

SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN
TAMAN IMPIAN JAYA ANCOL



DIAJUKAN OLEH:
NAMA : MARIO NATANAEL JONATHAN
NPM : 115200137

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
2023

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Mario Natanael Jonathan

NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115200137

Program Studi : Manajemen Bisnis



Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 18 Desember 2023



Mario Natanael Jonathan

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : MARIO NATANAEL JONATHAN
NPM : 115200137
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN PELANGGAN TAMAN IMPIAN
JAYA ANCOL

Jakarta, 18 Desember 2023

Pembimbing,



(Carunia Mulya Firdausy Ir., M.ADE., Ph.D., Prof.)

Jakarta, 11 Desember 2023

Pembimbing Pendamping,



(Richard Andrew S.E., M.M.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : MARIO NATANAEL JONATHAN
NPM : 115200137
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN PELANGGAN TAMAN IMPIAN
JAYA ANCOL

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 15 januari 2024 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas :

1. Ketua Penguji : Joyce Angelique Turangan S.E., M.Pd
2. Anggota Penguji : -Carunia Mulya Firdausy Ir., M.ADE., Ph.D., Prof.
-Sanny Ekawati S.E., M.M.

Jakarta, Januari 2024



(Carunia Mulya Firdausy Ir., M.ADE., Ph.D., Prof.)

Jakarta, 23 Januari 2024
Pembimbing Pendamping,



(Richard Andrew S.E., M.M.)

ABSTRAK
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

- (A) MARIO NATANAEL JONATHAN (115200137)
- (B) FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
PELANGGAN TAMAN IMPIAN JAYA ANCOL
- (C) XIII + 76 Halaman, Tabel 31, Gambar 2, Lampiran 12
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh kualitas layanan dan harga tiket terhadap kepuasan pelanggan di Taman Impian Jaya Ancol. Menggunakan desain kuantitatif, penelitian ini menganalisis data dari 100 responden yang pernah berkunjung ke Taman Impian Jaya Ancol. Teknik *purposive sampling* diterapkan untuk pengumpulan data, menggunakan PLS-SEM dalam analisis statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga tiket memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan kedua hipotesis penelitian diterima. Kesimpulan ini menekankan pentingnya kedua faktor ini dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan di taman hiburan. Berdasarkan temuan ini, penelitian ini merekomendasikan penggunaan *probability sampling* untuk penelitian selanjutnya. Manajemen Taman Impian Jaya Ancol disarankan untuk memperbarui protokol keamanan dan meningkatkan kualitas layanan untuk mempertahankan kepuasan pelanggan.
- (F) Kata kunci : Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, Harga
- (G) Referensi tahun 1985-2024
- (H) Carunia Mulya Firdausy Ir., M.ADE., Ph.D., Prof.
- (I) Richard Andrew S.E., M.M.

ABSTRACT
TARUMANAGARA UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS
JAKARTA

- (A) MARIO NATANAEL JONATHAN (115200137)
- (B) *FACTOR AFFECTING CUSTOMER SATISFACTION AT TAMAN IMPIAN JAYA ANCOL*
- (C) *XIII + 76 Pages, Table 31, Figure 2, Appendix 12*
- (D) *MARKETING MANAGEMENT*
- (E) *Abstract: This research aims to evaluate the impact of service quality and ticket prices on customer satisfaction at Taman Impian Jaya Ancol. Utilizing a quantitative design, this study analyzes data from 100 respondents who have visited Taman Impian Jaya Ancol. Purposive sampling technique was applied for data collection, using PLS-SEM for statistical analysis. The results show that both service quality and ticket prices significantly influence customer satisfaction, with both research hypotheses being accepted. This conclusion underscores the importance of these two factors in influencing customer satisfaction in amusement parks. Based on these findings, the study recommends the use of probability sampling for future research. The management of Taman Impian Jaya Ancol is advised to update security protocols and improve service quality to maintain customer satisfaction.*
- (F) *Keywords: Customer Satisfaction, Service Quality, Price*
- (G) *Reference years 1985-2024*
- (H) Carunia Mulya Firdausy Ir., M.ADE., Ph.D., Prof.
- (I) Richard Andrew S.E., M.M.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunianya saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Judul skripsi yang saya ajukan adalah “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Taman Impian Jaya Ancol” Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah Manajemen Strategik di Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara. Tidak dapat disangkal bahwa dibutuhkan usaha yang keras untuk menyelesaikan skripsi ini. Akan tetapi, karya ini tidak akan selesai tanpa bantuan di sekeliling saya yang membantu serta mendukung. Terima kasih saya sampaikan kepada:

