



**PENGARUH AMENITAS, ATRAKSI WISATA, DAN AKSESIBILITAS  
TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN KE DESTINASI WISATA  
TANGKAHAN KABUPATEN LANGKAT DENGAN KEPUASAN  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains  
Universitas Pembangunan Pancabudi

**SITA SARI NINGSIH  
NPM : 1615310244**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
MEDAN  
2020**



**FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
MEDAN**

**PENGESAHAN SKRIPSI**

NAMA : SITA SARI NINGSIH  
NPM : 1615310244  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN  
JENJANG : S 1 (STRATA SATU)  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH AMENITAS, ATRAKSI WISATA, DAN  
AKSESIBILITAS TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN  
KE DESTINASI WISATA TANGKAHAN KABUPATEN  
LANGKAT DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING

Medan, September 2020

**KETUA PROGRAM STUDI**

*IL*



RAMADHAN HARAHAP, S.E., S.Psi., M.Si.) (Dr. BAMBANG WIDJANARKO, S.E., M.M.)

**PEMBIMBING I**

**PEMBIMBING II**

*Elfitra*

(Dr. ELFITRA DESI SURYA, S.E., M.M.)

*Miftah*

(MIFTAH EL FIKRI, S.E., M.Si.)



**FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
MEDAN**

**SKRIPSI DITERIMA DAN DISETUJUI OLEH PANITIA UJIAN SARJANA  
LENGKAP FAKULTAS SOSIAL SAINS UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA  
BUDI**

**PERSETUJUAN UJIAN**

**NAMA** : SITA SARI NINGSIH  
**NPM** : 1615310244  
**PROGRAM STUDI** : MANAJEMEN  
**JENJANG** : S 1 (STRATA SATU)  
**JUDUL SKRIPSI** : PENGARUH AMENITAS, ATRAKSI WISATA, DAN  
AKSESIBILITAS TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN  
KE DESTINASI WISATA TANGKAHAN KABUPATEN  
LANGKAT DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING



**KETUA**  
(RAMADHAN HARAHAP, S.E., S.Psi., M.Si.)

Medan, September 2020

**ANGGOTA I**

(Dr. ELFITRA DESI SURYA, S.E., M.M)

**ANGGOTA II**

(MIFTAH EL FIKRI, S.E., M.Si.)

**ANGGOTA III**

(YOSSIE ROSANTY, S.E., M.M.)

**ANGGOTA IV**

(MUHAMMAD YALZAMUL INSAN, BIFB (Hons))



## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SITA SARI NINGSIH  
NPM : 1615310244  
Fakultas/Program Studi : MANAJEMEN  
Judul Skripsi : PENGARUH AMENITAS, ATRAKSI WISATA,  
DAN AKSESIBILITAS TERHADAP LOYALITAS  
WISATAWAN KE DESTINASI WISATA  
TANGKAHAN KABUPATEN LANGKAT DENGAN  
KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya tulis ini merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (plagiat).
2. Memberi izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada UNPAB untuk menyimpan, mengalih media/formatkan mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan karya skripsi saya melalui internet atau media lain bagi kepentingan akademis.

Pernyataan ini saya perbuat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Medan, September 2020



Shita Sari Ningsih



# UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI FAKULTAS SOSIAL SAINS

Fax. 061-8458077 PO.BOX : 1099 MEDAN

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
PROGRAM STUDI ILMU HUKUM  
PROGRAM STUDI PERPAJAKAN

(TERAKREDITASI)  
(TERAKREDITASI)  
(TERAKREDITASI)  
(TERAKREDITASI)  
(TERAKREDITASI)

## PERMOHONAN JUDUL TESIS / SKRIPSI / TUGAS AKHIR\*

Bertanda tangan di bawah ini :

Ngkap	: Sita Sari Ningsih
Tgl. Lahir	: Namu Unggas / 06 Desember 1997
Nomor Mahasiswa	: 1615310244
Studi	: Manajemen
Spesialisasi	: Manajemen Pemasaran
Kredit yang telah dicapai	: 125 SKS, IPK 3.61
	: 082365827990
Mengajukan judul sesuai bidang ilmu sebagai berikut	:

### Judul

Pengaruh Amenitas, Atraksi wisata dan Aksesibilitas terhadap loyalitas pengunjung wisatawan ke destinasi wisata Tangkahan Kabupaten Langkat

Disetujui Oleh Dosen Jika Ada Perubahan Judul

Tidak Perlu

  
 ( Ir. Bhakti Alamsyah, M.T., Ph.D. )

Medan, 14 November 2019

Permohonan  
  
 ( Sita Sari Ningsih )

Tanggal : .....

Disahkan oleh :

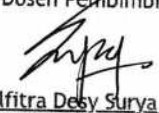
Dekan

  
 ( Dr. Surya Nita, S.H., M.Hum. )

Tanggal : .....

Disetujui oleh :

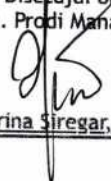
Dosen Pembimbing I :

  
 ( Dr. Elfitra Desy Surya, SE., MM., Sp.M. )

Tanggal : .....

Disetujui oleh :

Ka. Prodi Manajemen

  
 ( Nurafrina Siregar, SE., M.Si. )

Tanggal : .....

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing II :

  
 ( Miftah El Fikri, SE., M.Si. )

No. Dokumen: FM-UPBM-18-02

Revisi: 0

Tgl. Eff: 22 Oktober 2018

Sumber dokumen: <http://mahasiswa.pancabudi.ac.id>

Dicetak pada: Kamis, 14 November 2019 09:19:32

## SURAT PERNYATAAN

Saya Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : Sita Sari Ningsih  
N. P. M : 1615310244  
Tempat/Tgl. Lahir : Namu Unggas / 6 Desember 1997  
Alamat : Namu Unggas  
No. HP : 082365827990  
Nama Orang Tua : Nanang Sinariono/Susiati  
Fakultas : SOSIAL SAINS  
Program Studi : Manajemen  
Judul : Pengaruh Amenitas, Atraksi wisata dan Aksesibilitas terhadap loyalitas pengunjung wisatawan ke destinasiTangkahan Kabupaten Langkat

Bersama dengan surat ini menyatakan dengan sebenar - benarnya bahwa data yang tertera diatas adalah sudah benar sesuai dengan ijazah pada pendidikan terakhir yang saya jalani. Maka dengan ini saya tidak akan melakukan penuntutan kepada UNPAB. Apabila ada kesalahan data pada ijazah saya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar - benarnya, tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan dibuat dalam keadaan sadar. Jika terjadi kesalahan, Maka saya bersedia bertanggung jawab atas kelalaian saya.

Medan, 22 Agustus 2020

Yang Membuat Pernyataan



materai6000

Sita Sari Ningsih

1615310244



Ujian Meja Hijau

FM-BPAA-2012-041

Medan, 24 Agustus 2020  
 Kepada Yth : Bapak/Ibu Dekan  
 Fakultas SOSIAL SAINS  
 UNPAB Medan  
 Di -  
 Tempat

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sita Sari Ningsih  
 Tanggal Lahir : Namu Unggas / 6 Desember 1997  
 Nama Orang Tua : Nanang Sinariono  
 NIM : 1615310244  
 Jurusan : SOSIAL SAINS  
 Prodi : Manajemen  
 No. HP : 082365827990  
 Nama Orang Tua : Namu Unggas

Mohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat diterima mengikuti Ujian Meja Hijau dengan judul **Pengaruh Amenitas, Atraksi Wisata, dan Terhadap Loyalitas Wisatawan ke Destinasi Wisata Tangkahan Kabupaten Langkat dengan Kepuasan sebagai Variabel**. Selanjutnya saya menyatakan :

Melampirkan KKM yang telah disahkan oleh Ka. Prodi dan Dekan  
 Memohon menuntut ujian perbaikan nilai mata kuliah untuk perbaikan indeks prestasi (IP), dan mohon diterbitkan ijazahnya setelah ujian meja hijau.  
 Mencantumkan keterangan bebas pustaka  
 Melampirkan surat keterangan bebas laboratorium  
 Melampirkan pas photo untuk ijazah ukuran 4x6 = 5 lembar dan 3x4 = 5 lembar Hitam Putih  
 Melampirkan foto copy STTB SLTA dilegalisir 1 (satu) lembar dan bagi mahasiswa yang lanjutan D3 ke S1 lampirkan ijazah dan transkripnya sebanyak 1 lembar.  
 Melampirkan pelunasan kwintasi pembayaran uang kuliah berjalan dan wisuda sebanyak 1 lembar  
 Jika sudah dijilid lux 2 exemplar (1 untuk perpustakaan, 1 untuk mahasiswa) dan jilid kertas jeruk 5 exemplar untuk penguji (bentuk warna penjiilidan diserahkan berdasarkan ketentuan fakultas yang berlaku) dan lembar persetujuan sudah di tandatangani dosen pembimbing, prodi dan dekan  
 Copy Skripsi disimpan di CD sebanyak 2 disc (Sesuai dengan Judul Skripsinya)  
 Melampirkan surat keterangan BKKOL (pada saat pengambilan ijazah)  
 Setelah menyelesaikan persyaratan point-point diatas berkas di masukan kedalam MAP  
 Siap melunaskan biaya-biaya yang dibebankan untuk memproses pelaksanaan ujian dimaksud, dengan rincian sbb :

1. [102] Ujian Meja Hijau	: Rp.	500,000
2. [170] Administrasi Wisuda	: Rp.	1,500,000
3. [202] Bebas Pustaka	: Rp.	100,000
4. [221] Bebas LAB	: Rp.	
<b>Total Biaya</b>	<b>: Rp.</b>	<b>2,100,000</b>

Periode Wisuda Ke :

Ukuran Toga : L

Ditandatangani oleh :

Hormat saya



Sita Sari Ningsih, M.Hum.  
 NIM: 1615310244  
 Fakultas SOSIAL SAINS

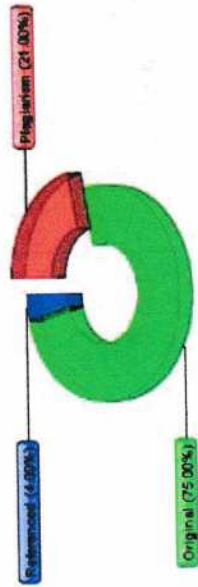


Sita Sari Ningsih  
 1615310244

Permohonan ini sah dan berlaku bila ;  
 Telah dicap Bukti Pelunasan dari UPT Perpustakaan UNPAB Medan.  
 Melampirkan Bukti Pembayaran Uang Kuliah aktif semester berjalan  
 Rangkap 3 (tiga), untuk - Fakultas - untuk BPAA (asti) - Mhs.ybs.

Analyzed document: SITA SARI NINGSIH\_1615310244\_MANAJEMEN.docx Licensed to: Universitas Pembangunan Panca Budi\_License03  
Comparison Preset: Rewrite. Detected language: Indonesian

Relation chart.



Distribution graph.



Top sources of plagiarism:

- [http://ojs.uinsby.ac.id/30229-4/Deey/20Kusbandi\\_B94214055.pdf](http://ojs.uinsby.ac.id/30229-4/Deey/20Kusbandi_B94214055.pdf) words: 22 icons
  - <http://administrasi.bisnis.studierjournal.uib.ac.id/index.php/jab/article/download/1791/1791> words: 19 icons
  - <https://id.123dok.com/document/tx94oz7-pengaruh-diberikan-ibuditas-profilabi> words: 12 icons
- [Show other Sources ]

Processed resources details:

112 - Ok / 15 - Failed

[Show other Sources ]

Important notes



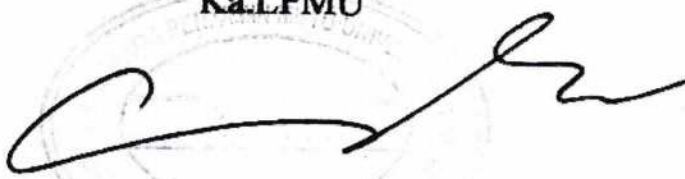


**SURAT KETERANGAN PLAGIAT CHECKER**

ngan ini saya Ka.LPMU UNPAB menerangkan bahwa surat ini adalah bukti pengesah  
LPMU sebagai pengesah proses plagiat checker Tugas Akhir/ Skripsi/Tesis selama ma  
demi *Covid-19* sesuai dengan edaran rektor Nomor : 7594/13/R/2020 Tenta  
beritahuan Perpanjangan PBM Online.

ikian disampaikan.

Segala penyalahgunaan/pelanggaran atas surat ini akan di proses sesuai ketentuan yang  
berlaku UNPAB.

Ka.LPMU  
  
Cahyo Pramono, SE.,MM

**SURAT BEBAS PUSTAKA**  
**NOMOR: 2742/PERP/BP/2020**

Universitas Pembangunan Panca Budi menerangkan bahwa berdasarkan data pengguna perpustakaan  
nama:

: Sita Sari Ningsih  
: 1615310244  
: Akhir  
: SOSIAL SAINS  
: Manajemen

hitung sejak tanggal 18 Agustus 2020, dinyatakan tidak memiliki tanggungan dan atau pinjaman buku  
terdaftar sebagai anggota Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Medan, 18 Agustus 2020  
Diketahui oleh,  
Kepala Perpustakaan,

  
Agarjo, S.Sos., S.Pd.I



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
**FAKULTAS SOSIAL SAINS**

Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp (061) 8455571  
 website : www.pancabudi.ac.id email: unpab@pancabudi.ac.id  
 Medan - Indonesia

Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi  
 Fakultas : SOSIAL SAINS  
 Pembimbing I : DR. ELFIKA DESY SURYA, SE, MM.  
 Pembimbing II : MIFTAH EL FIKRI, SE, M.SI  
 Mahasiswa : SITA SARI NINGSIH  
 Jurusan/Program Studi : Manajemen  
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1615310244  
 Tingkat Pendidikan : Strata I  
 Tugas Akhir/Skripsi : Pengaruh Amentas, Atraksi Wisata dan Absorbilitas Terhadap Loyalitas Pengunjung Wisatawan ke destinasi Tambakan Kabupaten Langkat

WAKTU	PEMBAHASAN MATERI	PARAF	KETERANGAN
2020	- latar belakang - definisi operasional - populasi sampel - definisi operasional	<i>[Signature]</i>	
2020	- tujuan penelitian dirubah - teori dirubah - Quesioner	<i>[Signature]</i>	
1/2020	Pembahasan materi	<i>[Signature]</i>	
1/2020	Pemeriksaan Eja	<i>[Signature]</i>	
1/2020	Pemeriksaan Keseluruhan	<i>[Signature]</i>	
1/2020	ACC Proposal.	<i>[Signature]</i>	

*[Signature]*  
 Miftah El Fikri

Medan, 16 Januari 2020  
 Diketahui/Disetujui oleh :  
 Dekan

*[Signature]*  
 Dr. Surya Nita, S.H., M.Hum.





YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA

Jl. Jend. Gatot Subroto KM 4,5 PO. BOX 1099 Telp. 061-30106057 Fax. (061) 4514808  
MEDAN - INDONESIA  
Website : [www.pancabudi.ac.id](http://www.pancabudi.ac.id) - Email : [admin@pancabudi.ac.id](mailto:admin@pancabudi.ac.id)

wa : SITA SARI NINGSIH  
: 1615310244  
: Manajemen  
ikan : Strata Satu  
bing : Dr Elfitra Desy Surya, SE.,MM.,  
: Pengaruh Amenitas, Atraksi Wisata, dan Aksesibilitas Terhadap Loyalitas Wisatawan ke Destinasi Wisata Tangkahan Kabupaten Langkat dengan Kepu  
: Variabel Intervening

us 2020	Acc sidang meja hijau		Disetujui
ember 2020	ACC Jilid LUX		Disetujui

Medan, 13 Januari 2021  
Dosen Pembimbing,



Dr Elfitra Desy Surya, SE.,MM.,



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA

Jl. Jend. Gatot Subroto KM 4,5 PO. BOX 1099 Telp. 061-30106057 Fax. (061) 4514808  
MEDAN - INDONESIA  
Website : [www.pancabudi.ac.id](http://www.pancabudi.ac.id) - Email : [admin@pancabudi.ac.id](mailto:admin@pancabudi.ac.id)

nama : SITA SARI NINGSIH  
nim : 1615310244  
jurusan : Manajemen  
tahun : Strata Satu  
pembimbing : Miftah El Fikri, SE.,M.Si  
Judul : Pengaruh Amenitas, Atraksi Wisata, dan Aksesibilitas Terhadap Loyalitas Wisatawan ke Destinasi Wisata Tangkahan Kabupaten Langkat dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening

Tanggal	Isi	Status	
15 Januari 2020	asikm dek...kapankah bimbingan lagi? fokuslah sama tugas akhir sementara waktu ini...walaupun sedikit berat...karena sy juga begitu .. Kak L	Revisi	
15 Januari 2020	Silahkan mendaftar meja hijau sudah saya ACC	Disetujui	
15 Januari 2020	berita acara	Revisi	
15 Januari 2020	ACC Jilid ...selamat ya adekku	Disetujui	

Medan, 13 Januari 2021  
Dosen Pembimbing,



Miftah El Fikri, SE.,M.Si

## ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui apakah amenitas, atraksi wisata dan aksesibilitas berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan ke destinasi wisata Tangkahan Kabupaten Langkat dengan kepuasan sebagai variabel intervening. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang berkunjung ke wisata Tangkahan dengan sampel sebanyak 130 orang reponden. Data yang diperoleh merupakan hasil dari penyebaran kuesioner dan diolah melalui aplikasi SPSS. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa amenitas secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas wisatawan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,134 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,259. Atraksi wisata secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7,144 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Aksesibilitas secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas wisatawan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,422 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,158 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,567. Aksesibilitas secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan wisatawan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,330 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,742. Atraksi wisata secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,297 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Aksesibilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,250 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Aksesibilitas secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas wisatawan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,679 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,096. Amenitas tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas wisatawan dan tidak juga secara tidak langsung melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. Atraksi wisata berpengaruh langsung terhadap loyalitas wisatawan dan juga secara tidak langsung melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. Aksesibilitas tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas wisatawan dan secara tidak langsung berpengaruh melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening.

