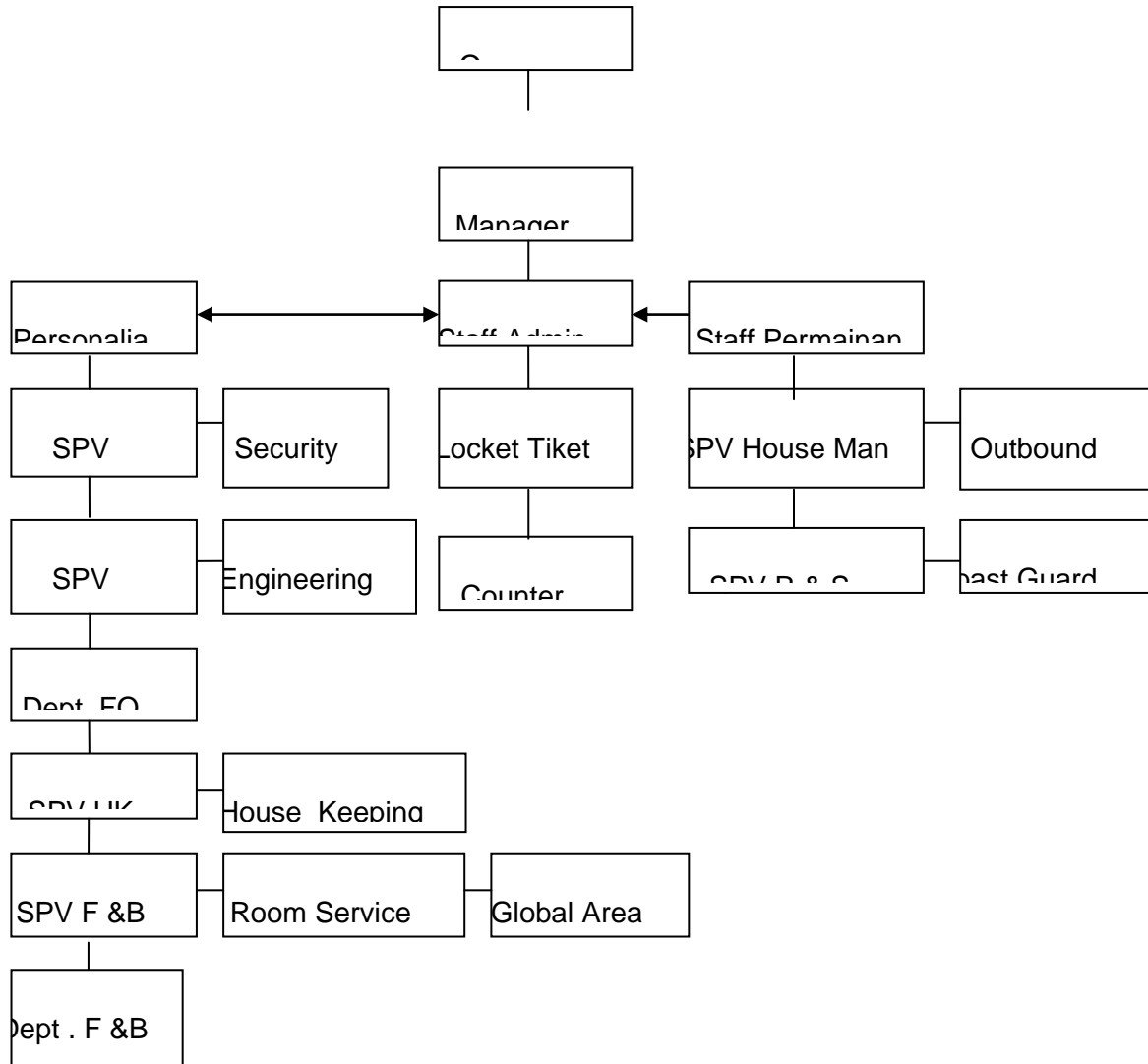
Dalam rangka memperlancar suatu kegiatan perusahaan maka suatu objek wisata haruslah mempunyai struktur atau susunan organisasi yang jelas. Struktur

organisasi menjelaskan bagaimana tugas kerja akan dibagi, dikelompokkan supaya terjalin suatu hubungan kerja sama yang baik.

