



**PENGARUH DAYA TARIK DAN FASILITAS WISATA
TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DANAU
SIOMBAK DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

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

Oleh:

JULI MALINDA
NPM 1515310139

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
M E D A N
2020**



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

PENGESAHAN SKRIPSI

N A M A : JULI MALINDA
NPM : 1515310139
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : S 1 (STRATA SATU)
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH DAYA TARIK DAN FASILITAS
WISATA TERHADAP KEPUASAN
WISATAWAN DANAU SIOMBAK DI KOTA
MEDAN

MEDAN, SEPTEMBER 2020

KETUA PROGRAM STUDI

a/h

(NURAFRINA SIREGAR, S.E., M.Si)

DEKAN



(Dr. SURYA NITA, S.H., M.Hum)

PEMBIMBING I

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

PEMBIMBING II

(HUSNI MUHARRAM RITONGA, B.A., M.Sc)



**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

N A M A : JULI MALINDA
NPM : 1515310139
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : S 1 (STRATA SATU)
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH DAYA TARIK DAN FASILITAS
WISATA TERHADAP KEPUASAN
WISATAWAN DANAU SIOMBAK DI KOTA
MEDAN

MEDAN, SEPTEMBER 2020

KETUA



(NURAFRINA SIREGAR, S.E., M.Si)

ANGGOTA II

(HUSNI MUHARRAM RITONGA, B.A., M.Sc)

ANGGOTA I

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

ANGGOTA III

ANGGOTA IV

(MEGASARI GUSANDRA SARAGIH, S.E., M.S.M)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Juli Malinda
NPM : 1515310139
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1 (Strata Satu)
Judul Skripsi : PENGARUH DAYA TARIK DAN FASILITAS WISATA
TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DANAU SIOMBAK DI
KOTA MEDAN

Dengan ini menyatakan bahwa :

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

Pernyataan ini saya buat 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, 03 Agustus 2020



Juli Malinda

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Juli Malinda
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 16 Oktober 1996
NPM : 1515310139
Fakultas : Sosial Sains
Program Studi : Manajemen
Alamat : Dusun II Gang Abang M Diski

Dengan ini mengajukan permohonan untuk mengikuti ujian sarjana lengkap pada Fakultas Sosial Sain Universitas Pembangunan Panca Budi.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka saya tidak akan lagi ujian perbaikan nilai dimasa yang akan datang.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, 03 Agustus 2020

Yang Membuat pernyataan



Juli Malinda



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*

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap	: JULI MALINDA
Tempat/Tgl. Lahir	: DISKI / 14 Oktober 1996
Nomor Pokok Mahasiswa	: 1515310139
Program Studi	: Manajemen
Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran
Jumlah Kredit yang telah dicapai	: 125 SKS, IPK 3.59
Nomor Hp	: 085265966572
Permohonan ini mengajukan judul sesuai bidang ilmu sebagai berikut	:

Judul

Pengaruh daya tarik dan fasilitas wisata terhadap kepuasan wisatawan ke Graha Maria Annai Velangkani Di Kota Medan

Diisi Oleh Dosen Jika Ada Perubahan Judul

Yang Tidak Perlu




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

Medan, 08 Agustus 2019

Pemohon,

(Juli Malinda)

Tanggal :

Disahkan oleh :

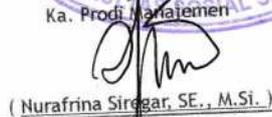
Dekan


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

Tanggal :

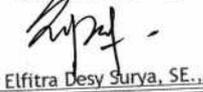
Disetujui oleh :

Ka. Prodi Manajemen


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

Tanggal :

Disetujui oleh :
Dosen Pembimbing I :


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

Tanggal : 8/8/2019

Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing II :


(Husni Muharran Ritonga, BA.,MSc)

No. Dokumen: FM-UPBM-18-02

Revisi: 0

Tgl. Eff: 22 Oktober 2018

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

Dicetak pada: Kamis, 08 Agustus 2019 11:37:43



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

JL. Jend. Gatot Subroto KM 4,5 PO. BOX 1099 Telp. 061-30106057 Fax. (061) 4514808
MEDAN - INDONESIA

Website : www.pancabudi.ac.id - Email : admin@pancabudi.ac.id

LEMBAR BUKTI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : JULI MALINDA
NPM : 1515310139
Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata Satu
Dosen Pembimbing : Husni Muharram Ritonga, BA.,MSc
Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik dan Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan ke Graha Maria Annai Velangkani di Kota Medan

Tanggal	Pembahasan Materi	Paraf	Keterangan
07 Juli 2020	Acc sidang		

Medan, 22 Juli 2020
Dosen Pembimbing,


Husni Muharram Ritonga, BA.,MSc



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

JL. Jend. Gatot Subroto KM 4,5 PO. BOX 1099 Telp. 061-30106057 Fax. (061) 4514808
MEDAN - INDONESIA

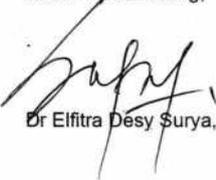
Website : www.pancabudi.ac.id - Email : admin@pancabudi.ac.id

LEMBAR BUKTI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : JULI MALINDA
NPM : 1515310139
Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata Satu
Dosen Pembimbing : Dr Elfitra Desy Surya, SE.,MM.,
Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik dan Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan ke Graha Maria Annai
Velangkani di Kota Medan

Tanggal	Pembahasan Materi	Paraf	Keterangan
15 Juli 2020	Acc sidang meja hijau		

Medan, 22 Juli 2020
Dosen Pembimbing,


Dr Elfitra Desy Surya, SE.,MM.,



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
FAKULTAS SOSIAL SAINS

Jln. Jend. Gatot Subroto Km.4,5 Telp.(061) 30106060 PO.BOX.1099 Medan.

Email : admin_fe@unpab.pancabudi.org

<http://www.pancabudi.ac.id>

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

UNIV / PTS : Universitas Pembangunan Panca Budi
Fakultas : Sosial Sains
Dosen Pembimbing I : Dr. Elfitra Desy Surya, S.E., M.M
Nama Mahasiswa : Juli Malinda
Jurusan / Program Studi : Pemasaran / Manaj
No. Stambuk / NPM : 1515310139
Jenjang Pendidikan : Strata I
Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik dan Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan Danau Siombak di Kota Medan

Tanggal	Pembahasan Materi	Paraf	Keterangan
12-06-2009	- Populasi dan sampel		
29-06-2009	- Data wisatawan		
15-07-2009	- Aee Sidang		

Medan,
Diketahui / Disetujui Oleh :
Dekan



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

Dosen Pembimbing I

Dr. Elfitra Desy Surya, S.E., M.M



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
FAKULTAS SOSIAL SAINS

Jln. Jend. Gatot Subroto Km.4,5 Telp.(061) 30106060 PO.BOX.1099 Medan.
Email : admin_fe@unpab.pancabudi.org <http://www.pancabudi.ac.id>

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

UNIV / PTS : Universitas Pembangunan Panca Budi
Fakultas : Sosial Sains
Dosen Pembimbing II : Husni Muharram Ritonga, B.A., M.Sc
Nama Mahasiswa : Juli Malinda
Jurusan / Program Studi : Pemasaran / Manajemen
No. Stambuk / NPM : 1515310139
Jenjang Pendidikan : Strata I
Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik dan Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan Danau Siombak di Kota Medan

Tanggal	Pembahasan Materi	Paraf	Keterangan
07/20 /07	- Penulisan paragraf		Perbaikan
09/20 /07	- Daftar pustaka		---
07/20 /07	- Bahasa asing		---
07/20 /07	- Tambahan teori pendukung		---
22/20 /07	- Ace sdang		Ace sdang

Medan,
Diketahui / Disetujui Oleh :
Dekan



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

Dosen Pembimbing II

Husni Muharram Ritonga, B.A., M.Sc



PLAGIAT CHEKER U... 09.38

kepada saya ▾



Kepada Sdra/i JULI MALINDA

Bersamaan dengan ini kami beritahukan bahwasanya hasil plagiat cheker Skripsi / Tesis saudara telah **LULUS** dari plagiat checker. Selanjutnya silahkan lapor admin prodi untuk Persyaratan Pembukaan Form Daftar Sidang Di Portal Mahasiswa lalu **kirim kembali ke email plagiat checker Kartu Kemajuan Mahasisa (KKM) / Salinan Nilai dan Bukti Acc Sidang Dari Doping 1 dan 2 (di scan dalam bentuk pdf).**

Terima Kasih.

Azz Sidiq
22/7.2020
HMR



Ace Meju Hisan
Khow
nu
Dr. Efitra Peris Surya, SEMM

**PENGARUH DAYA TARIK DAN FASILITAS WISATA
TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DANAU
SIOMBAK DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

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

Oleh:

JULI MALINDA

NPM 1515310139

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
M E D A N
2020**



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA
PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
Jl. Jend. Gatot Subroto KM. 4,5 Medan Sunggal, Kota Medan Kode Pos 20122

SURAT BEBAS PUSTAKA
NOMOR: 2380/PERP/BP/2020

Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi menerangkan bahwa berdasarkan data pengguna perpustakaan saudara/i:

: JULI MALINDA

: 1515310139

semester : Akhir

: SOSIAL SAINS

di : Manajemen

terhitung sejak tanggal 08 Juli 2020, dinyatakan tidak memiliki tanggungan dan atau pinjaman buku sekaligus sebatas sebagai anggota Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Medan, 08 Juli 2020
Diketahui oleh,
Kepala Perpustakaan,



Sugiarjo, S.Sos., S.Pd.I

: Permohonan Meja Hijau

Medan, 28 Juli 2020
 Kepada Yth : Bapak/Ibu Dekan
 Fakultas SOSIAL SAINS
 UNPAB Medan
 Di -
 Tempat

Yang hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : JULI MALINDA
 Tempat/Tgl. Lahir : DISKI / 16 Oktober 1996
 Nama Orang Tua : TM.NASIB AB.MA
 P. M : 1515310139
 Fakultas : SOSIAL SAINS
 Program Studi : Manajemen
 NIM/HP : 081218565075
 Alamat : diskil km 15,5 gg.abadi

Yang bermohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat diterima mengikuti Ujian Meja Hijau dengan judul **Pengaruh Daya Tarik dan Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan ke Graha Maria Annai Velangkani di Kota Medan**, Selanjutnya saya menyatakan :

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

1. [102] Ujian Meja Hijau	: Rp.	
2. [170] Administrasi Wisuda	: Rp.	
3. [202] Bebas Pustaka	: Rp.	
4. [221] Bebas LAB	: Rp.	
Total Biaya	: Rp.	0

Periode Wisuda Ke : **65**

Ukuran Toga : **S**

Ditandatangani/Diikuti oleh :



Surya Nita, S.H., M.Hum.
 Dekan Fakultas SOSIAL SAINS

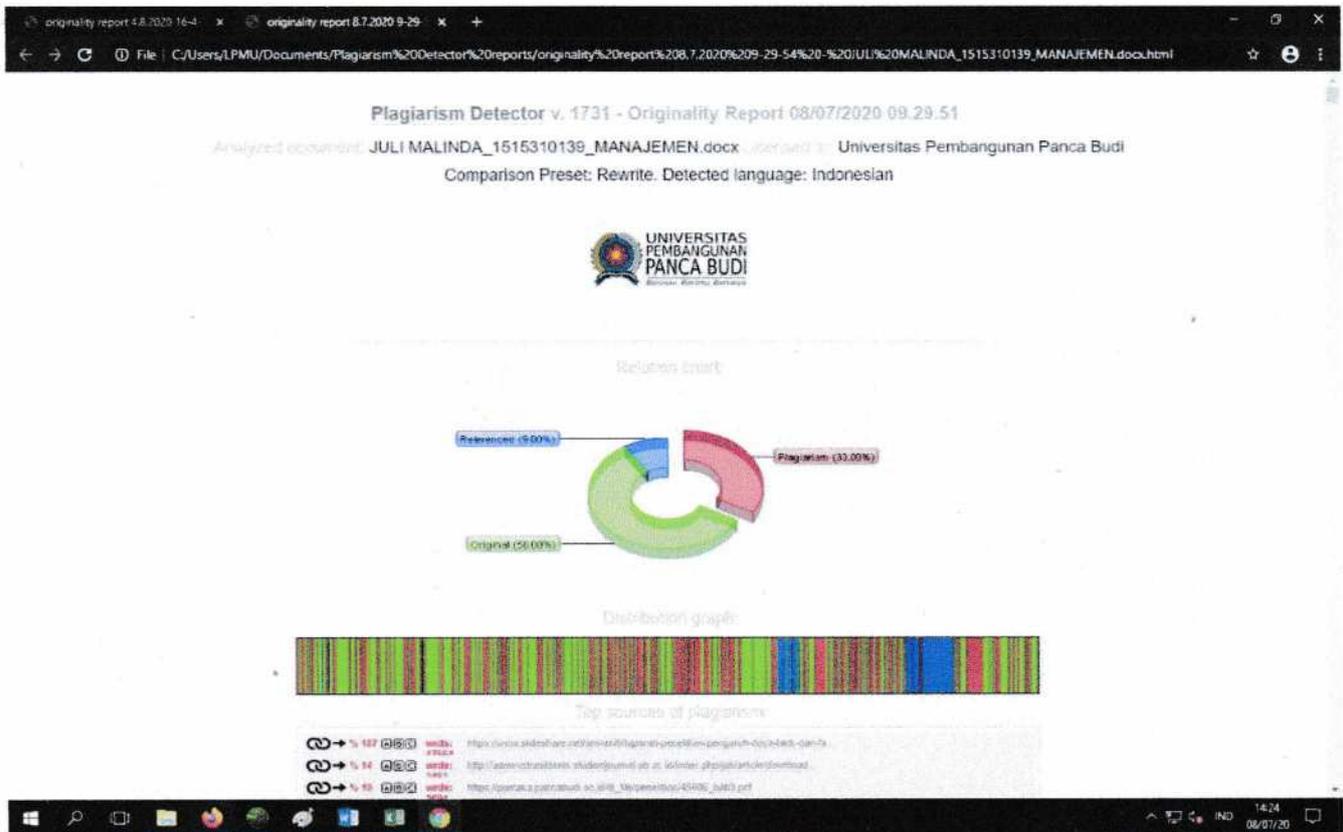
Hormat saya



JULI MALINDA
 1515310139

Daftar :

1. Surat permohonan ini sah dan berlaku bila ;
 - a. Telah dicap Bukti Pelunasan dari UPT Perpustakaan UNPAB Medan.
 - b. Melampirkan Bukti Pembayaran Uang Kuliah aktif semester berjalan
2. Dibuat Rangkap 3 (tiga), untuk - Fakultas - untuk BPAA (asli) - Mhs.ybs.



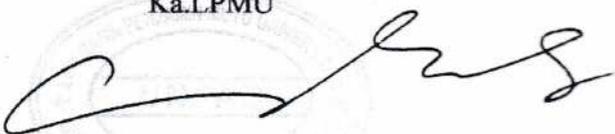
SURAT KETERANGAN PLAGIAT CHECKER

Dengan ini saya Ka.LPMU UNPAB menerangkan bahwa saurat ini adalah bukti pengesahan dari LPMU sebagai pengesah proses plagiat checker Tugas Akhir/ Skripsi/Tesis selama masa pandemi *Covid-19* sesuai dengan edaran rektor Nomor : 7594/13/R/2020 Tentang Pemberitahuan Perpanjangan PBM Online.

Demikian disampaikan.

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

Ka.LPMU



Cahyo Pramono, SE.,MM

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di kawasan wisata danau Siombak di Kota Medan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari Daya Tarik Wisata (X_1), dan Fasilitas Wisata (X_2) terhadap Kepuasan Wisatawan (Y) di danau Siombak. Populasi pada penelitian ini merupakan pengunjung danau Siombak yang memiliki frekuensi 800 wisatawan per minggu. Sampel yang diambil sebanyak 89 responden dimana jumlah sampel ditentukan dengan rumus Zikmund. Penelitian dilakukan pada bulan April hingga September 2020. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang diolah dengan aplikasi SPSS versi 24.0 dengan model regresi linear berganda. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diambil langsung dari responden melalui kuesioner. Hasil uji t dan uji F pada penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata dan fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan danau Siombak di Kota Medan baik secara parsial (uji t) maupun secara simultan (uji F). Variabel fasilitas wisata menjadi variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan wisatawan. Daya tarik wisata dan fasilitas wisata memberikan kontribusi sebesar 67,0% dalam terbentuknya kepuasan wisatawan. Daya tarik wisata dan fasilitas wisata memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap kepuasan wisatawan.

Kata Kunci : Daya Tarik Wisata, Fasilitas Wisata, Kepuasan Wisatawan.

ABSTRACT

This research was conducted in the tourism area of Siombak lake in the city of Medan. This research was conducted to determine how the influence of Tourism Attraction (X_1), and Tourism Facilities (X_2) on Tourist Satisfaction (Y) in Siombak lake. The population in this research was the visitors of Lake Siombak which had a frequency of 800 tourists per week. Samples taken as many as 89 respondents where the number of samples was determined by the Zikmund formula. The research was conducted in April to September 2020. This research used quantitative data that was processed with SPSS application version 24.0 with multiple linear regression models. Source of data used was primary data taken directly from respondents through questionnaires. The results of the t -test and F test in the research showed that tourism attraction and tourism facilities had a positive and significant effect on the satisfaction of Lake Siombak tourists in Medan both partially (t -test) and simultaneously (F -test). Tourism facility variable was the most dominant variable affecting tourist satisfaction. Tourism attractions and tourism facilities contributed 67.0% in the formation of tourist satisfaction. Tourism attractions and tourism facilities had a very strong relationship to tourist satisfaction.