**Kata kunci: Amenitas, Atraksi Wisata, Aksesibilitas, Kepuasan Wisatawan dan Loyalitas Wisatawan**



## **ABSTRACT**

*This research is a quantitative study that aims to determine whether amenities, tourist attractions, and accessibility affect the loyalty of tourists to the Tangkahan Langkat tourist destination with satisfaction as an intervening variable. The population in this study were all tourists visiting Tangkahan tourism with a sample of 130 respondents. The data obtained is the result of distributing questionnaires and processed through the SPSS application. The results of the study showed that partiality had no positive and no significant effect on tourist loyalty with a tcount of 1.134 with a significance level of 0.259. Tourist attractions partially have a positive and significant effect on tourist loyalty with a tcount of 7,144 with a significance level of 0,000. Partial accessibility does not have a positive and significant effect on tourist loyalty with a tcount of 1.422 with a significance level of 0.158 while a ttable value of 1.567. Partially does not have a positive and significant effect on tourist satisfaction with a tcount of 0.330 with a significance level of 0.742. Tourist attractions partially positive and significant effect on tourist satisfaction tcount of 4.297 with a significance level of 0.000. Accessibility is partially positive and significant effect on tourist loyalty with a tcount of 4,250 with a significance level of 0,000. Accessibility is partially positive and not significant effect on tourist loyalty with a tcount of 1.679 with a significance level of 0.096. Amenity has no direct effect on tourist loyalty and also indirectly through customer satisfaction as an intervening variable. Tourist attractions have a direct effect on tourist loyalty and also indirectly through customer satisfaction as an intervening variable. Accessibility does not directly affect tourist loyalty and indirectly influences through consumer satisfaction as an intervening variable.*

**Keywords: Amenitas, Tourist Attraction, Accessibility, Tourist Satisfaction and Tourist Loyalty**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamiin, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul "**Pengaruh Amenitas, Atraksi wisata dan Aksesibilitas terhadap loyalitas pengunjung wisatawan ke destinasi wisata Tangkahan Kabupaten dengan kepuasan sebagai variabel Intervening.**" Selama proses penulisan proposal penelitian ini, penulis menyadari bahwa terselesaikannya proposal ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk dan saran dari banyak pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Isa Indrawan, S.E., M.M. selaku rektor Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
2. Bapak Dr. Bambang Widjanarko, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
3. Bapak Ramadhan Harahap, S.E., S.Psi., M.Si selaku Kepala Prodi Manajemen Universitas Pembangunan Panca Budi Medan
4. Ibu Dr. Elfitra Desy Surya, S.E., M.M. Selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya memberikan arahan dan bimbingan hingga proposal penelitian ini selesai.
5. Bapak Miftah El Fikri, SE, M.Si. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya memberikan arahan dan bimbingan hingga proposal penelitian ini selesai.
6. Yang tersayang teruntuk kedua orang tua penulis yang senantiasa memberi segala macam bentuk dukungan kepada penulis.
7. Saudara Debi syahputra dan saudari Diah puspita yang senantiasa memberikan dukungan finansial kepada penulis dengan senang hati.
8. *The gens*, Inneke Ayu Muningar, Ekha Bina Ersada, Tika Febrina, Ella Febriyanti, Ria Oktavianti, Annaziah Purwaliestanty dan Bagas Permana.
9. Teman kampus saya : Lussyani dan Risma Wati.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan proposal ini yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan penulis. Untuk itu penulis mengharapkan masukan dan saran dari seluruh pihak untuk menyempurnakan proposal penelitian ini. Penulis berharap agar proposal penelitian ini bermanfaat bagi pembaca.

Medan, Oktober 2020

Penulis

Sita Sari Ningsih



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN MENGIKUTI UJIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Batasan dan Perumusan Masalah .....	5
1. Batasan Masalah.....	5
2. Perumusan Masalah.....	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
1. Tujuan penelitian.....	7
2. Manfaat penelitian.....	8
E. Keaslian Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
A. Landasan Teori.....	10
1. Definisi Pemasaran.....	10
2. Definisi Pariwisata .....	11
a. Bersifat sementara .....	11
b. Bersifat sukarela ( <i>voluntary</i> ) dalam arti tidak terjadi karena dipaksa .....	11
c. Tidak bekerja yang sifatnya menghasilkan upah ataupun bayaran.....	11
3. Loyalitas wisatawan .....	11
a. Definisi <i>Loyalitas</i> wisatawan .....	11
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Loyalitas</i> wisatawan	13
c. Indikator <i>loyalitas</i> wisatawan .....	14
4. Kepuasan pelanggan.....	15
a. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan.....	15
b. Indikator kepuasan .....	16
5. Amenitas ( <i>fasilitas</i> ) .....	16
a. Faktor-faktor yang mempengaruhi Amenitas ( <i>fasilitas</i> )	17
b. Indikator Amenitas ( <i>fasilitas</i> ).....	18
6. Atraksi Wisata .....	18
a. Definisi Atraksi wisata .....	18
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Atraksi wisata.....	19
c. Indikator Atraksi wisata .....	20

7. Aksesibilitas .....	20
a. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Aksesibilitas .....	21
b. Indikator Aksesibilitas.....	22
8. Destinasi pariwisata.....	23
B. Penelitian Sebelumnya .....	24
C. Kerangka Konseptual .....	27
1. Pengaruh Amenitas Terhadap Kepuasan.....	28
2. Pengaruh Atraksi Terhadap Kepuasan .....	28
3. Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Kepuasan .....	28
4. Amenitas, Atraksi Wisata Dan Aksesibilitas Masing-Masing Berpengaruh Terhadap Loyalitas Wisatawan .....	29
D. Hipotesis.....	30
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	31
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31
1. Lokasi Penelitian .....	31
2. Waktu Penelitian .....	31
C. Definisi Operasional Variabel.....	32
D. Populasi dan Sampel / Jenis dan Sumber Data .....	34
1. Populasi .....	34
2. Sampel.....	34
3. Sumber Data.....	35
a. Data <i>Primer</i> .....	35
b. Data Sekunder .....	35
E. Teknik pengumpulan Data .....	36
1. Angket / <i>Questionnaire</i> .....	36
2. Wawancara ( <i>Interview</i> ).....	36
F. Teknik Analisis Data.....	36
1. Uji Instrumen.....	36
a. Uji Validitas .....	36
b. Uji Reliabilitas (Kehandalan).....	37
2. Uji Kualitas Data /Asumsi Klasik .....	37
a. Uji Normalitas .....	37
b. Uji Multikolinearitas .....	38
c. Uji Heteroskedastisitas .....	39
3. Regresi Linier Berganda.....	40
4. Uji kesesuaian ( <i>Test Goodness Of Fit</i> ).....	40
a. Uji Parsial (Uji-t).....	40
b. Uji Simultan (Uji F) .....	40
c. Kofisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
A. Hasil Penelitian .....	42
1. Sejarah Singkat Tangkahan Ecotourism .....	42
2. Karakteristik Responden .....	43
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44

c.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	45
d.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	46
e.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	47
f.	Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi Awal Tangkahan .....	47
g.	Karakteristik Responden Berdasarkan Kendaraan yang Digunakan .....	48
h.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Berwisata ke Tangkahan .....	49
i.	Karakteristik Responden Berdasarkan Destinasi Wisata	50
j.	Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan Per Tahun.....	50
3.	Deskripsi Variabel Penelitian.....	51
a.	Variabel Amenitas (X1) .....	52
b.	Variabel Atraksi Wisata (X2).....	53
c.	Variabel Aksesibilitas (X3).....	55
d.	Variabel Kepuasan (Z) .....	56
e.	Variabel Loyalitas Wisatawan (Y).....	57
<b>B.</b>	<b>Pembahasan .....</b>	<b>59</b>
1.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	59
a.	Uji Validitas .....	59
b.	Uji Reliabilitas.....	64
2.	Uji Asumsi Klasik .....	66
a.	Uji Normalitas .....	66
b.	Uji Multikolinieritas .....	67
c.	Uji Heterokedastisitas .....	68
3.	Uji Kesesuaian (Test Goodness <i>Of Fit</i> ).....	70
a.	Uji t (Parsial) .....	70
b.	Uji F (Anova) .....	72
c.	Analisis Jalur .....	74
d.	Uji Mediasi .....	76
e.	Koefisien Determinasi .....	77
4.	Uji Hipotesis.....	78
a.	Amenitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan.....	78
b.	Atraksi wisata secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan.....	78
c.	Aksesibilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan.....	78
d.	Amenitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan .....	79
e.	Atraksi wisata secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan .....	79
f.	Aksesibilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan .....	79
g.	Kepuasan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan.....	80



h.	Amenitas berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan dengan kepuasan sebagai variabel intervening .....	80
i.	Atraksi wisata berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan dengan kepuasan sebagai variabel intervening .....	80
j.	Akseibilitas berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan dengan kepuasan sebagai variabel intervening .....	81
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>82</b>
	A. Kesimpulan.....	82
	B. Saran.....	83
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>
	<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	24
Tabel 3.1 Skedul Proses Penelitian.....	32
Tabel 3.2 Definisi Operasional .....	32
Tabel 3.3 Instrumen Skala Likert.....	34
Tabel 4.1 Tabel Frekuensi Jenis Kelamin Responden .....	43
Tabel 4.2 Tabel Frekuensi Usia Responden .....	44
Tabel 4.3 Tabel Frekuensi Tingkat Pendidikan Responden .....	45
Tabel 4.4 Tabel Frekuensi Pekerjaan Responden .....	46
Tabel 4.5 Tabel Frekuensi Pendapatan Responden .....	47
Tabel 4.6 Tabel Frekuensi Informasi Awal Responden.....	47
Tabel 4.7 Tabel Frekuensi Kendaraan Responden .....	48
Tabel 4.8 Tabel Frekuensi Tujuan Wisata Responden .....	49
Tabel 4.9 Tabel Frekuensi Destinasi Wisata Responden.....	50
Tabel 4.10 Tabel Frekuensi Kunjungan Per Tahun Responden .....	50
Tabel 4.11 Analisis Deskriptif Statistik Variabel Amenitas ( $X_1$ ) .....	52
Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Statistik Variabel Atraksi Wisata ( $X_2$ ).....	53
Tabel 4.13 Analisis Deskriptif Statistik Variabel Aksebilitas ( $X_3$ ).....	55
Tabel 4.14 Analisis Deskriptif Statistik Variabel Kepuasan ( $Z$ ).....	56
Tabel 4.15 Analisis Deskriptif Statistik Variabel Loyalitas Wisatawan ( $Y$ ) ..	57
Tabel 4.16 Uji Validitas Variabel Amenitas ( $X_1$ ).....	59
Tabel 4.17 Uji Validitas Variabel Atraksi Wisata ( $X_2$ ).....	60
Tabel 4.18 Uji Validitas Variabel Aksebilitas ( $X_3$ ).....	62
Tabel 4.19 Uji Validitas Variabel Kepuasan ( $Z$ ) .....	63
Tabel 4.20 Uji Validitas Variabel Loyalitas Wisatawan ( $Y$ ).....	64
Tabel 4.21 Uji Reliabilitas .....	65
Tabel 4.22 Uji Multikolinieritas .....	68
Tabel 4.23 Uji Parsial (t) Terhadap Loyalitas Wisatawan .....	70
Tabel 4.24 Uji Parsial (t) Terhadap Kepuasan.....	71
Tabel 4.25 Uji F ( <i>Anova</i> ) Terhadap Loyalitas Wisatawan .....	72
Tabel 4.26 Uji F ( <i>Anova</i> ) Terhadap Kepuasan Wisatawan.....	73
Tabel 4.27 Analisis Jalur Persamaan I.....	74
Tabel 4.28 Analisis Jalur Persamaan II.....	74
Tabel 4.29 Koefisien Determinasi Terhadap Loyalitas Wisatawan.....	77

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka konseptual ..... 29
Gambar 4.1	Histogram Uji Normalitas Terhadap Loyalitas Wisatawan. 66
Gambar 4.2	P-P Plot Uji Normalitas Terhadap Loyalitas Wisatawan .... 67
Gambar 4.3	<i>Scatterplot</i> Uji Heterokedastisitas Terhadap Loyalitas Wisatawan..... 69
Gambar 4.4	Analisis Jalur ..... 76

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Sektor pariwisata di Indonesia saat ini semakin mendapatkan perhatian yang serius dari pemerintah. Pariwisata memiliki peran penting sebagai penghasil devisa, meningkatkan kesempatan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Hal tersebut sejalan dengan yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisataan yang menyatakan bahwa pelaksanaan Kepariwisataan ditunjukan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan dan menggunakan obyek dan daya tarik wisata di Indonesia.

Kualitas pada objek wisata tidak hanya dapat dinilai dari kondisi objek wisata itu sendiri, namun dilihat juga dari Amenitas, Atraksi wisata dan Aksesibilitas yang mendukung objek wisata tersebut. Penilaian wisatawan terhadap objek wisata yang ada dapat digunakan sebagai acuan untuk pengembangan objek wisata di masa yang akan datang . Pengembangan pariwisata sesuai dengan apa yang diterimanya selama berkunjung di objek wisata, persaingan yang semakin tajam dalam industri pariwisata menyebabkan prioritas pengelola objek wisata harus fokus pada kepuasan pengunjung. Setelah pengunjung puas, hal tersebut pada akhirnya pengunjung berkunjung berulang ketempat tersebut secara konsisten.



Keindahan alam merupakan aset negara yang selama ini mampu menarik wisatawan maupun mancanegara untuk datang dan berkunjung menikmati keindahan alam maupun untuk mempelajari keanekaragaman kebudayaan Indonesia. Pariwisata sekarang ini menjadi kebutuhan bagi masyarakat diberbagai lapisan bukan hanya untuk kalangan tertentu saja, sehingga dalam penanganannya harus serius dan melibatkan pihak-pihak yang terkait, agar wisatawa ingin berkunjung kembali.

Selain daerah jawa dan Bali, Sumatera merupakan tujuan utama penarikan wisatawan melalui kekayaan alam yang terkandung didalamnya. Salah satunya adalah Provinsi Sumatera Utara, Salah satunya Tangkahan yang berada di Kabupaten Langkat, ibu Kotanya berada di Stabat. Destinasi wisata Tangkahan atau the Hidden Paradise di Sumatera Utara merupakan Julukan yang cocok untuk tempat yang satu ini. Tangkahan sudah lama dikenal oleh turis mancanegara, terutama bagi mereka yang berada diluar Pulau Sumatera, padahal terdapat tempat-tempat indah yang bisa dijadikan tujuan wisata untuk masyarakat yang membutuhkan refreshing. Tangkahan adalah salah satu jawaban dari kebutuhan orang-orang yang membutuhkan secara alami, tangkahan terkenal dengan Atraksi wisata Gajahnya, karena Tangkahan dikenal sebagai tempatnya gajah-gajah liar dan sungai yang ada disana sangat jernih dan wisatawan bisa bermain dengan gajah-gajah tersebut, karena itu jugalah turis mancanegara banyak yang berburu wisata ketempat tersebut.

Ekowisata Tangkahan hadir di kawasan Taman Nasional Gunung Leuser yang terletak di Kabupaten Langkat. Jumlah kunjungan wisatawan ke Tangkahan mengalami kenaikan pada tahun 2014, tercatat setidaknya 8.567

wisatawan mancanegara. 40.433 wisatawan Domestik yang totalnya mencapai 49.000 wisatawan sedangkan di tahun 2015 jumlah pengunjung mengalami peningkatan dengan jumlah wisatawan dengan jumlah kunjungan wisatawan mencapai 50.634 wisatawan dengan rincian wisatawan mancanegara 3.495, wisatawan Domestik 47.139 wisatawan, Tetapi pada tahun 2016 jumlah pengunjung mengalami penurunan dengan jumlah kunjungan wisatawan mencapai 49.000 orang, dengan turis mancanegara 8.567 dan domestik 40.433 wisatawan. Tangkahan mulai mengalami penurunan jumlah wisatawan karena Infrastruktur jalan yang rusak dan kurang dijaga nya kebersihan disekitar wilayah wisata Tangkahan.

Pengembangan pariwisata adalah segala kegiatan atau usaha yang terkoordinasi untuk menarik wisatawan, menyediakan semua prasarana dan sarana, barang dan jasa serta fasilitas yang diperlukan guna melayani wisatawan. Melihat pada perjalanan kepariwisatawa secara menyeluruh terdapat komponen pariwisata yang mempengaruhinya. Menurut Direktorat Jendral Pariwisata Republik Indonesia, menyebutkan berkembangnya pariwisata sangat tergantung pada empat faktor yaitu Atraksi (daya tarik), amenities (fasilitas) dan Aksesibilitas (kemudahan dalam mencapai).

Atraksi (daya tarik) merupakan daya tarik utama orang melakukan perjalanan, atraksi memiliki dua fungsi yaitu sebagai daya pikat, perangsang orang untuk melakukan perjalanan dan sebagai pemberi kenyamanan dan puas terhadap pengunjung. Amenitas (fasilitas) yang dimaksud adalah dengan tersedianya fasilitas seperti tempat-tempat penginapan, restoran, dan hiburan yang memungkinkan wisatawan berpergian ketempat pariwisata tersebut..

Aksesibilitas (kemudahan dalam mencapai) adalah tempatnya tidak terlalu jauh, tersedianya Transportasi kelokasi tersebut secara teratur, sering, murah,nyaman dan aman.