Struktur organisasi menunjukkan kerangka dan susunan perwujudan pola tetap hubungan diantara fungsi, bagian atau posisi maupun orang-orang yang menunjukkan tugas, wewenang dan tanggung jawab yang berbeda-beda dalam suatu organisasi.

Struktur organisasi sangatlah diperlukan dalam suatu organisasi agar lebih terarah suatu konsep untuk mewujudkan suatu tujuan organisasi.

Struktur organisasi wisata pantai galesong sebagai berikut :



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Wisata Pantai Galesong

Sumber : staff admin

Berdasarkan struktur organisasi diatas dapat diterangkan bahwa tugas, wewenang, tanggung jawab sebagai berikut:

a. Owner/pemilik

- 1) Mempunyai kekuasaan atas terlaksananya kegiatan usaha pada wisata pantai galesong
- 2) Menyediakan modal kerja bagi kelancaran usaha pada wisata pantai galesong

b. Manajer

- 1) Bertanggungjawab atas jalannya operasional pada wisata pantai galesong .
- 2) Berwenang mengalihkan ide-ide kepada bawahannya demi kemajuan wisata pantai galesong.
- 3) membawahi seluruh staf pelaksana yang ada pada wisata pantai galesong.

c. Staff Admin

Bertanggungjawab terhadap administrasi keuangan secara keseluruhan baik pemasukan maupun pengeluaran pada wisata pantai galesong.

1) Locket Tiket

Bagian ini bertugas menjual tiket masuk dan tiket permainan.

2) Counter

Bagian penjualan barang makanan, minuman, dan boneka.

d. Personalia

Personalia adalah suatu perkumpulan pada bagian karyawan biasa yang membawahi SPV security, SPV engineering, Dept. FO (front office), SPV HK (house keeping), SPV F&B service (room service dan global area), Dept. F&B product

e. Staff Permainan

Bagian ini mengatur penjualan tiket permainan, dan memperbaiki fasilitas permainan, mengatur fasilitas permainan.

- 1) SPV House Man (pelayanan) yang membawahi outbound & house man yang bertugas untuk membersihkan fasilitas permainan dan menjaga permainan
- 2) SPV R&S yang membawahi coast guard (penjaga pantai) yang bertugas untuk menjaga keamanan pengunjung disekitaran pantai.

4. Kegiatan Usaha Wisata Pantai Galesong

Usaha-usaha yang dilakukan oleh pihak pengelola objek wisata pantai galesong sebagai berikut :

a. Hotel (penginapan)

Hotel/penginapan yang disediakan oleh wisata pantai galesong saat ini menjadi penginapan yang terbesar dengan jumlah kamar diantaranya dilantai 1 terdapat beberapa kamar yang memiliki kapasitas 8 orang dalam 1 kamar. Dilantai 2 terdapat beberapa kamar dengan kapasitas sampai 4 orang dan dilantai 3 terdapat beberapa kamar dengan kapasitas perkamar 2 orang. Harga penginapan dari hari senin-jum'at mulai dari standar A sebesar Rp 290.000, standar B sebesar Rp 390.000 dan family room sebesar Rp 590.000, naik Rp 100.000 pada hari sabtu-minggu. Semua sudah termasuk biaya masuk dan makan selama menginap di wisata pantai galesong.

b. Restoran

Restoran di kawasan wisata pantai galesong menyediakan makanan seafood yang lezat. Aneka makanan laut seperti ikan, udang, dan kepiting. Tersedia pula makanan ringan berupa snack. Minumannya bisa berupa jus, teh, kopi, sesuai dengan pesanan pengunjung. harga cukup terjangkau mulai dari harga Rp 15.000.

c. Jenis produk wisata pantai galesong

1) Banana boat

Perahu pisang adalah sejenis perahu karet tanpa mesin yang berbentuk seperti pisang dan digunakan untuk tujuan rekreasi. Perahu pisang bisa melaju dengan ditarik oleh perahu bermesin. Tarif banana boat pada wisata pantai galesong sebesar Rp 20.000 perorang.

2) ATV

Kendaraan segala medan adalah sebuah sepeda motor yang memiliki empat roda. ATV digunakan untuk rekreasi. Tarif ATV sebesar Rp 15.000.

3) Kora-kora

Wahana dengan bentuk kapal bajak laut. Konsep permainan ini sama persis dengan permainan ayunan, dimana penumpang akan diayun maju mundur. Tarif kora-kora sebesar Rp 5000

4) Jet ski

Jet ski merupakan permainan wisata air yang menggunakan boat bertenaga motor sebesar Rp50.000.