1. Bapak Carunia Mulya Firdausy Ir., M.ADE., Ph.D., Prof., sebagai pembimbing utama skripsi saya yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berharga.
2. Bapak Richard Andrew S.E, MM., sebagai pembimbing kedua skripsi saya yang dengan sabar memberikan saran dan kritik selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu dan mendidik selama perkuliahan.
4. Semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata, semoga segala kebaikan dan pertolongan dari pihak yang membantu mendapat berkah dari Tuhan Yang Maha Esa. Saya pun menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan pengetahuan yang saya miliki. Oleh karena itu saya dengan rendah hati saya mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun demi laporan penelitian yang semakin baik.

Jakarta, 22 Desember 2023.

Jakarta, ... Desember 2023

Mario Natanael Jonathan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Permasalahan.....	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Identifikasi Masalah	3
3. Batasan Masalah	3
4. Rumusan Masalah	4
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1. Tujuan	4
2. Manfaat	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
A. Teori Dasar	6
B. Definisi Konseptual Variabel	8
C. Kaitan Antara Variabel-Variabel.....	11
D. Penelitian Yang Relevan	13
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Desain Penelitian.....	26
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel dan Ukuran Sampel	26

C. Operasional Variabel	27
D. Analisis Validitas dan Reliabilitas	31
E. Analisis Data.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
A. Deskripsi Subjek Penelitian	35
B. Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Objek Penelitian	36
C. Hasil Analisis Data	41
C. Hasil Pengujian Hipotesis	49
D. Pembahasan.....	50
BAB V PENUTUP.....	52
A. Kesimpulan	52
B. Keterbatasan dan Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN.....	61
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	75
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang relevan 1	14
Tabel 2.2 Penelitian yang relevan 2	15
Tabel 2.3 Penelitian yang relevan 3	16
Tabel 2.4 Penelitian yang relevan 4	17
Tabel 2.5 Penelitian yang relevan 5	18
Tabel 2.6 Penelitian yang relevan 6	19
Tabel 2.7 Penelitian yang relevan 7	20
Tabel 2.8 Penelitian yang relevan 8	21
Tabel 2.9 Penelitian yang relevan 9	22
Tabel 2.10 Penelitian yang relevan 10	23
Tabel 2.11 Penelitian yang relevan 11	24
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan	28
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Harga.....	29
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan	30
Tabel 3.4 Skala Likert	31
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan Terakhir	35
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.3 Tanggapan Responden atas Kepuasan Pelanggan	37
Tabel 4.4 Tanggapan Responden atas Harga 1	38
Tabel 4.5 Tanggapan Responden atas Harga 2	39
Tabel 4.6 Tanggapan Responden atas Kualitas Layanan.....	40
Tabel 4.7 Hasil Uji AVE (Average Variance Extracted).....	41
Tabel 4.8 Hasil Uji Outer Loading.....	42
Tabel 4.9 Hasil Analisis Cross Loadings	44
Tabel 4.10 Hasil Analisis <i>Fornell-Larcker</i>	45
Tabel 4.11 Hasil Analisis <i>Cronbach's alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	45
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	46
Tabel 4.13 Hasil Predictive Relevance (Q ²)	47
Tabel 4.14 Hasil Uji Effect Size (f ²)	47