Dalam penelitian yang di lakukan ada beberapa faktor yang menjadi penurunan pada wisatawan ke tangkahan yaitu fasilitas yang tidak lengkap seperti sedikitnya tempatnya toilet dan kondisi toilet kotor dan bau Membuat wistawan tidak nyaman, karena difasilitas ini merupakan bagian yang sangat setral di dalam pariwisata di Tangkahan, Atraksi wisata yang tidak menarik tidak ada patung atau lukisan yang menggambarkan illustri tentang wisata Tangkahan sehingga pengunjung tidak dapat melihat patung yang ada disekitaran wisata Tangkahan. Sedikitnya Tranportasi atau Bus yang menuju kekawasan ekowisata Tangkahan, kondisi jalan juga yang mengalami kerusakan yang sangat parah sehingga wisatawan mengalami kesusahan untuk mencapai tujuan tersebut. wisatawan tidak secara teratur melakukan kunjungan ke destinasi wisata tangkahan, karena lokasi yang sangat jauh dan pengunjung sering mengalami tidak nyaman dan merasa bosan. Berdasarkan Uraian latar belakang dia atas, penelitian tertarik untuk mengangkat sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Amenitas, Atraksi Wisata dan Aksesibilitas Terhadap Loyalitas Wisatawan Ke Destinasi Wisata Tangkahan Kabupaten Langkat Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, identifikasi masalah pada penelitian ini adalah :

1. Wisatawan yang telah berkunjung ke Tangkahan merasa tidak nyaman karena terbatasnya fasilitas sanitasi yang tersedia serta kurang terjaga kebersihannya sehingga wisatawan merasa tidak puas dengan fasilitas wisata dan mempertimbangkan untuk datang kembali berwisata ke Tangkahan.
2. Atraksi wisata yang masih kurang dan tidak adanya jadwal pertunjukan atraksi wisata di kawasan wisata Tangkahan membuat pengunjung merasa kecewa karena tidak sesuai dengan harapan dan ekspektasi wisatawan yang akan menurunkan citra lokasi wisata Tangkahan.
3. Atraksi wisata yang dirasa monoton dan tidak menarik membuat wisatawan kecewa dan merasa tidak puas karena tidak sesuai dengan ekspektasi menyebabkan menurunnya tingkat promosi yang dilakukan oleh wisatawan pasca berkunjung dari Tangkahan.
4. Minimnya moda transportasi atau kendaraan umum menuju kawasan ekowisata Tangkahan, kondisi jalan yang mengalami kerusakan yang sangat parah membuat wisatawan kesulitan untuk mencapai Tangkahan dengan mudah dan menambah biaya ekstra untuk transportasi dan membuat wisatawan minim membelanjakan uangnya untuk membeli cinderamata tangkahan.
5. Wisatawan tidak secara berkala melakukan kunjungan ke destinasi wisata Tangkahan, karena lokasi yang sangat jauh dan pengunjung merasa tidak

puas dan tidak nyaman dengan kondisi jalanan yang rusak dan berdebu.

## **C. Batasan dan Perumusan Masalah**

### **1. Batasan Masalah**

Agar fokus penelitian ini tertuju pada titik permasalahan dan tidak menyimpang dari tujuan penelitian, maka penelitian ini harus dibatasi.

Adapun batasan penelitian ini meliputi:

- a. Sampel pada penelitian ini adalah masyarakat berusia 17-45 tahun yang sering ke destinasi Tangkahan Kabupaten Langkat.
- b. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Amenitas, Atraksi wisata, Aksesibilitas dan Loyalitas wisatawan
- c. Lokasi penelitian bertempat di Desa Namo Sialang dan Desa Sei Serdang Kecamatan Batang Serangan.

### **2. Perumusan Masalah**

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah amenities berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan ke destinasi wisata Tangkahan ?
2. Apakah atraksi wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan ke destinasi wisata Tangkahan ?
3. Apakah aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan ke destinasi wisata Tangkahan ?
4. Apakah kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan ke destinasi wisata Tangkahan ?



5. Apakah amenities berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan ke destinasi wisata Tangkahan ?
6. Apakah Atraksi wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan ke destinasi wisata Tangkahan ?
7. Apakah Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan ke destinasi wisata Tangkahan ?
8. Apakah amenities berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan melalui kepuasan wisatawan ke destinasi wisata ?
9. Apakah atraksi wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan melalui kepuasan wisatawan ke destinasi wisata ?
10. Apakah aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan melalui kepuasan wisatawan ke destinasi wisata ?

## **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan penelitian**

Adapun tujuan dilaksanakannya penelitian ini yaitu:

- a. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh amenities terhadap loyalitas wisatawan ke destinasi wisata Tangkahan.
- b. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh atraksiwisata terhadap loyalitas wisatawan ke destinasi wisata Tangkahan.
- c. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh aksesibilitas terhadap loyalitas wisatawan ke destinasi wisata Tangkahan.
- d. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepuasan wisatawan terhadap loyalitas wisatawan ke destinasi wisata Tangkahan.

- e. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh amenitas terhadap kepuasan wisatawan ke destinasi wisata Tangkahan.
- f. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh atraksi wisata terhadap kepuasan wisatawan ke destinasi wisata Tangkahan
- g. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh aksesibilitas terhadap kepuasan wisatawan ke destinasi wisata Tangkahan.
- h. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh atraksi wisata terhadap loyalitas wisatawan melalui kepuasan wisatawan ke destinasi wisata Tangkahan
- i. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh aksesibilitas terhadap loyalitas wisatawan melalui kepuasan wisatawan ke destinasi wisata Tangkahan

## **2. Manfaat penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan oleh penulis, yaitu:

- a. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi saran dan referensi bagi perusahaan dalam pertimbangan pengelolaan wisata dimasa yang akan datang

- b. Bagi penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan memberikan wawasan serta dapat dijadikan referensi dalam melakukan penelitian.

## **E. Keaslian Penelitian**

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Raminta Esternita (2018) yang berjudul **“peran mediasi kepuasan pada pengaruh Atraksi, aksesibilitas kualitas pelayanan dan amenities terhadap loyalitas wisatawan studi kasus pada atraksi sigake-gale desa tomok kabupaten samosir ”**, sedangkan penelitian ini berjudul **“pengaruh Amenitas, Atraksi Wisata dan Aksesibilitas terhadap Loyalitas wisatawan ke destinasi wisata Tangkahan Kabupaten Langkat dengan kepuasan sebagai variabel intervening”**.

Perbedaan penelitian terletak pada:

1. Waktu penelitian : Penelitian terdahulu dilakukan 2018, sedangkan penelitian ini tahun 2019
2. Lokasi penelitian : Lokasi penelitian Terdahulu di Desa Tomok, sedangkan penelitian ini dilakukan di desa Namo Sialang dan Desa Sei Serdang Kecamatan Batang Serangan
3. Variabel penelitian : Penelitian terdahulu Kepuasan, Atraksi aksesibilitas kualitas pelayanan amenities dan loyalitas wisatawan, sedangkan penelitian sekarang Amenitas, Atraksi wisata, Aksesibilitas dan loyalitas wisatawan.
4. Jumlah Sampel : Penelitian terdahulu 100 responden sedangkan penelitian Sekarang 130 Responden.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Definisi Pemasaran**

Pemasaran merupakan salah satu fungsi yang juga berperan penting dalam suatu perusahaan selain fungsi keuangan produksi atau operasi dan sumber daya manusia. Menurut Kotler & Keller (2009:5) pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar, sarana dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Pemasaran wisata menurut Wahab (2011:153) adalah upaya-upaya sistematis dan terpadu yang dilakukan oleh organisasi pariwisata Nasional atau badan-badan usaha pariwisata pada taraf internasional, nasional dan lokal guna memenuhi kepuasan wisatawan baik secara kelompok maupun pribadi masing-masing dengan maksud meningkatkan pertumbuhan pariwisata.

Pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan melalui penciptaan produk barang dan jasa agar dibutuhkan, diminati, diinginkan serta dapat memuaskan konsumen, sehingga persaingan global yang ketat dapat dimenangkan melalui kualitas, harga, promosi dan pendistribusian yang tepat serta pelayanan berkualitas (Pakpahan, 2016).

Menurut Kotler (2006) dalam Pakpahan (2016) Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu-individu dan kelompok-

kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk yang bernilai.

## **2. Definisi Pariwisata**

Menurut Spillane (2010:20) pariwisata adalah kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menimmatin olah raga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah, dan lain-lain. Yoeti (2010) mendefinisikan pariwisata sebagai suatu perjalanannya yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain dengan maksud bukan untuk berusaha (business) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginannya yang beraneka ragam.

Suatu perjalanan dianggap sebagai perjalanan wisata apabila memenuhi tiga syarat yang diperlukan (Spillane 2010:22) yaitu:

- a. Bersifat sementara
- b. Bersifat sukarela (*voluntary*) dalam arti tidak terjadi karena dipaksa
- c. Tidak bekerja yang sifatnya menghasilkan upah ataupun bayaran

## **3. Loyalitas wisatawan**

### **a. Definisi *Loyalitas* wisatawan**

*Loyalitas* pelanggan memiliki peran penting dalam perusahaan mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mem



pertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Menurut (Hasan, 2014:134) loyalitas merupakan kondisi psikologis yang berkaitan dengan sikap terhadap produk, konsumen akan membentuk keyakinan, menetapkan suka dan tidak suka, dan memutuskan apakah mereka ingin membeli produk. Sedangkan menurut (Hasan 2014:121) loyalitas konsumen merupakan perilaku yang terkait dengan merek sebuah produk, termasuk kemungkinan memperbaharui kontrak merek dimasa yang akan datang, berapa kemungkinan pelanggan mengubah dukungannya terhadap merk, berapa kemungkinan keinginan pelanggan untuk meningkatkan citra positif suatu produk.

Menurut Oliver dalam Sangadji dan Sopia (2013), menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang. Sedangkan menurut Parasuraman (dalam Sangadji dan Sopia, 2013) mendefinisikan loyalitas pelanggan dalam konteks pemasaran jasa sebagai respons yang terkait erat dengan ikrar atau janji untuk memegang teguh komitmen yang mendasari kontinuitas relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian berkelanjutan dari penyedia jasa yang sama atas dasar dedikasi dan kendala pragmatis. Menjaga pelanggan tetap senang dan loyal merupakan tantangan bagi perusahaan dan cara terbaik untuk bertahan bersaing. Hasan (2014) mengatakan loyalitas pelanggan adalah orang yang membeli secara teratur dan berulang-ulang, mereka secara terus-menerus dan berulang kali datang ke suatu tempat yang

sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk tersebut.

Berdasarkan beberapa definisi-definisi dari beberapa ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggsn adalah orang yang membelisecara teratur dan berulang-ulang, mereka secara terus menerus dan berulang kali datang kesuatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk tersebut.

#### **b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas wisatawan**

Menurut Hasan (2014) faktor utama yang mempengaruhi *loyalitas* pelanggan adalah:

##### 1) Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan dipertimbangkan sebagai prediktor kuat terhadap kesetian pelanggan termasuk rekomendasi positif, niat membeli ulang dan lain-lain

##### 2) Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan yang baik sebagai salah satu faktor yang sangat penting dalam keberhasilan suatu bisnis maka tentu saja kualitas layanan dapat memberikan beberapa manfaat di antaranya yaitu menciptakan loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen. Kualitas pelayaan mempunyai 10 faktor utama yaitu *realibility, responsiveness, competence, accesbility, courtesy, communication, credibility, security, understanding dan langibles*

3) Citra merek

Citra merek muncul menjadi faktor penentuan kesetiaan pelanggan yang ikut serta membesarkan/membangun citra perusahaan lebih positif.

4) Kepercayaan

Kepercayaan didefinisikan sebagai persepsi kepercayaan terhadap keandalan perusahaan yang ditentukan oleh konfirmasi sistematis tentang harapan terhadap tawaran perusahaan.

5) Kemudahan dan kenyamanan

*Convenience of acquisition* merupakan segala kemudahan dan nyaman yang diberikan oleh perusahaan terhadap produk yang dihasilkannya.

6) Fasilitas

Segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha dan merupakan sarana dan prasarana.

**c. Indikator Loyalitas Wisatawan**

Menurut Tjiptono (dalam Sangadji dan Sopiah 2013) mengemukakan beberapa indikator untuk mengukur loyalitas pelanggan, yaitu.

1) Pembelian ulang

2) Rasa suka yang besar pada produk atau suatu jasa

3) Keyakinan bahwa produk tertentu produk yang terbaik.

4) Merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain

#### **4. Kepuasan pelanggan**

Prinsip utama kepuasan adalah perbandingan antara apa yang diharapkan dengan tingkat kinerja yang dirasakan oleh wisatawan. Artinya kepuasan itu merupakan perbandingan antara kinerja dan harapan, jika kinerja produk yang dirasakan lebih tinggi dari harapan maka wisatawan akan puas atau senang sebaliknya, jika kinerja yang di rasakan lebih rendah dari harapan, wisatawan akan kecewa atau tidak puas (Hasan,2015). Menurut Reunom (2014) kepuasan pelanggan merupakan emosi atau perasaan yang ditunjukkan oleh individu untuk mengungkapkan kesenangan menggunakan produk atau mengkonsumsi produk tertentu.

Menurut (Tjiptono, 2012) kepuasan pelanggan adalah evaluasi pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang di rasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Kepuasan wisatawan merupakan kunci keberhasilan suatu daya tarik wisata, hal ini dikarenakan apabila wisatawan merasa puas dengan segala yang ditawarkan.

##### **a. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan**

- 1) keramahan masyarakat lokal dan sikap masyarakat
- 2) Akomodasi dan fasilitas
- 3) Budaya perilaku konsumsi produk pariwisata di pandang sebagai fenomena sosial yang pluralistik, integratif, dan multidimensional.
- 4) Harga (biaya moneter dan biaya non-moneter) yang berkaitan dengan penilaian kepuasan wisatawan.

## **b. Indikator Kepuasan**

### 1) Kesesuaian harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antar kinerja produk yang sesuai harapan.

### 2) Minat berkunjung kembali

Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali ketempat wisata tersebut.

### 3) Ketersediaan merekomendasi

Merupakan ketersediaan pelanggan untuk merekomendasikan wisata tersebut terhadap orang lain.

## **5. Amenitas (Fasilitas)**

Wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata membutuhkan fasilitas yang menunjang untuk memenuhi kebutuhan perjalanan tersebut. Komponen fasilitas dan pelayanan (amenitas) biasanya terdiri dari unsur alat transportasi, fasilitas akomodasi, fasilitas makan dan minum dan fasilitas penunjang lainnya bersifat spesifik dan disesuaikan dengan kebutuhan perjalanan.

Menurut Sunary (2013) Amenitas merupakan fasilitas dasar seperti jalan raya, transportasi, akomodasi dan pusat informasi pariwisata yang berfungsi agar wisatawan yang berkunjung merasakan kenyamanan. Sedangkan menurut sugiama (dalam sunaryo dan Bambang 2013) amenitas adalah segala fasilitas pendukung yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan saat melakukan kegiatan wisata disuatu destinasi wisata kebutuhan tersebut. Sedangkan menurut Cahyani dan Aditya (2014) amenitas yaitu berbagai



fasilitas seperti tempat penginapan, restoran, dan transportasi lokal mungkin wisatawan berpergian di tempat tersebut serta alat-alat komunikasi lainnya.

Dari teori diatas dapat disimpulkan bahwa Amenitas (fasilitas dan pelayanan) adalah berbagai rangkaian fasilitas yang disediakan oleh suatu tempat tujuan wisata yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pengunjung atau wisatawan yang datang.

#### **a. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Amenitas (Fasilitas)**

Menurut Sunaryo (2013) Ada beberapa faktor utama yang mempengaruhi amenities (fasilitas) yaitu:

##### 1) Tempat Makan dan Minum

Tentu saja dalam melakukan kunjungan ke tempat wisata para wisatawan yang datang memerlukan makan dan minum sehingga perlu disediakan pelayanan makanan dan minuman. Hal tersebut mengantisipasi bagi para wisatawan yang tidak membawa bekal saat melakukan perjalanan wisata.

##### 2) Cenderamata

Cendermata adalah sesuatu yang dibawa oleh seorang wisatawan ke rumahnya untuk kenangan yang terkait dengan benda itu. Wisatawan bisa pula membeli cendermata sebagai kenangan-kenangan bagi orang lain.

##### 3) Fasilitas umum di lokasi wisata

Fasilitas umum yang dimaksud adalah fasilitas penunjang tempat wisata seperti: toilet umum, tempat parkir, mushola dan

sebagainya. Pembangunan fasilitas wisata di daerah tujuan wisata maupun daya tarik wisata harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan.

#### **b. Indikator Amenitas (Fasilitas)**

Menurut Sunaryo (2013) ada beberapa indikator Amenitas (fasilitas) yaitu:

1) Kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas.

Keadaan fasilitas perusahaan yang dilengkapui oleh atribut yang menyertainya dan didukung dengan kebersihannya dan kerapian saat wisatawan menggunakan fasilitas tersebut.

2) Kondisi dan fungsi fasilitas

Fasilitas yang berfungsi dengan baik dan tidak mengalami kerusakan.

3) Kemudahan menggunakan fasilitas.

Fasilitas yang sudah familier bagi wisatawan sehingga wisatawan dapat menggunakannya dengan mudah.

### **6. Atraksi Wisata**

#### **a. Definisi Atraksi Wisata**

Atraksi merupakan produk utama sebuah destinasi. Menurut Karyono (1997) Atraksi atau daya tarik wisata berkaitan dengan apa yang bisa dilihat dan dilakukan oleh wisatawan di sebuah destinasi wisata. Atraksi bisa berupa keindahan dan keunikan alam, budaya masyarakat setempat,

serta atraksi buatan Menurut Suwena dan Widyatmaja (2010) Atraksi wisata merupakan komponen yang sangat krusial dalam halnya menarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata, atraksi wisata merupakan modal atau sumber daya pariwisata.

Segala sesuatu yang terdapat di objek wisata yang menjadi daya tarik sehingga orang berkunjung ke tempat tersebut. Menurut sunaryo (2010) atraksi merupakan daya tarik yang akan melahirkan motivasi dan keinginannya bagi wisatawan untuk mengunjungi objek wisata. Sedangkan menurut soekadijo (2016) mengungkapkan bahwa atraksi wisata yang baik juga dapat mendatangkan wisatawan sebanyak-banyaknya, menahan mereka di tempat atraksi dalam waktu yang cukup lama dan memberikan kepuasan kepada wisatawan yang berkunjung.

Dari teori di atas dapat disimpulkan bahwa Atraksi wisata adalah daya tarik dari suatu objek pariwisata ataupun hasil kesenian suatu daerah tertentu yang dapat menarik wisatawan/ turis asing berkunjung menuju ke tempat wisata tersebut.