Keywords: Tourism Attraction, Tourism Facilities, Tourist Satisfaction.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN SURAT PERNYATAAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan dan Perumusan Masalah	10
1. Batasan Masalah	10
2. Perumusan Masalah	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
1. Tujuan Penelitian	11
2. Manfaat Penelitian	11
E. Keaslian Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori	15
1. Pemasaran	15
a. Pengertian Pemasaran	15
b. Manajemen Pemasaran	17
c. Perkembangan Konsep Pemasaran	18
2. Pemasaran Pariwisata	20
a. Pengertian Pemasaran Pariwisata.....	20
b. Jenis-Jenis Pariwisata.....	22
3. Kepuasan.....	27
a. Pengertian Kepuasan.....	27
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan	29
c. Model Kepuasan	32
d. Strategi dan Pengukuran Kepuasan.....	33
e. Indikator Kepuasan	37
4. Daya Tarik Wisata	37
a. Pengertian Daya Tarik Wisata	37
b. Indikator Daya Tarik Wisata.....	41

5. Fasilitas Wisata	42
a. Pengertian Fasilitas Wisata	42
b. Indikator Fasilitas Wisata.....	43
B. Penelitian Sebelumnya	44
C. Kerangka Konseptual	47
D. Hipotesis Penelitian	50

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian.....	51
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	51
1. Lokasi Penelitian.....	51
2. Waktu Penelitian.....	51
C. Populasi dan Sampel.....	52
1. Populasi.....	52
2. Sampel	53
D. Jenis dan Sumber Data	54
E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	55
1. Variabel Penelitian.....	55
a. Variabel Terikat (Y).....	55
b. Variabel Bebas (X).....	56
2. Definisi Operasional	57
F. Skala Pengukuran Variabel	59
G. Teknik Pengumpulan Data	60
H. Teknik Analisa Data	61
1. Uji Kualitas Data	61
a. Uji Validitas Data (Keabsahan)	61
b. Uji Reliabilitas (Kehandalan).....	62
2. Uji Asumsi Klasik.....	63
a. Uji Normalitas.....	63
b. Uji Multikolinearitas	65
c. Uji Heteroskedastisitas.....	66
3. Uji Kesesuaian (<i>Test Goodness of Fit</i>)	67
a. Regresi Linear Berganda.....	67
b. Uji Hipotesis	68
1) Uji Parsial (Uji t)	68
2) Uji Simultan (Uji F)	69
4. Koefisien Determinasi (R^2).....	70

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	72
1. Gambaran Umum Danau Siombak	72
2. Frekuensi Karakteristik Identitas Responden.....	73
3. Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Penelitian	76
a. Daya Tarik Wisata (X_1).....	77
b. Fasilitas Wisata (X_2).....	79
c. Kepuasan Wisatawan (Y).....	80
4. Uji Kualitas Data.....	82

a. Uji Validitas	82
b. Uji Reliabilitas.....	84
5. Uji Asumsi Klasik	86
a. Uji Normalitas Data.....	86
1) Analisis Grafik.....	87
2) Analisis Statistik	87
b. Uji Multikolinearitas	90
c. Uji Heteroskedastisitas	91
6. Uji Regresi Linear Berganda.....	92
7. Uji Hipotesis.....	94
a. Uji Simultan (Uji F)	94
b. Uji Parsial (Uji t)	96
8. Uji Determinasi	99
B. Pembahasan Hasil Penelitian	100
1. Hipotesis H ₁	100
2. Hipotesis H ₂	101
3. Hipotesis H ₃	103

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	105
B. Saran	105

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Daftar Penelitian Terdahulu	44
Tabel 3.1. Tabel Kegiatan Penelitian	52
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel	57
Tabel 3.3. Instrumen Skala Likert	60
Tabel 3.4. Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	71
Tabel 4.1. Frekuensi Karakteristik Identitas Responden.....	74
Tabel 4.2. Alternatif Jawaban yang Disediakan.....	77
Tabel 4.3. Kategori Penilaian Rata-Rata Jawaban Responden	77
Tabel 4.4. Frekuensi Jawaban untuk Variabel Daya Tarik Wisata (X_1)	79
Tabel 4.5. Frekuensi Jawaban untuk Variabel Fasilitas Wisata (X_2)	84
Tabel 4.6. Frekuensi Jawaban untuk Variabel Kepuasan Wisatawan (Y)	81
Tabel 4.7. Hasil Validitas pada Variabel Daya Tarik Wisata (X_1).....	83
Tabel 4.8. Hasil Validitas pada Variabel Fasilitas Wisata (X_2)	83
Tabel 4.9. Hasil Validitas pada Variabel Kepuasan Wisatawan (Y).....	84
Tabel 4.10. Hasil Reliabilitas pada Variabel Daya Tarik Wisata (X_1).....	85
Tabel 4.11. Hasil Reliabilitas pada Variabel Fasilitas Wisata (X_2).....	85
Tabel 4.12. Hasil Reliabilitas pada Variabel Kepuasan Wisatawan (Y).....	86
Tabel 4.13. Normalitas Data dengan Uji Kolmogorov-Smirnov	89
Tabel 4.14. Hasil Uji Multikolinearitas.....	90
Tabel 4.15. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	93
Tabel 4.16. Hasil Uji F (Simultan)	95
Tabel 4.17. Hasil Uji t (Parsial).....	97
Tabel 4.18. Hasil Uji Determinasi.....	99
Tabel 4.19. Tipe Hubungan pada Uji Determinasi.....	100

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Data Pengunjung Danau Siombak tahun 2019-2020	6
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian.....	50
Gambar 4.1. Histogram Uji Normalitas.....	87
Gambar 4.2. Histogram P-P Plot Uji Normalitas	88
Gambar 4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	91

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Segala puji bagi Allah SWT, tuhan semesta alam segala nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Adapun skripsi ini berjudul: “Pengaruh Daya Tarik dan Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan Danau Siombak di Kota Medan”. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Muhammad Isa Indrawan, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi Medan
2. Ibu Dr. Surya Nita, S.H., M.Hum, selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
3. Ibu Nurafrina Siregar, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan
4. Ibu Dr. Elfitra Desy Surya, S.E., M.M selaku pembimbing I yang dengan sabar membimbing dan mengoreksi penelitian penulis serta memberikan berbagai saran agar penelitian yang dihasilkan menjadi semakin lebih baik.
5. Bapak Husni Muharram Ritonga, B.A., M.Sc selaku pembimbing II yang memberikan banyak masukan dan arahan terhadap penulisan skripsi ini sehingga penulis dapat lebih mudah menulis skripsi ini.
6. Para Dosen dan Staff Pengajar Prodi Manajemen Fakultas Sosial Sains Universitas Panca Budi Medan atas segala ilmu yang telah diberikan kepada penulis.
7. Ayahanda serta Ibunda tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan dengan penuh ketulusan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik
8. Serta rekan-rekan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Panca Budi Medan yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, seperti kata pepatah “tiada gading yang tak retak”. Orang hebat bukan yang berhasil menyusun skripsi dengan sempurna, tetapi orang hebat adalah orang-orang yang dengan lapang dada menerima berbagai kritikan, masukan, dan saran untuk selalu menjadi lebih baik hari-demi hari. Oleh karena itu, berbagai masukan, kritikan, dan saran sangat penulis harapkan untuk perbaikan dari penelitian dan penulisan skripsi ini. Semoga kiranya penulis dapat menghasilkan berbagai penelitian yang lebih baik dari ini suatu hari nanti.

Medan, September 2020
Penulis

Juli Malinda
NPM : 1515310139

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang dapat diandalkan dalam pembangunan nasional. Saat ini pariwisata berkembang menjadi suatu industri yang berpengaruh terhadap kehidupan manusia. Perkembangan pariwisata terjadi karena adanya gerakan manusia, seperti mencari sesuatu yang belum diketahuinya, mencari perubahan suasana, atau bahkan untuk mendapatkan perjalanan baru. Perkembangan pariwisata memiliki potensi besar untuk mendukung perekonomian negara sehingga pariwisata telah menjadi salah satu industri andalan utama dalam menghasilkan devisa negara.

Kegiatan wisata merupakan kegiatan yang dilakukan oleh wisatawan untuk mengunjungi tempat tertentu dengan tujuan bersenang-senang, mencari kepuasan, atau bahkan menghindari rasa jenuh akibat rutinitas yang sama setiap harinya. Sebagaimana yang telah diungkapkan oleh Yoeti (2014:5) bahwa pariwisata merupakan suatu kegiatan perjalanan 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 memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Kepuasan wisatawan saat mengunjungi suatu objek wisata sangatlah penting dalam pariwisata tidak hanya mempertahankan loyalitas wisatawan, namun juga menjaga nama baik tempat wisata. Hal ini dikarenakan jika wisatawan tidak puas dan menyebarkan ketidakpuasan yang didapatkan akan berdampak kepada calon

wisatawan lain yang tidak akan menjadi tempat wisata tersebut menjadi prioritas tujuan wisata yang akan dilakukan. Selain itu, karyawan yang tidak puas kemungkinan besar tidak akan kembali lagi berkunjung sehingga loyalitas tidak terbentuk dimana biaya untuk mempertahankan loyalitas seharusnya akan jauh lebih murah daripada biaya untuk menarik wisatawan baru.

Pitana & Diarta (2016:89) menjelaskan bahwa kepuasan wisatawan adalah persepsi yang dirasakan wisatawan dalam melaksanakan wisatanya dan setelah melakukan wisatanya. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan dalam berkunjung ke daerah wisata. Teori yang dikemukakan oleh Heath and Wall (2012:221) menjelaskan bahwa faktor-faktor yang menjadi penentu kepuasan wisatawan dalam mengunjungi daerah wisata meliputi: Daya Tarik Wisata, Aksesibilities, dan Fasilitas Wisata. Sedangkan teori yang dikemukakan oleh Pitana & Diarta (2016:93) menjelaskan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan, yaitu: daya tarik wisata, fasilitas wisata, kegiatan wisata, dan kualitas pelayanan.

Daya tarik wisata menjadi salah satu faktor yang sangat penting dalam menghasilkan kepuasan wisatawan. Warpani (2017:188) menjelaskan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memicu seseorang dan/atau sekelompok orang mengunjungi suatu tempat karena sesuatu itu memiliki makna tertentu. Seorang wisatawan mengunjungi tempat wisata karena adanya daya tarik yang membawa wisatawan untuk data. Daya tarik ini dapat berupa keindahan, keunikan, nilai sejarah, nilai budaya, keasrian, dan lain sebagainya. Jika daya tarik yang dipersepsikan oleh wisatawan ini sesuai dengan apa yang wisatawan dapatkan selama berkunjung maka wisatawan akan merasa puas sehingga daya tarik wisata

ini mempengaruhi kepuasan wisatawan. Hal ini didukung dengan teori yang dikemukakan oleh Heath and Wall (2012:221) yang menjelaskan bahwa salah satu faktor yang menjadi penentu kepuasan wisatawan dalam mengunjungi daerah wisata adalah daya tarik wisata. Teori ini juga diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hermawan (2017) dan Marpaung (2019) dimana hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan dalam berkunjung ke daerah wisata

Fasilitas wisata juga menjadi faktor yang sangat penting untuk memberikan kepuasan wisatawan saat berkunjung ke tempat wisata. Yoeti (2013:56) mengungkapkan bahwa fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal atau berkunjung sementara waktu di daerah tujuan wisata yang dikunjunginya, dimana mereka dapat santai, menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut. Fasilitas merupakan salah satu faktor wisatawan dalam mengunjungi suatu daya tarik wisata.

Wisatawan akan datang dan berkunjung kembali apabila tersedianya fasilitas-fasilitas yang dapat memenuhi segala kebutuhannya selama menikmati daya tarik wisata tersebut. Dengan adanya fasilitas-fasilitas tersebut juga diharapkan dapat membuat wisatawan merasa lebih nyaman dan tinggal lebih lama serta memberikan kesan yang baik terhadap daya tarik wisata yang dikunjunginya. Untuk mendukung hal tersebut maka dalam menyediakan fasilitas juga perlu adanya pelayanan yang dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada wisatawan. Fasilitas-fasilitas yang memenuhi segala kebutuhan wisatawan selama menikmati daya tarik

wisata tersebut memberikan kepuasan kepada wisatawan dikarenakan wisatawan tidak mengalami kesulitan untuk memenuhi berbagai kebutuhan wisatawan untuk menikmati wisata. Hal ini juga didukung dengan teori yang dikemukakan oleh Heath and Wall (2012:221) yang menjelaskan bahwa salah faktor yang menjadi penentu kepuasan wisatawan dalam mengunjungi daerah wisata adalah adanya fasilitas wisata yang lengkap dan baik. Teori ini juga didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mardiyani dan Murwatiningsih (2015) dan Sari, Sukiswo, dan Tulus Rohana (2015) dimana hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa fasilitas wisata memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan dalam berkunjung ke daerah wisata.

Kota Medan merupakan pintu gerbang wilayah Indonesia bagian barat karena keberadaan pelabuhan Belawan dan bandar udara Internasional Kuala Namu yang merupakan bandara terbesar kedua di Indonesia. Akses dari pusat kota menuju pelabuhan dan bandara dilengkapi oleh jalan tol dan kereta api. Pada sektor pariwisata Kota Medan merupakan salah satu kota yang terbilang sangat berkembang karena memiliki objek-objek wisata yang beraneka ragam, dimulai dari wisata budaya, wisata alam, wisata sejarah, wisata religi, dan wisata kuliner.

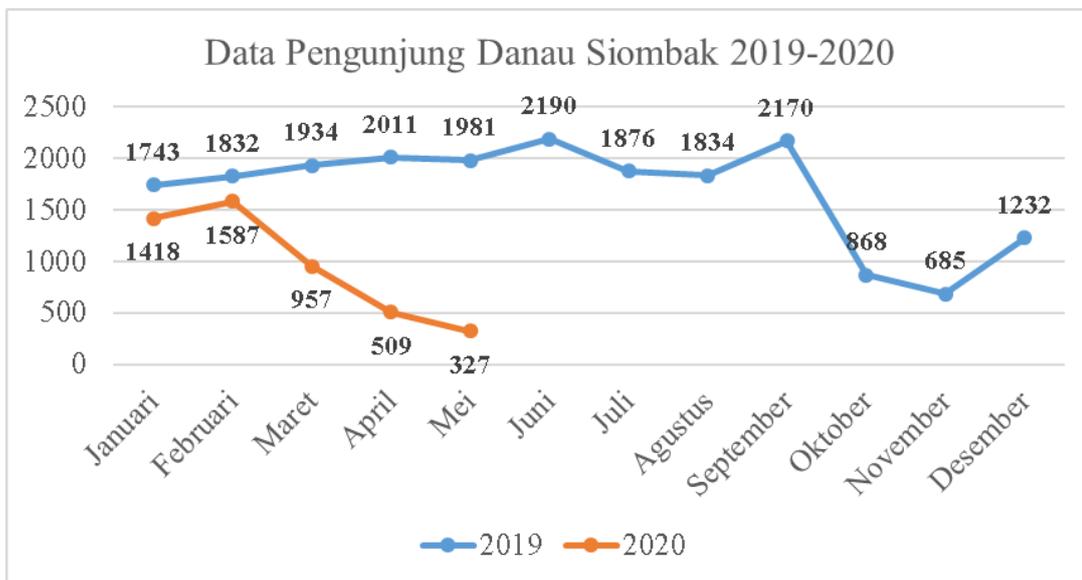
Danau Siombak menjadi satu tempat favorit warga Kota Medan untuk liburan di akhir pekan, biasanya pengunjung menghabiskan waktu di tempat ini dengan memancing ikan dan bersantai melihat pemandangan. Danau Siombak menawarkan keheningan yang tenang dan tidak bising karena tidak terlalu banyak pemukiman di sekitar. Danau buatan ini dibangun di atas lahan seluas sekitar 40 hektare, dengan kedalaman kurang lebih 12 meter. Pemandangannya sangat alami dan hijau. Pohon-pohon di pinggir danau menjadi daya tarik tersendiri memperindah danau dan

dimanfaatkan wisatawan untuk berteduh. Danau Siombak ramai dikunjungi waktu hari libur atau akhir minggu. Danau Siombak juga sering dikunjungi turis-turis dari negara India, Belanda, Inggris, Perancis serta lainnya. Alasannya turis sering berkunjung karena melakukan penelitian terhadap Situs Kota China. Karena tempat ini tak jauh dari Situs Kota China dan Museum Situs Kota China sehingga para peneliti sekalian berwisata.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang peneliti lakukan terhadap para pedagang di kawasan Danau Siombak diketahui bahwa Semenjak terjadinya fenomena ratusan babi mengapung di Danau Siombak, kepercayaan wisatawan menurun drastis sehingga banyak wisatawan yang kecewa terhadap para pengelola Danau Siombak yang tidak mampu menjaga kebersihan Danau Siombak dari orang-orang yang tidak bertanggungjawab membuang bangkai babi di Danau Siombak. Ditemukannya ratusan babi di Danau Siombak membuat banyak wisatawan yang tidak lagi ingin berkunjung ke kawasan Danau Siombak karena telah terlanjur merasa jijik akibat ratusan bangkai babi yang mengapung di Danau Siombak. Selain itu, ketakutan wisatawan akan tertular penyakit kolera yang menjadi penyebab ribuan babi mati di kota Medan sekitarnya membuat wisatawan takut menyentuh air Danau Siombak karena khawatir tertular.

Kepuasan wisatawan terhadap Danau Siombak menurun sangat drastis dimana berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan terhadap para pedagang diketahui bahwa biasanya, sebelum adanya fenomena ratusan babi mengapung di Danau Siombak, setiap harinya terdapat 300-an wisatawan yang datang berkunjung setiap hari ke Danau Siombak. Namun saat ini, jumlah wisatawan yang datang berkunjung hanya berkisar 70 sampai 100 pengunjung setiap harinya kecuali hari libur yang

dapat menyentuh angka 150. Namun jumlah ini sangat jauh dari jumlah wisatawan sebelum adanya bangkai babi. Menurunnya jumlah wisatawan sangat memukul perekonomian pedagang yang menggantungkan pendapatannya dari para wisatawan. Berdasarkan data jumlah pengunjung yang diketahui dari jumlah karcis yang habis terjual, terjadi penurunan yang cukup drastis dari jumlah pengunjung yang ada di Danau Siombak seperti yang ditunjukkan pada grafik berikut ini:



Gambar 1.1. Data Pengunjung Danau Siombak tahun 2019-2020
 Sumber: Pengelola Danau Siombak (2020)

Pada grafik di atas dapat dilihat bahwasanya di awal-awal tahun 2019 jumlah pengunjung Danau Siombak cukup tinggi dan terus meningkat dengan stabil. Data bulan Januari 2019 menunjukkan jumlah pengunjung sebanyak 1743 dan terus meningkat menjadi 2170 pengunjung pada bulan September 2019. Namun di bulan Oktober terjadi peristiwa kematian ribuan bagi di Kota Medan dimana terdapat ratusan bangkai babi yang dibuang di lokasi Danau Siombak sehingga ratusan bangkai babi mengambang di Danau Siombak. Hal ini merusak daya tarik wisata Danau Siombak dan meledakkan kekecewaan pengunjung kepada pengelola yang tidak mampu menjaga kebersihan danau dari tangan-tangan jahil yang membuang

bangkai babi di Danau Siombak. Peristiwa ini membuat jumlah pengunjung sangat turun drastis menjadi 868 pengunjung di bulan Oktober 2019 dan 685 di bulan November 2019. Di bulan Desember 2019, masalah bangkai babi mulai teratasi dan pemerintah melakukan gerak cepat sehingga frekuensi bangkai babi yang terbengkalai menurun dan Danau Siombak juga bersih dari bangkai babi. Hal ini membuat jumlah pengunjung mulai meningkat drastis menjadi 1232 pengunjung di akhir tahun 2019.

Pada tahun 2020, jumlah pengunjung terus meningkat hingga Februari 2020 menjadi 1587 pengunjung, dimana situasi dan jumlah pengunjung mulai normal seperti sebelum terjadinya peristiwa bangkai babi yang banyak mengambang di Danau Siombak. Tetapi, di saat masyarakat mulai melupakan peristiwa bangkai babi yang banyak mengapung di Danau Siombak dan jumlah pengunjung mulai meningkat. Pandemi virus Covid-19 mulai masuk ke kota Medan dan membuat pemerintah menerapkan *physical* dan *sosial distancing* dan menggalakkan aksi di rumah saja yang membuat jumlah wisatawan Danau Siombak turun drastis. Mayoritas masyarakat kota Medan menjadi tidak tertarik untuk beraktifitas untuk menghindari penyebaran virus, sedangkan pemerintah berupaya menghambat aktifitas masyarakat kota Medan dalam melakukan aktifitas wisata demi memutus mata rantai penyebaran virus Covid-19. Peristiwa pandemi Covid-19 membuat jumlah pengunjung Danau Siombak turun drastis ke titik terendah menjadi hanya 509 pengunjung di bulan April 2020. Di bulan Mei 2020, masyarakat mulai lelah dan bosan untuk terus beraktifitas di rumah dan akhirnya cukup banyak masyarakat kota Medan yang mengabaikan himbauan pemerintah dan beraktifitas di luar rumah

termasuk berwisata. Hal ini membuat jumlah pengunjung Danau Siombak di bulan Mei 2020 kembali meningkat menjadi 934 pengunjung.

