

## PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TAMAN IMPIAN JAYA ANCOL

Mario Natanael Jonathan<sup>1</sup>, Carunia Mulya Firdausy<sup>2\*</sup>, Richard Andrew<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta  
Email: mario.115200137@stu.untar.ac.id

<sup>2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta  
Email: caruniaf@pps.untar.ac.id

<sup>3</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta  
Email: richarda@fe.untar.ac.id

\*Penulis Korespondensi

Masuk: 31-01-2024, revisi: 05-09-2024, diterima untuk diterbitkan: 10-10-2024

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh kualitas layanan dan harga tiket terhadap kepuasan pelanggan di Taman Impian Jaya Ancol, Jakarta. Hal ini penting mengingat insiden keamanan yang terjadi baru-baru ini dan penutupan penjualan tiket yang menimbulkan kekhawatiran tentang kepuasan pelanggan. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menganalisis data dari 100 responden yang telah berkunjung ke Ancol, menggunakan teknik *purposive sampling* dan PLS-SEM untuk analisis statistik. Hasil menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga tiket berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ini menekankan pentingnya kedua faktor tersebut dalam industri hiburan dan pariwisata. Dalam konteks teori perilaku terencana, sikap pengunjung terhadap kualitas layanan dan harga mempengaruhi keputusan mereka untuk mengunjungi kembali atau merekomendasikan Ancol. Kualitas layanan didefinisikan sebagai kemampuan penyedia layanan untuk memenuhi atau melampaui ekspektasi pelanggan, sedangkan harga diartikan sebagai nilai moneter yang dikaitkan dengan transaksi pembelian. Penelitian ini menyimpulkan bahwa untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, manajemen Taman Impian Jaya Ancol harus memperbarui dan meningkatkan kualitas layanan Taman Impian Jaya Ancol. Selain itu, penelitian ini merekomendasikan penggunaan *probability sampling* untuk penelitian selanjutnya dan menambahkan variabel seperti kompatibilitas layanan dan jaminan keamanan. Kesimpulan ini berkontribusi pada pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di taman hiburan, khususnya dalam konteks yang ditandai oleh insiden keamanan yang merugikan.

**Kata Kunci:** kepuasan pelanggan, kualitas layanan, harga

### ABSTRACT

*This research aims to evaluate the impact of service quality and ticket price on customer satisfaction at Taman Impian Jaya Ancol, Jakarta. This is crucial considering the recent security incidents and ticket sales closures that have raised concerns about customer satisfaction. This study uses a quantitative approach and analyzes data from 100 respondents who have visited Ancol, employing purposive sampling techniques and PLS-SEM for statistical analysis. The results show that both service quality and ticket price significantly influence customer satisfaction. This emphasizes the importance of these two factors in the entertainment and tourism industry. In the context of the theory of planned behavior, visitors' attitudes towards service quality and price influence their decision to revisit or recommend Ancol. Service quality is defined as the ability of the service provider to meet or exceed customer expectations, while price is interpreted as the monetary value associated with the purchase transaction. This study concludes that to maintain and enhance customer satisfaction, the management of Taman Impian Jaya Ancol needs to update and improve Taman Impian Jaya Ancol service quality. Additionally, the study recommends the use of probability sampling for future research and the addition of variables such as service compatibility and security guarantees. These conclusions contribute to a deeper understanding of the factors that influence customer satisfaction in amusement parks, particularly in contexts marked by adverse security incidents.*

**Keywords:** customer satisfaction, service quality, price

## 1. PENDAHULUAN

### Latar belakang

Taman Impian Jaya Ancol, terletak di Jakarta, tidak hanya dikenal sebagai pusat rekreasi dengan berbagai atraksi seperti taman bermain dan wahana air, tetapi juga sebagai titik temu komunal yang vital bagi berbagai aktivitas mulai dari konser hingga pameran bisnis. Namun, reputasi Ancol sebagai ikon hiburan di Jakarta terancam menyusul sebuah insiden tragis yang mengakibatkan kematian pengunjung karena penganiayaan oleh petugas Ancol (Kompas.com, 2023a). Lebih lanjut, penutupan penjualan tiket di Taman Impian Jaya Ancol pada 24 April 2023, dapat menyebabkan ketidakpuasan pengunjung yang tidak dapat masuk (Kompas.com, 2023b). Sehingga insiden menimbulkan pertanyaan mendalam terkait dengan aspek kepuasan pelanggan dan kualitas layanan yang Taman Impian Jaya Ancol berikan.

