

**PERSEPSI PENGUNJUNG TERHADAP PROSES PENYAMPAIAN NILAI
PT. TAMAN WISATA CANDI BOROBUDUR, PRAMBANAN DAN
RATU BOKO (PERSERO) YOGYAKARTA**

Aditya Dwi Nurcahya

Abstrak

Persepsi adalah proses di mana individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka. Penyampaian nilai (*value delivery*) memiliki dua dimensi utama: efektivitas dan efisiensi. Efektivitas merupakan ukuran kemampuan produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sedangkan efisiensi mencerminkan biaya minimal bagi pelanggan dalam mendapatkan nilai tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi pengunjung terhadap proses penyampaian nilai pada PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko (Persero). Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Populasi penelitian ini adalah seluruh pengunjung di Keraton Ratu Boko dan sampel dari penelitian ini adalah 100 orang dari populasi tersebut. Data yang di analisis adalah hasil dari penyebaran kuesioner ke sejumlah sampel yang ditentukan. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan rumus *Mean* Aritmatik dengan nilai skala interpretasi 0,80. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pengunjung terhadap proses penyampaian nilai pada PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko (Persero) Unit Keraton Ratu Boko diperoleh nilai rata-rata (*mean*) 3,33 artinya dapat disimpulkan bahwa pengunjung Keraton Ratu Boko mempersepsikan sangat setuju dengan keseluruhan indikator proses penyampaian nilai yang dilakukan PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko (Persero) Unit Keraton Ratu Boko.

Kata kunci: *Persepsi, Penyampaian Nilai.*

**VISITORS PERCEPTION ON THE PROCESS OF VALUE DELIVERY
AT PT TAMAN WISATA CANDI BOROBUDUR, PRAMBANAN
AND RATU BOKO (PERSERO) YOGYAKARTA**

Aditya Dwi Nurcahya

Abstract

Perception is the process by which individuals organize and interpret their sensory impressions to give meaning to their environment. Value delivery has two main dimensions: effectiveness and efficiency. Effectiveness is a measure of the ability of a product or service to meet customer needs and desires. While efficiency reflects the minimal costs for customers in obtaining these values. The study aims to determine the perception of visitors to the process of value delivering at PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan and Ratu Boko (Persero). This is a quantitative descriptive research which employed questionnaire as data collecting technique. The population of this study were all visitors of the Ratu Boko Palace. From the population, the researcher took 100 visitor as the samples to represent the population. The data were then analyzed with arithmetic means technique with value of interpretation scale of 0,80. The results shows that the perception of visitors on the process of value delivery at PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan and Ratu Boko (Persero) Unit Keraton Ratu Boko obtained the average value (mean) of 3.33. It indicates that the visitors of the Palace of Ratu Boko strongly agree to the overall indicators of the process the value delivery of PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan and Ratu Boko (Persero) Unit Keraton Ratu Boko.

Keywords: *Perception, Value Delivery.*