Selama peristiwa bangkai babi yang merusak daya tarik wisata Danau Siombak, dan dalam upaya peningkatan kembali daya tarik wisata Danau Siombak, pengelola wisata mengajak berbagai pihak untuk ikut berpartisipasi dalam meningkatkan kembali jumlah wisatawan yang berkunjung ke Danau Siombak. Salah satunya adalah dengan mengajak pihak lain untuk membuat acara di Danau Siombak agar mendorong daya tarik wisata Danau Siombak. Salah satunya adalah acara konferensi pers pesta rakyat Makan Ikan Bakar Gratis sebanyak 1 ton dalam rangka milad Universitas Pembangunan Panca Budi (Unpab) ke 58 tahun di Taman Wisata Danau Siombak yang mampu menarik ratusan wisatawan untuk berkunjung. Namun hal tersebut tidak bertahan lama, beberapa hari setelah acara tersebut, kawasan Danau Siombak kembali sepi dari wisatawan. Berdasarkan observasi yang dilakukan, Danau Siombak sebenarnya memiliki daya tarik wisata yang sangat menarik dimana Danau Siombak terletak di antara dua buah sungai yakni, Sungai Terjun dan Sungai Deli inilah yang disebut muara. Fakta unik lain Danau Siombak adalah bahwa Danau Siombak merupakan danau buatan dari bekas galian untuk timbunan pada proyek Jalan Tol Belawan-Medan-Tanjung Morawa (BELMERA). Selain itu keasrian, kerindangan, kesejukan, dan keindahan sebuah danau di kota Metropolitan sudahlah sangat langka, namun Danau Siombak memiliki hal tersebut.

Danau Siombak juga memiliki banyak fasilitas wisata yang dahulu sangat terawat dan cukup lengkap sebelum adanya fenomena bangkai babi. Akses jalan yang mudah dilalui, lokasi parkir yang aman, banyaknya tempat yang menjual makanan dan minuman serta berbagai fasilitas tambahan siap melayani wisatawan

seperti pondok-pondok, kolam renang anak, komedi putar, dan permainan outbond. Selain itu wahana permainan air juga bisa wisatawan nikmati seperti perahu motor, perahu dayung, bumper boat, paddle boat, speed boat, dan sepeda air membuat fasilitas di Danau Siombak menjadi sangat lengkap dan sangat layak untuk dikunjungi. Namun, sepiunya pengunjung akibat fenomena babi mati yang mengapung di Danau Siombak membuat banyak pengelola wisatawan yang gulung tikar dan tidak lagi merawat berbagai fasilitas yang ada di Danau Siombak yang membuat banyak fasilitas wisata yang tidak terawat dan tidak lagi layak.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka penulis merasa tertarik untuk meneliti bagaimana sebenarnya pengaruh dari daya tarik wisata dan fasilitas wisata yang dimiliki oleh Danau Siombak terhadap kepuasan wisatawan yang datang berkunjung. Adapun penelitian ini berjudul: “*Pengaruh Daya Tarik dan Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan Danau Siombak di Kota Medan*”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dapat diambil beberapa identifikasi masalah yang ada, yaitu:

1. Wisatawan sangat kecewa terhadap pengelola Danau Siombak yang tidak dapat mencegah ratusan bangkai babi yang dibuang di Danau Siombak sehingga menurunkan kepuasan wisatawan.
2. Berbagai acara yang dibuat pengelola Danau Siombak untuk menarik kembali wisatawan berkunjung tidak terlalu berdampak dalam meningkatkan jumlah wisatawan berkunjung.
3. Banyaknya fasilitas wisata yang terbengkalai dan tidak terawat akibat sepiunya jumlah wisatawan yang datang berkunjung.

C. Batasan dan Perumusan Masalah

1. Batasan Masalah

- a. Penelitian ini hanya mencari bagaimana pengaruh dari daya tarik wisata dan fasilitas wisata terhadap kepuasan wisatawan di Danau Siombak.
- b. Penelitian ini bersifat asosiatif dengan menggunakan data kuantitatif.
- c. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda
- d. Data bersumber dari pada responden yang diberikan kuesioner oleh peneliti, dimana responden pada penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Danau Siombak di Kota Medan.
- e. Aplikasi SPSS digunakan sebagai alat bantu dalam melakukan pengolahan data.

2. Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah daya tarik wisata secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Danau Siombak di Kota Medan.
- b. Apakah fasilitas wisata secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Danau Siombak di Kota Medan.
- c. Apakah daya tarik wisata dan fasilitas wisata secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Danau Siombak di Kota Medan.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menguji dan menganalisis bagaimana pengaruh daya tarik wisata secara parsial terhadap kepuasan wisatawan Danau Siombak di Kota Medan.
- b. Untuk menguji dan menganalisis bagaimana pengaruh fasilitas wisata secara parsial terhadap kepuasan wisatawan Danau Siombak di Kota Medan.
- c. Untuk menguji dan menganalisis bagaimana pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas wisata secara simultan terhadap kepuasan wisatawan Danau Siombak di Kota Medan.

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai suatu acuan atau referensi bagi pengelola Danau Siombak dalam upaya untuk menentukan kebijakan agar jumlah wisatawan kembali meningkat. Hasil penelitian ini akan mendapatkan seberapa besar pengaruh dari daya tarik wisata dan fasilitas wisata terhadap kepuasan wisatawan.

b. Bagi Penulis

Dalam penelitian ini, penulis dapat menerapkan ilmu yang telah didapatkan selama perkuliahan, mampu mencari jawaban atas suatu permasalahan melalui penelitian yang dilakukan, mampu mengembangkan

pengetahuan penulis menjadi lebih mendalam, dan mampu memberikan sedikit kontribusi bagi pengetahuan di bidang manajemen pemasaran.

c. Bagi Universitas

Meningkatkan kualitas dan kuantitas dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan atau sedang dilakukan bagi para akademisi di Universitas Pembangunan Panca Budi, baik oleh mahasiswa ataupun dosen, dan diharapkan penelitian ini dapat merangsang para akademisi untuk terus melakukan penelitian untuk mengharumkan nama universitas, meningkatkan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan dari universitas, dan dapat dijadikan salah satu referensi penelitian yang dilakukan untuk penelitian selanjutnya yang mengkaji permasalahan yang sama.

E. Keaslian Penelitian

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang pernah dilakukan dan memiliki kemiripan dengan penelitian yang dilakukan saat ini. Salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Maya Ida Sari, Sukiswo, dan Tulus Rohana pada tahun 2015 pernah melakukan penelitian yang hampir serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis saat ini. Adapun beberapa hal yang membedakan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan ini adalah sebagai berikut:

1. Judul Penelitian

Penelitian terdahulu berjudul: “Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Konservasi Gajah Kabupaten Aceh Jaya.”. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis berjudul: “Pengaruh Daya Tarik dan Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan Danau Siombak di Kota Medan”.

2. Variabel Penelitian

Pada penelitian terdahulu menggunakan sebuah variabel bebas, yaitu Fasilitas (X) serta sebuah variabel terikat yaitu Kepuasan Wisatawan (Y). Pada penelitian yang dilakukan oleh penulis, digunakan dua buah variabel bebas, yaitu Daya Tarik Wisata (X_1), dan Fasilitas Wisata (X_2), serta sebuah variabel terikat yaitu Kepuasan Wisatawan (Y).

3. Waktu Penelitian

Waktu penelitian terdahulu dilakukan dari bulan November 2014 sampai Februari 2015. Sedangkan penelitian ini akan dilakukan pada bulan April 2020 sampai September 2020.

4. Tempat Penelitian

Tempat penelitian terdahulu dilakukan di Objek Wisata Konservasi Gajah Kabupaten Aceh Jaya. Sedangkan penelitian ini dilakukan di Danau Siombak di Kota Medan

5. Objek Penelitian, Populasi dan Sampel

Populasi yang menjadi objek penelitian terdahulu merupakan wisatawan yang berkunjung ke Objek Wisata Konservasi Gajah Kabupaten Aceh Jaya. Sampel penelitian terdahulu diambil sebanyak 100 sampel sebagai responden. Sedangkan populasi yang menjadi objek penelitian ini merupakan wisatawan yang berkunjung ke Danau Siombak Kota Medan yang diperkirakan dalam seminggu terdapat 80 wisatawan sehingga populasi penelitian ini 320 wisatawan (sebulan penelitian). Sampel pada penelitian ini diambil menggunakan rumus Slovin sehingga menghasilkan angka 89 responden yang

harus dijadikan sebagai sampel. Dimana responden dipilih secara acak yang dianggap dapat memberikan data yang dibutuhkan oleh peneliti.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Uraian Teoritis

1. Pemasaran

a. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu fungsi strategis dalam perusahaan menjalankan aktivitas bisnis, terutama saat persaingan dalam industri menunjukkan intensitas yang semakin tinggi. Pemasaran merupakan ujung tombak bagi eksistensi perusahaan dalam jangka panjang, bahkan banyak perusahaan yang gagal dan bangkrut karena gagal dalam melaksanakan kegiatan pemasarannya secara efektif.

Pemasaran efektif dapat mempertemukan antara perusahaan dan konsumennya, baik secara langsung maupun pasar perantara. Sehingga perusahaan mampu memenuhi dengan efektif pula apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Pemasaran yang efektif membutuhkan saluran komunikasi yang efektif pula, dimana membangun sarana yang efektif bukanlah merupakan tugas yang mudah.

Pemasaran merupakan aktivitas perusahaan untuk memperoleh, mengembangkan, dan mempertahankan konsumen, baik konsumen yang sudah ada maupun konsumen baru. Untuk itu, pemasaran yang berhasil identik dengan semakin meningkatnya loyalitas konsumen dan tumbuhnya jumlah konsumen baru yang mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap perusahaan. (Priansa, 2017:2).

Pemasaran berasal dari kata market (pasar). Secara sederhana, pasar dapat dipahami sebagai tempat dimana sekelompok penjual dan pembeli bertemu untuk melaksanakan kegiatan transaksi tukar-menukar barang. Pasar merupakan tempat dimana konsumen dengan kebutuhan dan keinginannya bersedia dan mampu untuk terlibat dalam pertukaran guna memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut. Pemasaran merupakan kegiatan dalam rangka penciptaan yang tidak hanya kegunaan tempat/place, utility, dan kegunaan waktu, tetapi juga penciptaan kegunaan kepemilikan. Utility merupakan kapasitas sesuatu barang atau jasa untuk dapat memenuhi kebutuhan manusia. (Priansa, 2017:2)

Memasarkan barang tidak berarti hanya menawarkan barang atau menjual tetapi lebih luas dari itu. Para ahli dari disiplin ilmu dan praktik pemasaran serta para ahli dari berbagai disiplin ilmu dan praktisi lainnya yang relevan dengan pemasaran mencoba memahami pemasaran dari berbagai macam perspektif. Kondisi tersebut telah menghasilkan pemahaman yang bervariasi mengenai pemasaran. Pemahaman-pemahaman tersebut diramu dalam berbagai definisi dan batasan, yang pada akhirnya menghasilkan khazanah ilmu pemasaran yang menakjubkan.

Stanton dalam (Priansa, 2017:3) menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang memuaskan keinginan dan jasa baik kepada konsumen saat ini maupun konsumen potensial.

Kotler dan Armstrong (2012:56) menyatakan bahwa pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu

dan kelompok mendapatkan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Tjiptono dalam (Priansa, 2017:3) menyatakan bahwa dalam peranan strategisnya pemasaran mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungannya dalam rangka mencari pemecahan atas masalah penentuan dua pertimbangan pokok yakni bisnis apa yang akan dimasuki di masa mendatang dan kedua bagaimana bisnis yang dipilih tersebut dapat dijalankan dengan sukses dalam lingkungan persaingan atas dasar perspektif distribusi, produk, harga, dan promosi (bauran pemasaran).

Lamb, dan McDaniel dalam (Priansa, 2017:3) menyatakan bahwa pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan konsep pemberian harga, promosi, dan pendistribusian produk, pelayanan, dan ide yang ditunjukkan untuk menciptakan kepuasan di antara perusahaan dan para konsumennya.

Webster dalam (Priansa, 2017:3) menyatakan bahwa pemasaran merupakan fungsi dari manajemen yang bertanggung jawab untuk meyakinkan bahwa setiap aspek dari organisasi berfokus pada hubungan konsumen dengan menyampaikan nilai yang superior, dan menyadari bahwa perusahaan berada pada tujuannya untuk berhubungan dengan aset perusahaan yang paling penting.

b. Manajemen Pemasaran

Philip Kotler & Armstrong menyatakan bahwa manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, penerapan dan pengawasan terhadap program yang telah dirancang untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan

pertukaran dan hubungan yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi. (Kotler & Amstrong, 2012:129)”

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa fungsi manajemen pemasaran mencakup proses yang melibatkan penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Kegiatan tersebut bertujuan menimbulkan pertukaran yang diinginkan, baik yang menyangkut kebutuhan psikologi, sosial dan kebudayaan yang dapat disesuaikan dengan sikap dan perilaku konsumen.

Bagi perusahaan untuk mendapatkan kelangsungan hidupnya untuk berkembang dan memperoleh keuntungan pemasaran menjadi salah satu kegiatan yang terpenting. Perusahaan yang menitik beratkan usahanya untuk mencapai sukses dalam jangka panjang, falsafah tersebut disebut konsep pemasaran.

Definisi konsep pemasaran menurut Philip Kotler adalah sebuah upaya pemasaran terkoordinasi yang berfokus pada pasar dan berorientasi pada pelanggan dengan tujuan memberikan kepuasan pada pelanggan sebagai kunci untuk mencapai tujuan organisasi. (Kotler dan Amstrong, 2012:145).

c. Perkembangan Konsep Pemasaran

Adapun tahap-tahap perkembangan konsep pemasaran sebagai berikut: (Swastha, 2012:78)

1) Konsep Produksi

Konsep ini mengemukakan bahwa pelanggan akan memahami produk-produk yang tersedia secara luas dan harganya murah, maka

manajemen harus berkonsentrasi pada peningkatan efisiensi produksi dan distribusi.

2) Konsep Produk

Konsep ini berpendapat bahwa para konsumen akan menyukai produk-produk berkualitas, penampilan, ciri-ciri terbaik, maka organisasi harus mencurahkan upaya terus menerus dalam perbaikan produk atau jasa.

3) Konsep Penjualan

Konsep ini berpendapat bahwa konsumen jika dibiarkan sendiri, biasanya tidak akan membeli produk-produk dari organisasi perusahaan tersebut, maka perusahaan harus melakukan kegiatan penjualan yang agresif dan usaha promosi yang gencar.

4) Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran ini berpendapat bahwa kunci untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan penyerahan produk yang memuaskan secara lebih efektif dan efisien dibanding pesaing.

5) Konsep Pemasaran Sosial

Konsep ini berpegang pada anggapan bahwa tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan minat dari pasar sasaran serta memberi kepuasan dengan cara yang lebih efisien dan efektif daripada pesaing, sehingga dapat menjamin atau mendorong kesejahteraan dan masyarakat.

2. Pemasaran Pariwisata

a. Pengertian Pemasaran Pariwisata

Menurut Ginting (2015:78) pemasaran pariwisata adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana wisatawan dan penyedia jasa wisata mendapatkan kebutuhan dan keinginannya melalui pertukaran. Penyedia jasa menciptakan, menawarkan jasa wisata dan bertukar jasa wisata yang berkualitas dengan uang wisatawan dan wisatawan dapat menikmati jasa wisata yang berkualitas yang ditawarkan sehingga kedua belah pihak memperoleh kepuasan.

Muljadi (2015:76) mengatakan bahwa pemasaran pariwisata merupakan hal yang sangat kompleks sekali karena produk dari industri pariwisata mempunyai ciri-ciri khas dibandingkan dengan produk berupa barang. Selain itu, produk pariwisata sering saling berkaitan. Lebih lanjut Muljadi (2015:77) menjelaskan bahwa pemasaran pariwisata adalah upaya mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan wisatawan, serta menawarkan produk wisata yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan wisatawan dengan maksud agar usaha pariwisata dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada wisatawan. Ada tiga aspek penting dari produk pariwisata yang perlu mendapat perhatian dari para pengelola atau pemasar dalam bidang kepariwisataan yaitu:

1) *Attraction*

Segala sesuatu baik berupa daya tarik wisata alam dan budaya yang menarik bagi wisatawan untuk datang ke suatu tempat daerah tujuan wisata. Hal ini antara lain meliputi daya tarik keindahan alam, pantai,

atraksi wisata budaya, kebiasaan dan cara hidup masyarakat, keunikan alam dan budaya, atraksi-atraksi seni, pertemuan ilmiah, dagang, dan sebagainya.

2) *Accessibility*

Kemudahan untuk mencapai daerah tujuan wisata yang dimaksud melalui berbagai media transportasi, udara, laut, atau darat. Aksesibilitas sangat mempengaruhi keputusan para calon wisatawan untuk datang ke suatu daerah tujuan wisata.

3) *Aminities*

Berbagai fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi para wisata di suatu daerah tujuan wisata. Hal tersebut antara lain akomodasi yang nyaman, restoran, bar, layanan informasi, pramuwisata, sikap masyarakat setempat, keamanan, dan lain-lain.

4) *Ancillary Service* (Jasa Pendukung Pariwisata)

Pelayanan tambahan diluar dari fasilitas yang memberikan tambahan kenyamanan dan kepuasan bagi wisatawan seperti keamanan, peta atau buku petunjuk wisatawan, brosur pemasaran, dan lain-lain.

Menurut Yoeti (2015:165) pada dasarnya pemasaran pariwisata adalah usaha yang dilakukan suatu organisasi pariwisata nasional atau organisasi pariwisata daerah untuk menarik wisatawan lebih banyak datang, lebih lama tinggal dan lebih banyak membelanjakan dolar atau rupiahnya pada daerah tujuan wisata yang dikunjungi. Usaha pemasaran itu harus berkelanjutan dengan kondisi yang terjadi saat ini dengan memperhatikan waktu yang akan datang.

Wahab (2013:87) mengatakan yang dimaksud dengan pemasaran pariwisata adalah suatu proses manajemen yang dilakukan oleh organisasi pariwisata nasional atau perusahaan-perusahaan termasuk dalam kelompok industri pariwisata. Tujuannya untuk melakukan identifikasi terhadap wisatawan yang sudah punya keinginan untuk melakukan perjalanan wisata dan wisatawan yang punya potensi akan melakukan perjalanan wisata dengan jalan melakukan komunikasi dengan mereka, mempengaruhi keinginan, kebutuhan, memotivasinya, terhadap apa yang disukai dan yang tidak disukainya, pada tingkat daerah-daerah lokal, regional, nasional ataupun internasional dengan menyediakan objek dan atraksi wisata agar wisatawan memperoleh kepuasan optimal.

b. Jenis-Jenis Pariwisata

Adapun jenis-jenis pariwisata yang dapat dipasarkan kepada para wisatawan antara lain (Pendit, 2016:168):

1) Wisata Budaya

Ini dimaksudkan agar perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan adat dan istiadat mereka, cara hidup mereka, budaya dan seni mereka. Seringkali perjalanan serupa ini disatukan dengan kesempatan-kesempatan mengambil bagian dalam kegiatan-kegiatan budaya, seperti eksposisi seni (seni tari, seni drama, seni musik dan seni suara) atau kegiatan yang bermotif kesejarahan dan sebagainya.

2) Wisata Kesehatan

Hal ini dimaksudkan perjalanan seorang wisatawan dengan tujuan tersebut untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari dimana ia tinggal demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani dengan mengunjungi tempat peristirahatan seperti mata air panas mengandung mineral yang dapat menyembuhkan, tempat yang mempunyai iklim udara menyehatkan atau tempat-tempat yang menyediakan fasilitas-fasilitas kesehatan lainnya.