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh berbagai dimensi kualitas layanan termasuk efisiensi, pemenuhan, sistem yang tersedia, dan privasi (Prasetyo et al., 2023). Di sisi lain, kepuasan pelanggan juga berkaitan erat dengan faktor-faktor seperti promosi, dan fasilitas pendukung (Ilyas dan Mustafa, 2022). Sedangkan, kepuasan adalah merupakan kunci untuk pembelian ulang (Andianto & Firdausy, 2020). sementara Kee et al. (2023) menghubungkannya dengan niat beli, mengindikasikan bahwa penurunan kepuasan dapat mereduksi niat beli dan frekuensi kunjungan.

Selain kualitas layanan, harga juga diindikasikan menjadi faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, RII (2024) mengungkapkan bahwa, warga pesisir mengeluhkan harga tiket Taman Impian Jaya Ancol yang mahal. Sementara itu, Prasetyo et al. (2021) dan Hendrayati et al. (2020) mengindikasikan bahwa harga yang diterima sebagai adil oleh pelanggan dapat meningkatkan kepuasan. Kepuasan pelanggan dalam konteks pariwisata juga dipengaruhi oleh persepsi terhadap harga, di mana nilai yang diperoleh harus sepadan dengan harga tiket, terutama ketika mempertimbangkan faktor keamanan (Khanal et al., 2023). Sehingga, penelitian ini menambahkan kebaruan (*novelty*) dengan menambahkan variabel harga bersamaan dengan kualitas layanan. Hal ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan dalam penelitian sebelumnya. Oleh karena itu, penelitian ini ingin memperdalam pemahaman tentang pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, khususnya pasca-insiden yang merugikan.

### Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji secara mendalam pengaruh dari harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Taman Impian Jaya Ancol, khususnya setelah insiden penganiayaan tersebut.

### Tinjauan pustaka

Penelitian ini mengadopsi *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1991) sebagai kerangka teoretisnya. TPB menyediakan kerangka kerja konseptual untuk memahami perilaku sosial manusia yang kompleks, mengintegrasikan komponen sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Menurut TPB, perilaku individu dapat diprediksi oleh niatnya, yang diinformasikan oleh tiga faktor tersebut. Ajzen & Madden (1986) mengemukakan bahwa TPB efektif dalam konteks di mana perilaku tidak sepenuhnya berada di bawah kendali volisional, yang sering terjadi dalam industri pariwisata.

Dalam konteks penelitian ini, sikap pengunjung terhadap Taman Impian Jaya Ancol dapat dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap kualitas layanan dan harga. Keputusan untuk mengunjungi kembali atau mempromosikan Ancol kepada orang lain dapat diinformasikan oleh

evaluasi mereka atas faktor-faktor tersebut, sebagaimana digarisbawahi oleh TPB. Studi oleh Madden et al. (1992) menambahkan bahwa kontrol perilaku yang dirasakan meningkatkan prediksi niat perilaku, terutama ketika perilaku tersebut menimbulkan masalah tertentu terkait kontrol, seperti dalam kasus respons terhadap insiden keamanan di Ancol.