5) Permainan anak-anak

a) Kereta

Wahana permainan yang berbentuk kereta pada umumnya. Berputar mengelilingi disekitar taman.

b) Kincir angin

Wahana permainan yang berbentuk seperti kincir angin. Permainan ini berputar searah jarum jam dan terdapat kabin-kabin untuk pengunjung yang di pasang dengan poros agar kabin tetap tegak saat roda berputar.

c) Rolling coster

Wahana permainan yang berbentuk kereta yang mengelilingi jalur rel kereta saat melaju.

d) Comedy putar

Wahana permainan yang menyerupai atraksi kuda-kudaan yang bisa dinaiki dan berputar dalam sebuah platform datar.

e) Hally kopter

Wahana permainan yang berbentuk hally kopter yang bisa dinaiki dan berputar.

Tarif untuk permainan anak-anak sebesar Rp 5000 perorang.

Berdasarkan jenis produk jasa wisata pantai galesong yang telah dijelaskan diatas, maka dapat dilihat data pengunjung pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.1
Data Pengunjung Perbulan Wisata Pantai Galesong
Pada Tahun 2017

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Januari	558
2	Febuari	613
3	Maret	724
4	April	852
5	Mei	867
6	Juni	923

7	Juli	458
8	Agustus	1018
9	September	789
10	Oktober	865
11	November	934
12	Desember	1135
	Jumlah	11.543

Sumber : staff admin

B. Penyajian Data (Hasil Penelitian)

Pada bagian ini, peneliti akan memaparkan fokus dari penelitian ini yaitu pada kepuasan pengunjung dalam menikmati 3 produk wisata pada Objek Wisata Pantai Galesong Di Kabupaten Takalar, dimana penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif.

Pada penelitian kualitatif peneliti dituntut untuk memaparkan, menjelaskan, menggambarkan dan menggali data berdasarkan data sebagaimana adanya yang terjadi dilapangan melalui wawancara mendalam.

1. Deskripsi Informan Penelitian

informan dalam penelitian ini adalah pengunjung objek wisata pantai galesong. karakteristik informan penelitian berdasarkan jenis pekerjaan, umur, dan pendidikan.

Untuk lebih jelas karakteristik informan penelitian dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2

Deskripsi Informan Penelitian

No.	Nama	Pekerjaan	Umur	Pendidikan	Inisial
1.	Muhammad	Karyawan Swasta	34 Tahun	S1	MH
2.	Ismawani	Karyawan Swasta	24 Tahun	S1	IS
3.	Nawir	Guru	35 Tahun	S 1	NW
4.	Novianti	-	19 Tahun	SMA	NV
5.	Ledy	-	19 Tahun	SMA	LE
6.	Ade Awdini	-	21 Tahun	SMA	AD

Berdasarkan tabel 4.2. Menunjukkan bahwa dalam penelitian ini terdapat 6 informan yaitu pengunjung objek wisata pantai galesong. karakteristik informan berdasarkan pekerjaan pengunjung mulai dari Karyawan Swasta, Guru dan tidak memiliki pekerjaan. Informan berdasarkan umur mulai dari umur 19-35 Tahun. Informan berdasarkan pendidikan dari jenjang pendidikan SMA sampai S1

2. Deskripsi Hasil Penelitian

Data dari hasil penelitian ini didapatkan melalui wawancara mendalam yang dilakukan peneliti dalam kurun waktu bulan April sampai bulan Juni 2018, dimana

seluruh informan yang melakukan wawancara adalah pengunjung wisata pantai galesong.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap informan pengunjung yang menikmati produk wisata ATV, banana boat, dan kora-kora. Dari pengunjung yang menikmati wahana tersebut, memberikan hasil wawancara tentang bagaimana bentuk arahan yang ditampilkan staf atv, banana boat dan kora-kora:

“Atv, arahan menekan tombol tuas untuk mencoba atv tersebut. Jaga keseimbangan badan untuk mengendarainya, terlebih lagi pada keseimbangan kaki yang harus tetap terjaga pada stan kaki. banana boat harus pegangan kuat dan tangan harus memegang pegangan dari banana boatnya, jangan banyak goyang saat diatas balon banana boatnya karena jangan sampai terjatuh pada saat yang bukan waktu untuk di hempaskan ke laut. Atv tetap duduk di posisi masing-masing untuk menjaga keselamatan diri, Pegangan erat pada besi kora-kora.” wawancara pada hari jum’at, tanggal 17 Juni 2018).