#### **b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Atraksi Wisata**

Menurut sunaryo (2013) Ada beberapa faktor utama yang mempengaruhi Atraksi wisata yaitu:

- 1) Faktor Alam
  - a) Pantai
  - b) Pemandangan alam
  - c) Pegunungan

- d) Hutan
- 2) Faktor kebudayaan
  - a) Museum
  - b) Candi
  - c) Galeri

### c. Indikator Atraksi Wisata

Menurut Maryani (dalam Utama 2017) ada beberapa indikator Atraksi wisata Yaitu:

- 1) Daya tarik yang dapat disaksikan (*what to see*)

Hal ini mengisyaratkan bahwa daerah harus ada sesuatu yang menjadi daya tarik wisata, contohnya pemandangan alam, kegiatan atau kesenian.

- 2) Aktivitas Wisata yang dapat dilakukan (*what to do*)

Hal ini mengisyaratkan bahwa tempat wisata dapat menyaksikan sesuatu menarik.

- 3) Sesuatu yang dapat dibeli (*what to Buy*)

Hal ini mengisyaratkan bahwa tempat tujuan wisata meskipun menyediakan beberapa fasilitas penunjang untuk berbelanja.

## 7. Aksesibilitas

Dalam pengembangan pariwisata sebagai sebuah sistem baik berupa perencanaan perjalanan, penyediaan informasi mengenai rute dan destinasi, ketersediaan sarana transportasi, ataupun kemudahan lain untuk mencapai

destinasi menjadi penentu berhasilnya peluang pengembangan destinasi. Menurut Hadiwijoyo (2012:96) aksesibilitas adalah sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk menuju kedaerah tujuan wisata, tidak hanya menyangkut kemudahan transportasi bagi wisatawan.

Sedangkan menurut Sunaryo (2013:30) mengemukakan bahwa aksesibilitas adalah segenap fasilitas dan moda angkutan yang memungkinkan dan kemudahan serta membuat nyaman wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi, Menurut Ahmad (2014) aksesibilitas adalah suatu kemudahan dalam mencapai daerah tujuan wisata baik secara jarak geografis atau kecepatan jalan, serta tersedianya sarana transportasi menuju lokasi tujuan tersebut. Sedangkan menurut Sunaryo (2013) Aksesibilitas merupakan sarana infrastruktur yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk bergerak dari satu daerah ke daerah lain.

Dari beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas merupakan suatu alat yang dapat memberikan kemudahan bagi seseorang yang akan melakukan perjalanan.

#### **a. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Aksesibilitas**

Menurut Sunaryo (2013) ada beberapa faktor utama Aksesibilitas yaitu:

##### **1) Petunjuk Arah**

Petunjuk arah dapat kita jumpai di tepi jalan yang berfungsi memberi petunjuk bagi pengguna jalan terhadap sesuatu lokasi atau tempat tertentu.



2) Terminal

Salah satu komponen dari sistem transportasi yang mempunyai fungsi utama sebagai tempat pemberhentian sementara kendaraan umum untuk menaikkan penumpang dan barang hingga sampai ke tujuan akhir suatu perjalanan,

3) Frekuensi transportasi menuju lokasi wisata.

Faktor jarak dan waktu sangat mempengaruhi keinginannya orang untuk melakukan perjalanan wisata

**b. Indikator Aksesibilitas**

Adapun indikator Menurut Sunaryo (2013) untuk aksesibilitas yaitu:

1) Kemudahan Mencapai

Kemudahan mencapai ini seperti penetapan jalur dan tanda petunjuk untuk memudahkan wisatawan mencapai daya tarik wisata yang dituju.

2) Kenyamanan

Kenyamanan perjalanan untuk mencapai daya tarik wisata sangat diperlukan sekali.

3) Keamanan

Keamanan merupakan hal yang paling utama dibutuhkan wisatawan.

4) Kelancaran

Kelancaran yang dimaksud yaitu kelancaran dalam segi angkutan transportasi maupun perjalan.

## 8. Destinasi Pariwisata

Destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum. Fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan (UU pariwisata No 10 tahun 2009).

Destinasi merupakan suatu tempat yang dikunjungi dengan waktu yang signifikan selama perjalanan seseorang dibandingkan dengan tempat lain yang dilalui selama perjalanan. Menurut Pitana (2011) destinasi pariwisata adalah suatu unit geografis yang dapat berupa suatu pusat wilayah, atau desa atau kota, daerah, pulau, suatu negara atau kintinen. Sedangkan menurut Gunn (2010 ), menyatakan bahwa kawasan wisata ( destinasi) merupakan suatu tempat yang tidak saja menyediakan segala sesuatu yang dapat dilihat wisatawan, namun juga menawarkan aktifitas yang dapat dilakukan pada tempat tersebut dan menjadi daya tarik yang memikat orang untuk berkunjung ke tempat tersebut.

Menurut Cooper (2010) Destinasi pariwisata merupakan salah satu elemen yang paling penting karena menjadi alasan orang-orang melakukan perjalanan wisata serta daya tarik wisata yang ada di dalamnya akan menarik kunjungan wisatawan.

Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa destinasi pariwisata adalah kawasan yang memiliki daya tarik wisata yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung dalam waktu sementara serta

terdapat berbagai macam-macam fasilitas-fasilitas penunjang untuk mendukung jalanyakegiatan kepariwisataan.

Menurut Pitana (2010) destinasi wisata dapat di golongkan atau dikelompokkan berdasarkan ciri-ciri destinasi tersebut, yaitu :

- a. Destinasi sumber daya alam, seperti iklim, pantai, hutan.
- b. Destinasi sumber daya budaya, seperti bersejarah, mjuseum, teater dan masyarakat lokal.
- c. Fasilitas rekreasi, seperti taman hiburan.
- d. Event seperti pesta Kesenian Bali, pesta Danau Toba, pasar malam.
- e. Aktifitas spesifik, seperti Kasino di Genting Highland Malaysia, Wisata belanja di Hong-Kong.
- f. Daya tarik psikologis, seperti petualangan, perjalanan romantis, keterpencilan.

Menurut Sunaryo (2015) ada beberapa komponen utama yaitu

- 1) Mencakup objek dan daya tarik (*attraction*)
- 2) Aksesibilitas (*accessibility*)
- 3) Amenitas (*amenities*)
- 4) Fasilitas pendukung (*ancillary service*)
- 5) Kelembagaan (*institutions*)

## B. Penelitian Sebelumnya.

**Tabel 2.1. Penelitian Sebelumnya**

No	Peneliti/Tahun	Judul	Variabel	Modal Analisis	Hasil
1	Desi Ratna Sarui (2019)	Pengaruh Aenitas dan Aksesibilitas	$X_1$ : Amenitas $X_2$ :	Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan

		terhadap Kepuasan Wisatawan di Taman Margasatwa Semarang	Aksesibilitas Y : Kepuasan Wisatawan		Amenitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan. Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan.
2	Leylita Novita Rossadi  Endang Widayati (2018)	Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas dan Atraksi wisata terhadap minat kunjungan wisatawan ke wahana air Balong watepark bantul daerah istimewa Yogyakarta	X <sub>1</sub> : Aksesibilitas X <sub>2</sub> : Amenitas X <sub>3</sub> : Atraksi wisata	Regresi Linier Berganda	Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan, Amenitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung sedangkan Atraksi wisata nilai positifnya 0,768 akan tetapi secara signifikan tidak berpengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan.
3	I Kadek Trita Yudi  Ni Made Oka Karini  Luh Gede Leli Kusuma Dewi (2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan pramuwisata lokal terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan di Daya Tarik Alas Kedaton	X <sub>1</sub> : Bukti langsung X <sub>2</sub> : Empati X <sub>3</sub> : Daya tanggap X <sub>4</sub> : Keandalan X <sub>5</sub> : Jaminan	Regresi Linier Berganda	Variabel Bebas yang meliputi X <sub>1</sub> : Bukti langsung X <sub>2</sub> : Empati X <sub>3</sub> : Daya tanggap X <sub>4</sub> : Keandalan

		Tabanan			X <sub>5</sub> : Jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan
4	Stevianus (2014)	Pengaruh Atraksi wisata, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta	X <sub>1</sub> : Atraksi Wisata X <sub>2</sub> : Fasilitas X <sub>3</sub> : Kualitas Pelayanan Y : Kepuasan pengunjung	Regresi Linier Berganda	Variabel atraksi wisata yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung dan variabel lainnya hanya berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung.
5	Florentina Anna Triant Pertiwi (2018)	Pengaruh Harga, Fasilitas wisata, dan Atraksi wisata terhadap Kepuasan konsumen Objek wisata Konservasi	X <sub>1</sub> : Harga X <sub>2</sub> : Fasilitas Wisata X <sub>3</sub> : Atraksi wisata Y : Kepuasan konsumen	Regresi Linier Berganda	Hasil Menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Taman safari Indonesia, Fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Taman Safari Indonesia dan Atraksi wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Taman safari Indonesia

6	Afifa Audistiana (2017)	Pengaruh Aksesibilitas, Fasilitas dan kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di Delta fishing sidoarjo	X <sub>1</sub> : Aksesibilitas X <sub>2</sub> : Fasilitas X <sub>3</sub> : Kepuasan Pelanggan Y : Loyalitas Pelanggan	Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukka variabel Aksesibilitas, fasilitas dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan
7	Sulfi Abdulhaji (2016)	Pengaruh Atraksi, Aksebilitas dan fasilitas terhadap Citra objek wisata danau Tolire besar di Kota Ternate	X <sub>1</sub> : Atraksi X <sub>2</sub> : Aksesibilitas X <sub>3</sub> : Fasilitas Y : Citra objek wisata	Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Atraksi, Aksesibilitas dan Fasilitas berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Citra objek Wisata
8	Ida Bagus Kade Wanda (2018)	Pengaruh Pengembangan komponen Destinasi wisata Terhadap Kepuasan pengunjung	X : Komponen Destinasi wisata Y : Kepuasan pengunjung	Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan Komponen Destinasi wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung

Sumber: Penulis (2020)

### C. Kerangka Konseptual

Menurut Sugiyono (2014) kerangka konseptual adalah tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Berdasarkan landasan teori yang telah diuraikan, prnulis merumuskan kerangka konseptual pada penelitian ini yaitu :



### **1. Pengaruh Amenitas Terhadap Kepuasan**

Menurut Hasan ( 2014) akomodasi dan fasilitas sebagai faktor signifikan mempengaruhi kepuasan wisatawan baik secara fisik maupun psikologis. Akomodasi dan fasilitas atau amenities akan sangat berpengaruh pada kepuasan wisatawan selama berada di destinasi wisata yang sedang di kunjungi, semakin baik amenities maka semakin tinggi juga kepuasan wisata terhadap destinasi wisata tersebut.

### **2. Pengaruh Atraksi Terhadap Kepuasan**

Sebuah destinasi wisata akan menarik di para mata wisatawan apabila menawarkan berbagai atraksi wisata alam dan budaya. Wisatawan yang menyaksikan atraksi yang menarik akan merasa senang dan akan memberikan hal positif terhadap destinasi tersebut. Menurut Hasan (2014) Budaya perilaku produk pariwisata dipandang sebagai fenomena sosial pluralistik, intergratif dan multidimensional. Semakin menarik atraksi maka akan semakin tinggi kepuasam wisatawan.

### **3. Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Kepuasan.**

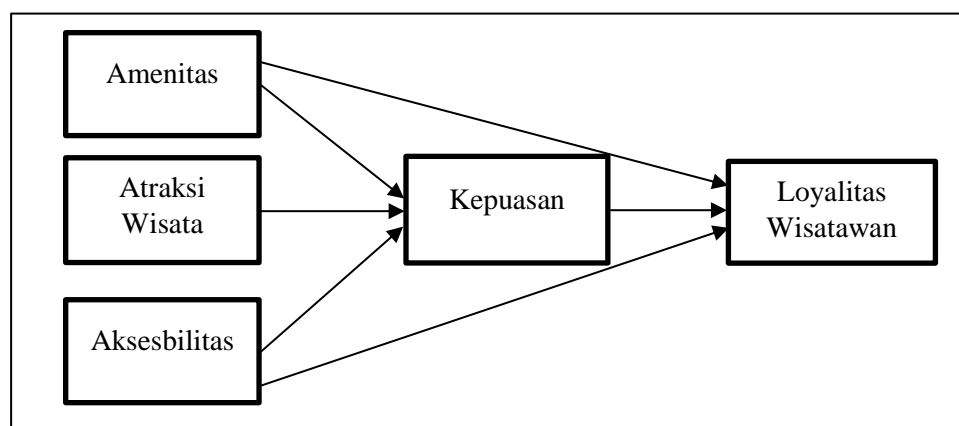
Menurut Suryadana dan Octavania (2015:49) salah satu perjalanan wisata terdapat pula faktor yang tidak kalah pentingnya dalam mempengaruhi kepuasan wisatawan yaitu faktor aksesibilitas yang berarti kemudahan yang tersedia untuk mencapai destinasi wisata. Suatu destinasi bisa tercapai apabila ada akses yang mendukung untuk dapat sampai ke destinasi tersebut. Aksesibilitas yang baik kualitasnya akan membuat wisatawan merasa nyaman

dan timbul rasa puas bagi para wisatawan. Semakin baik aksesibilitas maka semakin tinggi kepuasan wisatawan.

#### **4. Amenitas, Atraksi Wisata Dan Aksesibilitas Masing-Masing Berpengaruh Terhadap *Loyalitas* Wisatawan.**

Menurut Hasan (2015: 378) preferensi dan *loyalitas* tersegmentasi menunjukkan bahwa wisatawan yang setia lebih puas dengan pengalaman kunjungan masa lalunya yakni pengalaman budaya yang berbeda, keamanan dan transportasi yang nyaman selain itu faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *loyalitas* destinasi dijelaskan oleh kekuatan daya tarik destinasi menarik jumlah kunjungan sebelumnya. Oleh karena itu dapat dikatakan semakin menarik amenities maka semakin tinggi *loyalitas* wisatawan, semakin baik aksesibilitas maka semakin tinggi *loyalitas* wisatawan dan begitu pula semakin baik atraksi wisata semakin tinggi pula *loyalitas* wisatawan.

Berdasarkan penjelesan dari kerangka berpikir di atas, maka penulis merumuskan kerangka konseptual sebagai berikut:



**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**

Sumber: *Diolah Penulis 2020*

#### **D. Hipotesis**

Menurut Manullang & Pakpahan (2014), hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dari pertanyaan yang ada pada perumusan masalah penelitian.

Berdasarkan kerangka koseptual, hipotesis pada penelitian ini:

1. Amenitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan ke destinasi wisata Tangkahan.
2. Atraksi wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan ke destinasi wisata Tangkahan.
3. Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan ke destinasi wisata Tangkahan.
4. Kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan ke destinasi wisata Tangkahan.
5. Amenitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan ke destinasi wisata Tangkahan.
6. Atraksi wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan ke destinasi wisata Tangkahan.
7. Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan ke destinasi wisata Tangkahan.
8. Amenitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan melalui kepuasan wisatawan ke destinasi wisata.
9. Atraksi wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan melalui kepuasan wisatawan ke destinasi wisata.
10. Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan melalui kepuasan wisatawan ke destinasi wisata.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, asosiatif dimana penelitian ini akan menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam jenis penelitian ini akan digunakan hubungan kausal yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat, dimana ada *variable independent* (*variabel* yang mempengaruhi) dan *variable dependent* (*variabel* yang dipengaruhi) Penelitian ini membahas Pengaruh Amenitas, Atraksi wisata dan Aksesibilitas terhadap *Loyalitas* Wisatawan Kedestinasian wisata Tangkahan Kabupaten Langkat dengan kepuasan sebagai *vaeriable intervening*.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Desa Namo Sialang dan Desa Sei Serdang kecamatan Batang Serangan.

##### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian ini di mulai November 2019 sampai Mei 2020, Lebih jelasnya dapat dilihat pada format sebagai berikut :

**Tabel 3.1. Skedul Proses Penelitian**

No.	Aktifitas	Bulan/Tahun														
		Mei-20			Jun-20			Jul-20			Agu-20			Sept-20		
1	Pengajuan Judul	■														
2	Penyusunan Proposal		■	■	■											
3	Perbaikan Proposal				■	■	■									
4	Seminar Proposal						■	■								
5	Penelitian							■	■							
6	Pengolahan Data									■						
7	Penyusunan Skripsi										■	■	■			
8	Bimbingan Skripsi												■	■	■	■
9	Sidang Meja Hijau															■

Sumber: Diolah oleh penulis

### C. Definisi Operasional Variabel

Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah disajikan dalam tabel berikut :

**Tabel 3.2. Definisi Operasional**

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Loyalitas wisatawan	Loyalitas Pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang. (Sangadji dan Sopia 2013)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kunjungan ulang</li> <li>2. Rasa suka yang besar pada produk atau jasa</li> <li>3. Keyakinan bahwa produk tertentu produk yang terbaik (Sangadji dan Sopia 2013)</li> </ol>	Skala likert
Amenitas	Amenitas adalah merupakan fasilitas dasar seperti jalan raya, transportasi, akomodasi dan pusat informasi periwisata yang berfungsi agar wisatawan yang berkunjung merasakan kenyamanan. (Sunaryo 2013)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kelengkapan, kebersihan dan kerapian</li> <li>2. Kondisi dan fungsi fasilitas</li> <li>3. Kemudahan menggunakan fasilitas (Sunaryo 2013)</li> </ol>	Skala likert
Atraksi Wisata	Atraksi adalah daya tarik yang akan melahirkan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daya tarik yang dapat isaksikan ( <i>what to see</i>)</li> <li>2. Aktivitas wisata yang dapat</li> </ol>	Skala likert

	motivasi dan keinginannya bagi wisatawan untuk mengunjungi objek wisata. (Sunaryo 2013)	dilakukan ( <i>what to do</i> ) 3. Sesuatu yang dapat dibeli ( <i>what to buy</i> ) Maryani(2017)	
Aksesibilitas	Aksesibilitas adalah segenap fasilitas dan moda angkutan yang memungkinkan dan kemudahan serta membuat nyaman wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi (Sunaryo 2013)	1. Kemudahan mencapai 2. Kenyamanan 3. Keamanan 4. Kelancaran (Sunaryo 2013)	<i>Skala likert</i>
Kepuasan	Kepuasan pelanggan adalah merupakan emosi atau perasaan yang ditunjukkan oleh individu untuk mengungkapkan kesenangan menggunakan produk atau mengkonsumsi produk tertentu (Reunom 2014)	1. Kesesuaian harapan. 2. Minat berkunjung kembali. 3. Bersedia merekomendasi,.	