### **Kaitan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan**

Penelitian oleh Prasetyo et al. (2023) menyoroti bahwa efisiensi, pemenuhan, ketersediaan sistem, dan privasi merupakan dimensi kualitas layanan yang secara langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan. Ong et al. (2022) menegaskan hubungan ini dalam konteks restoran cepat saji selama pandemi COVID-19. Abror et al. (2019) dan Mokhtar dan Sjahrudin (2019) menunjukkan bahwa kualitas layanan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam perbankan dan perhotelan. Berdasarkan literatur yang ada, hipotesis pertama yang dikembangkan adalah:

H<sub>1</sub>: Kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Taman Impian Jaya Ancol.

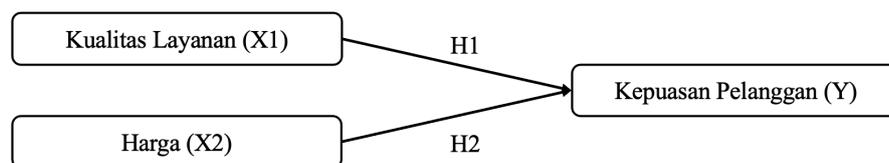
### **Kaitan antara harga dan kepuasan pelanggan**

Pada bagian ini, penelitian mengungkapkan bahwa persepsi konsumen tentang harga memainkan peran penting dalam kepuasan mereka. Prasetyo et al. (2021) menemukan bahwa harga yang dianggap adil oleh konsumen berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan dalam konteks layanan pengiriman makanan online selama pandemi. Hendrayati et al. (2020) mengkonfirmasi bahwa harga merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di industri transportasi online. Selanjutnya, Faiza & Nursani (2023) dan Salsabilla et al. (2023) mengidentifikasi bahwa persepsi harga yang baik dapat meningkatkan citra merek dan kepuasan pelanggan dalam konteks e-commerce. Dengan demikian, hipotesis kedua diusulkan:

H<sub>2</sub>: Harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Taman Impian Jaya Ancol.

### **Kerangka pemikiran**

Penelitian ini menyusun kerangka pemikiran untuk mengeksplorasi dan memahami secara mendalam bagaimana pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Taman Impian Jaya Ancol. Dengan memanfaatkan sebuah model kerangka pemikiran yang ditunjukkan pada Gambar 1, penelitian ini menguraikan dan memvisualisasikan hubungan yang diasumsikan antara variabel kualitas layanan, harga, dan kepuasan pelanggan.



Gambar 1. Kerangka pemikiran  
Sumber: Peneliti (2023)

Berdasarkan kerangka pemikiran dan hubungan antar variabel yang diilustrasikan pada Gambar 1, hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah:

H<sub>1</sub>: Kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Taman Impian Jaya Ancol.

H<sub>2</sub>: Harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Taman Impian Jaya Ancol.

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dirancang dengan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Taman Impian Jaya Ancol. Untuk mengukur hubungan antara variabel-variabel tersebut, penelitian ini mengaplikasikan metode

*Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) yang sesuai untuk model penelitian yang membutuhkan penanganan kompleksitas data dan ukuran sampel moderat, seperti yang direkomendasikan oleh Hair et al. (2021).

Populasi yang ditargetkan dalam penelitian ini adalah individu yang telah mengunjungi Taman Impian Jaya Ancol, dengan alasan bahwa mereka dapat memberikan penilaian yang akurat terkait dengan kualitas layanan dan persepsi harga berdasarkan pengalaman langsung mereka. Dengan menggunakan teknik *non-probability sampling*, khususnya *purposive sampling*, Teknik sampling ini dipilih untuk mendapatkan data yang lebih terfokus dan relevan dari individu yang secara spesifik telah berkunjung ke Taman Impian Jaya Ancol, dengan mengabaikan jumlah populasi secara keseluruhan dan tanpa membatasi karakteristik demografis lainnya. Ukuran sampel ditetapkan sebanyak 100 responden, mengikuti saran Jeyaprakash (2022) yang menyatakan bahwa ukuran sampel lebih dari 90 diperlukan untuk mendapatkan hasil yang konsisten dan dapat diulang.