Dan peneliti menggali informasi tentang bagaimana keramahan yang ditampilkan oleh staf atv, banana boat dan kora-kora:

“sangat ramah, karena memberikan senyum, saat masuk pada area wisata pantai, ketika ingin pelayanan mereka ada. Sopan, itu juga menunjang kesenangan saat berlibur seperti ini. menyapa terlebih dahulu” (wawancara pada hari minggu, tanggal 17 Juni 2018).

Kemudian peneliti menggali informasi tentang kenyamanan yang seperti apa yang anda dapatkan setelah mencoba produk atv, banana boat dan kora-kora:

“atv, aman untuk dikendarai karena tidak terlalu tinggi stan tangannya dan dudukan kaki yang nyaman karena dapat menyeimbangi kaki. Banana boat pada saat mau dihempaskan ke laut, juru mudi memberitahu terlebih dahulu supaya tidak kaget dan dudukan memberitahu terlebih dahulu supaya tidak kaget, balonnya yang empuk dan tidak keras. Kora-kora dari ayunannya balyang tidak telalu tinggi dan pas untuk dinaiki anak-anak”(minggu wawancara pada hari, tanggal 17 Juni 2018)

Selanjutnya peneliti menggali informasi tentang bagaimana penetapan harga dari produk wisata pantai galesong:

“harganya cukup terjangkau, bagi kami yang berpenghasilan tetap seperti in, harganya murah dan terjangkau, cukup baik karena harganya tidak terlalu mahal sesuai isi dompet, cukup terjangkau bagi setiap kalangan, cukup murah bagi kami kalangan yang belum bekerja, tergolong terjangkau.” (wawancara pada hari minggu, tanggal 17 Juni 2018).

Dan peneliti menggali informasi tentang apakah dengan penetapan harga dari wisata pantai galesong, sesuai dengan harapan terhadap produk yang dirasakan. Dari pengunjung yang menikmati wahana ATV, kora-kora dan banana boat memberikan hasil wawancara yang hampir sama sebagai berikut:

“sangat sesuai karena harganya murah bisa menikmati wahana ini dengan senang bersama anak saya. Terlebih lagi kenikmatan yang dirasakan sangat nyaman. Dapat menikmati sebuah wahana dengan harga yang cukup terjangkau. Harga yang tidak terlalu mahal. Apa-apa yang dibutuhkan ada, baru produknya juga bagus dan aman. Memberikan kesenangan tersendiri yaitu merasa puas akan produk atv.” (wawancara pada hari minggu, tanggal 17 Juni 2018).

kemudian peneliti menggali informasi bagaimana kualitas yang dirasakan saat mencoba produk atv, banana boat dan kora-kora tersebut:

“atv, nyaman, senang karena telbih dahulu diberikan arahan oleh karyawan dan Seru, panik, karena harus menyeimbangi diri saat mencobanya. Banana boat, sangat menantang, karena melawan ketakutan saat mencobanya dan menyenangkan, seru dan diberikan arahan terlebih dahulu oleh karyawan. Kora-kora, senang dan sangat seru. Menyenangkan dan puas pada saat diayungkan.” (wawancara pada hari minggu, tanggal 17 Juni 2018).

Selanjutnya peneliti menggali informasi tentang apakah dengan produk yang dicoba, masih ingin berkunjung kembali ke wisata pantai galesong, dari pengunjung yang menikmati wahana atv,banana boat dan kora-kora:

“iya tentu, karena saya senang dan puas saat mencoba produk ini, dan ingin mecoba kembali produk atv. iya, pasti. karena tidak sia-sia saya berkunjung untuk menikmati liburan bersama keluarga sebab saya merasakan kesenangan yang tidak saya dapat ditempat lain. iya, tentu. karena tidak kecewa terhadap produk yang dicoba, ingin berkunjung kembali mencoba kembali produk wisata. iya, tentu. Karena saya sangat senang dan menikmati wahana ini. iya, pasti. Karena saya tidak bisa merasakan kesenangan ini ditempat lain. iya, tentu. Karena dilain sisi merasa senang dan nyaman saat mencobanya.” (wawancara pada hari minggu, tanggal 17 Juni 2018)

C. Analisis dan Pembahasan

Hasil penelitian diatas merupakan proses penelitian lapangan yang telah dilakukan peneliti dengan pemenuhan persyaratan administrasi penelitian. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan teknik analisis dengan menggunakan

observasi, wawancara, dokumentasi tentang bagaimana kepuasan pengunjung dalam menikmati 3 produk wisata.