Sumber : Diolah Oleh Penulis, 2020

Pengukuran masing – masing variabel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2010: 104).

**Tabel 3.3**  
**Instrumen Skala Likert**

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-Ragu	3
4	Tidak Setuju	2

5	Sangat Tidak Setuju	1
---	---------------------	---

Sumber : Sugiyono (2010:105)

## D. Populasi dan Sampel / Jenis dan Sumber Data

### 1. Populasi

Menurut Manullang & Pakpahan (2014), populasi adalah suatu kelompok dari elemen penelitian, dimana elemen adalah unit terkecil yang merupakan sumber data yang diperlukan. Pada penelitian adalah seluruh wisatawan yang sering berkunjung ke destinasi tangkahan di Desa Namo Sialang dan Desa Sei Serdang Kecamatan Batang Serangan, Berdasarkan tingkatan 17 sampai 60 tahun.

### 2. Sampel

Sampel merupakan bagian terkecil dari karakter yang mewakili populasi dimana unit pengamatan terlalu sehingga diperlukan teknik dsampel (Nasution dkk, 2017). Penentuan sampel penelitian mengacu pada Roscoe dalam sekaran (2006) yaitu ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian, selanjutnya Ferdinand (2014) yang menyatakan bahwa ukuran sampel ditentukan berdasarkan 5 sampai 10 dikali jumlah indikator variabel penelitian (Purwati dkk, 2017). Karena dalam penelitian ini terdapat 13 indikator, maka ukuran sampel :

$$n = Ji \times 5 - 10 \text{ Data}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

Ji = jumlah Indikator



Maka perhitungan sebagai berikut :

$$n = 13 \times 10 \text{ Data} = 130 \text{ Responden.}$$

Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka ukuran sampel penelitian ditentukan maksimal adalah 130 responden.

### **3. Sumber Data**

Sumber data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta (Manullang & Pakpahan 2014).

#### **a. Data Primer**

Sumber Data Primer adalah data mentah yang diambil oleh peneliti sendiri ( bukan oleh orang lain) dari sumber utama guna kepentingan penelitiannya, dan data tersebut sebelumnya tidak ada (Manullang & Pakpahan 2014). Dalam penelitian ini data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden.

#### **b. Data Sekunder**

Sumber Data Sekunder adalah data yang sudah tersedia yang dikutip oleh peneliti guna kepentingan penelitiannya, data asli diambil peneliti tetapi oleh pihak lain, data sekunder adalah data yang dikumpulkan melalui studi dokumentasi. (Manullang & Pakpahan 2014).

## **E. Teknik pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang sistematis dan objektif untuk memperoleh atau mengumpulkan keterangan-keterangan yang bersifat lisan maupun tulisan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Angket / *Questionnaire***

Angket yaitu bentuk pertanyaan yang diajukan kepada responden seluruh wisatawan yang sering berkunjung ke destinasi tangkahan di Desa Namo Sialang dan Desa Sei Serdang Kecamatan Batang Serangan menjadi objek penelitian dan penilaiannya menggunakan skala *likert*.

### **2. Wawancara (*Interview*)**

Dilakukan dengan cara melakukan tanya jawab langsung antara pewawancara dengan yang diwawancarai tentang segala sesuatu yang diketahui oleh pewawancara.

## **F. Teknik Analisis Data**

### **1. Uji Instrumen**

#### **a. Uji Validitas**

Untuk mengetahui kelayakan: untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pernyataan (angket) yang akan disajikan kepada para responden maka diperlukan uji validitas setiap pernyataan lebih besar ( $>$ ) 0,30 maka butir pernyataan dianggap valid. Rusiadi, et al (2013).

b. Uji Reliabilitas (Kehandalan)

Untuk mengetahui kestabilan dan konsisten responden dalam menjawab butir-butir berkaitan dengan konstruk pernyataan yang disusun dalam bentuk kuesioner. Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's alpha* lebih besar ( $>$ ) 0.60. Rusiadi, et al (2013).

Dengan menerapkan rumus tersebut pada data yang tersedia maka dapatlah suatu gambaran yang menjelaskan pengaruh maupun hubungan antara variabel-variabel yang diteliti penulis. Berdasarkan data yang telah didapat kemudian diolah dan dianalisa selain menggunakan rumus diatas dapat dihitung dengan bantuan program *Statistical Product and Service Solution (SPSS)* versi 16.0 atau aplikasi *Software SPSS 16.0 For Windows*.

## 2. Uji Kualitas Data /Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui kelayakan model regresi berganda yang bertujuan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan benar-benar layak digunakan atau tidak. Uji Asumsi Klasik tersebut antara lain:

### a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi variabel residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Dalam hal ini uji normalitas yang digunakan adalah grafik histogram dan P-P *Plot* Grafik

histogram menempatkan gambar variabel dependent sebagai sumbu vertikal, sedangkan nilai residual terstandarisasi dari sumbu horizontal. Rusiadi dkk (2014). Adapun kriteria grafik histogram adalah sebagai berikut:

- 1) Jika garis membentuk lonceng dan miring ke kiri, maka tidak berdistribusi normal.
- 2) Jika garis membentuk lonceng dan ditengah, maka berdistribusi normal.
- 3) Jika garis membentuk lonceng dan miring ke kanan, maka tidak berdistribusi normal.

Adapun kriteria untuk P-P *Plot* adalah sebagai berikut:

- 1) Jika titik data sesungguhnya menyebar berada disekitar garis diagonal data terdistribusi secara normal.
- 2) Jika titik data sesungguhnya berada jauh dari garis diagonal maka data tidak terdistribusi secara normal.

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas yaitu mengetahui apakah lebih dari satu hubungan linear yang sempurna atau antara variabel bebas dan korelasi. Model regresi yang paling baik adalah apabila tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari *Value Inflation Factor* (VIF).

- 1) Apabila  $VIF > 10$ , maka ada Multikolinearitas
- 2) Apabila  $VIF < 10$ , maka tidak ada Multikolinearitas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan. Jika varians residual antara suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas, tetapi *varians* berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Mendeteksi apakah ada atau tidak gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan hasil program *Statistical Product and Service Solution (SPSS)* dengan dasar pengambilan keputusan. Menurut Rusiadi dkk (2014) sebagai berikut:

- 1) Jika ada tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur bergelombang, melebar kemudian menyempit, maka mengalami gangguan heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah maka angka nol pada sumbu Y, maka terjadi heteroskedastisitas.

### 3. Analisis Jalur

Metode *path analysis* adalah suatu metode yang mengkaji pengaruh (efek) langsung maupun tidak langsung dari variabel-variabel yang dihipotesiskan sebagai akibat pengaruh perlakuan terhadap variabel tersebut. *Path analysis* ini bukanlah suatu metode penemuan sebab akibat, akan tetapi suatu metode yang diterapkan untuk suatu *causal model* yang diformulasikan oleh peneliti pada penge-tahuan dasar dan teoritis yang dikembangkan (Sudaryono, 2013:392). Dalam diagram jalur dapat dilihat adanya akibat langsung dan

tidak langsung dari suatu variabel ke variabel lain. “Jika di antara dua variabel terdapat hubungan kausal maka harus ditentukan terlebih dahulu arah hubungan tersebut. Penentuan arah hubungan kausal ini dibuat atas dasar teori dan pengetahuan yang telah ada (Sudaryono, 2013:393)”.

Diagram jalur menggambarkan pola hubungan antar variabel dalam penelitian ini adalah uji menguji dan mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan promosi terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening* dengan persamaan:

Persamaan I : $Z = P_1X_1 + P_1X_2 + P_1X_3 + \varepsilon_1$ Persamaan II : $Y = P_3X_1 + P_3X_2 + P_3X_3 + P_2Z + \varepsilon_2$
--

Keterangan:

$X_1$  = Amenitas (*Exogenous Variabel*)

$X_2$  = Atraksi Wisata (*Exogenous Variabel*)

$X_3$  = Aksesibilitas (*Exogenous Variabel*)

$Z$  = Kepuasan Wisatawan (*Intervening Variabel*)

$Y$  = Loyalitas Wisatawan (*Endogenous Variabel*)

$P$  = Jalur Koefisien Regresi

$\varepsilon$  = Jumlah varian ( $\varepsilon = 1 - R^2$ )

#### 4. Uji Mediasi

Untuk melihat apakah kepuasan konsumen menjadi variabel yang memediasi antara amenitas, atraksi wisata dan aksesibilitas terhadap loyalitas wisatawan dengan menggunakan *standardized coefficients beta* yang terstandarisasi dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Pengaruh amenitas terhadap loyalitas wisatawan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening*.

$P_3 > P_1 \times P_2 \times P_3$ , artinya kepuasan wisatawan tidak menjadi variabel yang memediasi antara amenitas terhadap loyalitas wisatawan.

$P_3 < P_1 \times P_2 \times P_3$ , artinya kepuasan wisatawan menjadi variabel yang memediasi antara amenitas terhadap loyalitas wisatawan.

Pengujian mediasi dengan kriteria pengaruh keputusan (KPK) adalah:

Terima  $H_0$  (tolak  $H_a$ ), apabila  $P_3 > P_1 \times P_2 \times P_3$

Tolak  $H_0$  (terima  $H_a$ ), apabila  $P_3 < P_1 \times P_2 \times P_3$

- b. Pengaruh atraksi wisata terhadap loyalitas wisatawan dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel *intervening*.

$P_3 > P_1 \times P_2 \times P_3$ , artinya kepuasan wisatawan tidak menjadi variabel yang memediasi antara atraksi wisata terhadap loyalitas wisatawan.

$P_3 < P_1 \times P_2 \times P_3$ , artinya kepuasan konsumen menjadi variabel yang memediasi antara atraksi wisata terhadap loyalitas wisatawan.

Pengujian mediasi dengan kriteria pengaruh keputusan (KPK) adalah:

Terima  $H_0$  (tolak  $H_a$ ), apabila  $P_3 > P_1 \times P_2 \times P_3$

Tolak  $H_0$  (terima  $H_a$ ), apabila  $P_3 < P_1 \times P_2 \times P_3$

- c. Pengaruh aksesibilitas terhadap loyalitas wisatawan dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel *intervening*.

$P_3 > P_1 \times P_2 \times P_3$ , artinya kepuasan wisatawan tidak menjadi variabel yang memediasi antara aksesibilitas terhadap loyalitas wisatawan.

$P_3 < P_1 \times P_2 \times P_3$ , artinya kepuasan konsumen menjadi variabel yang memediasi antara aksesibilitas terhadap loyalitas wisatawan.

Pengujian mediasi dengan kriteria pengaruh keputusan (KPK) adalah:

Terima  $H_0$  (tolak  $H_a$ ), apabila  $P_3 > P_1 \times P_2 \times P_3$

Tolak  $H_0$  (terima  $H_a$ ), apabila  $P_3 < P_1 \times P_2 \times P_3$

## 5. Uji Kesesuaian (*Test Goodness Of Fit*)

### a. Uji Parsial (Uji-t)

Uji Parsial (Uji-t) dilakukan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel lain dianggap konstan. Uji-t dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat dengan taraf signifikan 5%. Kuncoro dalam Rusiadi dkk (2013). Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- 1)  $H_0 : \beta_1 = 0$ , tidak ada pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2)  $H_0 : \beta_1 \neq 0$ , ada pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 3) Terima  $H_0$  (tolak  $H_i$ ), apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $\text{sig } F > \alpha 5\%$ .
- 4) Tolak  $H_0$  (terima  $H_i$ ), apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $\text{sig } F < \alpha 5\%$ .

### b. Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan (Uji F) digunakan untuk menguji pengaruh simultan antara variabel independen terhadap variabel dependent. Kriteria pengujiannya adalah:



- 1) Terima  $H_0$  (tolak  $H_i$ ), apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau  $\text{sig } F > \alpha 5\%$ .
- 2) Tolak  $H_0$  (terima  $H_i$ ), apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $\text{sig } F < \alpha 5\%$ .

**c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi adalah 0 sampai dengan 1, semakin mendekati 0 besarnya koefisien determinasi ( $r^2$ ) suatu persamaan regresi, semakin kecil pula pengaruh semua variabel independen terhadap nilai dependen.

Rumus :

$$D = R^2 \times 100\%$$

Dimana :

D = Koefisien Determinasi

R = Nilai Korelasi *Product Moment*

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Sejarah Singkat Tangkahan *Ecotourism***

Lembaga Pariwisata Tangkahan adalah nama yang disepakati oleh masyarakat untuk mengelola aktifitas wisata. LPT ini seperti badan masyarakat yang diberi kewenangan untuk mengembangkan, mengatur, mengelola kegiatan wisata di daerah Tangkahan. LPT selanjutnya membentuk (*Community Tour Operator*) CTO yang berfungsi untuk naik gajah, promosi dan lain-lain. CTO ini berfungsi seperti badan pelayanan satu atap. Pembentukan LPT adalah cikal berkembangnya wisata di Tangkahan.

Masyarakat di sini saat tahun 80-an hingga 90-an giat melakukan pembalakan liar kayu hutan di Taman Nasional Gunung Leuser. Kemudian, sealahsatu lembaga non pemerintah Flora Fauna Internasional (FFI), berinisiasi melakukan kegiatan pelstarian hutan dengan melakukan patroli hutan secara parsipatif untuk. Untuk melengkapi kegiatan tersebut, didatangkan beberapa ekor Gajah dari Aceh sebagai kendaraan patrol.

Pilihan mengembangkan wisata dilakukan karena adanya potensi yang masih baik. Sebagian hutan, sungai dapat dikembangkan untuk menjadi daya tarik wisata sebagaimana terdapat di Bukit Lawang. Dikarenakan terdapat patrol gajah, maka dikembangkanlah atraksi naik gajah di hutan yang kemudian menjadi ikon untuk menarik kunjungan wisatawan. Seperti juga Bukit lawang yang di kenal karena memiliki ikon Orang Utan. Singkat

cerita sekitar tahun 2001, masyarakat melakukan musyawarah guna menghentikan pembalakan liar sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Musyawarah menyepakati perlu dikembangkan aktifitas ekowisata di daerah Tangkahan yang kemudian dibentuklah masyarakat untuk mengelola aktifitas ekowisata di sini. ([lingkunganhidup.co/wisata-tangkahan-sumatera-utara/](http://lingkunganhidup.co/wisata-tangkahan-sumatera-utara/)).

## 2. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data primer dari 130 orang responden yang merupakan wisatawan Tangkahan berpartisipasi dalam pengisian kuesioner. Peneliti membedakan responden dengan kriteria; jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan, informasi awal tentang tangkahan, transportasi menuju tangkahan, tujuan wisata, destinasi wisata dan waktu kunjungan. Adapun karakteristik responden akan penulis sajikan dalam bentuk tabel frekuensi sebagai berikut:

### a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.1. Tabel Frekuensi Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin					
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Laki-laki	58	44.6	44.6	44.6
	Perempuan	72	55.4	55.4	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

*Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)*

Dari tabel 4.1 didapat bahwa mayoritas pengunjung merupakan perempuan yakni dengan persentase sebesar 55,4% atau sebanyak 72 orang dari 130 orang responden. Sementara itu pengunjung wisata dengan jenis kelamin laki-laki hanya sebesar 55,4% atau sebanyak

58 orang dari 130 orang responden. Hasil menunjukkan bahwa responden merupakan kebanyakan perempuan karena pengunjung perempuan kebanyakan berkunjung harian dengan tujuan hanya untuk ber-swafoto atau hanya untuk menikmati keindahan alam sambil mengambil gambar untuk kesenangan saja. Pengunjung pria kebanyakan berkunjung untuk melakukan trekking pada daerah wisata Tangkahan.

#### b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.2. Tabel Frekuensi Usia Responden**

		Usia			
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	17-20 tahun	16	12.3	12.3	12.3
	21-30 tahun	67	51.5	51.5	63.8
	31-40 tahun	47	36.2	36.2	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)

Dari tabel 4.2 didapat bahwa mayoritas pengunjung merupakan wisatawan dengan usis 21-30 tahun dengan persentase sebesar 51,5% atau sebanyak 67 wisatawan berusia 21-30 tahun. Sementara itu disusul wisatawan dengan usia 31-40 tahun dengan persentase 36,2% atau sebanyak 47 orang dan wisatawan dengan usia 17-20 tahun dengan persentase 12,3% atau sebanyak 16 orang. Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa Tangkahan merupakan objek wisata yang dapat dinikmati wisatawan dari berbagai tingkatan usia.

**c. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

**Tabel 4.3. Tabel Frekuensi Tingkat Pendidikan Responden**

		<b>Pendidikan</b>			
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<i>Valid</i>	SMP	8	6.2	6.2	6.2
	SMA	55	42.3	42.3	48.5
	Diploma	56	43.1	43.1	91.5
	Sarjana	11	8.5	8.5	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

*Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)*

Dari tabel 4.3 didapat bahwa mayoritas wisatawan yang berkunjung ke tangkahan berpendidikan Diploma dengan persentase sebesar 43,1% atau sebanyak 56 wisatawan, disusul dengan pendidikan SMA dengan persentase sebesar 42,3%. Beberapa wisatawan dengan pendidikan tinggi juga melakukan kunjungan wisata ke tangkahan dalam rangka melakukan riset untuk pendidikan tinggi. Hal tersebut dapat diartikan bahwa tangkahan merupakan objek wisata yang mempunyai potensi untuk terus berkembang dan juga objek wisata yang sangat populer.