3) Wisata Olahraga

Ini dimaksudkan wisatawan-wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan berolahraga atau menang sengaja bermaksud mengambil bagian aktif dalam pesta olahraga di suatu tempat atau negara.

4) Wisata Komersial

Dalam jenis ini termasuk perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersil seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya. Pada mulanya banyak orang berpendapat bahwa hal ini tidaklah digolongkan ke dalam dunia kepariwisataan dengan alasan bahwa perjalanan yang bersifat komersial hanya dilakukan oleh orang-orang khusus yang mempunyai tujuan-tujuan tertentu untuk urusan bisnis. Tetapi kenyataannya dewasa ini pameran-pameran banyak sekali dikunjungi oleh kebanyakan orang dengan tujuan ingin melihat sarana dan akomodasi dengan reduksi khusus yang menarik.

5) Wisata Industri

Yang erat dengan wisata komersial adalah wisata industri. Perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa, atau orang-orang awam ke suatu kompleks atau daerah perindustrian dimana terdapat pabrik-pabrik atau bengkel-bengkel besar dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian.

6) Wisata Politik

Jenis ini meliputi perjalanan yang dilakukan untuk mengunjungi atau mengambil sebagian secara aktif dalam peristiwa kegiatan politik seperti peringatan ulang tahun suatu negara. Di samping itu juga peristiwa-peristiwa penting seperti konferensi, musyawarah, kongres atau konvensi politik yang selalu disertai dengan darmawisata termasuk dalam jenis ini.

7) Wisata Konvensi

Berbagai negara dewasa ini membangun wisata konvensi dengan menyediakan fasilitas bangunan beserta ruangan-ruangan tempat bersidang bagi para peserta suatu konferensi, musyawarah, konvensi ataupun pertemuan lainnya yang bersifat nasional maupun internasional.

8) Wisata Sosial

Yang dimaksudkan dengan jenis wisata ini adalah pengorganisasian suatu perjalanan murah serta mudah untuk memberikan kesempatan kepada golongan masyarakat ekonomi lemah untuk mengadakan perjalanan misalnya bagi kaum buruh, pemuda, pelajar atau mahasiswa, petani dan sebagainya. Organisasi ini berusaha membantu mereka yang mempunyai kemampuan untuk membantu mereka yang mempunyai

kemampuan terbatas dari segi finansialnya untuk mempergunakan kesempatan libur atau cuti mereka dengan mengadakan perjalanan yang dapat menambah pengalaman serta pengetahuan dan sekaligus juga dapat memperbaiki kesehatan jasmaniah dan mental mereka.

9) Wisata Pertanian

Wisata ini adalah pengorganisasian perjalanan yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, ladang pembibitan dan sebagainya dimana wisatawan rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi maupun menikmati segarnya tanaman beraneka ragam.

10) Wisata Maritim atau Bahari

Jenis kegiatan ini dikaitkan dengan kegiatan olahraga air, lebih-lebih di danau, bendungan, pantai, teluk atau laut lepas seperti memancing, berlayar, menyelam, kompetisi berselancar, balapan mendayung, berkeliling melihat-lihat tanaman laut dengan pemandangan indah di bawah permukaan air serta rekreasi perairan.

11) Wisata Cagar Alam

Jenis wisata ini banyak diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usahanya dengan jalan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang.

12) Wisata Buru

Jenis ini banyak dilakukan di negeri-negeri yang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakkan

oleh berbagai agen atau biro perjalanan. Wisata buru ini diatur dalam bentuk safari buru ke daerah hutan yang telah ditetapkan pemerintah sehingga tidak bersifat merusak.

13) Wisata Pilgrim

Jenis wisata ini sedikit banyak dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat. Wisata pilgrim banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke tempat-tempat suci, ke makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan, ke bukit atau ke gunung yang dianggap keramat. Wisata pilgrim banyak dihubungkan dengan niat atau hasrat sang wisatawan untuk memperoleh restu, kekuatan batin, keteguhan iman, untuk memperoleh berkah dan kekayaan melimpah.

14) Wisata Bulan Madu

Merupakan suatu penyelenggaraan perjalanan bagi pasangan-pasangan merpati, pengantin baru yang sedang berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas khusus dan tersendiri dengan kenikmatan perjalanan dan kunjungan mereka.

15) Wisata Petualangan

Dikenal dengan istilah Adventure Tourism, seperti masuk hutan belantara yang tadinya belum pernah dijelajahi penuh binatang buas, memiliki tebing teramat terjal, terjun ke dalam sungai yang sangat curam, masuk goa yang penuh misteri dan sebagainya yang memiliki tantangan bagi wisatawan.

3. Kepuasan

a. Pengertian Kepuasan

Kunci untuk mempertahankan wisatawan adalah dengan memberikan kepuasan wisatawan (*customer satisfaction*) yang lebih tinggi dibanding dengan para pesaing. Wisatawan yang merasa puas akan bersedia balik kembali mengulangi pembeliannya dan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli (Hasibuan, 2016:23).

Landasan manajemen terpenting yang saat ini diabaikan adalah kedekatan dengan konsumen untuk memuaskan kebutuhannya dan mengantisipasi keinginannya. Konsumen telah menjadi orang yang paling merepotkan, dimana perilakunya yang tak terduga merusak rencana strategis yang telah disusun dengan cermat, yang aktivitasnya telah mengacaukan operasi komputer, dan yang sifat keras kepalanya mengharuskan produk yang sudah dibeli bekerja dengan baik.

Menurut Pitana & Diarta (2016:89) kepuasan adalah persepsi yang dirasakan seseorang terhadap suatu objek atau kegiatan, sehingga Pitana & Diarta (2016:89) menjelaskan kepuasan wisatawan adalah persepsi yang dirasakan wisatawan dalam melaksanakan wisatanya dan setelah melakukan wisatanya. Sedangkan Kotler (2015:177) mendefinisikan kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang.

Rangkuti (2014:56) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan kepuasan konsumen adalah perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Konsumen akan merasa puas bila keinginan konsumen telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk, maka konsumen menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi konsumen suatu produk tersebut dalam waktu lama akan sangat besar. Sedangkan Kotler & Keller (2012:121) mengatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang ditawarkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas, dan begitu juga sebaliknya.

Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen yang ditinjau dari sisi konsumen yaitu mengenai apa yang telah dirasakan konsumen atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan.

Menurut Irawan (2013:165) seorang konsumen yang puas adalah konsumen yang merasa mendapatkan *value* dari pemasok, produsen atau penyedia jasa. *Value* ini berasal dari produk, pelayanan, sistem atau suatu yang bersifat emosi. Konsumen yang puas adalah konsumen yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Bahkan konsumen yang puas akan berbagi pengalaman dengan konsumen lain, ini akan menjadi referensi bagi produsen atau penyedia jasa yang bersangkutan.

Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, sehingga untuk menghadapi persaingan dan perubahan perilaku konsumen

tersebut maka banyak perusahaan yang berpusat pada konsumen yang dapat memberikan nilai superior kepada mereka, dan memenangkan persaingan. Perusahaan akan terus berusaha dengan sekuat tenaga untuk mempertahankan konsumennya karena biaya yang dikeluarkan untuk menarik konsumen baru akan lebih tinggi dibandingkan biaya untuk mempertahankan konsumen yang ada. Oleh karena itu, mempertahankan konsumen selalu lebih penting dilakukan dibandingkan dengan menarik konsumen baru. Kunci untuk mempertahankan konsumen adalah dengan memberikan kepuasan konsumen yang tinggi. Konsumen yang merasa puas akan bersedia datang kembali mengulangi pembeliannya dan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan

Heath and Wall (2012:221) menjelaskan bahwa faktor-faktor yang menjadi penentu kepuasan wisatawan dalam mengunjungi daerah wisata meliputi 3 faktor, yakni:

1) Daya Tarik Wisata

Tersedianya daya tarik wisata yang mengesankan bagi wisatawan seperti daya tarik alam termasuk pantainya (*natural attractions*) maupun daya tarik buatan manusia (*man made attractions*) termasuk objek-objek atau daya tarik lainnya yang memiliki keunikan di daerah tujuan wisata yang bersangkutan.

2) Aksesibilities

Tersedianya transportasi dan akses jalan yang baik sehingga memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk mencapai tujuan wisata.

3) Fasilitas Wisata

Tersedianya berbagai sarana dan prasarana yang dibutuhkan wisatawan selama berlibur di daerah wisata seperti tersedianya akomodasi, restoran dan bar, penginapan, serta fasilitas penunjang wisata lainnya yang dibutuhkan untuk memudahkannya menikmati kunjungan di daerah tujuan wisata dimaksud.

Pitana & Diarta (2016:93) menjelaskan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan, yaitu:

1) Daya Tarik Wisata

Segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat tersebut seperti keindahan atau keunikan yang ada di objek wisata yang menjadi daya tarik bagi wisatawan, dimana jika keindahan atau keunikan ini sesuai dengan harapan wisatawan atau disukai oleh wisatawan, maka wisatawan akan merasa puas.

2) Fasilitas Wisata

Segala fasilitas yang ada di tempat wisata yang memberikan kemudahan bagi wisatawan dalam menikmati tempat wisata tersebut, seperti transportasi, akses jalan, toilet, tempat pembelanjaan, penginapan, dan hal-hal lain yang mendukung tempat wisata.

3) Kegiatan Wisata

acara-acara yang ditampilkan serta kegiatan yang bisa dilakukan/diikuti oleh wisatawan di lokasi objek wisata, seperti kesenian daerah, budaya daerah, permainan atau perlombaan, dan lain sebagainya.

4) Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang diberikan oleh para pengelola tempat wisata terhadap para wisatawan yang datang berkunjung termasuk sikap penduduk setempat terhadap para wisatawan.

5) Kualitas Tempat Wisata

Kualitas objek wisata secara keseluruhan yang meliputi harapan yang dipersepsikan oleh wisatawan terhadap kenyataan yang dirasakan oleh wisatawan yang terdiri dari keamanan, keramahan, kenyamanan, keindahan, kelengkapan, dan lain sebagainya.

6) Harga

Biaya yang harus dikeluarkan oleh wisatawan untuk datang berkunjung ke tempat wisata dan menikmati tempat wisata tersebut termasuk berbagai fasilitas dan wahana yang disediakan oleh pengelola wisata.

Lupiyadi (2016:57) juga menjelaskan bahwa dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan yaitu:

1) Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2) Kualitas Pelayanan

Terutama untuk industri jasa. Pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

3) Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum kepadanya bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

4) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

5) Biaya

Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

c. Model Kepuasan

Menurut Tjiptono (2015:291) terdapat 2 model kepuasan pelanggan yaitu:

1) Model Kognitif

Penilaian pelanggan berdasarkan pada perbedaan antara suatu kumpulan dari kombinasi atribut yang dipandang ideal untuk individu dan persepsinya tentang kombinasi dari atribut yang sebenarnya. Dengan kata lain penilaian berdasarkan perbedaan yang ideal dengan yang aktual. Apabila yang ideal sama dengan persepsinya maka pelanggan akan puas, sebaliknya apabila perbedaan antara yang ideal dan yang aktual semakin besar maka konsumen semakin tidak puas.

2) Model Afektif

Model Afektif mengatakan bahwa penilaian pelanggan individual terhadap suatu produk tidak semata-mata berdasarkan perhitungan regional saja tetapi juga berdasarkan pada tingkat aspirasi, perilaku belajar (learningbehavior), emosi perasaan spesifik (kepuasan, keenggan), suasana hati(mood) dan lain-lain.

Menurut Tjiptono (2015:292), kepuasan pelanggan ada tiga komponen utama yaitu :

- 1) Kepuasan pelanggan merupakan respon (emosional atau kognitif)
- 2) Respon tersebut menyangkut fokus tertentu (ekspektasi, produk, pengalaman konsumsi dan seterusnya)
- 3) Respon terjadi pada waktu tertentu (setelah konsumsi, setelah pemilihan produk/jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif, dan lain-lain).

d. Strategi dan Pengukuran Kepuasan

Pada persaingan saat ini sebagian besar perusahaan baik skala besar dan menengah berlomba-lomba untuk memberikan yang terbaik bagi pemenuhan kebutuhan konsumen yang terus meningkat dari waktu ke waktu, sehingga perusahaan dapat bertahan dan merebut pangsa pasar. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh manajemen perusahaan yaitu membuat strategi yang tujuan untuk menumbuhkan dan mempertahankan kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan. Dengan adanya strategi kepuasan konsumen yang tepat sasaran ini, maka diharapkan diperoleh kepuasan konsumen meskipun masih ada beberapa bagian kecil

yang terlewatkan yang menyangkut kepuasan konsumen yang perlu diperbaiki kedepannya.

Hal-hal yang mempengaruhi perubahan kepuasan konsumen yang sifatnya menurun dan merugikan bagi perusahaan haruslah diantisipasi seoptimal mungkin masa mendatang. Strategi kepuasan konsumen yang sebaiknya terus dilakukan secara berkesinambungan sehingga dapat memberikan manfaat dan keuntungan lebih dan sifatnya jangka panjang bagi kemajuan kegiatan usaha. Strategi kepuasan konsumen dapat diwujudkan dengan terus menerus melakukan perbaikan maupun peningkatan kepuasan konsumen. Sebesar perusahaan dapat menerapkan bisnis kombinasi antara strategi ofensif dan defensif. Pada umumnya, pada strategi ofensif ditujukan untuk meraih atau mendapatkan konsumen baru. Dengan menggunakan strategi ini perusahaan berharap dapat meningkatkan pangsa pasar seperti yang ditargetkan, penjualan dan jumlah konsumennya. Sementara itu, pada strategi defensif mencakup usaha untuk mengurangi kemungkinan konsumen yang berpindah atau beralih kepada pemasar lain.

Menurut Assauri (2014:327), ada lima strategi utama dalam *relationship marketing & management* (RM) yaitu:

- 1) Strategi pelayanan utama, yaitu merancang dan memasarkan jasa inti yang bisa mendasari bertumbuhnya relasi konsumen. Jasa ini lebih ditujukan pada kebutuhan pokok untuk pasar sasaran, dan bukan kebutuhan sampingan.

- 2) Hubungan dengan konsumen, yaitu mengadaptasi jasa atau layanan yang ditawarkan sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan spesifik konsumen secara individual.
- 3) Pelayanan tambahan, yakni menambahkan layanan-layanan ekstra pada jasa utama untuk mendiferensiasikan produk perusahaan dari penawaran para pesaing.
- 4) Hubungan dengan harga, yaitu menggunakan harga sebagai insentif untuk menjalin relasi jangka panjang.
- 5) Pemasaran dari dalam, yaitu menciptakan iklim organisasi yang bisa memastikan bahwa staf layanan yang tepat menyampaikan jasa secara tepat.

Menurut Tjiptono (2015:298) ada empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu:

- 1) Sistem Keluhan dan Saran

Industri yang berwawasan konsumen akan menyediakan formulir bagi konsumen untuk melaporkan kesukaan dan keluhannya. Selain itu dapat berupa kotak saran dan telepon pengaduan bagi konsumen. Alur informasi ini memberikan banyak gagasan baik dan industri dapat bergerak lebih cepat untuk menyelesaikan masalah.

- 2) Kepuasan Konsumen

Industri tidak dapat menggunakan tingkat keluhan sebagai ukuran kepuasan konsumen. Industri yang responsive mengukur kepuasan konsumen dengan mengadakan survei berkala, yaitu dengan mengirimkan daftar pertanyaan atau menelpon secara acak dari

konsumen untuk mengetahui perasaan mereka terhadap berbagai kinerja industri. Selain itu ditanyakan tentang kinerja industri saingannya.

3) *Ghost Shopping* (Konsumen Bayangan)

konsumen bayangan adalah menyuruh orang berpura-pura menjadi konsumen dan melaporkan titik-titik kuat maupun titik-titik lemah yang dialami waktu membeli produk dari industri sendiri maupun industri saingannya. Selain itu konsumen bayangan melaporkan apakah wiraniaga tersebut menanganinya dengan baik atau tidak.

4) Analisa Konsumen yang Beralih

Industri dapat menghubungi konsumen yang tidak membeli lagi atau berganti pemasok untuk mengetahui penyebabnya (apakah harganya tinggi, pelayanan kurang baik, produknya kurang dapat diandalkan dan seterusnya, sehingga dapat diketahui tingkat kehilangan konsumen).

Menurut Kotler (2015:49) Pentingnya kepuasan konsumen didasarkan pada empat fakta, yaitu:

- 1) Mendapatkan konsumen baru akan menghabiskan biaya 5 sampai 10 kali lebih banyak daripada biaya yang dikeluarkan untuk memuaskan dan mempertahankan konsumen yang sudah ada.
- 2) Rata-rata perusahaan kehilangan 10 sampai 30 persen dari konsumennya setiap tahunnya.
- 3) Pengurangan sebesar 5 persen dalam tingkat kesalahan yang dilakukan pada konsumen akan meningkatkan pendapatan sebesar 25 sampai 85 persen, tergantung pada industri di mana perusahaan itu berada.
- 4) Tingkat pendapatan dari konsumen cenderung meningkat bilamana konsumen itu tetap dipertahankan perusahaan.

e. Indikator Kepuasan

Pitana & Diarta (2016:95) menjelaskan indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel kepuasan wisatawan sebagai berikut:

1) Perasaan Senang

Perasaan yang dirasakan oleh konsumen selama berkunjung ke tempat wisata dimana konsumen mendapatkan kebahagiaan di tempat wisata yang dikunjungi.

2) Biaya

Besarnya biaya yang harus dikeluarkan oleh wisatawan untuk menikmati objek wisata yang dapat meliputi uang masuk, parkir, sewa tempat, dan lain sebagainya.

3) Harapan

Kesesuaian harapan yang dipersepsikan oleh wisatawan terhadap kenyataan yang diterima oleh wisatawan saat berkunjung di tempat wisata.

4) Lingkungan

Keadaan lingkungan di dalam maupun di sekitar objek wisata yang mendukung kualitas dari objek wisata. Hal ini meliputi keamanan lokasi wisata, kebersihan, keramah-tamahan warga sekitar, dan ketenangan suasana.

4. Daya Tarik Wisata

a. Pengertian Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata merupakan salah satu unsur yang harus dimiliki oleh suatu objek wisata agar dapat dikatakan layak untuk dikunjungi. Hal-hal

yang dimiliki oleh daya tarik wisata mencakup suatu unsur yang utama dalam menarik wisatawan untuk datang dan menikmati unsur tersebut.

Menurut Warpani (2017:188) daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memicu seseorang dan/atau sekelompok orang mengunjungi suatu tempat karena sesuatu itu memiliki makna tertentu, misalnya: lingkungan alam, peninggalan atau tempat sejarah, peristiwa tertentu. Sedangkan Suwartono (2014:54) mengatakan bahwa daya tarik wisata yang juga disebut objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata.

Gautama (2014:198) menjelaskan bahwa daya tarik wisata yang juga disebut objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Menurut Hamid (2016:231) menyatakan objek wisata sebagai segala sesuatu yang menarik dan telah dikunjungi wisatawan sedangkan daya tarik adalah segala sesuatu yang menarik namun belum tentu dikunjungi. Daya tarik tersebut masih memerlukan pengelolaan dan pengembangan sehingga menjadi objek wisata yang mampu menarik kunjungan.

Berdasarkan pengertian para ahli, dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang dapat mendorong wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah tujuan wisata untuk menikmati keunikan yang berada didalamnya.

Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2019 tentang Kepariwisata menyebutkan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai berupa keanekaragaman

kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sarana atau tujuan kunjungan wisatawan. Objek dan daya tarik wisata tersebut terdiri atas:

- 1) Objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa yang berwujud keadaan alam serta flora dan fauna.
- 2) Objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, wisata agro, wisata tirta, wisata buru, wisata petualangan alam, taman rekreasi, dan tempat hiburan.

Selanjutnya dijelaskan bahwa pembangunan objek dan daya tarik wisata dilakukan dengan cara mengusahakan, mengelola, dan membuat objek-objek baru sebagai objek dan daya tarik wisata.

Pendit (2016:98) mengungkapkan bahwa dalam dunia kepariwisataan istilah objek wisata mempunyai pengertian sebagai sesuatu yang dapat menjadi daya tarik bagi seseorang atau calon wisatawan untuk mau berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata. Daya tarik tersebut antara lain dapat berupa:

- 1) Sumber-sumber daya tarik yang bersifat alamiah seperti iklim, pemandangan alam, lingkungan hidup, fauna, flora, kawah, danau, sungai, karang dan ikan di bawah laut, gua-gua, tebing, lembah dan gunung.
- 2) Sumber-sumber buatan manusia berupa sisa-sisa peradaban masa lampau, monumen bersejarah, rumah peribadatan, museum, peralatan musik, tempat pemakaman dan lain-lain.

- 3) Sumber-sumber daya tarik yang bersifat manusiawi. Sumber manusiawi melekat pada penduduk dalam bentuk warisan budaya misalnya tarian, sandiwara, drama, upacara adat, upacara penguburan mayat, upacara keagamaan, upacara perkawinan dan lain-lain.

Menurut Soekadijo (2017:251) menyatakan bahwa wisatawan hanya akan berkunjung ke tempat tertentu kalau di tempat itu terdapat kondisi yang sesuai dengan motif wisatawan. Kondisi yang sesuai dengan motif wisatawan akan merupakan daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi tempat tersebut.

Menurut Warpani (2017:182) daya tarik tempat tujuan wisata merupakan motivasi utama bagi wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata. Menurutnya destinasi wisata dikelompokkan menjadi empat daya tarik, yaitu:

- 1) Daya tarik wisata alam (*natural attraction*) yang meliputi pemandangan alam daratan, pemandangan alam lautan, pantai, iklim.
- 2) Daya tarik wisata berupa arsitektur bangunan (*building attraction*) yang meliputi bangunan dan arsitektur bersejarah, bangunan dan arsitektur modern, arkeologi.
- 3) Daya tarik wisata yang dikelola khusus (*managed visitor attractions*), yang meliputi tempat peninggalan kawasan industri seperti yang ada di Inggris, Theme Park di Amerika, Darling Harbour di Australia.
- 4) Daya tarik wisata budaya (*cultural attraction*) yang meliputi teater, museum, tempat bersejarah, adat-istiadat, tempat-tempat religius,

peristiwa-peristiwa khusus seperti festival dan drama bersejarah (pageants), dan heritage seperti warisan peninggalan budaya.

Yoeti (2015:143) menyatakan bahwa suatu daerah untuk menjadi daerah tujuan wisata (DTW) yang baik harus mengembangkan 3 hal agar daerah tersebut menarik untuk dikunjungi yakni:

- 1) Adanya *something to see* yaitu adanya sesuatu yang menarik untuk dilihat yang dalam hal ini objek wisata yang berbeda dengan tempat-tempat lain (mempunyai keunikan tersendiri).
- 2) Adanya *something to buy* yaitu terdapat sesuatu yang menarik untuk dibeli. Dalam hal ini dijadikan cinderamata untuk dibawa pulang ke tempat masing-masing sehingga di daerah tersebut harus ada fasilitas untuk dapat berbelanja atau shopping yang menyediakan souvenir maupun kerajinan tangan lainnya.
- 3) Adanya *something to do* yaitu suatu aktivitas yang dapat dilakukan di tempat itu yang dapat membuat orang yang berkunjung merasa betah di tempat tersebut.

b. Indikator Daya Tarik Wisata

Warpani (2017:188) menjelaskan indikator yang dapat digunakan dalam mengukur daya tarik wisata adalah sebagai berikut

1) Atraksi Wisata

Daya tarik dari suatu objek pariwisata maupun hasil kesenian suatu daerah tertentu yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung seperti keindahan, keunikan, pertunjukan, masakan, dan lain sebagainya.

2) Aksesibilitas

Kelancaran atau kemudahan akses untuk mencapai tempat wisata, termasuk adanya sarana transportasi dan akses jalan yang baik.

3) *Amenities* (Fasilitas)

Berbagai fasilitas di luar akomodasi yang dapat dimanfaatkan wisatawan selama berwisata di suatu destinasi. Amenitas bisa berupa fasilitas pariwisata seperti rumah makan, restoran, toko cenderamata, dan fasilitas umum seperti sarana ibadah, kesehatan, taman, area merokok, area bermain, dan lain-lain.

4) *Ancillary Service* (Jasa Pendukung Pariwisata)

Pelayanan tambahan di luar dari fasilitas yang memberikan tambahan kenyamanan dan kepuasan bagi wisatawan seperti keamanan, peta atau buku petunjuk wisatawan, brosur pemasaran, dan lain-lain.

5. Fasilitas Wisata

a. Pengertian Fasilitas Wisata

Banyak wisatawan tertarik untuk mengunjungi daerah tempat wisata karena terdapat fasilitas yang cukup memadai, bahkan beberapa orang mungkin akan mencaritahu terlebih dahulu fasilitas yang diinginkan sebelum mengunjungi daerah tempat wisata yang akan dituju.

Yoeti (2015:56) mengungkapkan bahwa fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal atau berkunjung sementara waktu di daerah tujuan wisata yang dikunjunginya, dimana mereka dapat santai, menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut.

Menurut Tjiptono (2015:98) fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Menurut Sulastiyono (2016:76) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para pengunjung dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya. Dengan demikian kebutuhan-kebutuhan pengunjung dapat terpenuhi selama tinggal di tempat tujuannya. Segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung.

Bagi organisasi yang menyediakan jasa, kualitas fasilitas yang ditawarkan akan menjadi salah satu faktor penentu kepuasan pengguna jasa tersebut. Sebagai penyedia layanan jasa (*intangible*), sarana atau fasilitas, selain hanya dapat dirasakan juga dapat dilihat. Misalnya kelayakan perlengkapan *out bound*, kebersihan kamar tidur dan kamar mandi, dan sebagainya. Dengan demikian, organisasi (perusahaan) harus memperhatikan kelayakan dan kenyamanan fasilitas yang disediakan, karena konsumen harus dipuaskan. Jika konsumen tidak puas, maka mereka akan meninggalkan perusahaan tersebut dan menjadi konsumen pesaing. Hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba atau keuntungan.

b. Indikator Fasilitas Wisata

Menurut Yoeti (2015:58) indikator yang perlu diperhatikan dalam mengukur fasilitas diantaranya adalah:

1) Kelengkapan Fasilitas

Segala fasilitas yang disediakan telah mencukupi kebutuhan wisatawan saat berkunjung ke tempat wisata.

2) Kualitas dari Fasilitas

Fasilitas yang disediakan mampu bekerja dengan baik saat digunakan oleh wisatawan.

3) Kemudahan Menggunakan Fasilitas

Fasilitas yang disediakan mudah digunakan oleh wisatawan sehingga fasilitas dapat dimanfaatkan dengan maksimal oleh wisatawan

4) Kebersihan Fasilitas

Fasilitas yang disediakan wisatawan terjaga kebersihannya dan tertata dengan rapi sehingga tetap menjaga keindahan tempat wisata.

B. Penelitian Sebelumnya

Berikut adalah beberapa penelitian sebelumnya yang menjadi sumber rujukan dan sumber teori terutama dalam pengambilan hipotesis pada penelitian ini:

Tabel 2.1. Daftar Penelitian Terdahulu

No	Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Variabel Bebas	Variabel Terikat	Model Analisis	Hasil Penelitian
1	Hary Hermawan (2017)	Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Community Based Tourism di	Daya Tarik Wisata, Keselamatan, dan Sarana Wisata	Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan	Path Analysis	Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata merupakan faktor dominan yang memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas wisatawan melalui intervensi variabel kepuasan. Faktor lain yang diteliti, yaitu keselamatan dan fasilitas wisata tidak terbukti mempengaruhi loyalitas

No	Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Variabel Bebas	Variabel Terikat	Model Analisis	Hasil Penelitian
		Gunung Api Purba (Nglanggeran)				wisatawan. Penelitian ini merekomendasikan bahwa loyalitas wisatawan dapat dicapai melalui upaya untuk meningkatkan kualitas objek wisata.
2	Eka Rosyidah Aprilia, Sunarti, dan Edriana Pangestuti (2017)	Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Balekambang Kabupaten Malang	Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan	Kepuasan Wisatawan	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan, Daya Tarik Wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan, dan Fasilitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan
3	Budiman Marpaung (2019)	Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Keselamatan dengan Kepuasan Wisatawan sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan	Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Keselamatan	Kepuasan Wisatawan dan Minat Kunjungan	Path Analysis	Hasil penelitian menunjukkan a) Daya tarik wisata, kualitas pelayanan, dan fasilitas wisata berpengaruh langsung dan signifikan baik terhadap kepuasan wisatawan maupun terhadap minat kunjungan ulang; b) Keselamatan wisatawan tidak signifikan pengaruh langsungnya baik terhadap kepuasan wisatawan maupun terhadap minat kunjungan ulang; c). Variabel intervening kepuasan wisata berpengaruh secara tidak langsung

No	Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Variabel Bebas	Variabel Terikat	Model Analisis	Hasil Penelitian
						dalam mendorong daya tarik wisata, kualitas pelayanan dan fasilitas wisata terhadap minat kunjungan ulang.
4	Maya Ida Sari, Sukiswo, dan Tulus Rohana (2015)	Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Konservasi Gajah Kabupaten Aceh Jaya.	Fasilitas	Kepuasan	Regresi Linear Sederhana	Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas mampu menjelaskan keberadaannya terhadap variabel kepuasan wisatawan, selain itu fasilitas parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.
5	Yuyun Mardiyani, dan Murwatiningsih (2015)	Pengaruh Fasilitas dan Promosi terhadap Kepuasan Pengunjung melalui Keputusan Berkunjung sebagai Variabel Intervening pada Objek Wisata Kota Semarang	Fasilitas dan Promosi	Kepuasan Pengunjung dan Keputusan Berkunjung	Path Analysis	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas dan promosi berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Kota Semarang, keputusan berkunjung mempunyai pengaruh secara langsung terhadap kepuasan, fasilitas dan promosi mempunyai pengaruh terhadap kepuasan melalui keputusan berkunjung sebagai variabel intervening. Simpulan dari penelitian ini adalah terbukti bahwa keputusan berkunjung dapat menjadi mediasi pengaruh fasilitas dan promosi terhadap kepuasan
6	Rahmat Darsono	Pengaruh Fasilitas dan	Fasilitas dan Daya Tarik	Kepuasan Wisatawan	Regresi Linear	Hasil uji t menunjukkan

No	Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Variabel Bebas	Variabel Terikat	Model Analisis	Hasil Penelitian
	(2015)	Daya Tarik Wisata terhadap Tingkat Kepuasan Wisatawan (Studi Kasus di Waduk Jatiluhur-Kabupaten Purwakarta)	Wisata		Berganda	fasilitas dan daya tarik wisata memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan dan hasil uji F juga menunjukkan secara simultan fasilitas dan daya tarik wisata juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan

Sumber: Data Diolah Peneliti (2020)

C. Kerangka Konseptual

Manulang dan Pakpahan (2014:63-64) menjelaskan dari kerangka berpikir berdasarkan teori, dapat juga dibangun hipotesis guna melihat apakah formula dari teori tersebut valid atau tidak. Sedangkan kerangka teoritis adalah suatu model yang menerangkan bagaimana hubungan suatu teori dengan faktor-faktor penting yang telah diketahui dalam suatu masalah tertentu. Membangun kerangka konseptual dapat membantu peneliti dalam mengendalikan maupun menguji suatu hubungan.

1. Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan

Warpani (2017:188) menjelaskan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memicu seseorang dan/atau sekelompok orang mengunjungi suatu tempat karena sesuatu itu memiliki makna tertentu. Seorang wisatawan mengunjungi tempat wisata karna adanya daya tarik yang membawa wisatawan untuk data. Daya tarik ini dapat berupa keindahan, keunikan, nilai sejarah, nilai budaya, keasrian, dan lain sebagainya. Jika daya tarik yang dipersepsikan oleh wisatawan ini sesuai dengan apa yang wisatawan dapatkan selama berkunjung

maka wisatawan akan merasa puas sehingga daya tarik wisata ini mempengaruhi kepuasan wisatawan.

Hal ini didukung dengan teori yang dikemukakan oleh Heath and Wall (2012:221) yang menjelaskan bahwa salah satu faktor yang menjadi penentu kepuasan wisatawan dalam mengunjungi daerah wisata adalah daya tarik wisata. Teori ini juga diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hermawan (2017) dan Marpaung (2019) dimana hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan dalam berkunjung ke daerah wisata.

2. Pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan

Yoeti (2013:56) mengungkapkan bahwa fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal atau berkunjung sementara waktu di daerah tujuan wisata yang dikunjunginya, dimana mereka dapat santai, menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut. Fasilitas merupakan salah satu faktor wisatawan dalam mengunjungi suatu daya tarik wisata. Wisatawan akan datang dan berkunjung kembali apabila tersedianya fasilitas-fasilitas yang dapat memenuhi segala kebutuhannya selama menikmati daya tarik wisata tersebut. Dengan adanya fasilitas-fasilitas tersebut juga diharapkan dapat membuat wisatawan merasa lebih nyaman dan tinggal lebih lama serta memberikan kesan yang baik terhadap daya tarik wisata yang dikunjunginya. Untuk mendukung hal tersebut maka dalam menyediakan fasilitas juga perlu adanya pelayanan yang dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada wisatawan. Fasilitas-fasilitas yang memenuhi segala kebutuhan wisatawan

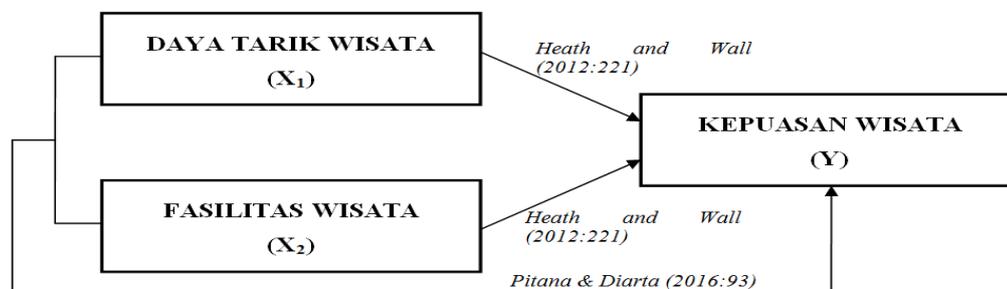
selama menikmati daya tarik wisata tersebut memberikan kepuasan kepada wisatawan dikarenakan wisatawan tidak mengalami kesulitan untuk memenuhi berbagai kebutuhan wisatawan untuk menikmati wisata.

Hal ini juga didukung dengan teori yang dikemukakan oleh Heath and Wall (2012:221) yang menjelaskan bahwa salah faktor yang menjadi penentu kepuasan wisatawan dalam mengunjungi daerah wisata adalah adanya fasilitas wisata yang lengkap dan baik. Teori ini juga didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mardiyani dan Murwatiningsih (2015) dan Sari, Sukiswo, dan Tulus Rohana (2015) dimana hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa fasilitas wisata memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan dalam berkunjung ke daerah wisata.

3. Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan

Pitana & Diarta (2016:89) menjelaskan bahwa kepuasan wisatawan adalah persepsi yang dirasakan wisatawan dalam melaksanakan wisatanya dan setelah melakukan wisatanya. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan dalam berkunjung ke daerah wisata. Teori yang dikemukakan oleh Heath and Wall (2012:221) menjelaskan bahwa faktor-faktor yang menjadi penentu kepuasan wisatawan dalam mengunjungi daerah wisata meliputi: Daya Tarik Wisata, Aksesibilities, dan Fasilitas Wisata. Sedangkan teori yang dikemukakan oleh Pitana & Diarta (2016:93) menjelaskan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan, yaitu: daya tarik wisata, fasilitas wisata, kegiatan wisata, dan kualitas pelayanan.

Berdasarkan teori yang menunjukkan hubungan antar variabel, maka kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam bentuk bagan sebagai berikut:



Gambar 2.2. Kerangka Konseptual Penelitian

Sumber: Oleh Penulis (2020)

D. Hipotesis

Hipotesis berkaitan erat dengan teori. Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dari pertanyaan yang ada pada perumusan masalah penelitian. Dikatakan jawaban sementara oleh karena jawaban yang ada adalah jawaban yang berasal dari teori (Manullang dan Pakpahan, 2014:61).

Berdasarkan hasil penelitian-penelitian terdahulu dan teori-teori yang telah dijelaskan, maka ditarik beberapa hipotesis sebagai jawaban sementara dari permasalahan yang diteliti, yaitu:

- H1.** Daya tarik wisata secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Danau Siombak di Kota Medan.
- H2.** Fasilitas wisata secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Danau Siombak di Kota Medan.
- H3.** Daya tarik wisata dan fasilitas wisata secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Danau Siombak di Kota Medan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif atau penelitian kausal (hubungan sebab akibat) adalah penelitian yang ingin melihat apakah suatu variabel yang berperan sebagai variabel bebas berpengaruh terhadap variabel lain yang menjadi variabel terikat. Sedangkan berdasarkan data yang dihasilkan, maka penelitian ini merupakan bentuk penelitian kuantitatif. (Manullang dan Pakpahan, 2014:19).

Penelitian ini juga menggunakan metode kuantitatif dengan mengambil data primer dan menggunakan metode kuisioner. Metodologi penelitian kuantitatif adalah metode ilmiah untuk mendapatkan data yang valid, dengan tujuan menemukan, membuktikan dan mengembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah dalam bidang tertentu, adapun data yang diperoleh data yang berupa numerik (angka) yang kemudian diolah dengan bantuan aplikasi, contohnya aplikasi SPSS dan Eviews, (Sugiono, 2016:47).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Danau Siombak yang terletak di Jalan Pasar Nippon Ujung Kelurahan Paya Pasir, Kec. Medan Marelan, Kota Medan, Sumatera Utara 20252.

2. Waktu Penelitian

Detail waktu dan kegiatan penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.1. Tabel Kegiatan Penelitian

No	Kegiatan	April 2020				Mei 2020				Juni 2020				Juli 2020				Agustus 2020				September 2020			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■																							
2	Observasi Awal		■	■																					
3	Penulisan Proposal				■	■	■																		
4	Revisi dan Perbaikan Proposal							■	■	■	■														
5	Seminar Proposal											■													
6	Persiapan instrumen penelitian												■												
7	Pengumpulan data													■	■	■									
8	Pengolahan data																■								
9	Analisis dan evaluasi																	■							
10	Penulisan laporan																		■	■					
11	Revisi dan Perbaikan Revisi																				■	■	■	■	
12	Sidang Meja Hijau																							■	

Sumber: Oleh Peneliti (2020)

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Manullang dan Pakpahan (2014:70) menjelaskan bahwa populasi adalah suatu kelompok dari elemen penelitian, dimana elemen adalah unit terkecil yang merupakan sumber dari data yang diperlukan. Populasi menjelaskan jenis dan kriteria populasi yang menjadi objek penelitian, sedangkan sampel menjelaskan kriteria sampel, ukuran, dan metode pengambilan sampel.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:148).

