

RINGKASAN

Richan Fernandha, 2017, **Pengaruh Pengembangan Produk *Theme Park* dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Wisatawan (Survei pada Wisatawan Taman Rekreasi Selecta, Kota Batu)**. Dra. Fransisca Yaningwati, M.Si, Devi Farah Azizah, S.Sos., M.AB

Pengembangan produk *theme park* adalah proses penentuan strategi produk, pelaksana program, persyaratan pelaksanaan sampai perencanaan sumber daya yang dibutuhkan dalam usaha pemenuhan kepuasan wisatawan. Cara pengembangan produk *theme park* yang baik dapat dilihat dari tiga aspek, yaitu melakukan pengembangan produk *theme park* pada lini produk baru, penyempurnaan produk, dan *re-positioning*. Persepsi harga adalah kecenderungan wisatawan untuk menggunakan harga dalam memberikan penilaian tentang kesesuaian manfaat produk. Keempat dari aspek tersebut dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan. Kepuasan wisatawan dapat diperoleh melalui hasil evaluasi terhadap pengembangan produk *theme park* dan persepsi harga. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh 1) Variabel lini produk baru terhadap kepuasan wisatawan, 2) Variabel penyempurnaan produk terhadap kepuasan wisatawan, 3) Variabel *re-positioning* terhadap kepuasan wisatawan, dan 4) Variabel persepsi harga terhadap kepuasan wisatawan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif. Objek penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Taman Rekreasi Selecta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* dengan menggunakan rumus Machin dan Champell dan mendapatkan sampel sebanyak 120 responden. Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada wisata yang berkunjung ke Taman Rekreasi Selecta. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hipotesis pertama pada penelitian ini yaitu lini produk baru, penyempurnaan produk, *re-positioning*, dan persepsi harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan wisatawan. Hipotesis kedua yaitu lini produk baru, penyempurnaan produk, *re-positioning*, dan persepsi harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan wisatawan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa lini produk baru, penyempurnaan produk, *re-positioning*, dan persepsi harga memiliki pengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan wisatawan. Secara parsial, *re-positioning* dan persepsi harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan, sedangkan lini produk baru dan penyempurnaan produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Kata Kunci : Pengembangan produk *theme park*, lini produk baru, penyempurnaan produk, *re-positioning*, persepsi harga, dan kepuasan wisatawan.