**d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

**Tabel 4.4. Tabel Frekuensi Pekerjaan Responden**

		<b>Pekerjaan</b>			
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<i>Valid</i>	Pelajar/Mahasiswa	28	21.5	21.5	21.5
	Karyawan Swasta	40	30.8	30.8	52.3
	Pegawai Negeri	24	18.5	18.5	70.8
	TNI/Polri	20	15.4	15.4	86.2
	Wirausaha	18	13.8	13.8	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

*Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)*

Dari tabel 4.4 didapat bahwa mayoritas wisatawan Tangkahan merupakan karyawan swasta dengan persentase sebesar 30,8% atau sebanyak 40 orang dari 130 orang responden, selanjutnya dengan wisatawan pelajar/mahasiswa dengan persentase sebesar 21,5% atau sebanyak 28 orang dari 130 orang responden. Dari tabel tersebut didapat juga bahwa Tangkahan merupakan objek wisata untuk siapa saja dan tidak mengkhususkan bagi siapapun karena Tangkahan merupakan objek wisata yang dapat memanjakan wisatawan yang berkunjung.

**e. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan**

**Tabel 4.5. Tabel Frekuensi Pendapatan Responden**

		<b>Pendapatan</b>			
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	< Rp500.000	18	13.8	13.8	13.8
	Rp500.000 - Rp2.000.000	52	40.0	40.0	53.8
	Rp2.000.000 - Rp5.000.000	34	26.2	26.2	80.0
	Rp5.000.000 - Rp10.000.000	13	10.0	10.0	90.0
	> Rp10.000.000	13	10.0	10.0	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

*Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)*

Dari tabel 4.5 didapat bahwa mayoritas pengunjung Tangkahan adalah wisatawan dengan tingkat pendapatan Rp500.000 - Rp2.000.000 dengan persentase sebesar 40% atau sebanyak 52 orang dari 130 orang responden. Disusul dengan pendapatan Rp2.000.000 – Rp5.000.000 persentase sebesar 26,2% atau sebanyak 34 orang dari 130 orang responden. Dari tabel tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa tangkahan dapat dikunjungi semua orang dari segala kalangan ekonomi.

#### f. Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi Awal Tangkahan

**Tabel 4.6. Tabel Frekuensi Informasi Awal Responden**

Informasi Awal					
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Keluarga	9	6.9	6.9	6.9
	Teman	54	41.5	41.5	48.5
	Media Online	57	43.8	43.8	92.3
	Media Elektronik	10	7.7	7.7	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

*Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)*

Dari tabel 4.6 didapat bahwa mayoritas wisatawan Tangkahan mengetahui objek wisata dari media online dengan persentase sebesar 43,8% atau sebanyak 57 orang dari 130 orang responden, disusul dengan informasi dari teman dengan persentase sebesar 41,5% atau sebanyak 54 orang dari 130 orang responden. Hal tersebut berarti bahwa pemasaran dan pengenalan objek wisata Tangkahan melalui media online sudah cukup baik dan harus ditingkatkan lagi untuk menarik wisatawan lokal maupun mancanegara.

#### g. Karakteristik Responden Berdasarkan Kendaraan yang Digunakan

**Tabel 4.7. Tabel Frekuensi Kendaraan Responden**

Kendaraan Menuju Lokasi					
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Bus	20	15.4	15.4	15.4
	Mobil	90	69.2	69.2	84.6
	Sepeda Motor	20	15.4	15.4	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

*Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)*

Dari tabel 4.7 diketahui bahwa mayoritas wisatawan berkunjung ke Tangkahan menggunakan mobil dengan persentase sebesar 69,2% atau sebanyak 90 orang dari 130 orang responden, sementara yang lainnya dengan besar persentase masing-masing 15,4% atau 20 orang menggunakan Bus dan Sepeda Motor untuk mengunjungi tangkahan. Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa kebanyakan wisatawan berkunjung untuk berekreasi bersama teman ataupun keluarga untuk menikmati panorama alam Tangkahan.

#### **h. Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Berwisata ke Tangkahan**

**Tabel 4.8. Tabel Frekuensi Tujuan Wisata Responden**

		<b>Tujuan Wisata</b>			
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Pemandian	64	49.2	49.2	49.2
	Kumpul Keluarga	36	27.7	27.7	76.9
	Studi Banding	18	13.8	13.8	90.8
	<i>Trekking</i>	12	9.2	9.2	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

*Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)*

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa mayoritas wisatawan berkunjung ke Tangkahan adalah untuk pemandian dengan besar persentase 49,2% atau sebanyak 64 orang dari 130 orang responden, lalu disusul dengan tujuan untuk kumpul keluarga dengan persentase sebesar 27,7% atau sebanyak 36 orang dari 130 orang responden. Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa pemandian di Tangkahan merupakan tujuan wisata yang paling banyak dilakukan wisatawan.

#### **i. Karakteristik Responden Berdasarkan Destinasi Wisata**



**Tabel 4.9. Tabel Frekuensi Destinasi Wisata Responden**

		Destinasi Wisata			
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Pantai Salak	15	11.5	11.5	11.5
	Pemandian Air Panas	25	19.2	19.2	30.8
	Air Terjun	65	50.0	50.0	80.8
	Pemandian Gajah	25	19.2	19.2	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa mayoritas wisatawan berkunjung ke Tangkahan untuk mengunjungi air terjun yakni dengan persentase sebesar 50% atau sebanyak 65 dari 130 orang responden, sementara yang lainnya dengan persentas 19,2% atau sebanyak 25 orang memilih pantai salak dan pemandian gajah.

#### j. Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan Per Tahun

**Tabel 4.10. Tabel Frekuensi Kunjungan Per Tahun Responden**

		Kunjungan Per Tahun			
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	2-4 kali	55	42.3	42.3	42.3
	5-6 kali	57	43.8	43.8	86.2
	7-8 kali	12	9.2	9.2	95.4
	8-10 kali	4	3.1	3.1	98.5
	> 10 kali	2	1.5	1.5	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui bahwa mayoritas wisatawan berkunjung ke tangkahan sebanyak 5-6 kali setahun dengan persentase sebesar 43,8% atau sebanyak 57 orang dari 130 responden. Pada urutan ke 2 kunjungan wisata per tahun sebanyak 2-4 kali dengan persentase sebesar 42,3% atau 55 orang. Dari hasil tersebut disimpulkan bahwa Tangkahan merupakan objek wisata yang nyaman dan keindahan

alamnya yang bagus dapat membuat wisatawan melakukan kunjungan berulang kali.

### 3. Deskripsi Variabel Penelitian

Data yang penulis peroleh selama proses penelitian merupakan data primer yang di dapat dari penyebaran kuesioner kepada 130 orang responden. Kuesioner yang di bagikan kepada kepada responden berisi 30 pernyataan yang akan diisi oleh responden. Setiap pernyataan yang diberikan akan di isi oleh responden dengan 6 alternatif jawaban yang telah disajikan. Adapun ke enam alternatif jawaban tersebut, yaitu:

- a. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan nilai 1.
- b. Tidak Setuju (TS) dengan nilai 2.
- c. Kurang Setuju (KS) dengan nilai 3.
- d. Cukup Setuju (CS) dengan nilai 4.
- e. Setuju (S) dengan nilai 5.
- f. Sangat Setuju (SS) dengan nilai 6.

Jawaban yang telah diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner akan peneliti sajikan sebagai berikut.

#### a. Variabel Amenitas ( $X_1$ )

**Tabel 4.11. Analisis Deskriptif Statistik Variabel Amenitas ( $X_1$ )**

<i>Descriptive Statistics</i>					
	N	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
Saya merasa Toilet yang ada di tempat wisata Tangkahan selalu keadaan bersih	130	2	5	3.48	1.196

Terdapat banyak tempat beristirahat untuk wisatawan.	130	2	5	3.40	.903
Saya melihat kondisi posko kesehatan sangat memadai.	130	2	5	3.49	.990
Saya puas Terdapat pemisah area parkir untuk kendaraan roda 2 dan kendaraan roda 4	130	2	5	3.57	1.092
Saya puas mudah melalui jembatan penyebarangan.	130	2	5	3.25	.838
Saya puas Rumah makan di area wisata Tangkahan mudah ditemukan oleh wisatawan.	130	2	5	3.24	.824
Valid N (listwise)	130				

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)

Dari tabel 4.11 diketahui bahwa pernyataan X11 dan X14 memiliki jawaban responden sangat setuju paling banyak diantara yang lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas kebersihan dan kesehatan di sebuah objek wisata sangat penting untuk selalu dijaga kebersihannya, terlebih setiap hari ada wisatawan yang berkunjung.

Sementara itu pada pernyataan X16 diketahui bahwa responden sulit untuk menemukan rumah makan disekitar tempat wisata, hal ini harus diperhatikan karena tempat makan merupakan salah satu prasaran pendukung kegiatan wisata.

#### b. Variabel Atraksi Wisata (X<sub>2</sub>)

**Tabel 4.12. Analisis Deskriptif Statistik Variabel Atraksi Wisata (X<sub>2</sub>)**

*Descriptive Statistics*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pemandangan alam yang masih alami menjadi daya tarik destinasi wisata Tangkahan.	130	2	5	3.09	.839
Saya tertarik dengan keindahan air terjun yang ada di wisata Tangkahan	130	2	5	3.45	.864
Saya akan mengabdikan momen wisata dengan berfoto	130	2	5	3.21	.794
Saya tertarik untuk mengamati flora dan fauna disekitaran destinasi wisata Tangkahan.	130	2	5	3.30	1.009
Saya akan menyewa perahu untuk melihat keindahan sungai wisata Tangkahan.	130	2	5	3.25	.872
Saya tertarik untuk menyewa penginapan di wisata Tngkahan.	130	2	5	3.44	.854
Valid N (listwise)	130				

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)

Berdasarkan tabel 4.12 didapat bahwa pada pernyataan X21 responden kurang setuju dengan pernyataan pemandangan alam sebagai salah satu daya tarik, hal ini dikarenakan beberapa oknum telah merusak dan membuka lahan pada hutan lindung yang merusak pemandangan

alam. Sementara pada pernyataan X22, wisatawan lebih tertarik dengan keindahan air terjun di tangkahan. Untuk itu perlu selalu dilakukan pembersihan disekitar areal sungai dan air terjun serta melakukan reboisasi agar wisatawan tidak kecewa dan akan melakukan kunjungan ulang ke tangkahan untuk menikmati pesona alamnya.

**c. Variabel Aksebilitas (X<sub>3</sub>)**

**Tabel 4.13. Analisis Deskriptif Statistik Variabel Aksebilitas (X<sub>3</sub>)**

<i>Descriptive Statistics</i>					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Saya puas akses jalan menuju lokasi wisata Tangkahan tersedia dan mudah ditempuh.	130	1	5	3.39	1.338
Adanya papan petunjuk jalan yang memudahkan wisatawan menuju wisata Tangkahan.	130	2	5	4.11	.934
Nyamanya transportasi menuju wisata Tangkahan yang terawat dengan baik.	130	2	5	3.65	.955
Saya puas akses jalan menuju wisata Tangkahan Sangat nyaman.	130	2	5	3.30	.895
Petugas keamanan selalu siap siaga di dalam bus menuju	130	1	5	3.78	1.294

wisata Tangkahan.					
Saya merasa aman ketika menaiki transportasi menuju wisata Tangkahan.	130	1	5	3.96	.857
Saya puas kelancaran perjalan sudah baik.	130	2	5	3.93	1.189
Saya puas waktu berhenti dihalte sudah baik.	130	2	5	3.48	.865
Valid N (listwise)	130				

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)

Berdasarkan tabel 4.13 pada pernyataan X34 memiliki poin terendah yaitu akses jalan menuju tangkahan dirasa kurang nyaman bagi wisatawan. Hal itu dikarenakan akses menuju Tangkahan sebagian besar merupakan jalan bebatuan yang apabila hujan akan berlumpur dan apabila panas akan sangat berdebu, hal itu pula juga dapat memakan waktu tempuh yang lebih lama menuju lokasi Tangkahan. Pada pernyataan X34 memiliki poin tertinggi yaitu tentang papan penunjuk jalan yang sangat membantu. Papan penunjuk jalan sangat membantu terutama bagi wisatawan yang belum pernah ke Tangkahan sama sekali, hal ini sangat membantu lebih cepat menemukan lokasi yang dituju.

#### d. Variabel Kepuasan (Z)

**Tabel 4.14. Analisis Deskriptif Statistik Variabel Kepuasan (Z)**

<i>Descriptive Statistics</i>					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation

Saya merasa puas fasilitas, transportasi dan cenderamata sesuai yang saya harapkan.	130	1	5	3.35	1.434
Apa yang saya rasakan sesuai dengan yang diharapkan	130	2	5	4.13	.910
saya memiliki minat untuk berkunjung kembali ke wisata Tangkahan	130	2	5	3.92	1.111
Saya akan menginformasikan objek wisata ini kepada orang lain	130	1	5	4.05	1.120
Saya menjadi wisata yang loyal terhadap wisata Tangkahan	130	2	5	4.22	.892
Valid N (listwise)	130				

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)

Berdasarkan tabel 4.14 diketahui bahwa pada pernyataan Z1 memiliki poin terendah, tentang kepuasan wisatawan terhadap transportasi dan cenderamata. Dari segi cinderamata terdapat beberapa keluhan seperti mahalnya harga cinderamata yang dijual warga sekitar. Perlunya sosialisasi tentang pemasaran produk lokal kepada warga agar dari sektor ekonomi juga terus berbanding lurus dengan naiknya jumlah wisatawan. Dari segi transportasi mungkin hanya beberapa transportasi umum ataupun dari agen perjalanan yang dapat mencapai lokasi tangkahan. Perlunya transportasi masif untuk mencapai sebuah lokasi wisata yang jauh sehingga wisatawan dimudahkan dengan diadakannya system tersebut.

e. Variabel Loyalitas Wisatawan (Y)

**Tabel 4.15. Analisis Deskriptif Statistik Variabel Loyalitas Wisatawan (Y)**

<i>Descriptive Statistics</i>					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Saya selalu berlibur ke wisata Tangkahan	130	2	5	3.06	.702
Saya puas mengunjungi wisata Tangkahan secara teratur	130	2	5	3.45	.854
Saya berusaha merekomendasikan wisata Tangkahan kepada orang lain	130	2	5	3.38	.781
Saya tidak akan berpindah mengunjungi wisata Tangkahan meskipun wisata lain memiliki panorama yang lebih indah.	130	2	5	3.46	.695
Saya berkunjung ke wisata Tangkahan lebih indah dan nyaman dari pada wisata lainnya	130	2	5	3.43	.806
Valid N (listwise)	130				

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)

Dari tabel 4.15 didapat bahwa pada poin pernyataan Y1 memiliki poin terendah. Ada beberapa hal yang mungkin membuat wisatawan tidak mau atau akan berpikir lagi jika akan pergi ke tangkahan, salahsatunya adalah akses jalan yang sulit dan masih jelek serta memakan waktu yang lama. Perlunya perhatian intensif pemerintah akan hal ini agar parawisata tangkahan dapat terus berjalan dan membuat pengunjung nyaman baik sedari perjalanan maupun di lokasi wisata.



## B. Pembahasan

### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Sebuah kuesioner dikatakan valid atau sah jika pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Instrumen ukur dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila mampu mengukur apa yang diinginkan, artinya alat tersebut menjalankan fungsi alat ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut (Ghozali, 2013). Syarat minimum untuk memenuhi apakah setiap pertanyaan valid atau tidak, dengan membandingkan  $r$ -kritis = 0,30 (Sugiyono dalam Rusiadi dkk, 2014).

Untuk lebih memperjelas nilai dari ke-validan sebuah kuesioner dapat dilihat melalui tabel *item-total statistics* hasil pengolahan SPSS dengan memasukkan data responden dari  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ,  $Z$  dan  $Y$  yang akan penulis sajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 4.16. Uji Validitas Variabel Amenitas ( $X_1$ )**

	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
Saya merasa Toilet yang ada di tempat wisata Tangkahan selalu keadaan bersih	16.95	12.525	.722	.814
Terdapat banyak tempat beristirahat untuk wisatawan	17.04	14.425	.703	.818
Saya melihat kondisi posko	16.95	14.454	.615	.833

kesehatan sangat memadai.				
Saya puas Terdapat pemisah area parkir untuk kendaraan roda 2 dan kendaraan roda 4	16.87	13.386	.686	.820
Saya puas mudah mealui jembatan penyebarangan.	17.18	15.594	.569	.841
Saya puas Rumah makan di area wisata Tangkahan mudah ditemukan oleh wisatawan.	17.20	15.665	.570	.841

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)

Dari tabel 4.16 dinyatakan bahwa hasil *output* dari pengolahan SPSS untuk uji validitas variabel amenities ditunjukkan pada kolom *corrected item-total correlation* yang artinya nilai korelasi antar skor setiap butir pernyataan dengan skor total pada tabulasi jawaban responden. Dari ke 6 pernyataan yang di uji, seluruh pernyataan tersebut valid yang artinya setiap butir pernyataan memiliki *Corrected Item Total* diatas 0,30.

**Tabel 4.17. Uji Validitas Variabel Atraksi Wisata (X<sub>2</sub>)**

	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
Pemandangan alam yang masih alami menjadi daya tarik destinasi wisata Tangkahan.	16.65	11.099	.608	.813
Saya tertarik dengan keindahan air terjun yang	16.28	10.314	.747	.784

ada di wisata Tangkahan				
Saya akan mengabdikan momen wisata dengan berfoto	16.53	11.600	.549	.824
Saya tertarik untuk mengamati flora dan fauna disekitaran destinasi wisata Tangkahan.	16.44	10.977	.480	.843
Saya akan menyewa perahu untuk melihat keindahan sungai wisata Tangkahan.	16.49	11.012	.593	.815
Saya tertarik untuk menyewa penginapan di wisata Tngkahan.	16.30	10.398	.740	.786

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)

Dari tabel 4.17 dinyatakan bahwa hasil *output* dari pengolahan SPSS untuk uji validitas variabel atraksi wisata ditunjukkan pada kolom *corrected item-total correlation* yang artinya nilai korelasi antar skor setiap butir pernyataan dengan skor total pada tabulasi jawaban responden. Dari ke 6 pernyataan yang di uji, seluruh pernyataan tersebut valid yang artinya setiap butir pernyataan memiliki *Corrected Item Total* diatas 0,30.