Menurut Sujarweni (2016:4) populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh wisatawan yang melakukan kunjungan ke Danau Siombak. Pengumpulan data direncanakan akan dilakukan pada bulan Juli 2020. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, rata-rata dalam seminggu terdapat sekitar 80 wisatawan yang datang berkunjung. Sehingga berdasarkan analisis tersebut maka jumlah populasi pada penelitian ini dalam sebulan berjumlah 320 wisatawan.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2016:14) menyatakan bahwa sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, waktu, dan tenaga, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel tersebut, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili). Apabila populasi yang ada kurang dari 100 lebih baik diambil semua hingga penelitiannya merupakan penelitian populasi.

Dikarenakan jumlah populasi di atas 100, maka diperlukan sebuah teknik untuk menentukan jumlah sampel. Dalam penelitian ini, penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Menurut (Sugiyono, 2016:158) penentuan jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan beberapa metode antara lain dengan menggunakan rumus. Salah satu rumus yang dapat digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Di mana :

N = Jumlah Populasi

n = Jumlah sampel

e = Tingkat kesalahan yang ditolerir

Berdasarkan rumus di atas, akan ditentukan tingkat kesalahan yang ditolerir sebesar 9% atau 0,1, maka besarnya sampel yang diambil adalah:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2} = \frac{320}{1 + 320 (0.09^2)} = \frac{320}{1 + 320 (0.081)} = \frac{320}{3,592} = 89,08$$

Dari hasil perhitungan diperoleh ukuran sampel minimal adalah 89,08 dengan tingkat kesalahan 9%. Oleh karena itu dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah sebanyak 89 responden yang merupakan pembulatan dari 89,08 hasil perhitungan rumus Slovin.

Bentuk pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* dimana peneliti akan mengambil wisatawan Danau Siombak secara acak yang kebetulan ditemui oleh peneliti untuk dijadikan sebagai responden.

D. Jenis dan Sumber Data

Penelitian yang menggunakan populasi dan sampel adalah penelitian yang menggunakan data yang dapat berasal dari angket, wawancara, dan observasi. Sumber data dalam penelitian ini berasal dari responden yang diberikan kuesioner. Sehingga jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. (Sugiyono, 2016:225)

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari responden. Di mana dalam penelitian ini, peneliti akan membagikan kuesioner yang menjadi instrumen pengumpulan data kepada setiap responden. Setiap responden wajib menjawab setiap pertanyaan yang ada pada kuesioner. Kejujuran jawaban responden akan meningkatkan kualitas dari hasil penelitian yang diteliti. Oleh karena itu, peneliti harus sebisa mungkin mendapatkan jawaban yang sejujur-jujurnya dari responden.

E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya segala sesuatu yang berbentuk apa saja dan memiliki nilai serta variasi yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Rusiadi, 2016:50).

Hadi dalam Rusiadi (2016:50) menyatakan bahwa variabel merupakan semua keadaan, faktor, kondisi, perlakuan, atau tindakan yang dapat mempengaruhi hasil eksperimen.

Bernad dalam Manullang dan Pakpahan (2014:35) menyatakan bahwa variabel merupakan suatu sifat-sifat yang dipelajari, suatu simbol, atau lambang yang padanya melekat bilangan atau nilai, dapat dibedakan, memiliki variasi nilai atau perbedaan nilai.

a. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat (dependent variable) merupakan variabel yang dipengaruhi, terikat, tergantung oleh variabel lain, yakni variabel bebas. Variabel terikat ini umumnya menjadi perhatian utama oleh peneliti. (Manullang dan Pakpahan, 2014:36).

Variabel terikat merupakan faktor-faktor yang diobservasi dan diukur untuk menentukan adanya pengaruh variabel bebas, yaitu faktor yang muncul, atau tidak muncul, atau berubah sesuai dengan yang diperkenalkan oleh peneliti (Rusiadi, 2016:50).

Variabel terikat (Y) pada penelitian ini adalah kepuasan wisatawan (Y) yaitu persepsi yang dirasakan wisatawan dalam melaksanakan wisatanya dan setelah melakukan wisatanya (Pitana & Diarta, 2016:89).

b. Variabel Bebas (X)

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang menyebabkan atau mempengaruhi, yaitu faktor-faktor yang diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungan antara fenomena yang diobservasi atau diamati (Rusiadi, 2016:50).

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Dengan kata lain, variabel bebas merupakan sesuatu yang menjadi sebab terjadinya perubahan nilai para variabel terikat (Manullang dan Pakpahan, 2014:36). Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah:

1) Daya Tarik Wisata (X_1)

Segala sesuatu yang memicu seseorang dan/atau sekelompok orang mengunjungi suatu tempat karena sesuatu itu memiliki makna tertentu (Warpani, 2017:188).

2) Fasilitas Wisata (X_2)

Semua fasilitas yang gungsiya memnuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal atau berkunjung sementara waktu di daerah tujuan wisata yang dikunjunginya, dimana mereka dapat santai, menikmati dan berpartisipasi

dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut (Yoeti, 2013:56).

2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penjabaran akan definisi variabel dan indikator pada penelitian/ Selanjutnya definisi operasional menggambarkan pula pengukuran atas variabel dan indikator yang dikembangkan pada penelitian. Definisi operasional adalah aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana caranya mengukur variabel. Definisi operasional adalah penjelasan tentang batasan atau ruang lingkup variabel penelitian, sehingga memudahkan pengukuran dan pengamatan serta pengembangan instrumen/alat ukur (Rusiadi, 2016:88). Oleh karena itu, untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang variabel penelitian, maka disajikan tabel sebagai berikut:

Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Keterangan Indikator	Skala
1	Daya Tarik Wisata (X ₁)	Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memicu seseorang dan/atau sekelompok orang mengunjungi suatu tempat karena sesuatu itu memiliki makna tertentu. Warpani (2017:188)	1. Atraksi Wisata 2. Aksesibilitas 3. Amenities (Fasilitas) 4. Ancillary Service (Jasa Pendukung Pariwisata) Warpani (2017:188)	1. Daya tarik dari suatu objek pariwisata maupun hasil kesenian suatu daerah tertentu yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung seperti keindahan, keunikan, pertunjukan, masakan, dan lain sebagainya. 2. Kelancaran atau kemudahan akses untuk mencapai tempat wisata, termasuk adanya sarana transportasi dan akses jalan yang baik. 3. Berbagai fasilitas di luar akomodasi yang dapat dimanfaatkan wisatawan selama berwisata di suatu	Likert

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Keterangan Indikator	Skala
				<p>destinasi. Amenitas bisa berupa fasilitas pariwisata seperti rumah makan, restoran, toko cenderamata, dan fasilitas umum seperti sarana ibadah, kesehatan, taman, dan lain-lain.</p> <p>4. Pelayanan tambahan diluar dari fasilitas yang memberikan tambahan kenyamanan dan kepuasan bagi wisatawan seperti keamanan, peta atau buku petunjuk wisatawan, brosur pemasaran, dan lain-lain</p>	
2	Fasilitas Wisata (X ₂)	<p>Fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang gungsiannya memnuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal atau berkunjung sementara waktu di daerah tujuan wisata yang dikunjunginya, dimana mereka dapat santai, menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut.</p> <p>Yoeti (2013:56)</p>	<p>1. Kelengkapan Fasilitas</p> <p>2. Kualitas dari Fasilitas</p> <p>3. Kemudahan Menggunakan Fasilitas</p> <p>4. Kebersihan Fasilitas</p> <p>Yoeti (2013:58)</p>	<p>1. Segala fasilitas yang disediakan telah mencukupi kebutuhan wisatawan saat berkunjung ke tempat wisata.</p> <p>2. Fasilitas yang disediakan mampu bekerja dengan baik saat digunakan oleh wisatawan.</p> <p>3. Fasilitas yang disediakan mudah digunakan oleh wisatawan sehingga fasilitas dapat dimanfaatkan dengan maksimal oleh wisatawan</p> <p>4. Fasilitas yang disediakan wisatawan terjaga kebersihannya dan tertata dengan rapi sehingga tetap menjaga keindahan tempat wisata.</p>	Likert
3	Kepuasan Wisatawan (Y)	<p>Kepuasan wisatawan adalah persepsi yang dirasakan wisatawan dalam melaksanakan wisatanya dan setelah melakukan wisatanya.</p>	<p>1. Perasaan Senang</p> <p>2. Biaya</p> <p>3. Harapan</p> <p>4. Lingkungan</p> <p>Pitana & Diarta (2016:95)</p>	<p>1. Perasaan yang dirasakan oleh konsumen selama berkunjung ke tempat wisata dimana konsumen mendapatkan kebahagiaan di tempat wisata yang dikunjungi.</p> <p>2. Besarnya biaya yang harus dikeluarkan oleh</p>	Likert

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Keterangan Indikator	Skala
		Pitana & Diarta (2016:89)		wisatawan untuk menikmati objek wisata yang dapat meliputi uang masuk, parkir, sewa tempat, dan lain sebagainya. 3. Kesesuaian harapan yang dipersepsikan oleh wisatawan terhadap kenyataan yang diterima oleh wisatawan saat berkunjung di tempat wisata. 4. Keadaan lingkungan di dalam maupun di sekitar objek wisata yang mendukung kualitas dari objek wisata	

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti (2020)

F. Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran variabel bebas dan variabel terikat pada penelitian ini menggunakan skala Likert. Di mana Sugiyono (2016:168) menyatakan bahwa skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala likert dirancang oleh Likert untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi, seseorang/sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen pertanyaan memiliki gradasi sangat positif sampai sangat negatif. Umumnya skala Likert mengandung pilihan jawaban: sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Skor yang diberikan adalah 5,4,3,2,1. Skala Likert dapat disusun dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan, dan bentuk pilihan ganda atau tabel ceklis (Manullang dan Pakpahan, 2014:98)

Penentuan skor/nilai disusun berdasarkan skala likert skor pendapat responden merupakan hasil penjumlahan dari nilai skala yang diberikan pada tiap jawaban

pada kuesioner. Skor pendapat responden merupakan hasil penjumlahan dari nilai skala yang diberikan dari tiap jawaban pada kuesioner, seperti yang disajikan pada Tabel 3.3 berikutnya. Pada tahap ini masing-masing jawaban responden dalam kuesioner diberikan kode sekaligus skor guna menentukan dan mengetahui frekuensi kecenderungan responden terhadap masing-masing pertanyaan yang diukur dengan angka.

Tabel 3.3. Instrumen Skala Likert

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

Sumber: Sugiyono (2016:168)

G. Teknik Pengumpulan Data

Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu kualitas instrumen penelitian, dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu, instrumen yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya, belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel, apabila instrumen tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya. (Sugiyono, 2016:223).

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner atau angket. Menurut Sugiyono (2016:189) Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk

dijawab. Kuesioner atau angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kuesioner atau angket langsung yang tertutup karena responden hanya tinggal memberikan tanda pada salah satu jawaban yang dianggap benar.

H. Teknik Analisa Data

1. Uji Kualitas Data

Hasil penelitian dikatakan valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Hasil penelitian dikatakan reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Instrumen yang valid yaitu alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Sebelum data dianalisis dan dievaluasi, terlebih dahulu data tersebut diuji dengan uji validitas dan uji realibilitas.

a. Uji Validitas (Keabsahan)

Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dengan demikian, instrumen yang valid merupakan instrumen yang benar-benar tepat untuk mengukur apa yang hendak diukur. Penggaris dinyatakan valid jika digunakan untuk mengukur panjang, tetapi penggaris tidak valid digunakan untuk mengukur berat. (Rusiadi, 2016:106).

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, dimana suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada

kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Manullang dan Pakpahan, 2014:95).

Untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan (angket) yang akan disajikan kepada pada responden, maka diperlukan uji validitas setiap pertanyaan. Bila $r_{hitung} > r_{kritis}$, dimana $r_{kritis} = 0.30$ dan $r_{tabel} < r_{kritis}$, maka butir pertanyaan tersebut valid atau sah. Bila $r_{hitung} < 0.30$, maka butir pertanyaan tersebut tidak valid atau sah (Manullang dan Pakpahan, 2014:96). Tetapi Sujarweni (2016:186) berpendapat bila Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka butir pertanyaan tersebut valid, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas (Keandalan)

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian memiliki keandalan sebagai alat ukur, diantaranya diukur melalui konsistensi hasil pengukuran dari waktu ke waktu jika fenomena yang diukur tidak berubah (Rusiadi, 2016:107)

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal, jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu dan tidak boleh acak. Apabila jawaban terhadap indikator-indikator tersebut dengan acak, maka dikatakan tidak reliabel (Manullang dan Pakpahan, 2014:97)

Instrumen dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut mampu mengungkapkan data yang bisa dipercaya dan sesuai dengan kenyataan sebenarnya. Reliabilitas menunjukkan pada satu pengertian bahwa

instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen sudah baik. Untuk mengetahui konsentrasi atau kepercayaan hasil ukur yang mengandung kecermatan pengukuran maka dilakukan uji reliabilitas.

Untuk mengetahui kestabilan dan konsisten responden dalam menjawab butir-butir berkaitan dengan konstruk pertanyaan yang disusun dalam bentuk angket. Realibilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's alpha* lebih besar ($>$) 0,70 (Sujarweni, 2016:239).

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian asumsi-asumsi statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier yang berbasis *ordinary least square* (OLS). Untuk mendapatkan nilai pemeriksa yang tidak bias dan efisien (*Best Linear Unbias Estimator*) dari suatu persamaan regresi berganda dengan metode kuadrat terkecil (*Least Squares*), perlu dilakukan pengujian untuk mengetahui model regresi yang dihasilkan dengan jalan memenuhi persyaratan asumsi klasik yang meliputi:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian yang diajukan. uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Sebagai dasar bahwa uji t an uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti disribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka model regresi dianggap tidak valid dengan jumlah sampel yang ada (Rusiadi, 2016:149).

Pengujian ini diperlukan karena untuk melakukan uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Menurut Rusiadi (2016:149), ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan analisis statistik.

1) Analisa Grafik

a) Histogram

Grafik histogram menempatkan gambar variabel terikat sebagai sumbu vertikal sedangkan nilai residual terstandarisasi dari sumbu horizontal. Kriteria yang dapat terjadi:

- (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.

b) Normal Probability Plot (Normal P-P Plot)

Normal probability plot dilakukan dengan cara membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal digambarkan dengan garis diagonal dari kiri bawah ke kanan atas. Distribusi komulatif dari data sesungguhnya digambarkan dengan plotting.

Kriteria yang dapat terjadi:

- (1) Jika titik data sesungguhnya menyebar berada di sekitar garis diagonal maka data terdistribusi normal.

(2) Jika data sesungguhnya menyebar berada jauh dari garis diagonal maka data tidak terdistribusi normal.

2) Uji Kolmogorov Smirnov

Uji statistik yang digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik Kolmogorov Smirnov (K-S). Pedoman pengambilan keputusan rentang data tersebut mendekati atau merupakan distribusi normal berdasarkan uji Kolmogorov Smirnov dapat dilihat dari: (Rusiadi, 2016:153)

- a) Nilai Sig. atau signifikan atau probabilitas $< 0,05$, maka distribusi data adalah tidak normal.
- b) Nilai Sig. atau signifikan atau probabilitas $> 0,05$, maka distribusi data adalah normal .

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah multikolinieritas. Sedangkan untuk mengetahui gejala tersebut dapat dideteksi dari besarnya VIF (*Variance Inflation Factor*) melalui program SPSS (Rusiadi, 2016:154)

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel bebas yang memiliki kemiripan antar variabel bebas dalam suatu model. Kemiripan antar variabel bebas akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu, uji ini dilakukan untuk menghindari kebiasaan dalam proses

pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabe bebas terhadap variabel terikat (Sujarweni, 2016:230-231).

Ketentuan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas yaitu:

VIF > 10 artinya mempunyai persoalan multikolinearitas

VIF < 10 artinya tidak terdapat multikolinearitas

Tolerance value < 0.1, artinya mempunyai persoalan multikolinearitas

Tolerance value > 0.1, artinya tidak terdapat multikolinearitas

Rusiadi (2016:154) dan Sujarweni (2016:231)

Nilai *tolerance* dapat dicari dengan rumus:

$$\text{Tolerance} = (1 - R_j^2)$$

Dimana R_j^2 = nilai determinasi dari regresi.

Sedangkan nilai VIF dapat dicari dengan rumus:

$$\text{VIF} = \left(\frac{1}{\text{Tolerance}} \right)$$

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan yaitu model yang terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau homokedastisitas (Rusiadi, 2016:157).

Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode scatter plot dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). Model yang baik jika tidak didapatkan pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul ditengah, menyempit kemudian melebar, atau

sebaliknya melebar kemudian menyempit. Uji statistik yang dapat digunakan adalah uji Glejser, uji Park, atau uji White (Rusiadi, 2016:157).

Salah satu asumsi dasar regresi linear adalah bahwa variasi residual (variabel gangguan) sama untuk semua pengamatan. Jika terjadi suatu keadaan dimana variabel gangguan tidak memiliki varian yang sama untuk semua observasi, maka dikatakan dalam model regresi tersebut terdapat suatu gejala heteroskedastisitas. Beberapa alternatif solusi jika model menyalahi asumsi heteroskedastisitas adalah dengan mentransformasikan ke dalam bentuk logaritma, yang hanya dapat dilakukan jika semua data bernilai positif.

Cara memprediksinya adalah jika pola gambar *scatterplot* model tersebut adalah: Sujarweni (2016:232).

- 1) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0.
- 2) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- 3) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- 4) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.

3. Uji Kesesuaian (*Test Goodness of Fit*)

a. Regresi Linear Berganda

Manullang dan Pakpahan (2014:202) menjelaskan jika model regresi linear berganda telah terbebas dari masalah asumsi klasik, maka regresi boleh dilanjutkan untuk dianalisis. Sehingga dapat disimpulkan bahwa regresi linear berganda dapat dilakukan jika seluruh pengujian asumsi klasik telah terpenuhi dan tidak bermasalah. Model analisis data yang digunakan

untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah model ekonometrik dengan teknik analisis menggunakan model kuadrat terkecil biasa. Model persamaanya adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Terikat Kepuasan Wisatawan

α = Konstanta

β = Koefisien Regresi Berganda (*Multiple Regression*)

X_1 = Variabel Bebas Daya Tarik Wisata

X_2 = Variabel Bebas Fasilitas Wisata

e = *Error term* (Kesalahan penduga)

b. Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (Uji t)

Uji Parsial (uji t) menunjukkan seberapa jauh pengaruh setiap variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Untuk pengujian hipotesis Asosiatif (hubungan) digunakan rumus uji signifikansi korelasi product moment. Untuk mengetahui diterima atau tidaknya hipotesis yang diajukan, dilakukan uji t, dengan rumusan hipotesis sebagai berikut: Sugiyono (2016:300-301).

Pengujian Pertama:

- a) $H_0 : \beta_1 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas daya tarik wisata (X_1) terhadap variabel terikat kepuasan wisatawan (Y).

- b) $H_a : \beta_1 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas daya tarik wisata (X_1) terhadap variabel terikat kepuasan wisatawan (Y).

Pengujian Kedua:

- a) $H_o : \beta_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas fasilitas wisata (X_2) terhadap variabel terikat kepuasan wisatawan (Y).
- b) $H_a : \beta_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas potongan fasilitas wisata (X_2) terhadap variabel terikat kepuasan wisatawan (Y).