Jenis Produk pada Objek Wisata Pantai Pada penelitian ini yaitu atv, banana boat dan kora-kora. Pengunjung dari kalangan mahasiswa dan karyawan swasta mengatakan dari produk atv, banana boat dan kora-kora. Memberikan kualitas yang dirasakan sangat nyaman, menyenangkan dan seru. Kenyamanan produk atv, aman untuk dikendarai dan dudukan kakinya yang aman. Banana boat pemberitahuan terlebih dahulu saat dihempaskan ke laut dan dudukan balonnya yang empuk dan tidak keras. Kora-kora dari ayunannya yang pas untuk dinaiki anak-anak. Keramahan yang ditampilkan ramah, dengan memberikan senyum, sapa dan sopan. Penetapan harga dari produk wisata pantai galesong cukup terjangkau dan murah terhadap produk yang dirasakan dan harapan sesuai dengan harga dan produk yang dicoba karena memberikan kesenangan.

Hasil penelitian dari fakta lapangan menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung atas 3 produk wisata pantai galesong diukur pada kualitas yang dirasakan sangat nyaman, menyenangkan dan seru. Kenyamanan yang cukup baik karena masing-masing produk memiliki kenyamanan tersendiri. Keramahan stafnya yang cukup ramah dan harga yang cukup terjangkau. Hal demikian mendukung pendapat Kotler dalam Yessy Wirajaya, (2011) kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa yang diterima dan yang diharapkan).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan maka hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kepuasan pengunjung atas 3 produk wisata pantai galesong diukur pada kualitas yang dirasakan sangat nyaman, menyenangkan dan seru. Kenyamanan yang cukup baik karena masing-masing produk memiliki kenyamanan tersendiri. Keramahan stafnya yang ramah dan harga yang cukup terjangkau.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka beberapa saran dari peneliti yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pengelola objek wisata pantai galesong diharapkan dapat mempertahankan produk atv, banana boat dan kora-kora. karena kepuasan pengunjung yang dirasakan terhadap produk tersebut cukup baik karena memberikan kesenangan, kenyamanan dan keseruan.
2. Diharapkan kepada pengunjung yang telah menikmati produk wisata agar dapat berperan sebagai pelaksana program promosi pada perusahaan dalam bentuk penyebaran informasi dari mulut ke mulut.

DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, N.L.H. 2014. *Manajemen Pemasaran Pariwisata*. Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Arjana , G.B. 2016. *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Ed. 1, Rajawali pers. Jakarta.
- Asdi. 2017. Analisis Perilaku Wisatawan Dalam Memilih Objek Wisata Di Kabupaten Gowa: *Jurnal Manajemen Ide dan Inspirasi*, (Online), Vol 4, No 1, (<http://journal.uin-alauddin.ac.id>), diakses 6 Januari 2018).
- Assauri, Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Ed. 1, Rajawali Pers: Jakarta.
- Astuti Nidya Resty, Ahmad Sefudin.2016. Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Layanan Rekreasi Dunia Fantasi PT Taman Impian Jaya Ancol Jakarta Utara, *Journal Of Applied Business and Economics*, (Online), Vol 3, No 1, (<http://journal.lppmunindra.ac.id>), diakses 28 Januari 2018).
- Hasan, Ali. 2015. *Tourism Marketing*. CAPS (Center For Academic Publishing Service): Yogyakarta.
- Hakim Luchman, Mawardi, M.K, Budiman, A.M. 2017. Identifikasi Potensi dan Pengembangan Produk Wisata Serta Kepuasan Wisatawan Terhadap Produk Wisata: *Jurnal Administrasi Bisnis*, (Online), Vol 50, No 4 (<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id>), diakses 30 Agustus 2018).
- Juwandi, Hendy Irawan 2009. *Kepuasan Pelayanan Jasa*. Erlangga. Jakarta.
- Krisanti, M., Effendi, H.M. 2016. Analisis Kepuasan Wisatawan untuk Manajemen Pantai Di Wisata Pantai Tanjung Bira, *Jurnal Pariwisata*. (Online), Vol III, No 2, (<http://ejournal.bsi.ac.id>), diakses 30 Agustus
- Limakrisna, N., dan susilo W.H. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Mitra Wacana Media: Jakarta.
- Sugiono. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Cetakan ke-5. Alfabeta: Bandung.
- Rahma, M.A. 2018. Analisis Kepuasan Wisatawan Dalam Melakukan Aktivitas Wisata Di Pantai Pangandaran, *Jurnal Manajemen Resort Leisure*, (Online), Vol 15, No 1, (<http://ejournal.upi.edu>), diakses 30 Agustus 2018).
- Wirajaya, Yessy. 2013. Analisis Kepuasan Wisatawan Mancanegara Terhadap Kualitas Pelayanan Pariwisata, *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, (Online), Vol 2, No 3, (<http://publishing.widyagamac.id>), diakses 30 Agustus 2018).