**Tabel 4.18. Uji Validitas Variabel Akseibilitas (X<sub>3</sub>)**

<i>Item-Total Statistics</i>				
	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>

Saya puas akses jalan menuju lokasi wisata Tangkahan tersedia dan mudah ditempuh.	14.66	9.947	.335	.690
Nyamanya transportasi menuju wisata Tangkahan yang terawat dengan baik.	14.41	10.879	.440	.637
Saya puas akses jalan menuju wisata Tangkahan Sangat nyaman.	14.75	11.288	.412	.649
Petugas keamanan selalu siap siaga di dalam bus menuju wisata Tangkahan.	14.27	8.834	.527	.591
Saya puas kelancaran perjalanan sudah baik.	14.12	9.334	.525	.594

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)

Dari tabel 4.18 dinyatakan bahwa hasil *output* dari pengolahan SPSS untuk uji validitas variabel aksesibilitas ditunjukkan pada kolom *corrected item-total correlation* yang artinya nilai korelasi antar skor setiap butir pernyataan dengan skor total pada tabulasi jawaban responden. Dari ke 8 pernyataan yang di uji, hanya butir pernyataan X32, X36 dan X38 yang tidak lolos uji validitas karena memiliki nilai *corrected item-total correlation* dibawah 0,30 yaitu X32 (0,216); X36 (0,186) dan X38 (0,063).

**Tabel 4.19. Uji Validitas Variabel Kepuasan (Z)**

	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
Saya merasa puas fasilitas, transportasi dan cendramata sesuai yang saya harapkan.	16.32	9.027	.361	.726
Apa yang saya rasakan sesuai dengan yang diharapkan	15.54	10.359	.513	.646
saya memiliki minat untuk berkunjung kembali ke wisata Tangkahan	15.75	9.555	.495	.645
Saya akan menginformasikan objek wisata ini kepada orang lain	15.62	9.756	.455	.662
Saya menjadi wisata yang loyal terhadap wisata Tangkahan	15.45	10.047	.593	.620

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)

Dari tabel 4.19 dinyatakan bahwa hasil *output* dari pengolahan SPSS untuk uji validitas variabel kepuasan ditunjukkan pada kolom *corrected item-total correlation* yang artinya nilai korelasi antar skor setiap butir pernyataan dengan skor total pada tabulasi jawaban responden. Dari ke 5 pernyataan yang di uji, seluruh pernyataan tersebut valid yang artinya setiap butir pernyataan memiliki *Corrected Item Total* diatas 0,30.

**Tabel 4.20. Uji Validitas Variabel Loyalitas Wisatawan (Y)**

	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
Saya selalu berlibur ke wisata Tangkahan	13.72	5.318	.590	.713

Saya puas mengunjungi wisata Tangkahan secara teratur	13.34	4.939	.541	.730
Saya berusaha merekomendasikan wisata Tangkahan kepada orang lain	13.40	5.234	.525	.733
Saya tidak akan berpindah mengunjungi wisata Tangkahan meskipun wisata lain memiliki panoranama yang lebih indah.	13.32	5.833	.419	.766
Saya berkunjung ke wisata Tangkahan lebih indah dan nyaman dari pada wisata lainnya	13.35	4.804	.641	.691

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)

Dari tabel 4.20 dinyatakan bahwa hasil *output* dari pengolahan SPSS untuk uji validitas variabel loyalitas wisatawan ditunjukkan pada kolom *corrected item-total correlation* yang artinya nilai korelasi antar skor setiap butir pernyataan dengan skor total pada tabulasi jawaban responden. Dari ke 5 pernyataan yang di uji, seluruh pernyataan tersebut valid yang artinya setiap butir pernyataan memiliki *Corrected Item Total* diatas 0,30.

#### b. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan atau pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013). Menurut Latan dan Temalagi (2013), suatu variabel dinyatakan reliabel jika menghasilkan nilai *Cronbach alpha* > 0,70, namun jika nilainya 0,60 – 0.70 masih dapat

diterima. Keandalan dari pernyataan yang telah di ajukan penulis kepada responden terlihat pada tabel *Reliability Statistics* yang akan penulis sajikan dalam tabel dibawah ini:

**Tabel 4.21. Uji Reliabilitas**

<i>Reliability Statistics</i>			
	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha Based on Standardized Items</i>	<i>N of Items</i>
AMENITAS (X1)	.853	.855	6
ATRAKSI WISATA (X2)	.838	.842	6
AKSEBILITAS (X3)	.684	.693	5
KEPUASAN (Z)	.707	.703	5
LOYALITAS WISATAWAN (Y)	.770	.770	5

*Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)*

Berdasarkan tabel 4.21 didapatkan hasil dari uji reliabilitas melalui kolom *Cronbach's Alpha* yaitu variabel amenitas dengan nilai 0,853; variabel atraksi wisata dengan 0,838; variabel akseibilitas dengan nilai 0,684; variabel kepuasan dengan nilai 0,707 dan variabel loyalitas wisatawan dengan nilai 0,770. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dinyatakan reliabel atau handal karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,60.

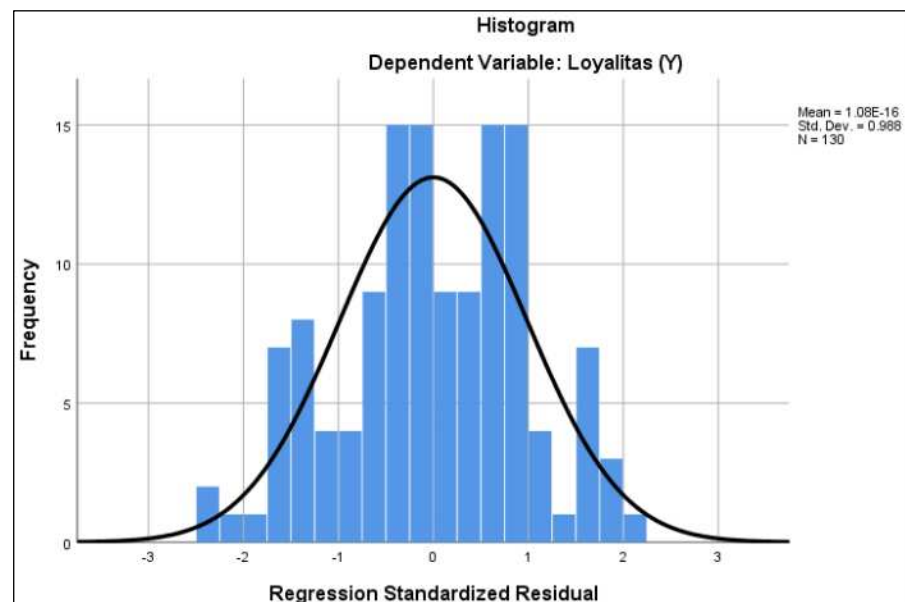
## 2. Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui layak atau tidaknya model regresi berganda, dilakukan uji asumsi klasik yang bertujuan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan benar-benar layak digunakan atau tidak. Data dari

hasil penyebaran kuesioner akan dimasukkan kedalam uji asumsi klasik sebagai berikut:

**a. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan agar model regresi terbebas dari kesalahan prediksi (Nasution dkk, 2017), untuk uji normalitas ini menggunakan gambar histogram dan P-P Plot. Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan analisa grafik yang dihasilkan dari pengolahan SPSS. Adapun grafik hasil pengolahan data penelitian ini dapat dilihat dari gambar berikut:

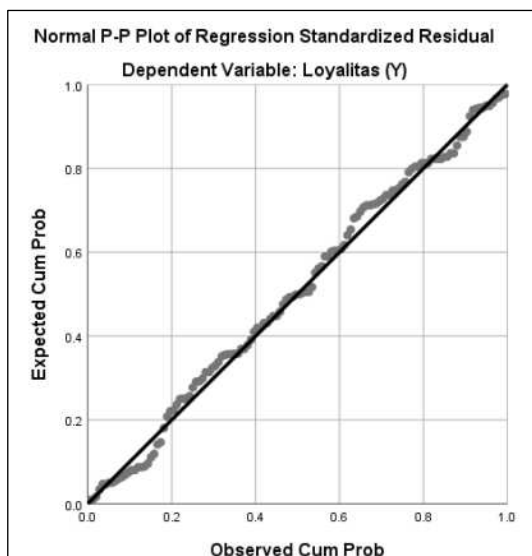


**Gambar 4.1. Histogram Uji Normalitas Terhadap Loyalitas Wisatawan**  
*Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)*

Dari gambar 4.1 terlihat bahwa histogram membentuk kurva berbentuk lonceng dengan puncak kurva berada ditengah. Syarat histogram untuk uji normalitas dengan pendistribusian data normal yaitu kurva membentuk lonceng dengan puncak kurva berada ditengah.



Kesimpulan dari histogram tersebut adalah data dalam penelitian ini terdistribusi dengan normal.



**Gambar 4.2. P-P Plot Uji Normalitas Terhadap Loyalitas Wisatawan**  
*Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)*

Dari gambar 4.2 terlihat bahwa titik data menyebar berada di sekitar garis diagonal. Sementara itu syarat untuk P-P Plot untuk data berdistribusi normal adalah jika titik data sesungguhnya menyebar berada di sekitar garis diagonal maka data terdistribusi normal. Kesimpulan yang didapat dari gambar P-P Plot tersebut adalah data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

#### **b. Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Uji ini dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation* (VIF) dari hasil analisis dengan menggunakan SPSS. Jika nilai *tolerance value*

$> 0,10$  atau  $VIF < 10$ , maka disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas (Fahri dalam Rusiadi, 2018).

**Tabel 4.22. Uji Multikolinieritas**

<i>Collinearity Statistics</i>			
Model		<i>Tolerance</i>	VIF
1	(Constant)		
	Amenitas (X1)	.565	1.768
	Atraksi Wisata (X2)	.331	3.018
	Akseibilitas (X3)	.365	2.738
	Kepuasan (Z)	.429	2.334

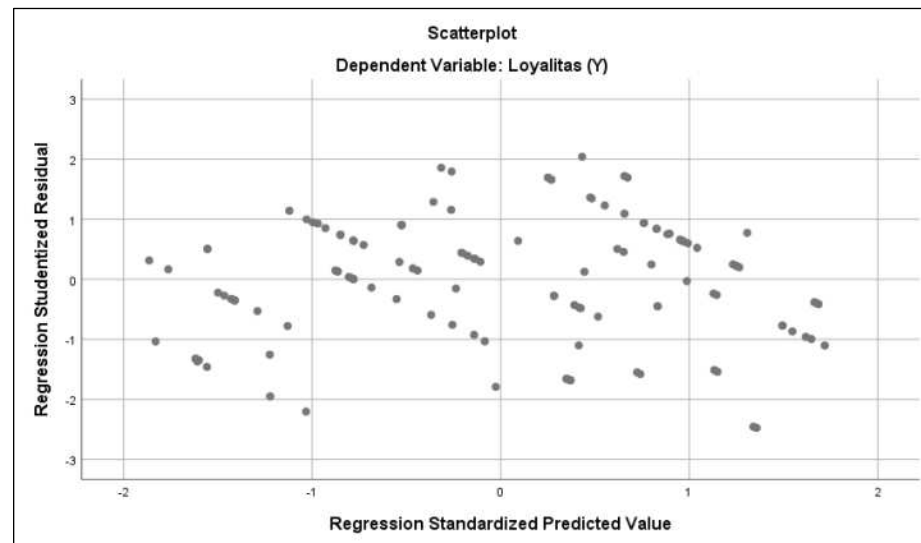
Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)

Dari tabel 4.23 didapat bahwa nilai *tolerance* untuk amenitas bernilai 0,565; nilai *tolerance* untuk atraksi wisata bernilai 0,331, nilai *tolerance* untuk aksesibilitas 0,365 dan nilai *tolerance* untuk kepuasan bernilai 0,429. Sedangkan untuk nilai *variance inflation* (VIF) amenitas bernilai 1,768; atraksi wisata 3,018; aksesibilitas 2,738 dan kepuasan 2,334. Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* dari masing-masing variabel lebih dari 0,10 dan nilai VIF dari masing-masing variabel kurang dari 10, maka disimpulkan bahwa seluruh variabel terbebas dari multikolinieritas.

### c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode yang lain. Analisis heterokedastisitas menggunakan uji grafik *scatterplot*. Heterokedastisitas dapat dilakukan dengan mengamati pola tertentu pada grafik *scatterplot*, dimana bila ada titik-titik tertentu yang menyebar

diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola, maka tidak terjadi heterokedastisitas. (Nasution dkk, 2017).



**Gambar 4.3. Scatterplot Uji Heterokedastisitas Terhadap Loyalitas Wisatawan**  
*Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)*

Pada gambar 4.3 terlihat *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik yang dihasilkan menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola atau *trend* garis tertentu. Gambar tersebut juga memperlihatkan model regresi ini bebas dari masalah heterokedastisitas, dengan kata lain menyatakan bahwa variabel-variabel yang akan di uji dalam penelitian ini bersifat homoskedastisitas.

### 3. Uji Kesesuaian (*Test Goodness Of Fit*)

#### a. Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan. Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam

menerangkan variasi variabel terkait dengan taraf signifikan 5% (Kuncoro dalam Rusiadi, dkk 2013).

**Tabel 4.23. Uji Parsial (t) Terhadap Loyalitas Wisatawan**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	4.186	.000
	Amenitas (X1)	1.134	.259
	Atraksi Wisata (X2)	7.144	.000
	Akseibilitas (X3)	.745	.458
	Kepuasan (Z)	1.679	.096
<i>Dependent variable: Loyalitas Wisatawan (Y)</i>			

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)

Berdasarkan tabel 4.23 dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  pada variabel amenities sebesar 1,134;  $t_{hitung}$  pada variabel atraksi wisata sebesar 7,144; nilai  $t_{hitung}$  pada variabel akseibilitas sebesar 0,745; nilai  $t_{hitung}$  pada variabel kepuasan sebesar 1,679 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,657 ( $t_{hitung}$  pada lampiran  $t_{tabel}$ ). Probabilitas signifikan pada variabel amenities jauh lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,259; pada variabel atraksi wisata lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000 dan pada variabel akseibilitas jauh lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,458; pada variabel kepuasan jauh lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,96. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa amenities secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan, atraksi wisata secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan, akseibilitas secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas wisatawan dan kepuasan secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan.

**Tabel 4.24. Uji Parsial (t) Terhadap Kepuasan**

Coefficients <sup>a</sup>			
---------------------------	--	--	--

Model		t	Sig.
1	(Constant)	1.313	.191
	Amenitas (X1)	.330	.742
	Atraksi Wisata (X2)	4.297	.000
	Akseibilitas (X3)	4.250	.000
<i>Dependent variable: Kepuasan (Y)</i>			

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)

Berdasarkan tabel 4.24 diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  dari variabel amenities sebesar 0.330; variabel atraksi wisata memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,297 dan variabel akseibilitas memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,250 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,657 ( $t_{hitung}$  pada lampiran  $t_{tabel}$ ). Probabilitas signifikan terhadap variabel amenities lebih besar dari 0,05 yaitu 0,742; variabel atraksi wisata lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000; variabel akseibilitas lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000. Kesimpulan dari penjelasan tersebut yaitu amenities secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan wisatawan, atraksi wisata secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan dan akseibilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

#### b. Uji F (Anova)

Uji F atau uji simultan dilakukan untuk melihat apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen di uji dengan tingkat kepercayaan (*confidence interval*) 95% atau pada  $\alpha = 5\%$  atau 0,05. Hasil dari

pengolahan data kuesioner melalui aplikasi SPSS dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 4.25. Uji F (Anova) Terhadap Loyalitas Wisatawan**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	678.338	4	169.585	66.738	.000 <sup>b</sup>
	Residual	317.631	125	2.541		
	Total	995.969	129			
a. Dependent Variable: Loyalitas (Y)						
b. Predictors: (Constant), Kepuasan (Z), Amenitas (X1), Aksebilitas (X3), Atraksi Wisata (X2)						

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)

Dari tabel 4.25 terlihat bahwa  $F_{hitung}$  sebesar 66,739 sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar 2,28 yang terlihat pada  $\alpha = 0,05$  (lampiran pada  $F_{tabel}$ ), probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0,05 yaitu  $0,000 < 0,05$ . Dari penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam penelitian ini amenitas, atraksi wisata, aksebilitas dan kepuasan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan.