Dalam aspek pengukuran instrumen, penelitian ini menggunakan kuesioner yang dirancang untuk memperoleh data persepsi responden tentang kepuasan pelanggan, harga, dan kualitas layanan. Untuk memastikan keandalan data, analisis validitas dan reliabilitas dilakukan sebelum analisis data lebih lanjut. Uji validitas meliputi *convergent validity* dan *discriminant validity*, di mana *Average Variance Extracted* (AVE) sebesar 0,50 atau lebih tinggi dianggap memadai untuk menunjukkan bahwa konstruk menjelaskan varians dari indikatornya dengan baik, sesuai dengan kriteria Hair et al. (2021). *Discriminant validity* dianalisis melalui pemeriksaan *cross loadings* indikator dan evaluasi nilai *Fornell-Larcker*, memastikan bahwa konstruk berbeda satu sama lain dalam model struktur. Reliabilitas instrumen diuji dengan mengukur reliabilitas konsistensi internal, menggunakan *Cronbach's alpha* dan reliabilitas komposit (*rho<sub>c</sub>*), dengan nilai di atas 0,70 menunjukkan reliabilitas yang memadai (Hair et al., 2019).

Setelah dikumpulkan, data dianalisis menggunakan PLS-SEM untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Pendekatan ini memungkinkan penanganan variabel yang banyak dan kompleks, serta ukuran sampel yang relatif kecil. Analisis model struktural atau *inner model* dilakukan untuk mengevaluasi kekuatan dan akurasi model penelitian, dengan fokus pada signifikansi pengaruh antar variabel melalui t-statistics yang diperoleh dari proses *bootstrapping* (Becker, 2023). Proses ini memperkirakan presisi parameter tanpa mengandalkan asumsi distribusi parametrik. Pengujian hipotesis menggunakan nilai t-statistics membandingkan dengan ambang batas kritis 1,96 pada tingkat kepercayaan 95%, memungkinkan penentuan penerimaan atau penolakan hipotesis yang diajukan (Hair et al., 2019).

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Deskripsi subjek penelitian**

Penelitian ini menganalisis data dari 100 responden, mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 60% dan 40% responden berjenis kelamin perempuan. Sementara itu, 18% telah mengunjungi dalam satu bulan terakhir, sementara 34% mengunjungi antara 1-6 bulan yang lalu. Sejumlah 10% responden berkunjung 6-12 bulan sebelumnya dan 38% lebih dari 12 bulan yang lalu. Secara gender, 60% dari responden adalah laki-laki dan 40% perempuan.

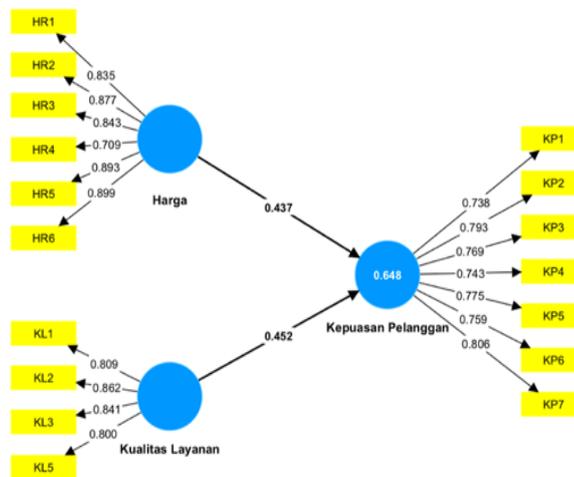
#### **Uji validitas dan reliabilitas**

Analisis *Convergent Validity* mengungkapkan bahwa sebagian besar indikator yang digunakan telah berhasil menjelaskan varians dari konstruk yang diteliti. Pada Tabel 1, semua variabel menunjukkan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) di atas 0,50, menandakan pemenuhan syarat validitas konvergen.