Manullang dan Pakpahan (2014:204) menjelaskan kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a) H_o diterima (H_a ditolak) jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikan $t > 0,05$.
- b) H_o ditolak (H_a diterima) jika $t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikan $t < 0,05$.

Sehingga pada uji t hanya ada kemungkinan dua buah jawaban yaitu berpengaruh signifikan dan tidak berpengaruh signifikan.

2) Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat pada tingkat kepercayaan (*Confidence Interval*) atau level pengujian hipotesis 5% dengan uji F menggunakan rumus statistik. Hipotesis untuk pengujian secara Simultan adalah: Sugiyono (2016:297)

- a) $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan dari variabel bebas daya tarik wisata (X_1), dan fasilitas wisata (X_2) secara simultan terhadap variabel terikat loyalitas (Y).
- b) $H_a : \text{minimal } 1 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh signifikan dari variabel daya tarik wisata (X_1), dan fasilitas wisata (X_2) secara simultan terhadap variabel terikat loyalitas (Y).

Pengujian menggunakan uji F adalah:

- a) Terima H_0 (tolak H_a), apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $Sig > 5\%$.
- b) Tolak H_0 (terima H_a), apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $Sig < 5\%$.

4. Uji Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas (Sugiyono, 2016:284). Koefisien determinasi akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi suatu variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi pada variabel yang lain. Dalam bahasa sehari-hari adalah kemampuan variabel bebas untuk berkontribusi terhadap variabel terikatnya dalam satuan persentase. Nilai koefisien ini antara 0 dan 1. Jika hasil lebih mendekati angka 0 berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Tapi jika hasil mendekati angka 1 berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

Kuatnya hubungan antar variabel dinyatakan dalam koefisien korelasi. Koefisien korelasi positif terbesar = 1 dan koefisien korelasi negatif terbesar = -1, sedangkan yang terkecil adalah 0. Bila hubungan antara dua variabel atau

lebih itu memiliki koefisien korelasi -1 atau $= -1$, maka hubungan tersebut sempurna. Jika terdapat $r = -1$ maka terdapat korelasi negatif sempurna, artinya setiap peningkatan pada variabel tertentu maka terjadi penurunan pada variabel lainnya. Sebaliknya jika didapat $r = 1$, maka diperoleh korelasi positif sempurna, artinya ada hubungan yang positif antara variabel, dan kuat atau tidaknya hubungan ditunjukkan oleh besarnya nilai koefisien korelasi, dan koefisien korelasi adalah 0 maka tidak terdapat hubungan. Untuk dapat memberikan interpretasi terhadap kuatnya hubungan x terhadap y , maka dapat digunakan pedoman tabel berikut:

Tabel 3.4. Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: (Sugiyono, 2016:287)

Untuk mengetahui kontribusi variabel X terhadap Y , dapat dicari dengan menggunakan rumus koefisien determinasi. Adapun rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

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

Keterangan

KD = Nilai Koefisien determinasi

R^2 = Koefisien korelasi yang dikuadratkan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Danau Siombak

Danau Siombak terletak di pesisir Kota Medan, sehingga perairannya dipengaruhi oleh pasang surut. Danau ini merupakan danau buatan dari hasil kegiatan pengerukan tanah untuk pembuatan jalan tol Belawan-Medan-Tanjung Morawa (Belmera) sepanjang 34 km. Danau ini berfungsi sebagai resapan air, pengendali banjir, area kegiatan penangkapan ikan dan biota perairan yang lain, serta tempat wisata. Potensi wisata air Danau Siombak dan daerah tepian danau dapat ditingkatkan menjadi tempat perkemahan, taman margasatwa, dan area bermain. Di sisi lain, di area sekitar danau terdapat berbagai aktivitas masyarakat seperti pertanian, peternakan, perikanan tambak, dan permukiman penduduk.

Danau Siombak memiliki luas sekitar 40 hektare, Diameter sekitar 1000 meter, dan kedalaman kurang lebih 12 meter. Danau ini terletak di Kelurahan Paya Pasir, Medan Marelan, Medan, Sumatra Utara. Danau Siombak terletak di antara dua sungai, yaitu Sungai Deli dan Sungai Terjun. Air danau di sini berwarna jernih agak kehijauan, karena di dasar danau ditumbuhi sejenis tumbuhan lumut dan ganggang, namun airnya tak berbau.

Danau Siombak ramai dikunjungi saat liburan atau akhir pekan. Danau ini banyak dikunjungi oleh masyarakat Medan, dan jarang wisatawan asing yang mampir ke sini kecuali peneliti-peneliti asing yang sedang meneliti situs kota Cina yang ada di sekitar danau Siombak. Danau ini memang menjadi salah satu

tempat favorit masyarakat Medan, mereka menyempatkan waktu untuk bersantai sambil memancing di sini. Pengunjung pun dapat memancing sepuasnya di sini, bahkan ikan pancingan dapat langsung disantap dengan dibakar atau digoreng. Tak hanya itu, lokasi ini cocok untuk wisata keluarga karena di sekitar area danau menyediakan berbagai fasilitas bermain bagi anak-anak, seperti kolam mini, mandi bola, dan lain-lain. Untuk mengunjungi danau ini pengunjung hanya cukup mengeluarkan Rp. 2.000 untuk tiket masuk, namun saat ini sponsor teh kotak telah masuk di kawasan danau Siombak sehingga pengunjung membayar Rp. 10.000 sebagai tiket masuk sekaligus secara gratis mendapatkan sebuah minuman merek teh kotak.

Di sekitar danau juga terdapat penjual makanan dan aksesoris seperti gelang, kalung, anting, baju, dan lain-lain. Daya Tarik Wisata untuk makanan dan aksesorisnya sedikit agak mahal, namun ini tergantung kemampuan menawar pengunjung. Tak jarang juga ada masyarakat yang memanfaatkan danau buatan itu untuk memancing ikan, berenang hingga mencuci. Di sekitar area danau juga disediakan perahu atau sampan, jika pengunjung ingin berkeliling danau. Biayanya Rp. 15.000 per orang. Pengunjung juga yang menyediakan speedboat, dengan tarif Rp. 35.000 per orang.

2. Frekuensi Karakteristik Identitas Responden

Pada penelitian ini, terdapat 89 responden yang dijadikan sampel untuk mengisi kuesioner yang diberikan oleh peneliti. Setiap responden mengisi kuesioner dengan memilih satu dari beberapa alternatif jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Kuesioner yang telah diisi oleh responden kemudian dikumpulkan oleh peneliti lalu dicatat untuk kemudian diolah dengan aplikasi

SPSS versi 24.0. Dari hasil pengolahan data dapat diketahui Frekuensi dari identitas responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan status pernikahan seperti yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1. Frekuensi Karakteristik Identitas Responden

Identitas Responden	Karakteristik	Frekuensi	Persentase (%)	Total
Jenis Kelamin Responden	Pria	39	43,8	89
	Wanita	50	56,2	
Usia Responden	Di bawah 21 Tahun	14	15,7	89
	21 - 25 Tahun	20	22,5	
	26 - 30 Tahun	18	20,2	
	31 - 35 Tahun	11	12,4	
	36 – 40 Tahun	10	11,2	
	41 – 45 Tahun	9	10,1	
	Di Atas 45 Tahun	7	7,9	
Pendidikan Terakhir Responden	SMP Kebawah	10	11,2	89
	SMA/SMK	40	44,9	
	D3	5	5,6	
	S1	31	34,8	
	S2	3	3,4	
	S3	0	0,0	
Pekerjaan Responden	Karyawan Swasta	28	31,5	89
	PNS	8	9,0	
	TNI/POLRI	4	4,5	
	Guru/Dosen	10	11,2	
	Wirausaha	15	16,9	
	Mahasiswa/Pelajar	6	6,7	
	Ibu Rumah Tangga	18	20,2	
Frekuensi Kunjungan	1 Kali	48	53,9	89
	2 Kali	20	22,5	
	3 Kali	10	11,2	
	4 Kali	7	7,9	
	Di Atas 4 Kali	4	4,5	
Status Pernikahan	Gadis/Lajang	34	38,2	89
	Menikah	51	57,3	
	Janda/Duda	4	4,5	

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 24.0 (2020)

Tabel 4.1. di atas menunjukkan bahwa dari total 89 responden, 39 orang responden (42,8%) di antaranya adalah pria, sedangkan sisanya yaitu 50 orang responden (56,2%) adalah wanita. Sehingga mayoritas responden pada penelitian ini adalah berjenis kelamin wanita.

Untuk karakteristik usia responden, dari total 89 responden terdapat 14 orang responden (15,7%) di antaranya berusia kurang dari 21 tahun, 20 orang responden (22,5%) di antaranya berusia antara 21-25 tahun, 18 orang responden (20,2%) di antaranya berusia di antara 26-30 tahun, 11 orang responden (12,4%) di antaranya berusia di antara 31-35 tahun, 10 orang responden (11,2%) di antaranya berusia di antara 36-40 tahun, 9 orang responden (10,1%) di antaranya berusia di antara 41-45 tahun, sedangkan sisanya yaitu 7 orang responden (7,9%) berusia di atas 45 tahun. Sehingga mayoritas responden pada penelitian ini berusia di antara 21-25 tahun.

Untuk karakteristik pendidikan terakhir responden dari total 89 responden, 10 orang responden (11,2%) di antaranya berpendidikan terakhir SMP ke bawah, 40 orang responden (44,9%) di antaranya berpendidikan terakhir SMA/SMK, 5 orang responden (5,6%) di antaranya berpendidikan terakhir D3, 31 orang responden (34,8%) berpendidikan terakhir S1, 3 orang responden (3,4%) berpendidikan terakhir S2, sedangkan tidak seorang responden (0,0%) berpendidikan terakhir S3. Sehingga mayoritas dari responden pada penelitian ini adalah berpendidikan terakhir SMA/SMK.

Untuk karakteristik pekerjaan responden dari total 89 responden, terdapat 28 orang responden (31,5%) yang bekerja sebagai Karyawan Swasta, 8 orang responden (9,0%) yang bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS), 4 orang

responden (4,5%) yang bekerja sebagai TNI/POLRI, 10 orang responden (11,2%) yang bekerja sebagai Dosen/Guru, 15 orang responden (16,9%) yang bekerja sebagai Wirausaha, 6 orang responden (6,7%) yang bekerja sebagai Ibu Rumah Tangga, dan sisanya 18 orang responden (20,2%) yang belum bekerja dan berstatus sebagai Siswa/Mahasiswa. Sehingga mayoritas responden pada penelitian ini memiliki pekerjaan sebagai karyawan swasta.

Untuk karakteristik frekuensi kunjungan responden dari total 89 responden, terdapat 48 orang responden (53,9%) yang baru 1 kali berkunjung ke danau Siombak, 20 orang responden (22,5%) baru 2 kali berkunjung ke danau Siombak, 10 orang responden (11,2%) baru 3 kali berkunjung ke danau Siombak, 7 orang responden (7,9%) baru 4 kali berkunjung ke danau Siombak, dan sisanya 4 orang responden (4,5%) telah lebih dari 4 kali berkunjung ke danau Siombak,. Sehingga mayoritas responden pada penelitian ini baru 1 kali berkunjung ke danau Siombak.

Untuk karakteristik status pernikahan responden dari total 89 responden, terdapat 34 orang responden (38,2%) berstatus masih lajang atau gadis, 51 orang responden (57,3%) berstatus telah menikah, dan sisanya 4 orang responden (4,5%) berstatus janda atau duda. Sehingga mayoritas responden pada penelitian ini berstatus telah menikah.

3. Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Penelitian

Setiap variabel terdiri dari beberapa indikator yang masing-masing memiliki sebuah pertanyaan yang dijawab oleh responden pada kuesioner. Total pertanyaan pada kuesioner berjumlah 12 buah pertanyaan. Setiap pertanyaan yang diberikan hanya memiliki lima buah alternatif jawaban yang dapat dipilih

oleh responden, dimana setiap pertanyaan memiliki bobot nilai dalam skala Likert, seperti yang ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.2. Alternatif Jawaban yang Disediakan

Jawaban	Simbol	Bobot
Sangat Tidak Setuju	(STS)	1
Tidak Setuju	(TS)	2
Netral	(N)	3
Setuju	(S)	4
Sangat Setuju	(SS)	5

Sumber: Sugiyono (2016:168)

Sedangkan untuk kesimpulan dari kategori jawaban responden untuk setiap item pertanyaan dapat dilihat dari rata-rata nilai jawaban responden seperti yang ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.3. Kategori Penilaian Rata-Rata Jawaban Responden

Rata-Rata	Keterangan
1,00 – 1,80	Tidak Baik
1,81 – 2,60	Kurang Baik
2,61 – 3,40	Cukup Baik
3,41 – 4,20	Baik
4,21 – 5,00	Sangat Baik

Sumber: (Sugiyono, 2016:216)

Hasil penyebaran kuesioner diperoleh berbagai ragam jawaban dari responden, berikut adalah Frekuensi jawaban yang diberikan oleh responden untuk setiap pertanyaan:

a. Daya Tarik Wisata (X_1)

Indikator dalam pengukuran variabel daya tarik wisata terbagi menjadi empat buah indikator dan empat buah pertanyaan, yaitu: $X_{1,1}$, $X_{1,2}$, $X_{1,3}$, dan $X_{1,4}$, Frekuensi jawaban dari setiap pertanyaan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4. Frekuensi Jawaban untuk Variabel Daya Tarik Wisata (X_1)

<i>Descriptive Statistics</i>											
Pertanyaan	N	Frekuensi Jawaban					Min	Max	Sum	Mean	Std. Deviation
		STS	TS	N	S	SS					
X _{1,1}	89	1	4	10	33	41	1	5	376	4,22	0,901
X _{1,2}	89	2	11	13	40	23	1	5	338	3,80	1,036
X _{1,3}	89	2	8	14	40	25	1	5	345	3,88	0,998
X _{1,4}	89	2	4	7	34	42	1	5	377	4,24	0,942
Mean		1,75	6,75	11,00	36,75	32,75	1	5	359	4,04	0,969

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 24.0 (2020)

Indikator pertanyaan X₁₁ adalah Atraksi Wisata dengan pertanyaan yang berbunyi: “Danau Siombak menarik untuk dikunjungi”. Sebagian besar responden sangat setuju dengan pertanyaan X₁₁ dengan frekuensi jawaban sebesar 41 responden dan rata-rata jawaban sebesar 4,22. Dapat disimpulkan pertanyaan ini memiliki jawaban berkategori sangat baik.

Indikator pertanyaan X₁₂ adalah Aksesibilitas dengan pertanyaan yang berbunyi: “Danau Siombak memiliki kemudahan akses untuk wisatawan berkunjung”. Sebagian besar responden setuju dengan pertanyaan X₁₂ dengan frekuensi jawaban sebesar 40 responden dan rata-rata jawaban sebesar 3,80. Dapat disimpulkan pertanyaan ini memiliki jawaban berkategori baik.

Indikator pertanyaan X₁₃ adalah *Amenities* (Fasilitas) dengan pertanyaan yang berbunyi: “Danau Siombak memiliki fasilitas pendukung yang dapat dimanfaatkan wisatawan”. Sebagian besar responden setuju dengan pertanyaan X₁₃ dengan frekuensi jawaban sebesar 40 responden dan rata-rata jawaban sebesar 3,88. Dapat disimpulkan pertanyaan ini memiliki jawaban berkategori baik.

Indikator pertanyaan X_{14} adalah Ancillary Service (Jasa Pendukung Pariwisata) dengan pertanyaan yang berbunyi: “Danau Siombak memiliki lingkungan penduduk yang ramah”. Sebagian besar responden sangat setuju dengan pertanyaan X_{14} dengan frekuensi jawaban sebesar 42 responden dan rata-rata jawaban sebesar 4,24. Dapat disimpulkan pertanyaan ini memiliki jawaban berkategori sangat baik.

b. Fasilitas Wisata (X_2)

Indikator dalam pengukuran variabel fasilitas wisata terbagi menjadi empat buah indikator dan empat buah pertanyaan, yaitu: $X_{2,1}$, $X_{2,2}$, $X_{2,3}$, dan $X_{2,4}$. Frekuensi jawaban dari setiap pertanyaan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5. Frekuensi Jawaban untuk Variabel Fasilitas Wisata (X_2)

<i>Descriptive Statistics</i>											
Pertanyaan	N	Frekuensi Jawaban					Min	Max	Sum	Mean	Std. Deviation
		STS	TS	N	S	SS					
$X_{2,1}$	89	3	6	11	35	34	1	5	358	4,02	1,044
$X_{2,2}$	89	2	5	14	33	35	1	5	361	4,06	0,993
$X_{2,3}$	89	1	3	18	41	26	1	5	355	3,99	0,859
$X_{2,4}$	89	3	4	9	39	34	1	5	364	4,09	0,984
<i>Mean</i>		2,25	4,50	13,00	37,00	32,25	1	5	360	4,04	0,970

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 24.0 (2020)

Indikator pertanyaan X_{21} adalah Kelengkapan Fasilitas dengan pertanyaan yang berbunyi: “Fasilitas wisata danau Siombak sudah lengkap bagi wisatawan”. Sebagian besar responden setuju dengan pertanyaan X_{21} dengan frekuensi jawaban sebesar 35 responden dan rata-rata jawaban sebesar 4,02. Dapat disimpulkan pertanyaan ini memiliki jawaban berkategori baik.

Indikator pertanyaan X_{22} adalah Kualitas dari Fasilitas dengan pertanyaan yang berbunyi: “Fasilitas yang ada di danau Siombak memiliki kualitas yang baik”. Sebagian besar responden sangat setuju dengan pertanyaan X_{22} dengan frekuensi jawaban sebesar 35 responden dan rata-rata jawaban sebesar 4,06. Dapat disimpulkan pertanyaan ini memiliki jawaban berkategori baik.

Indikator pertanyaan X_{23} adalah Kemudahan Menggunakan Fasilitas dengan pertanyaan yang berbunyi: “Fasilitas yang ada di danau Siombak mudah untuk digunakan oleh wisatawan”. Sebagian besar responden setuju dengan pertanyaan X_{23} dengan frekuensi jawaban sebesar 41 responden dan rata-rata jawaban sebesar 3,99. Dapat disimpulkan pertanyaan ini memiliki jawaban berkategori baik.

Indikator pertanyaan X_{24} adalah Kebersihan Fasilitas dengan pertanyaan yang berbunyi: “Fasilitas yang ada di danau Siombak terjaga kebersihan dan tertata rapi”. Sebagian besar responden setuju dengan pertanyaan X_{24} dengan frekuensi jawaban sebesar 39 responden dan rata-rata jawaban sebesar 4,09. Dapat disimpulkan pertanyaan ini memiliki jawaban berkategori baik.

c. Kepuasan Wisatawan (Y)

Indikator dalam pengukuran variabel kepuasan wisatawan terbagi menjadi empat buah indikator dan empat buah pertanyaan, yaitu: Y_1 , Y_2 , Y_3 , dan Y_4 . Frekuensi jawaban dari setiap pertanyaan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6. Frekuensi Jawaban untuk Variabel Kepuasan Wisatawan (Y)

<i>Descriptive Statistics</i>												
Pertanyaan	N	Frekuensi Jawaban					Min	Max	Sum	Mean	Std. Deviation	
		STS	TS	N	S	SS						
Y ₁	89	4	3	12	33	37	1	5	363	4,08	1,047	
Y ₂	89	1	4	13	35	36	1	5	368	4,13	,907	
Y ₃	89	0	3	12	33	41	2	5	379	4,26	,819	
Y ₄	89	2	6	12	38	31	1	5	357	4,01	,983	
<i>Mean</i>		1,75	4,00	12,25	34,75	36,25	1,25	5	367	4,12	0,939	

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 24.0 (2020)

Indikator pertanyaan Y₁ adalah Perasaan Senang dengan pertanyaan yang berbunyi: “Wisatawan merasakan perasaan bahagia dan senang selama berkunjung ke danau Siombak”. Sebagian besar responden setuju dengan pertanyaan Y₁ dengan frekuensi jawaban sebesar 37 responden dan rata-rata jawaban sebesar 4,08. Dapat disimpulkan pertanyaan ini memiliki jawaban berkategori baik.