**Tabel 4.26. Uji F (Anova) Terhadap Kepuasan Wisatawan**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	1046.283	3	348.761	56.016	.000 <sup>b</sup>
	Residual	784.494	126	6.226		
	Total	1830.777	129			
a. Dependent Variable: Kepuasan (Z)						
b. Predictors: (Constant), Aksebilitas (X3), Amenitas (X1), Atraksi Wisata (X2)						

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)

Dari tabel 4.25 terlihat bahwa  $F_{hitung}$  sebesar 56,016 sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar 2,28 yang terlihat pada  $\alpha = 0,05$  (lampiran pada  $F_{tabel}$ ), probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0,05 yaitu  $0,000 < 0,05$ . Dari penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam penelitian ini

amenitas, atraksi wisata dan akseibilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

### c. Analisis Jalur

**Tabel 4.27. Analisis Jalur Persamaan I**

Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	1.941	1.478	
	Amenitas (X1)	.022	.065	.026
	Atraksi Wisata (X2)	.393	.091	.407
	Akseibilitas (X3)	.322	.076	.383
Dependent variable: Kepuasan (Z)				

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.821 <sup>a</sup>	.674	.666	1.606
a. Predictors: (Constant), Akseibilitas (X3), Amenitas (X1), Atraksi Wisata (X2)				
b. Dependent variable: Kepuasan (Z)				

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)

Berdasarkan tabel 4.27; didapat nilai koefisien *standardized beta* variabel amenitas sebesar 0,026; nilai *standardized beta* variabel atraksi wisata sebesar 0,407; nilai *standardized beta* variabel akseibilitas sebesar 0,383 merupakan nilai *path* atau jalur P<sub>1</sub>. Besarnya nilai  $e_1 = (1 - 0,666)^2 = 0,1115$

$$\text{Persamaan I: } Z = 0,026X_1 + 0,407X_2 + 0,383X_3 + 0,1115\varepsilon_1$$

**Tabel 4.28. Analisis Jalur Persamaan II**

Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	3.980	.951	
	Amenitas (X1)	.047	.042	.076
	Atraksi Wisata (X2)	.447	.063	.627
	Akseibilitas	.039	.052	.062

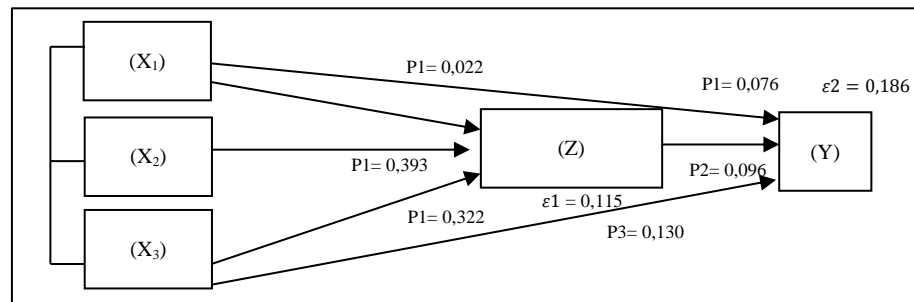
	(X3)			
	Kepuasan (Z)	.096	.057	.130
Dependent variable: Loyalitas (Y)				

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.762 <sup>a</sup>	.581	.568	2.477
a. Predictors: (Constant), Akseibilitas (X3), Amenitas (X1), Atraksi Wisata (X2)				
b. Dependent variable: Kepuasan (Z)				

Berdasarkan tabel 4.27, didapat nilai koefisien *standardized beta* variabel amenitas sebesar 0,076; nilai *standardized beta* variabel atraksi wisata sebesar 0,627; nilai *standardized beta* variabel akseibilitas sebesar 0,062 dan nilai *standardized beta* variabel kepuasan sebesar 0,130 merupakan nilai *path* atau jalur P<sub>2</sub>. Besarnya nilai  $e_2 = (1 - 0,568)^2 = 0,1866$

$$\text{Persamaan II: } Y = 3,180 + 0,047X_1 + 0,447X_2 + 0,039X_3 + 0,096Z$$



Gambar 4.4. Analisis Jalur

Sumber: Diolah Oleh Penulis, (2020)

#### d. Uji Mediasi

##### 1) Pengaruh Amenitas Terhadap Loyalitas Wisatawan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening.

Berdasarkan tabel 4.23 diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  variabel akseibilitas sebesar 1,134 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,254



sedangkan nilai  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,567 atau dapat diartikan bahwa nilai  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  dan  $\text{sig} > 0,05$ . Berdasarkan hasil tersebut didapat kesimpulan bahwa amenities secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas wisatawan.

## **2) Pengaruh Atraksi Wisata Terhadap Loyalitas Wisatawan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening.**

Berdasarkan tabel 4.23 diketahui bahwa amenities baik secara langsung maupun melalui kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan. Besarnya pengaruh langsung sebesar 0,627 sedangkan besar pengaruh tidak langsung harus menghitung dengan mengalikan dengan koefisien tidak langsungnya, yaitu  $0,40 \times 0,130 = 0,052$  atau total pengaruh amenities ke loyalitas wisatawan =  $0,627 + (0,40 \times 0,130) = 0,679$ . Oleh karena nilai  $P3 < P1 \times P2$  maka kepuasan konsumen berfungsi sebagai variabel intervening.

## **3) Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Loyalitas Wisatawan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening.**

Hasil menunjukkan bahwa amenities baik secara langsung maupun melalui kepuasan tidak berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan. Besarnya pengaruh langsung sebesar 0,062 sedangkan besar pengaruh tidak langsung harus menghitung dengan mengalikan dengan koefisien tidak langsungnya, yaitu  $0,383 \times 0,130 = 0,0497$  atau total pengaruh amenities ke loyalitas wisatawan =  $0,062 + (0,383 \times$

0,130) = 0,1117. Oleh karena nilai  $P_3 < P_1 \times P_2$  maka kepuasan konsumen berfungsi sebagai variabel intervening.

#### e. Koefisien Determinasi

Analisis determinasi ini digunakan untuk mengetahui persentase besarnya variasi perubahan dari variabel bebas terhadap perubahan variabel terikat, dirumuskan dengan:  $R^2 \times 100\%$ .

**Tabel 4.29. Koefisien Determinasi Terhadap Loyalitas Wisatawan**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.821 <sup>a</sup>	.674	.666	1.606
a. Predictors: (Constant), Akseibilitas (X3), Amenitas (X1), Atraksi Wisata (X2)				

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 25.0 (2020)

Berdasarkan hasil tabel 4.37 dapat dilihat nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,666 atau 66,6% yang artinya variabel independen amenitas, atraksi wisata dan akseibilitas mampu menjelaskan variasi dari variabel dependen keputusan pembelian ulang konsumen sebesar 66,6% % sedangkan sisanya 33,4% dipengaruhi oleh varibael lain yang tidak diteliti atau tidak masuk ke dalam model penelitian ini.

## 4. Uji Hipotesis

### a. Amenitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan.

Dari hasil statistik didapat bahwa nilai  $t_{hitung}$  variabel amenitas sebesar 1,134 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,259 sedangkan nilai

$t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,657 atau dapat diartikan bahwa nilai  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  dan  $\text{sig} > 0,05$ . Berdasarkan hasil tersebut didapat kesimpulan bahwa **amenitas secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas wisatawan**. Temuan penelitian ini disebabkan karena dari 130 orang responden mayoritas responden menjawab tidak setuju (1 – 3). Diketahui bahwa pernyataan X11 dan X14 memiliki jawaban responden sangat setuju paling banyak diantara yang lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas kebersihan dan kesehatan di sebuah objek wisata sangat penting untuk selalu dijaga kebersihannya, terlebih setiap hari ada wisatawan yang berkunjung.

**b. Atraksi wisata secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan.**

Dari hasil statistik didapat bahwa nilai  $t_{\text{hitung}}$  variabel atraksi wisata sebesar 7,144 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 sedangkan nilai  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,657 atau dapat diartikan bahwa nilai  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  dan  $\text{sig} < 0,05$ . Berdasarkan hasil tersebut didapat kesimpulan bahwa **atraksi wisata secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan**. Temuan ini disebabkan oleh responden mayoritas menjawab sangat setuju pada kuesioner variabel atraksi wisata, hal ini juga menunjukkan bahwa atraksi wisata di Tangkahan merupakan daya tarik utama.

**c. Aksesibilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan.**

Dari hasil statistik didapat bahwa nilai  $t_{hitung}$  variabel akseibilitas sebesar 1,422 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,158 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,567 atau dapat diartikan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $sig < 0,05$ . Berdasarkan hasil tersebut didapat kesimpulan bahwa **akseibilitas secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas wisatawan**. Temuan ini disebabkan oleh mayoritas responden menjawab tidak setuju pada variabel aksesibilitas pada pernyataan X31, X33, X34, X35 dan X37 tentang kondisi jalan menuju lokasi wisata, mayoritas responden tidak setuju dan kurang nyaman dengan kondisi jalan menuju Tangkahan.

**d. Amenitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.**

Dari hasil statistik didapat bahwa nilai  $t_{hitung}$  variabel amenities sebesar 0,330 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,742 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,567 atau dapat diartikan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $sig < 0,05$ . Berdasarkan hasil tersebut didapat kesimpulan bahwa **amenitas secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan wisatawan**.

**e. Atraksi wisata secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.**

Dari hasil statistik didapat bahwa nilai  $t_{hitung}$  variabel atraksi wisata sebesar 4,297 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,657 atau dapat diartikan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $sig <$

0,05. Berdasarkan hasil tersebut didapat kesimpulan bahwa **atraksi wisata secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.**

**f. Aksesibilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.**

Dari hasil statistik didapat bahwa nilai  $t_{hitung}$  variabel aksesibilitas sebesar 4,250 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,567 atau dapat diartikan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $sig < 0,05$ . Berdasarkan hasil tersebut didapat kesimpulan bahwa **aksesibilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan.** Temuan penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya dan mendukung teor-teori yang penulis masukkan pada landasan teori.

**g. Kepuasan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan.**

Dari hasil statistik didapat bahwa nilai  $t_{hitung}$  variabel aksesibilitas sebesar 1,679 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,096 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,567 atau dapat diartikan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $sig > 0,05$ . Berdasarkan hasil tersebut didapat kesimpulan bahwa **aksesibilitas secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas wisatawan.** Tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 disebabkan pada pernyataan X31, X35 dan X36 responden memberikan respon tidak setuju dan setuju hampir sama banyaknya. Hasil penelitian ini merupakan temuan baru yang berarti bahwa aksesibilitas menuju

kawasan wisata tangkahan kurang mendukung kunjungan wisatawan untuk datang ke lokasi tangkahan.

**h. Amenitas berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan dengan kepuasan sebagai variabel intervening.**

Hasil menunjukkan bahwa amenities baik secara langsung maupun melalui kepuasan tidak berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan. Besarnya pengaruh langsung sebesar 0,076 sedangkan besar pengaruh tidak langsung harus menghitung dengan mengalikan dengan koefisien tidak langsungnya, yaitu  $0,026 \times 0,130 = 0,00338$  atau total pengaruh amenities ke loyalitas wisatawan =  $0,076 + (0,026 \times 0,130) = 0,07938$ . Oleh karena nilai  $P3 > P1 \times P2$  maka **kepuasan wisatawan tidak berfungsi sebagai variabel intervening.**

**i. Atraksi wisata berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan dengan kepuasan sebagai variabel intervening.**

Hasil menunjukkan bahwa atraksi wisata baik secara langsung maupun melalui kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan. Besarnya pengaruh langsung sebesar 0,627 sedangkan besar pengaruh tidak langsung harus menghitung dengan mengalikan dengan koefisien tidak langsungnya, yaitu  $0,40 \times 0,130 = 0,052$  atau total pengaruh amenities ke loyalitas wisatawan =  $0,627 + (0,40 \times 0,130) = 0,679$ . Oleh karena nilai  $P3 < P1 \times P2$  maka **kepuasan wisatawan berfungsi sebagai variabel intervening.**

**j. Aksesibilitas berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan dengan kepuasan sebagai variabel intervening.**

Hasil menunjukkan bahwa amenities baik secara langsung maupun melalui kepuasan tidak berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan. Besarnya pengaruh langsung sebesar 0,062 sedangkan besar pengaruh tidak langsung harus menghitung dengan mengalikan dengan koefisien tidak langsungnya, yaitu  $0,383 \times 0,130 = 0,0497$  atau total pengaruh amenities ke loyalitas wisatawan =  $0,062 + (0,383 \times 0,130) = 0,1117$ . Oleh karena nilai  $P3 < P1 \times P2$  maka **kepuasan konsumen berfungsi sebagai variabel intervening.**

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan data hasil penyebaran kuesioner dan pengolahan data yang telah penulis lakukan, maka kesimpulan dari hasil penelitian ini yaitu:

1. Amenitas secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas wisatawan
2. Atraksi wisata secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan
3. Aksebilitas secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas wisatawan
4. Amenitas secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan wisatawan
5. Atraksi wisata secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan
6. Aksebilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasa wisatawan
7. Amenitas tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas wisatawan dan tidak juga secara tidak langsung melalui kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening.
8. Atraksi wisata berpengaruh langsung terhadap loyalitas wisatawan dan juga secara tidak langsung melalui kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening.



9. Akseibilitas tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas wisatawan dan secara tidak langsung berpengaruh melalui kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening.

## **B. Saran**

Adapun saran yang ingin penulis sampaikan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagi pihak pengembang dan pengelola serta warga sekitar lokasi wisata Tangkahan agar melengkapi sarana dan prasarana penunjang pariwisata Tangkahan agar wisatawan berkenan datang kembali dan meninggalkan kesan yang baik setelah sepulang dari Tangkahan.
2. Bagi pihak pengelola agar membuat jadwal terencana untuk atraksi wisata yang akan dipertunjukkan agar wisatawan dapat menyaksikannya tepat waktu.
3. Bagi pemerintah setempat agar memperbaiki jalan akses menuju lokasi wisata Tangkahan agar wisatawan dapat memepersingkat waktu tempuh menuju tangkahan sehingga lebih lama menikmati wisatanya di lokasi wisata.
4. Bagi penulis berikutnya untuk lebih mengembangkan variabel agar terjadinya variasi yang nantinya akan menjadi masukan bagi pihak pengelola maupun pihak terkait untuk secara terus menerus memperbaiki kekurangan pada lokasi wisata Tangkahan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulhaji, S. (2016). Pengaruh Atraksi Aksesibilitas dan Fasilitas terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar di Kota Ternate. *Jurnal penelitian Humano*.
- Adiman, S. (2018). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Modal Intelektual Pada Laporan Tahunan Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Publik*, 7(2), 23-34.
- Ahmad. (2014). Pengaruh Daya Tarik Masjid dan Daya Tarik bedug Terhadap Minat Berkunjung di Objek Wisata Religi Masjid Agung . hal 1-35.
- Ardian, N. (2019). Pengaruh Insentif Berbasis Kinerja, Motivasi Kerja, Dan Kemampuan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Unpub. *Jepa*, 4(2), 119-132.
- Aspan, H. (2013). Manajemen Sumber Daya Manusia: Cara Jitu Memilih Perusahaan, Isbn 9786028892088, Pustaka Bangsa Press, Jakarta.
- Aspan, H. (2017). *Aspek Hukum Dalam Bisnis: Tinjauan Atas Masalah Perlindungan Hukum Pemegang Saham Minoritas Dan Masalah Penggabungan Perusahaan (Merger)*. Isbn 9786022692362, Halaman Moeka, Jakarta.
- Aspan, H., E.S. Wahyuni, S. Effendy, S. Bahri, M.F. Rambe, Dan F.B. Saksono. (2019). "The Moderating Effect Of Personality On Organizational Citizenship Behavior: The Case Of University Lecturers". *International Journal Of Recent Technology And Engineering (Ijrte)*, Volume 8 No. 2s, Pp. 412-416.
- Cahyani, K. A. (2014). Potensi Obyek Wisata Goa Gong pantai Anyar. *Jurnal pariwisata*, hal 34.
- Cooper. (2010). *Tourism Principle and Praciple* . new york: prentice Hall.
- Hanif, A. (2016). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan serta dampaknya terhadap loyalitas Wisatawan. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan, Cetakan Kedua*. Yogyakarta: CAPS Center For Academic publishing service.
- Hidayat, R. (2018). Kemampuan Panel Auto Regressiv Distributed Lag Dalam Memprediksi Fluktuasi Saham Property And Real Estate Indonesia. *Jepa*, 3(2), 133-149.
- Indrawan, M. I., & Se, M. (2015). Pengaruh Promosi Jabatan Dan Mutasi Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Pt. Bank Mandiri (Persero) Cabang Ahmad Yani Medan. *Jurnal Ilmiah Integritas*, 1(3).

- Indrawan, M. I. (2019). Pengaruh Etika Kerja, Pengalaman Kerja Dan Budaya Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Kecamatan Binjai Selatan. *Jurnal Abdi Ilmu*, 10(2), 1851-1857.
- Kade, I. B. (2018). Pengaruh pengembangan Komponen Destinasi Wisata terhadap Kepuasan pengunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Karyono, A. H. (1997). *Kepariwisataan*. Jakarta: PT Grasindo.
- kotler, k. l. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Manullang, p. (2014). *Metodologi Penelitian proses penelitian praktis*. Medan : Citapustaka Media.
- Malikhah, I. (2019). Pengaruh Mutu Pelayanan, Pemahaman Sistem Operasional Prosedur Dan Sarana Pendukung Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Pembangunan Panca Budi. *Jumant*, 11(1), 67-80.
- Nasution, A. P. (2018). Implementasi Anggaran Berbasis Kinerja Dalam Meningkatkan Kinerja Pemerintah Daerah Dilingkungan Kecamatan Datuk Bandar Tanjung Balai. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Publik*, 8(2), 15-25.
- Nasution, A. P. (2019). Implementasi E–Budgeting Sebagai Upaya Peningkatan Tranparansi Dan Akuntabilitas Pemerintah Daerah Kota Binjai. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Publik*, 9(2), 1-13.
- Novalina, A. (2018). Kemampuan Bi 7-Day Repo Rate (Bi7dr) Dalam Menjaga Stabilitas Ekonomi Indonesia (Pendekatan Transmisi Moneter Jangka Panjang). *Jurnal Abdi Ilmu*, 10(2), 1874-1885.
- Pakpahan, M. M. (2016). *Manajemen Pemasaran Dalam Kompetensi Global*. Medan: Cipta Rancana Media.
- Pitana. (2011). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Rusiadi, e. a. (2014). *Metode Penelitian Manajemen, Akutansi dan Ekonomi Pembangunan, Konsep, Kasus dan Aplikai SPSS,Eviews, Amos dan Lisrel Cerakan Pertama*. Medan: USU Press.
- Rusiadi, R. (2018). Pedoman Sentra Jurnal Online. *Jepa*, 3(1), 1-10.
- Sangadji, e. m., & sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis, Disertai Himpunan jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Sari, D. R. (2016). Pengaruh amenitas Aksesibilitas dan Aksesibilitas terhadap kepuasan wisatawan di Taman Margasatwa Semarang. *jurnal Administrasi Bisnis*.
- Setiawan, N. (2018). Peranan Persaingan Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan (Resistensi Terhadap Transformasi Organisasional). *Jumant*, 6(1), 57-63.
- Soekadijo. (2010). *Pariwisata*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pusata Utama. Soekadijo. (2016). *Anatomi Pariwisata* . Jakarta: Gramedia Pustaka.

- Spillane, J. (2010). *Pariwisata Indonesia Syarat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*. Yogyakarta.
- Sugiono. (2015). *Metode penelitian Bisnis* . Yogyakarta: UST pres.
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.
- Suwena, W. (2010). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata* . Denpasar: University Press.
- Waruwu, A. A. (2018). Pengaruh Kepemimpinan, Stres Kerja Dan Konflik Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Serta Dampaknya Kepada Kinerja Pegawai Sekretariat Dprd Provinsi Sumatera Utara. *Jumant*, 10(2), 1-14.
- Yoeti, O. A. (2010). *Pariwisata Budaya Masalah dan Solusinya* . Jakarta: Prodirya Paramita.