Tabel 1. Hasil uji AVE (*Average Variance Extracted*)  
 Sumber : Peneliti (2023)

Variabel	<i>Average Variance Extracted</i>
Harga	0,714
Kepuasan Pelanggan	0,592
Kualitas Layanan	0,611

Pada uji validitas dengan menggunakan *outer loadings*, terdapat satu indikator yang tidak memenuhi kriteria validitas konvergen, yaitu memiliki nilai di bawah 0,708. Indikator ini kemudian dihilangkan. Gambar 2 merupakan hasil analisis *outer loadings* setelah penghapusan indikator, uji validitas yang dilakukan menunjukkan bahwa semua indikator yang tersisa sekarang memenuhi kriteria validitas konvergen dengan nilai di atas 0,708. Ini menandakan bahwa setiap indikator yang digunakan dalam penelitian Anda telah valid secara konvergen.



Gambar 2. Hasil analisis *outer loadings*  
 Sumber: Peneliti (2023)

Hasil analisis validitas diskriminan menunjukkan semua indikator memenuhi kriteria validitas diskriminan, nilai Fornell-Larcker yang lebih tinggi dibandingkan variabel lain. Hasil analisis bisa dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil analisis Fornell-Larcker  
 Sumber: Peneliti (2023)

Variabel	Harga	Kepuasan Pelanggan	Kualitas Layanan
Harga	0,845		
Kepuasan Pelanggan	0,726	0,769	
Kualitas Layanan	0,641	0,732	0,828

Hasil uji *cronbach's alpha* dan *composite reliability* pada Tabel 3 memperlihatkan nilai lebih dari 0,70, memenuhi syarat reliabilitas.

Tabel 3. Hasil analisis *Cronbach's alpha* dan *composite reliability*  
 Sumber: Peneliti (2023)

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability (rho a)</i>	<i>Composite reliability (rho c)</i>
Harga	0,918	0,925	0,937
Kepuasan Pelanggan	0,885	0,888	0,910
Kualitas Layanan	0,847	0,852	0,897

### Hasil analisis koefisien determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa 64,8% variasi dalam kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan dan harga. Ini menandakan bahwa model regresi yang diadopsi memiliki kekuatan penjelas yang signifikan untuk kepuasan pelanggan, dengan 35,2% variasi yang diperkirakan dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

### Hasil analisis *predictive relevance* ( $Q^2$ )

Nilai *Predictive Relevance* ( $Q^2$ ) di atas nol menunjukkan bahwa model memiliki kapasitas prediktif yang baik. Dalam konteks ini, nilai  $Q^2$  yang diperoleh untuk kepuasan pelanggan adalah 0,613, menandakan bahwa model cukup efektif dalam memprediksi kepuasan pelanggan.

### Hasil analisis *effect size* ( $F^2$ )

Uji *Effect Size* ( $F^2$ ) mengindikasikan bahwa pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan bersifat sedang, dengan nilai  $f^2$  masing-masing sebesar 0,319 dan 0,342. Hal ini menandakan bahwa kedua variabel prediktor memberikan kontribusi yang substansial namun tidak mendominasi terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

### Hasil analisis *path coefficients*

Analisis *path coefficients* mengungkapkan hubungan yang signifikan antara Harga dan Kepuasan Pelanggan dengan nilai path coefficient sebesar 0,437 dan antara Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan dengan nilai 0,452. berdasarkan nilai t-statistik tersebut, menegaskan bahwa variabel kualitas layanan dan harga mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Tabel 4. Hasil pengujian *bootstrapping*  
Sumber: Peneliti (2023)

Variabel	<i>Original sample (O)</i>	<i>T statistics</i>	<i>P values</i>
Harga → Kepuasan Pelanggan	0,437	3,561	0,000
Kualitas Layanan → Kepuasan Pelanggan	0,452	4,067	0,000

### Hasil pengujian hipotesis

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang ditunjukkan pada Tabel 4, kedua hipotesis penelitian diterima. Kualitas layanan dengan koefisien jalur 0,452, dan harga, dengan koefisien 0,437, keduanya berkontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan di Taman Impian Jaya Ancol. *T-Statistics* untuk kedua variabel independen ini adalah  $3,561 > 1,96$  untuk harga dan  $4,067 > 1,96$  untuk kualitas layanan, menegaskan bahwa hubungan yang diidentifikasi antara kedua variabel independen dengan kepuasan pelanggan adalah signifikan. *P-Values* untuk kedua hubungan tersebut adalah 0,000, Nilai P yang sangat rendah menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga, kualitas layanan dan harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Taman Impian Jaya Ancol.

### Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis diatas, diperoleh seluruh hipotesis yang diuji dalam penelitian ini diterima. Uji hipotesis pertama (H1) memberikan bukti bahwa kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan di Taman Impian Jaya Ancol. Hal ini diungkapkan melalui data yang menunjukkan adanya korelasi kuat antara standar layanan yang tinggi dengan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung. Hasil ini tidak terlepas dari penelitian yang telah dikemukakan oleh Ambarita et al. (2023), Abror et al. (2019), dan Rita et al. (2019) yang secara konsisten menemukan bahwa kualitas layanan merupakan hal penting dari kepuasan pelanggan.

Lebih lanjut, kesesuaian antara temuan penelitian ini dengan penelitian Ong et al. (2022) kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di berbagai sektor, termasuk di masa pandemi. Prasetyo et al. (2023) juga menegaskan temuan serupa dengan menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa dimensi layanan yaitu efisien, memenuhi kebutuhan, sistem yang tersedia, dan privasi. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh pihak Taman Impian Jaya Ancol berdampak pada kepuasan pelanggannya. Fenomena ini menegaskan bahwa Taman Impian Jaya Ancol harus terus menjaga dan meningkatkan standar layanan mereka untuk mempertahankan kepuasan pelanggan.

Sementara itu, temuan dari uji hipotesis kedua (H2) memperjelas bahwa harga juga berperan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kesimpulan ini berseiringan dengan studi yang dilakukan oleh Ilyas dan Mustafa (2022), serta Prasetyo et al. (2021), yang mengindikasikan bahwa persepsi harga yang adil adalah komponen yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Studi ini juga sejalan dengan Yang et al. (2021) dan Amer et al. (2021), yang menekankan bahwa strategi penetapan harga yang bijaksana dan dirasa adil oleh pelanggan dapat berujung pada peningkatan kepuasan pelanggan.

Insiden tragis yang dilaporkan oleh Kompas.com (2023) menjadi contoh nyata dari betapa pentingnya menjaga kualitas layanan. Insiden tersebut menunjukkan bahwa kelalaian dalam mengelola kualitas layanan dapat memiliki konsekuensi serius yang merugikan, tidak hanya merusak persepsi langsung tentang layanan yang disuguhkan tetapi juga potensi mengurangi nilai keseluruhan yang dirasakan oleh pengunjung. Ini menandakan bahwa pengalaman negatif akibat dari insiden dapat mengikis nilai yang diharapkan oleh pengunjung terutama jika menyangkut aspek keamanan dan kenyamanan yang terganggu.

Pengunjung yang datang ke Taman Impian Jaya Ancol berhak mengharapkan lebih dari sekadar keseruan rekreasi, mereka juga menginvestasikan uang mereka untuk mendapatkan jaminan keamanan dan pelayanan yang berkualitas. Tragedi yang mengakibatkan kehilangan nyawa tersebut memberikan dampak negatif terhadap kepuasan pelanggan Taman Impian Jaya Ancol, sehingga berpotensi menurunkan kepuasan pelanggan secara drastis. Ini menunjukkan betapa pentingnya bagi manajemen Taman Impian Jaya Ancol untuk memastikan bahwa setiap yang diinvestasikan oleh pengunjung benar-benar terbalaskan melalui pengalaman yang aman dan menyenangkan.