Tabel 4.15 Hasil Pengujian Bootstrapping	48
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Seluruh Hipotesis Penelitian.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 4.1 Hasil Analisis Outer Loadings	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	61
Lampiran 2. Hasil Uji Nilai <i>Outer Loadings</i>	65
Lampiran 3. Hasil Uji Nilai AVE	65
Lampiran 4. Hasil Analisis <i>Cross loadings</i> dan <i>Fornell-Larcker criterion</i>	66
Lampiran 5. Hasil Analisis <i>Fornell-Larcker criterion</i>	67
Lampiran 6. Karakteristik Berdasarkan Kunjungan.....	67
Lampiran 7. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Lampiran 8. Deskripsi Objek Penelitian	68
Lampiran 9. Hasil Uji <i>R-Square</i>	73
Lampiran 10. Hasil Uji <i>Predictive Relevance (Q2)</i>	74
Lampiran 11. Hasil Uji <i>Bootstrapping Path Coefficients</i>	74
Lampiran 12. Hasil Uji <i>f-square</i>	74

BAB I

PENDAHULUAN

A. PERMASALAHAN

1. Latar Belakang Masalah

Taman Impian Jaya Ancol, berlokasi di Jakarta, telah lama dikenal sebagai destinasi wisata yang menawarkan beragam atraksi, mulai dari taman bermain, wahana air, hingga kebun binatang. Sebagai salah satu ikon rekreasi dan hiburan, Ancol memegang peranan penting dalam industri pariwisata Jakarta.

Selain berfungsi sebagai tempat wisata atau rekreasi, Taman Impian Jaya Ancol juga memberikan ruang bagi komunitas dan perusahaan untuk berkumpul dan menyelenggarakan acara dengan skala dan jenis yang beragam. Dari konser musik yang meriah, festival budaya, hingga pameran dan konferensi bisnis, Ancol telah menjadi tuan rumah bagi keanekaragaman kegiatan yang menarik berbagai segmen pengunjung. Fungsi ini memperkuat posisi Ancol sebagai ikon hiburan di Jakarta.

Namun baru-baru ini, Taman Impian Jaya Ancol menjadi sorotan karena insiden yang serius. Terdapat empat petugas keamanan Taman Impian Jaya Ancol terlibat dalam penganiayaan seorang pengunjung yang tragisnya berujung pada kematian (Kompas.com, 2023a). Lebih lanjut, penutupan penjualan tiket di Taman Impian Jaya Ancol pada 24 April 2023, akibat membludaknya jumlah pengunjung 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.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beragam faktor. Studi Prasetyo *et al.* (2023) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh 4 dimensi kualitas layanan yaitu efisiensi, pemenuhan, ketersediaan sistem, dan privasi. Hal ini menunjukkan

bahwa kualitas layanan yang buruk serta insiden yang merugikan dapat menurunkan kepuasan pelanggan.

Sedangkan, kepuasan adalah pemicu seorang konsumen untuk melakukan pembelian ulang (Andianto & Firdausy, 2020). Studi oleh Kee *et al.* (2023) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian, yang berarti bahwa penurunan kepuasan pelanggan bisa berakibat pada penurunan niat beli dan berpotensi mengurangi frekuensi serta intensitas kunjungan ke taman rekreasi ini. Sehingga kepuasan pelanggan menjadi kunci keberlanjutan jangka panjang suatu destinasi wisata.

Selain kualitas layanan, harga juga diindikasikan menjadi faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, laporan dari RII (2024) mengungkapkan bahwa, meskipun Ancol menawarkan berbagai atraksi menarik bagi pengunjung, warga pesisir mengeluhkan harga tiket Taman Impian Jaya Ancol yang mahal.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh faktor harga. Prasetyo *et al.* (2021) menemukan bahwa harga mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam konteks layanan pengiriman makanan online selama pandemi. Selain itu, penelitian dari Hendrayati *et al.* (2020) menemukan bahwa harga adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di industri transportasi *online*. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi penetapan harga yang tepat dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Penelitian dari Ilyas dan Mustafa (2022) menemukan bahwa selain harga, promosi dan fasilitas pendukung juga mempengaruhi kepuasan pelanggan di Hotel Atria Inn Makassar. Selain itu, penelitian dari Khanal *et al.* (2023) mengungkapkan bahwa layanan pelanggan, kompatibilitas, kemudahan penggunaan, jaminan, niat loyalitas, persepsi teknologi, kecepatan dan inovasi perusahaan merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini, penelitian ini berfokus pada bagaimana harga dan kualitas layanan secara spesifik mempengaruhi kepuasan pengunjung Taman Impian Jaya Ancol. Alasannya karena terdapat kekurangan studi yang menyelidiki pengaruh langsung harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pasca-insiden meninggalnya seorang pengunjung akibat penganiayaan oleh empat petugas keamanan di Taman Impian Jaya Ancol.

