

## ABSTRAKSI

A) Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia

B) Manajemen Pemasaran

C) Juli 2008

D) Arif Rahman Hakim 0604001079

E) Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wisatawan Nusantara Untuk Melakukan *Repeat Patronage Terhadap Objek Wisata di DKI Jakarta*

F) xi + 142 hal, 30 tabel, 3 gambar, 3 lampiran

Salah satu bentuk loyalitas konsumen yang diharapkan oleh perusahaan penyedia jasa adalah adanya *repeat patronage* atau kunjungan secara berulang. Perilaku konsumen dalam melakukan kunjungan secara berulang merupakan dampak dari adanya beberapa faktor yang selama ini telah diteliti oleh peneliti sebelumnya. Faktor-faktor tersebut adalah kepuasan konsumen, kualitas jasa, dan *customer input*. Perkembangan penelitian yang telah ada terhadap faktor-faktor tersebut dilakukan untuk melihat faktor-faktor yang manakah yang merupakan faktor dominan. Secara luas penelitian ini bertujuan untuk menjaga profitabilitas perusahaan dimasa yang akan datang.

Dunia Fantasi sebagai salah satu taman hiburan yang ada di DKI Jakarta merupakan salah satu objek wisata yang menarik untuk dijadikan objek penelitian. Hal ini berkaitan dengan eksistensi Dunia Fantasi yang cukup lama dan tingkat kunjungan rata-rata yang stabil. Tingkat kunjungan rata-rata yang stabil dapat menjadi suatu indikator akan adanya peningkatan kualitas dan kepuasan konsumen. Namun dalam penelitian ini, penulis ingin membuktikan apakah faktor harga juga menjadi faktor penentu bagi wisatawan lokal dalam memilih Dunia Fantasi sebagai tempat hiburan didalam kota.

Penelitian ini memiliki enam tujuan utama yaitu: (1) untuk mengetahui alasan wisatawan untuk kembali mengunjungi Dunia Fantasi, (2) untuk mengetahui faktor mana yang paling berhubungan terhadap persepsi kualitas jasa yang baik di Dunia Fantasi, (3) untuk mengetahui faktor-faktor apa yang secara dominan mempengaruhi kepuasan wisatawan akan jasa Dunia Fantasi, (4) untuk mengetahui aspek *customer input* yang paling berhubungan dalam penentuan keputusan pelanggan untuk berkunjung secara berulang ke Dunia Fantasi, (5) untuk mengetahui apakah faktor ekspektasi pada harga mempengaruhi keinginan untuk *repeat patronage* wisatawan, (6) dan untuk mengetahui apakah yang menjadi faktor utama pelanggan Dunia Fantasi untuk berkunjung secara berulang ke Dunia Fantasi.

Penelitian dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 171 orang responden yang mayoritas merupakan pengunjung Dunia Fantasi yang mengunjungi Dunia Fantasi pada tanggal 10 – 18 Mei 2008. Data yang telah dikumpulkan kemudian diolah dengan menggunakan program SPSS 11.5 dengan menggunakan teknik *descriptive statistic analysis*, *factor analysis*, *spearman correlation*, dan *regression analysis*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi wisatawan lokal dalam mengunjungi Dunia Fantasi secara berulang adalah faktor kepuasan konsumen. Faktor kepuasan konsumen merupakan faktor penilaian atas variabel kualitas jasa dan evaluasi harga ketiga berada pada lokasi jasa (*moment of truth*). Namun, dari penelitian ini juga telah diketahui dari dua variabel tersebut pelanggan Dunia Fantasi menilai bahwa faktor yang sangat berpengaruh atas kepuasan konsumen adalah variabel kualitas jasa. Penelitian ini juga menemukan bahwa pelanggan Dunia Fantasi berada di *Zone of indifference*. Zona ini merupakan zona dengan tingkat kepuasan yang cukup, dimana pada zona ini konsumen akan berpindah apabila mereka menemukan produk yang menawarkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi dari produk sebelumnya. Sehingga diharapkan

dengan hasil penelitian ini pihak manajemen mampu untuk meningkatkan lima dimensi kualitas jasa, terutama dimensi *responsiveness*, dan juga mampu untuk menetapkan kebijakan harga yang sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan.