#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

##### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil uji hipotesis dan pembahasan, terdapat dua kesimpulan utama yang dapat diambil dari penelitian ini. Pertama, kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Taman Impian Jaya Ancol. Kedua, harga juga ditemukan mempengaruhi kepuasan pelanggan di lokasi yang sama.

##### **Saran**

Penelitian ini terbatas oleh penggunaan metode non-probability sampling yang melibatkan 100 responden, sehingga hasilnya tidak dapat langsung diaplikasikan ke seluruh populasi Jakarta. Untuk penelitian masa depan, disarankan agar menggunakan metodologi probability sampling untuk memungkinkan generalisasi hasil yang lebih luas terhadap populasi Jakarta. Juga, ada kebutuhan untuk menambahkan variabel lain seperti kompetensi layanan dan jaminan keamanan, terutama karena nilai  $R^2$  yang ada saat ini berada pada 64,8%, menunjukkan ruang untuk peningkatan dalam model. Untuk Taman Impian Jaya Ancol, beberapa saran yang diajukan adalah

memperbarui dan memperketat protokol keamanan, memberikan pelatihan berkelanjutan kepada staf keamanan tentang penanganan situasi darurat dan komunikasi yang efektif, serta merancang dan melaksanakan strategi pemulihan citra untuk menunjukkan komitmen terhadap kesejahteraan dan keamanan pengunjung.

## REFERENSI

- Abror, A., Patrisia, D., Engriani, Y., Evanita, S., Yasri, Y., & Dastgir, S. (2019). Service Quality, Religiosity, Customer Satisfaction, Customer Engagement and Islamic Bank's Customer Loyalty. *Journal of Islamic Marketing*, 8(1), 76-86. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2019-0044>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. & Madden, T. J. (1986). Prediction of Goal-Directed Behavior: Attitudes, Intentions, and Perceived Behavioral Control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22(5), 453-474. [https://doi.org/10.1016/0022-1031\(86\)90045-4](https://doi.org/10.1016/0022-1031(86)90045-4)
- Amer, A., Shaban, K., Gaouda, A., & Massoud, A. (2021). Home Energy Management System Embedded with a Multi-Objective Demand Response Optimization Model to Benefit Customers and Operators. *Energies*, 14(2), 257.
- Ambarita, L. G., Sekarningsih, P. R., & Lestari, Y. H. S. (2023). The Effect of Product Quality and Service Quality, Customer Satisfaction on Customer Loyalty. *International Journal of Management*, 3(1).
- Andianto, K. & Firdausy, C. M. (2020). Pengaruh Perceived Value, Perceived Quality dan Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty Warunk Upnormal di Jakarta. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 2(3), 758-764. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i3.9589>
- Becker, J.M., Cheah, J. H., Gholamzade, R., Ringle, C.M., & Sarstedt, M. (2023), PLS-SEM's most wanted guidance, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 35 No. 1, pp. 321-346.
- Efendi, B. (2020). Pengaruh experiential marketing, kepuasan pelanggan, dan citra rumah makan terhadap loyalitas pelanggan (studi empirik pada rumah makan saung mansur Banjarnegara). *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 3(2), 161-168.
- Faiza, N., & Nursani. (2023). Brand Image as a Mediating Variable of the Influence of Perceived Ease of Use and Price on Customer Satisfaction. *Jurnal Dinamika Manajemen dan Bisnis*, 6(2).
- Gunawan, I. (2022). Customer Loyalty: The Effect Customer Satisfaction, Experiential Marketing and Product Quality. *Kinerja: Jurnal Manajemen Organisasi dan Industri*, 1(1), 35-42.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*. Springer.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24.
- Hendrayati, H., Askolani, A., Achyarsyah, M., Sudrajat, C. T., & Syahidah, R. K. (2020). E-Service Quality and Price to Build Online Transportation Loyalty in Indonesia. *Journal of Marketing Management Research*, 5(1), 1-12.
- Ilyas, G. B., & Mustafa, H. (2022). Price, Promotion, and Supporting Facilities on Customer Satisfaction. *Golden Ratio Management and Applied Business Journal*, 2(1), 1-10.
- Jeyaprakash, J. (2022). Sample size determination in research. *Journal of Graduate Medical Education*, 4(1), 45-49.
- Kee, D. M. H., Sin, L. G., Yuan, N. Z., Ni, N. L. Y., Wen, N. K., Fang, N. S., Rayhan, M., Ali, M. H., Yose, J. W., & Muhsyi, U. A. (2023). The Influence of Customer Satisfaction, brand