Penelitian ini juga menambahkan kebaruan (*novelty*) dari penelitian sebelumnya dengan menambahkan variabel harga sebagai variabel yang diteliti bersamaan dengan kualitas layanan untuk mengetahui apakah kedua variabel tersebut memiliki pengaruh terhadap kualitas layanan Taman Impian Jaya Ancol. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Taman Impian Jaya Ancol”**.

2. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam dampak dari faktor-faktor yang diduga mempengaruhi kepuasan pelanggan di Taman Impian Jaya Ancol, serta implikasinya terhadap keberlanjutan dan pertumbuhan destinasi wisata ini dalam industri pariwisata Indonesia. Berikut adalah identifikasi masalah dari penelitian ini:

- a. Taman Impian Jaya Ancol menghadapi masalah kepuasan pelanggan.
- b. Taman Impian Jaya Ancol menghadapi masalah kualitas layanan.
- c. Harga tiket diidentifikasi menjadi salah satu penyebab kepuasan pelanggan Taman Impian Jaya Ancol menurun.

3. Batasan Masalah

Penelitian ini berfokus pada individu yang telah memiliki pengalaman kunjungan ke Taman Impian Jaya Ancol. Penelitian ini menitikberatkan analisis pada tiga variabel yaitu variabel kepuasan pelanggan, yang menjadi variabel dependen, sedangkan kualitas layanan dan harga menjadi variabel independen yang diduga mempengaruhi kepuasan pelanggan tersebut. Objek

pada penelitian ini, dibatasi lingkungannya hanya pada Taman Impian Jaya Ancol. Responden pada penelitian ini adalah pengunjung dari Taman Impian Jaya Ancol, sehingga area asal responden tidak dibatasi.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah sebelumnya, penulis merumuskan masalah-masalah yang diteliti adalah sebagai berikut :

- a. Apakah kualitas layanan Taman Impian Jaya Ancol dapat menentukan kepuasan pelanggan di Taman Impian Jaya Ancol?
- b. Apakah harga tiket masuk Taman Impian Jaya Ancol dapat menentukan kepuasan pelanggan di Taman Impian Jaya Ancol?

B. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menentukan sejauh mana kualitas layanan di Taman Impian Jaya Ancol dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di Taman Impian Jaya Ancol.
- b. Untuk menentukan sejauh mana harga tiket di Taman Impian Jaya Ancol dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di Taman Impian Jaya Ancol.

2. Manfaat

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat praktis:

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis yang signifikan bagi industri pariwisata di Indonesia, khususnya bagi Taman Impian Jaya Ancol sebagai salah satu destinasi wisata utama di negara ini. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, manajemen Taman Impian Jaya Ancol dapat mengembangkan dan mengimplementasikan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan reputasi destinasi wisata ini. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat dijadikan referensi bagi destinasi wisata lainnya dalam menghadapi

tantangan serupa, terutama dalam mengatasi dampak dari faktor-faktor eksternal seperti pandemi COVID-19. Dengan demikian, penelitian ini dapat berkontribusi terhadap keberlanjutan dan pertumbuhan industri pariwisata di Indonesia.

