

ABSTRACT

The development of tourism is currently growing rapidly, especially on artificial tourist attraction. This artificial attraction competes very tightly in East Java Province. One of them is the city of Surabaya. The latest artificial tour located in Surabaya is Suroboyo Carnival Park the new name of Suroboyo Carnival Night Market (SCNM) is equipped with various play rides and museums in the form of history of Surabaya. Suroboyo Carnival Park maintains its existence by making visitor satisfaction the ultimate goal.

The purpose of this research is to identify the influence of destination image, promotion, service quality, place and price to visitor satisfaction at Suroboyo Carnival Park. The population of this research is Suroboyo Carnival Park visitor with 100 respondents. The sampling technique used is purposive sampling and the analysis used is multiple regression analysis.

The results of this research indicates that the image of destination, quality of service, place and price have a significant influence on visitor satisfaction and promotion have no significant influence on visitor satisfaction. The dominant factor in this research is the price variable. The image of destination, promotion, service quality, place and price have influence 94% to visitor satisfaction of Suroboyo Carnnival Park while the remaining 6% influenced by other variable.

Keywords: image of destination, promotion, service quality, place, price, visitor satisfaction

ABSTRAK

Perkembangan pariwisata saat ini semakin berkembang pesat, terutama pada objek wisata buatan. Objek wisata buatan ini bersaing sangat ketat di Provinsi Jawa Timur. Salah satunya adalah kota Surabaya. Wisata buatan terbaru yang berada di Surabaya adalah Suroboyo *Carnival Park* nama baru dari Suroboyo *Carnival Night Market (SCNM)* dilengkapi dengan berbagai wahana bermain dan museum berupa sejarah Surabaya. Suroboyo *Carnival Park* menjaga eksistensinya dengan menjadikan kepuasan pengunjung sebagai tujuan utamanya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh citra destinasi, promosi, kualitas pelayanan, tempat dan harga terhadap kepuasan pengunjung di Suroboyo *Carnival Park*. Populasi penelitian ini adalah pengunjung Suroboyo *Carnival Park* dengan sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan analisa yang digunakan adalah analisa regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra destinasi, kualitas pelayanan, tempat dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung dan promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Faktor dominan dalam penelitian ini adalah variabel harga. Citra destinasi, promosi, kualitas pelayanan, tempat dan harga mempunyai pengaruh sebesar 94% terhadap kepuasan pengunjung Suroboyo *Carnival Park* sedangkan sisanya 6% dipengaruhi variabel lain.

Kata kunci: Citra Destinasi, Promosi, Kualitas Pelayanan, Tempat, Harga, Kepuasan Pengunjung