LAMPIRAN

Lampiran 1

Pedoman Wawancara

1. Bagaimana bentuk arahan petugas atv, banana boat dan kora-kora saat mencoba produk tersebut?
2. Bagaimana bentuk keramahan yang ditampilkan oleh staf atv, banana boat dan kora-kora?
3. Kenyamanan yang seperti apa yang anda dapatkan setelah mencoba produk atv, banana boat dan kora-kora?
4. Bagaimana penetapan harga dari produk wisata pantai galesong?
5. Apakah dengan penetapan harga dari wisata pantai galesong, sesuai dengan harapan terhadap produk yang dirasakan?
6. Bagaimana kualitas yang dirasakan saat mencoba produk atv, banana boat, kora-kora?
7. Apakah dengan produk yang dicoba, masih ingin berkunjung kembali ke wisata pantai galesong?

Lampiran 2**Data Informan**

No.	Nama	Pekerjaan	Umur	Pendidikan	Inisial
7.	Muhammad	Karyawan Swasta	34 Tahun	S1	MH
8.	Ismawani	Karyawan Swasta	24 Tahun	S1	IS
9.	Nawir	Guru	35 Tahun	S 1	NW
10.	Novianti	-	19 Tahun	SMA	NV
11.	Ledy	-	19 Tahun	SMA	LE
12.	Ade Awdini	-	21 Tahun	SMA	AD

Lampiran 3

Hasil Wawancara

No.	Hasil Wawancara	coding
1.	<p>P: bagaimana bentuk arahan petugas atv, banana boat dan kora-kora saat mencoba produk tersebut?</p> <p>J: menekan tuas sebelah kanan untuk mencoba atv tersebut. MH/ minggu, tanggal 17 Juni 2018).</p> <p>J: jaga keseimbangan badan untuk mengendarainya, terlebih lagi pada keseimbangan kaki yang harus tetap terjaga pada stan kaki. LE/minggu, tanggal 17 Juni 2018)</p> <p>J: harus pegangan kuat dan tangan harus memegang pegangan dari banana boatnya. (IS/minggu, tanggal 17 Juni 2018)</p> <p>J: jangan banyak goyang saat diatas balon banana boatnya karena jangan sampai terjatuh pada saat yang bukan waktu untuk di hempaskan klaut. (AD/minggu, tanggal 17 Juni 2018)</p> <p>J: tetap duduk di posisi masing-masing untuk menjaga keselamatan diri NV/minggu, tanggal 17 Juni 2018).</p> <p>J: Pegangan erat pada besi kora-kora NW/ minggu, tanggal 17 Juni 2018).</p>	<p>atv MH: menekan tuas (gas) LE: keseimbangan badan dan kaki</p> <p>banana boat IS: pegangan kuat pada banana boat AD: dihempaskan atau dijatuhkan</p> <p>kora-kora NV: menjaga keselamatan diri NW: pegangan erat pada besi kora-kora</p>
2.	<p>P: bagaimana bentuk keramahan yang ditampilkan oleh staf atv, banana boat dan kora-kora</p> <p>J: sangat ramah, karena memberikan senyum, saat masuk pada area wisata pantai galesong (MH/ minggu, tanggal 17 Juni 2018).</p> <p>J::Ramah, karena ketika ingin pelayanan, mereka selalu ada (LE/minggu, tanggal 17 Juni 2018)</p> <p>J: ramah, sopan, itu juga menunjang kesenangan saat berlibur seperti ini (IS/minggu, tanggal 17 Juni 2018)</p> <p>J: dengan menyapa terlebih dahulu dan memberikan senyum (AD/minggu tanggal 17 Juni 2018)</p>	<p>MH (atv), AD(banana boat), NV ,NW (atv): memberikan jawaban yang sama yaitu dengan memberikan senyum</p> <p>LE: ketika ingin pelayanan mereka selalu ada(atv) IS:sopan(banana boat)</p>