b. Manfaat akademis:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap dunia akademik terkait penambahan khazanah literatur ilmiah mengenai kepuasan pelanggan di industri pariwisata. Dengan berfokus pada kepuasan pelanggan di Taman Impian Jaya Ancol, penelitian ini diharapkan pula agar dapat memperkaya pemahaman akademisi mengenai dinamika kepuasan pelanggan dalam konteks destinasi wisata. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut mengenai bagaimana destinasi wisata dapat beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis dan kebutuhan pelanggan, sehingga dapat terus tumbuh dan berkembang di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- 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.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I., & Madden, T., J. (1986). Prediction of Goal-Directed Behavior: Attitudes, Intentions, and Perceived Behavioral Control. *Journal Of Experimental Social Psychology* 22, 453-474
- Ajzen, I., & Driver, B. L. (1991). Prediction of leisure participation from behavioral, normative, and control beliefs: An application of the theory of planned behavior. *Leisure Sciences*, 13(3), 185-204.
- Ajzen, I., & Driver, B. L. (1992). Application of the Theory of Planned Behavior to Leisure Choice. *Journal of Leisure Research*, 24(3), 207-224.
- Ahmed, S., Al Asheq, A., Ahmed, E., Chowdhury, U.Y., Sufi, T. and Mostofa, M.G. (2023), "The intricate relationships of consumers' loyalty and their perceptions of service quality, price and satisfaction in restaurant service", *The TQM Journal*, Vol. 35 No. 2, pp. 519-539.
- Amoako, G. K. (2022). Customer satisfaction: Role of customer service, innovation, and price in the laundry industry in Ghana. *Journal of African Business*, 23(1), 146-164.

- Asadi, A., Khazaei Pool, J. and Reza Jalilvand, M. (2014), "The effect of perceived price fairness through satisfaction and loyalty on international tourists' price acceptance of Islamic-Iranian art products", *Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues*, Vol. 7 No. 4, pp. 201-215.
- Ahmed, S., Mohiuddin, M., Rahman, M., Tarique, K.M. and Azim, M. (2022), "The impact of Islamic Shariah compliance on customer satisfaction in Islamic banking services: mediating role of service quality", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 13 No. 9, pp. 1829-1842.
- Becker, J.M., Cheah, J. H., Gholamzade, R., Ringle, C.M. and Sarstedt, M. (2023), "PLS-SEM's most wanted guidance", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 35 No. 1, pp. 321-346.
- Cahyani, D. Y. A. A., Zuhriyah, L., & Hayati, Y. S. (2022). A SEM-PLS Model Analysis: The Relationship of Health Promotion Model Components and Personal Hygiene Behavior to Prevent Scabies in Prisoners. *Jurnal Aisyah: Jurnal Ilmu Kesehatan*, 7(1), 75-84.
- Cakici, A.C., Akgunduz, Y. and Yildirim, O. (2019), "The impact of perceived price justice and satisfaction on loyalty: the mediating effect of revisit intention", *Tourism Review*, Vol. 74 No. 3, pp. 443-462.
- Chen, C., Weyland, S., Fritsch, J., Woll, A., Niessner, C., Burchartz, A., Schmidt, S. C. E., & Jekauc, D. (2021). A Short Version of the Physical Activity Enjoyment Scale: Development and Psychometric Properties. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(21).
- 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.
- Hayati, S., Suroso, A., Suliyanto, S., & Kaukab, M. (2020). Customer satisfaction as a mediation between micro banking image, customer relationship and customer loyalty. *Management Science Letters*, 10(11), 2561-2570.
- Hasanah, R. L., Wati, F. F., & Riana, D. (2019). TAM Analysis on The Factors Affecting Admission of Students for Ruangguru Application. *Jurnal Sistem Informasi*, 15(2), 1-14.
- Hair Jr., 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., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Gudergan, S. P. (2020). *Advanced issues in partial least squares structural equation modeling*. SAGE Publications.
- 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.
- Herrmann, A., Xia, L., Monroe, K.B. and Huber, F. (2007), "The influence of price fairness on customer satisfaction: an empirical test in the context of automobile purchases", *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 16 No. 1, pp. 49-58.
- 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.
- Kaura, V., Durga Prasad, C.S. and Sharma, S. (2015), "Service quality, service convenience, price and fairness, customer loyalty, and the mediating role of customer satisfaction", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 33 No. 4, pp. 404-422.