- trust and Brand Loyalty on Purchase Intention: A Study of McDonald's in Malaysia. *International Journal of Tourism and Hospitality in Asia Pasific*, 6(2).
- Khanal, M., Khadka, S. R., Subedi, H., Chaulagain, I. P., Regmi, L. N., Bhandari, M. (2023). Explaining the Factors Affecting Customer Satisfaction at the Fintech Firm F1 Soft by Using PCA and XAI. *FinTech*, 2, 70–84.
- Kompas.com. (2023a). Brutalnya empat sekuriti di Taman Impian Jaya Ancol. *Kompas*. <https://megapolitan.kompas.com/read/2023/08/02/05300091/brutalnya-empat-sekuriti-di-taman-impian-jaya-ancol?page=all>
- Kompas.com. (2023b). Pengunjung Ancol Overload, Ada yang Tidak Bisa Masuk Sementara. *Kompas*. <https://travel.kompas.com/read/2023/04/24/191510627/pengunjung-ancol-overload-ada-yang-tidak-bisa-masuk-sementara>
- Madden, T. J., Ellen, P., & Ajzen, I. (1992). A Comparison of the Theory of Planned Behavior and the Theory of Reasoned Action. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18(1), 3-9.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen YOU Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476-490.
- Mokhtar, S., & Sjahruddin, H. (2019). An examination of the relationships between customer relationship management quality, service quality, customer satisfaction and customer loyalty: The case of five star hotels. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 62(2), 76-86.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023). Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1), 183-188.
- Ong, A. K., Prasetyo, Y., Mariñas, K. A., Perez, J. P. A., Persada, S. F., Nadlifatin, R., Chuenyindee, T., & Buaphiban, T. (2022). Factors Affecting Customer Satisfaction in Fast Food Restaurant "Jollibee" during the COVID-19 Pandemic. *Sustainability*, 14(22).
- Prasetyo, A., Irawan, D., Sensuse, D. I., Lusa, S., Wibowo, P. A., Yulfitri A. (2023). Evaluation of e-Service Quality Impacts Customer Satisfaction: One-Gate Integrated Service Application in Indonesian Weather Agency. *(IJACSA) International Journal of Advanced Computer Science and Applications*. Vol. 14, No. 1, 2023.
- Prasetyo, Y. T., Tanto, H., Mariyanto, M., Hanjaya, C., Young, M. N., Persada, S. F., Miraja, B. A., Redi, A. A. N. P (2021). Factors Affecting Customer Satisfaction and Loyalty in Online Food Delivery Service during the COVID-19 Pandemic: Its Relation with Open Innovation. *J. Open Innov. Technol. Mark. Complex*. 2021, 7, 76.
- Radio Republik Indonesia (RRI). (2024). Warga Pesisir Keluhkan Mahalnya Tiket Ancol. <https://www.rri.co.id/jakarta/daerah/508613/warga-pesisir-keluhkan-mahalnya-tiket-ancol>
- Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*, 3(2), 42-49.
- Salsabilla, K. (2023). The Influence of Product Quality, Perceived Price and Service Quality on Customer Satisfaction at The Terrace Restaurant. *Formosa Journal of Applied Sciences (FJAS)* Vol.2, No.6, 1137-1154.
- Yang, H., Wang, L., Ma, Y., Zhang, D., & Wu, H. (2021). Optimization strategy of price-based demand response considering the bidirectional feedback effect. *IET Generation, Transmission & Distribution*, 15(2), 315-327.