	<p>J :sangat ramah, dengan memberikan senyum saat berpapasan (NV/minggu, tanggal 17 Juni 2018).</p> <p>J: dengan memberikan senyum, sapa saat memasuki area wisata (NW/ minggu, tanggal 17 Juni 2018)</p>	
3.	<p>P: kenyamanan yang seperti apa yang anda dapatkan setelah mencoba produk atv, banana boat dan kora-kora?</p> <p>J: aman, untuk dikendarai karena tidak terlalu tinggi stan tangannya (MH/ minggu, tanggal 17 Juni 2018).</p> <p>J:dudukan kaki yang nyaman karena dapat menyeimbangi kaki saat mencobanya(LE/minggu, tanggal 17 Juni 2018)</p> <p>J: pada saat mau dihempaskan ke laut, juru mudi memberitahu terlebih dahulu supaya tidak kaget (IS / minggu, tanggal 17 Juni 2018)</p> <p>J: dudukan balonnya yang empuk dan tidak keras (AD/ minggu, tanggal 17 Juni 2018)</p> <p>J: dari ayunannya yang tidak telalu tinggi dan pas untuk dinaiki anak-anak (NV,NW minggu, tanggal 17 Juni 2018)</p>	<p>Atv MH: stan tangannya tidak terlalu tinggi LE: dudukan kaki</p> <p>Banana boat IS: dihempaskan ke laut AD: empuk dan tidak keras</p> <p>Kora-kora NV,NW: ayunan yang pas</p>

<p>4.</p>	<p>P: bagaimana penetapan harga dari produk wisata pantai galesong?</p> <p>J : harganya cukup terjangkau, bagi kami yang berpenghasilan tetap seperti in (MH/ minggu, tanggal 17 Juni 2018).</p> <p>J:harganya murah dan terjangkau (LE/minggu, tanggal 17 Juni 2018)</p> <p>J: cukup baik karena harganya tidak terlalu mahal sesuai isi dompet IS/minggu, tanggal 17 Juni 2018)</p> <p>J:: cukup terjangkau bagi setiap kalangan (AD/ minggu, tanggal 17 Juni 2018)</p> <p>J:: cukup murah bagi kami kalangan yang belum bekerja (NV/minggu, tanggal 17 Juni 2018).</p> <p>J: tergolong terjangkau (NW/ minggu, tanggal 17 Juni 2018).</p>	<p>Atv MH: berpenghasilan tetap LE:harganya murah</p> <p>Banana boat IS: sesuai isi dompet AD: terjangkau bagi setiap kalangan</p> <p>kora-kora NV, NW: murah dan terjangkau</p>
<p>5.</p>	<p>P: apakah dengan penetapan harga dari wisata pantai galesong, sesuai harapan terhadap produk yang dirasakan?</p> <p>J: sangat sesuai, karena harganya murah dan saya bisa menikmati wahana ini dengan senang bersama anak saya MH/ minggu, tanggal 17 Juni 2018).</p> <p>J: sesuai, terlebih lagi kenikmatan yang dirasakan sangat nyaman (LE/minggu, tanggal 17 Juni 2018)</p> <p>J: sangat sesuai, karena dapat menikmati sebuah wahana dengan harga yang cukup terjangkau (IS/minggu, tanggal 17 Juni 2018)</p> <p>J: sangat sesuai, karena harga yang tidak terlalu mahal AD/ minggu, tanggal 17 Juni 2018)</p> <p>J: sangat sesuai, karena apa-apa yang dibutuhkan ada, baru produknya juga bagus dan aman NV/minggu, tanggal 17 Juni 2018).</p> <p>J: sangat sesuai, karena memberikan kesenangan tersendiri bagi saya yaitu merasa puas akan produk atv NW/ minggu, tanggal 17 Juni 2018)</p>	<p>Atv: MH: bisa menikmati wahana ini bersama anak saya LE: kenikmatan yang dirasakan nyaman</p> <p>Banana boat IS: sesuai dengan harga dan wahana yang dirasakan AD: harga tidak mahal</p> <p>Kora-kora NV:apa-apa yang dibutuhkan ada. NW: memberikan kesenangan tersendiri dengan merasa puas</p>