- Kango, U., Kartiko, A., & Zamawi, B. (2021). The Effect of Service Quality, Facilities and Promotion on The Interest of New Students. *Nidhomul Haq: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(2), 323-330.
- 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 (IJTHAP)*, 6(2).
- 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>
- 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.
- Lymperopoulos, C., Chaniotakis, I.E. and Soureli, M. (2013), "The role of price satisfaction in managing customer relationships: the case of financial services", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 31 No. 3, pp. 216-228.
- 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., & Sjahrudin, 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.

- Mustikawati, R., Arafah, W., & Mariyanti, T. (2022). The Effect of Religiosity, Muslim Customer Perceived Value on Loyalty and Customer Satisfaction in Halal Tourism in Indonesia. *International Journal of Islamic Business*, 7(2), 52-64.
- 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.
- Narteh, B. (2018), "Service quality and customer satisfaction in Ghanaian retail banks: the moderating role of price", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 36 No. 1, pp. 68-88.
- 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).
- Pakurár, M., Haddad, H., Nagy, J., Popp, J., & Oláh, J. (2019). The Service Quality Dimensions that Affect Customer Satisfaction in the Jordanian Banking Sector. *Sustainability*, 11(4), 1113.
- 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.
- Pantouvakis, A. and Bouranta, N. (2014), "Quality and price – impact on patient satisfaction", *International Journal of Health Care Quality Assurance*, Vol. 27 No. 8, pp. 684-696.

- Iglesias, P. M. and Guillén, M. J. Y. (2004), "Perceived quality and price: their impact on the satisfaction of restaurant customers", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 16 No. 6, pp. 373-379.
- Ramya, N., Kowsalya, A., & Dharanipriya, K. (2019). Service quality and its dimensions. *EPRA International Journal of Research & Development*, 4(2), 38-41.
- 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.
- 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>
- Sari, D. P., (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, Volume 2, Issue 4.
- 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, 2023: 1137-1154.
- Schifter, D. E., & Ajzen, I. (1985). Intention, perceived control, and weight loss: An application of the theory of planned behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49(3), 843-851.
- Silva, J. F. D, De Sousa Saldanha, E., & Barreto, D. M. B. (2022). The Mediation Effect of Customer Satisfaction on the Relationship between Product Quality, Perceived Price Justice and Customer Loyalty. *Business Management*, 4(0).
- Shanmugam, R. M., & Chandran, M. (2022). A relationship between service quality and customer satisfaction in e-banking services- a study with reference to commercial banks in Chennai City. *Business Review*, 7(3).
- Sugiarto, S., & Octaviana, V. (2021). Service Quality (SERVQUAL) Dimensions on Customer Satisfaction: Empirical Evidence from Bank Study. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 1(2), 93-106.

- Sürücü, L., & Maslakci, A. (2020). Validity and reliability in quantitative research. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(3), 2694-2726.
- Teeroovengadum, V. (2022), "Service quality dimensions as predictors of customer satisfaction and loyalty in the banking industry: moderating effects of gender", *European Business Review*, Vol. 34 No. 1, pp. 1-19.
- Xie, Y., Ma, M., Wu, W., Zhang, Y., Zhang, Y., & Tan, X. (2021). Factors associated with depressive symptoms among the elderly in China: structural equation model. *International psychogeriatrics*, 33(2), 157-167.
- 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.
- Yorulmaz, M., & Taş, A. (2022). Mediating effect of customer satisfaction on the relationship between core service quality and behavioral intentions in liner shipping. *Journal of Shipping and Trade*, 36(1).
- Zibarzani, M., Abumalloh, R. A., Nilashi, M., Samad, S., Alghamdi, O. A., Nayer, F. K., Ismail, M. Y., Mohd, S., & Mohammed Akib, N. A. (2022). Customer satisfaction with restaurants service quality during COVID-19 outbreak: A two-stage methodology. *Technology in Society*, 70, 101977.