<p>6.</p>	<p>P::bagaimana kualitas yang dirasakan saat mencoba produk atv, Banana boat, kora-kora? J: nyaman, senang karena terlebih dahulu diberikan arahan oleh karyawan (MH/ minggu, tanggal 17 Juni 2018) J: seru, panik, karena harus menyeimbangi diri saat mencobanya (LE/ minggu, tanggal 17 Juni 2018) J : sangat menantang, karena melawan ketakutan saat mencobanya (IS/minggu, tanggal 17 Juni 2018).</p> <p>J: Menyenangkan, seru dan diberikan arahan terlebih dahulu oleh karyawan (AD/minggu, tanggal 17 Juni 2018).</p> <p>J: senang, sangat seru, (NV/ minggu, tanggal 17 Juni 2018).</p> <p>J: menyenangkan dan puas pada saat di ayunkan (NW/ minggu, tanggal 17 Juni 2018)</p>	<p>Atv MH: nyaman LE:seru panik</p> <p>Banana boat IS: sangat menantang AD: menyenangkan</p> <p>Kora-kora NV:senang NW:puas</p>
<p>7.</p>	<p>P: apakah dengan produk yang dicoba, masih ingin berkunjung kembali ke wisata pantai galesong? J: iya, tentu, karena saya senang dan puas saat mencoba produk ini, dan ingin mencoba kembali produk atv (MH/ minggu, tanggal 17 Juni 2018) J: iya, pasti. karena tidak sia-sia saya berkunjung untuk menikmati liburan bersama keluarga sebab saya merasakan kesenangan yang tidak saya dapat ditempat lain (LE/minggu, tanggal 17 Juni 2018). J: iya, tentu. karena tidak kecewa terhadap produk yang dicoba, ingin berkunjung kembali mencoba kembali produk wisata. (IS/minggu, tanggal 17 Juni 2018). J: iya, tentu. karena saya sangat senang dan menikmati wahana ini (AD/minggu, tanggal 17 Juni 2018) J: iya, pasti. karena saya tidak bisa merasakan kesenangan ini ditempat lain (NV/ minggu, tanggal 17 Juni 2018). J: iya, tentu. Karena dilain sisi merasa senang dan nyaman saat Mencobanya (NW/ minggu, tanggal 17 Juni 2018).</p>	<p>Atv MH: senang dan puas LE,(atv) NV(kora-kora): merasakan Kesenangan yang tidak saya dapatkan ditempat lain.</p> <p>Banana boat IS: tidak kecewa terhadap produk yang dirasakan AD:senang dan menikmati</p> <p>kora-kora NW:senang dan nyaman</p>

DATA DOKUMENTASI



(MH)

Wawancara dengan Pengunjung yang Menikmati Wahana Atv



(LE)

Wawancara dengan Pengunjung yang Menikmati Wahana Atv



(IS)

Wawancara dengan Pengunjung yang Menikmati Wahana Banana Boat



(AD)

Wawancara dengan Pengunjung yang Menikmati Wahana Banana Boat



(NV)

Wawancara dengan Pengunjung yang Menikmati Wahana Kora-Kora



Pengunjung sedang menikmati banana boat



Pengunjung yang Menikmati Wahana ATV (Motor Mini)



Pengunjung yang Menikmati Wahana Kora-kora

RIWAYAT HIDUP



Nuraeni L. Lahir di Soreang, Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar, pada tanggal 18 Agustus 1996, penulis adalah anak keempat dari lima bersaudara, buah hati dari ayahanda Hasim dan ibunda Zakariah. Penulis mulai memasuki jenjang pendidikan Sekolah Dasar pada tahun 2001 di SDN 120 Inpres Tamalate dan tamat pada tahun 2007. Pada tahun yang sama, penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang Sekolah Menengah Pertama di SMPN 1 Galut, Kabupaten Takalar dan tamat pada tahun 2010. Pada tahun 2010, penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang Sekolah Menengah Atas di SMAN 1 Mangarabombang, Kabupaten Takalar dan lulus pada tahun 2013. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan kuliah pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Makassar Program Strata Satu (S1) melalui Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru (SPMB).