Indikator pertanyaan Y₂ adalah Biaya dengan pertanyaan yang berbunyi: “Wisatawan tidak perlu mengeluarkan biaya yang besar untuk mengunjungi danau Siombak”. Sebagian besar responden sangat setuju dengan pertanyaan Y₂ dengan frekuensi jawaban sebesar 36 responden dan rata-rata jawaban sebesar 4,13. Dapat disimpulkan pertanyaan ini memiliki jawaban berkategori baik.

Indikator pertanyaan Y₃ adalah Harapan dengan pertanyaan yang berbunyi: “Wisatawan mendapatkan kepuasan seperti apa yang wisatawan harapan di danau Siombak”. Sebagian besar responden sangat setuju dengan pertanyaan Y₃ dengan frekuensi jawaban sebesar 41 responden dan rata-rata jawaban sebesar 4,26. Dapat disimpulkan pertanyaan ini memiliki jawaban berkategori sangat baik.

Indikator pertanyaan Y₄ adalah Lingkungan dengan pertanyaan yang berbunyi: “Danau Siombak memiliki keadaan lingkungan yang mendukung kualitas dari objek wisata”. Sebagian besar responden setuju dengan pertanyaan Y₄ dengan frekuensi jawaban sebesar 38 responden dan rata-rata jawaban sebesar 4,01. Dapat disimpulkan pertanyaan ini memiliki jawaban berkategori baik.

4. Uji Kualitas Data

Uji kualitas data dilakukan dengan melakukan uji validitas untuk mengetahui kevalidan dari data serta uji reliabilitas untuk mengetahui kehandalan dari data. Sehingga dengan pengujian ini akan diketahui kualitas dari data yang akan digunakan dalam uji regresi linear berganda.

a. Uji Validitas

Rusiadi (2016:106) menjelaskan bahwa validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dengan demikian, instrumen yang valid merupakan instrumen yang benar-benar tepat untuk mengukur apa yang hendak diukur. Penggaris dinyatakan valid jika digunakan untuk mengukur panjang, tetapi penggaris tidak valid digunakan untuk mengukur berat.

Manullang dan Pakpahan (2014:95) menjelaskan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, dimana suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Untuk mengetahui kelayakan butir-butir pertanyaan pada kuesioner yang kepada responden, maka diperlukan uji validitas untuk setiap pertanyaan tersebut. Manullang dan Pakpahan (2014:95) menjelaskan bahwa aturan yang digunakan pada uji validitas adalah jika $r_{hitung} > r_{kritis}$, dimana nilai r_{kritis} adalah 0,3. Oleh karena itu, jika $r_{hitung} > 0,3$ maka butir pertanyaan dianggap valid.

r_{hitung} dari hasil pengujian dengan SPSS dapat dilihat pada *Corrected Item-Total Correlation* pada tabel hasil pengujian SPSS yang ada pada lampiran. Hasil perbandingan r_{hitung} dengan r_{kritis} untuk menentukan validitas atau kelayakan pada setiap butir pertanyaan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7. Hasil Validitas pada Variabel Daya Tarik Wisata (X_1)

Item ke -	Simbol	r_{hitung}	r_{kritis}	Keterangan
1	X_{11}	0,546	0,3	Valid
2	X_{12}	0,512	0,3	Valid
3	X_{13}	0,607	0,3	Valid
4	X_{14}	0,579	0,3	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 24.0 (2020)

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa seluruh nilai r_{hitung} dari setiap item pertanyaan pada variabel Daya Tarik Wisata (X_1) telah lebih besar dari 0,3. Sehingga seluruh butir pertanyaan dianggap telah valid dan layak untuk dilakukan pengujian lebih lanjut.

Tabel 4.8. Hasil Validitas pada Variabel Fasilitas Wisata (X_2)

Item ke -	Simbol	r_{hitung}	r_{kritis}	Keterangan
1	X_{21}	0,580	0,3	Valid
2	X_{22}	0,561	0,3	Valid
3	X_{23}	0,659	0,3	Valid
4	X_{24}	0,688	0,3	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 24.0 (2020)

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa seluruh nilai r_{hitung} dari setiap item pertanyaan pada variabel Fasilitas Wisata (X_2) telah lebih besar dari 0,3. Sehingga seluruh butir pertanyaan dianggap telah valid dan layak untuk dilakukan pengujian lebih lanjut.

Tabel 4.9. Hasil Validitas pada Variabel Kepuasan Wisatawan (Y)

Item ke -	Simbol	r_{hitung}	r_{kritis}	Keterangan
1	Y_1	0,728	0,3	Valid
2	Y_2	0,702	0,3	Valid
3	Y_3	0,734	0,3	Valid
4	Y_4	0,782	0,3	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 24.0 (2020)

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa seluruh nilai r_{hitung} dari setiap item pertanyaan pada variabel Kepuasan Wisatawan (Y) telah lebih besar dari 0,3. Sehingga seluruh butir pertanyaan dianggap telah valid dan layak untuk dilakukan pengujian lebih lanjut..

b. Uji Reliabilitas

Rusiadi (2016:107) menjelaskan reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian memiliki keandalan sebagai alat ukur, diantaranya diukur melalui konsistensi hasil pengukuran dari waktu ke waktu jika fenomena yang diukur tidak berubah.

Manullang dan Pakpahan (2014:89) menjelaskan reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal, jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu dan tidak boleh acak. Apabila jawaban terhadap indikator-indikator tersebut dengan acak, maka dikatakan tidak reliabel.

Instrumen dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut mampu mengungkapkan data yang bisa dipercaya dan sesuai dengan kenyataan sebenarnya. Reliabilitas menunjukkan pada satu pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen sudah baik. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan pada setiap variabel. Sujarweni (2016:239) menjelaskan jika nilai *Cronbach's alpha* $> 0,70$ maka dikatakan butir pertanyaan pada variabel tersebut dianggap andal. Untuk uji reliabilitas untuk setiap item pertanyaan pada kuesioner dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10. Hasil Reliabilitas pada Variabel Daya Tarik Wisata (X_1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,761	4

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 24.0 (2020)

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel Daya Tarik Wisata (X_1) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,761 dimana nilai ini lebih besar dari 0,7 sehingga seluruh item pertanyaan pada variabel Daya Tarik Wisata (X_1) dianggap telah reliabel atau andal untuk digunakan.

Tabel 4.11. Hasil Reliabilitas pada Variabel Fasilitas Wisata (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,803	4

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 24.0 (2020)

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel Fasilitas Wisata (X_2) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,803 dimana nilai ini lebih besar dari 0,7 sehingga seluruh item pertanyaan pada variabel Fasilitas Wisata (X_2) dianggap telah reliabel atau andal untuk digunakan.

Tabel 4.12. Hasil Reliabilitas pada Variabel Kepuasan Wisatawan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,875	4

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 24.0 (2020)

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Wisatawan (Y) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,875 dimana nilai ini lebih besar dari 0,7 sehingga seluruh item pertanyaan pada variabel Kepuasan Wisatawan (Y) dianggap telah reliabel atau andal untuk digunakan.

5. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian asumsi-asumsi statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier yang berbasis *ordinary least square* (OLS). Untuk mendapatkan nilai pemeriksa yang tidak bias dan efisien (*Best Linear Unbias Estimator*) dari suatu persamaan regresi berganda dengan metode kuadrat terkecil (*Least Squares*). Uji asumsi klasik pada penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas Data

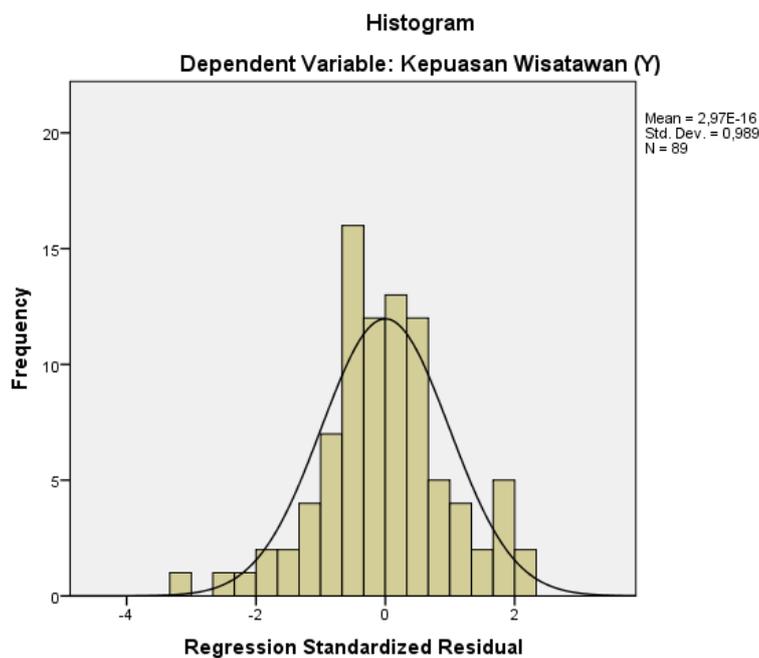
Rusiadi (2016:149) menjelaskan bahwa uji normalitas data dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian yang diajukan. uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Sebagai dasar bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka model regresi dianggap tidak valid dengan jumlah sampel yang ada.

Pengujian normalitas pada penelitian ini menggunakan dua buah jenis analisis pengujian, yaitu analisis grafik yang terdiri dari Uji Histogram dan

P-P Plot serta analisis statistik yang terdiri dari Uji Kolgomorov-Smirnov. Ketiga pengujian tersebut dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS 24.0.

1) Analisis Grafik

Uji normalitas pada analisis grafik dapat dilihat dari histogram bar dan grafik P-P Plot. Hasil uji normalitas data dengan histogram bar dapat dilihat pada histogram di bawah ini:



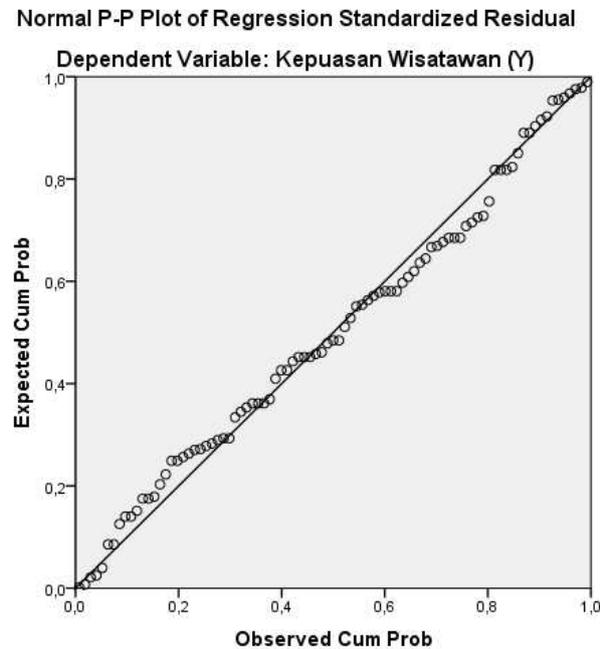
Gambar 4.1. Histogram Uji Normalitas

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 24.0 (2020)

Hasil pengujian normalitas dengan histogram pada gambar di atas menunjukkan bahwa grafik pada histogram cenderung cembung ditengah dan membentuk seperti lonceng. Hal ini dapat dilihat grafik tertinggi berada pada titik nol dan bentuk grafik tidak melenceng ke kiri maupun ke kanan, sehingga hal ini mengindikasikan bahwa residual data telah tersebar secara normal.

Normalitas juga dapat dilihat dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik P-P Plot. Jika penyebaran mengikuti

garis diagonal pada histogram, maka data dapat dikatakan normal. Grafik P-P Plot hasil uji normalitas data dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.2. Historgam P-P Plot Uji Normalitas
Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 24.0 (2020)

Hasil pengujian normalitas data dengan menggunakan gambar P-P Plot terlihat titik-titik data yang berjumlah 89 buah untuk variabel terikat Kepuasan Wisatawan (Y) menyebar di sekitar garis diagonal, mengikuti garis diagonal, dan banyak titik-titik data menyentuh atau menyinggung garis diagonal, sehingga hal ini mengindikasikan data telah berdistribusi secara normal.

2) Analisis Statistik

Salah satu pengujian yang dapat dilakukan dalam analisis statistik untuk menguji normalitas data dapat menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov.

Pedoman pengambilan keputusan dengan uji Kolmogorov-Smirnov adalah sebagai berikut: (Rusiadi, 2016:150).

c) Nilai Sig. atau signifikan atau probabilitas $< 0,05$, maka distribusi data adalah tidak normal,

d) Nilai Sig. atau signifikan atau probabilitas $> 0,05$, maka distribusi data adalah normal

Hasil uji normalitas data dengan Uji Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13. Normalitas Data dengan Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		<i>Unstandardized Residual</i>
N		89
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	0,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1,84646123
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0,068
	<i>Positive</i>	0,068
	<i>Negative</i>	-0,067
<i>Test Statistic</i>		0,068
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0,200^{c,d}
<i>a. Test distribution is Normal.</i>		
<i>b. Calculated from data.</i>		
<i>c. Lilliefors Significance Correction.</i>		
<i>d. This is a lower bound of the true significance.</i>		

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 24.0 (2020)

Pada hasil uji Kolmogorov-Smirnov pada tabel hasil pengujian di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikan yang diperoleh sebesar 0,200. Nilai signifikan dapat dilihat pada nilai Asymp. Sig. (2-tailed), nilai signifikan ini lebih besar dari 0,05. Sehingga berdasarkan uji Kolmogorov-Smirnov, data yang digunakan dapat dipastikan telah terdistribusi secara normal karena nilai signifikan dari residual lebih besar dari 0,05.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Uji

ini dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) dari hasil analisis dengan menggunakan SPSS. Apabila nilai *tolerance value* $> 0,10$ dan $VIF < 10$ maka disimpulkan tidak terjadi masalah multikolinieritas (Rusiadi, 2016:154).

Uji Multikolinieritas dari hasil kuesioner yang telah didistribusikan kepada responden dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.14. Hasil Uji Multikolinieritas

<i>Coefficients^a</i>			
Model		<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	<i>(Constant)</i>		
	Daya Tarik Wisata (X_1)	0,381	2,628
	Fasilitas Wisata (X_2)	0,381	2,628

a. *Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan (Y)*

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 24.0 (2020)

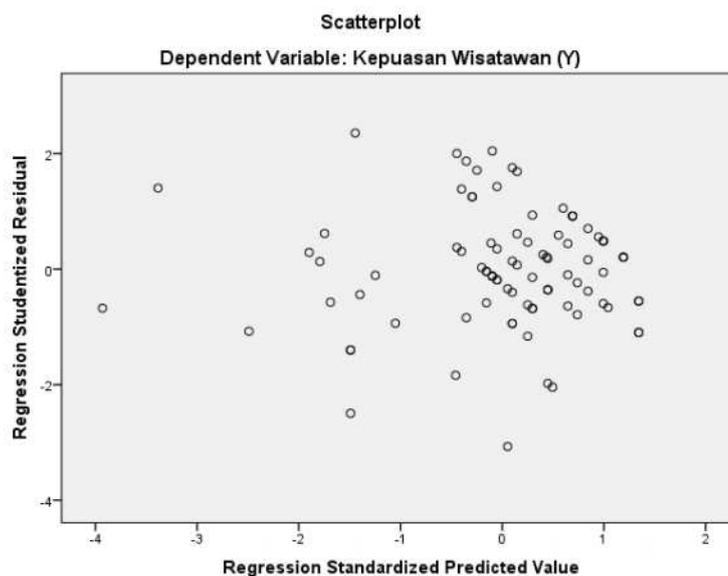
Pada tabel di atas menunjukkan hasil uji multikolinieritas di mana variabel Daya Tarik Wisata (X_1) memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,381 di mana nilai tersebut lebih besar dari 0,10 dan variabel Daya Tarik Wisata (X_1) juga memiliki nilai VIF sebesar 2,628 di mana nilai tersebut lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Daya Tarik Wisata (X_1) terbebas dari masalah Multikolinieritas.

Variabel Fasilitas Wisata (X_2) memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,381 di mana nilai tersebut lebih besar dari 0,10 dan variabel Fasilitas Wisata (X_2) juga memiliki nilai VIF sebesar 2,628 di mana nilai tersebut lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas Wisata (X_2) terbebas dari masalah Multikolinieritas.

Berdasarkan uji multikolinearitas untuk setiap variabel bebas yang digunakan, maka diketahui bahwa setiap variabel bebas yang digunakan yaitu: Daya Tarik Wisata (X_1), dan Fasilitas Wisata (X_2) telah terbebas dari masalah multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Rusiadi (2016:157) mengungkapkan bahwa uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan yaitu model yang terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau berbeda.



Gambar 4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 24.0 (2020)

Gambar *scatterplot* diatas merupakan hasil uji Heteroskedastisitas terhadap data, dimana gambar hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan tersebut menunjukkan bahwa:

- 5) Titik-titik data yang berjumlah 89 buah titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar garis 0

- 6) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja
- 7) Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali
- 8) Penyebaran titik-titik data tidak berpola
- 9) Penyebaran titik-titik data telah menyebar secara acak

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini terbebas dari masalah heteroskedastisitas dan bersifat homoskedastisitas.

6. Uji Regresi Linear Berganda

Model analisis data yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah model ekonometrik dengan teknik analisis menggunakan model kuadrat terkecil biasa. Uji kesesuaian yang digunakan adalah uji regresi linier berganda yang bertujuan untuk menghitung besarnya pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan dua atau lebih variabel bebas. Rumus analisis regresi berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Terikat Kepuasan Wisatawan

a = Konstanta

β = Koefisien Regresi Berganda (*Multiple Regression*)

X₁ = Variabel Bebas Daya Tarik Wisata

X₂ = Variabel Bebas Fasilitas Wisata

e = *Error term* (Kesalahan penduga)

Hasil pengujian regresi linear berganda yang dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS versi 24.0 dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.15. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

<i>Coefficients^a</i>				
<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>
1	(Constant)	1,669	1,144	
	Daya Tarik Wisata (X ₁)	0,398	0,109	0,366
	Fasilitas Wisata (X ₂)	0,520	0,105	0,499

a. *Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan (Y)*

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 24.0 (2020)

Dari hasil uji regresi linear berganda yang ditunjukkan pada tabel di atas, maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,669 + 0,398X_1 + 0,520X_2 + e$$

Penjelasan dari persamaan regresi linier berganda di atas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika segala sesuatu pada variabel-variabel bebas dianggap nol atau tidak ada atau tidak dihitung, baik pada variabel Daya Tarik Wisata (X₁), dan Fasilitas Wisata (X₂) maka Kepuasan Wisatawan (Y) telah ada yaitu sebesar 1,669.
- 2) Jika terjadi peningkatan terhadap variabel Daya Tarik Wisata (X₁) sebesar 1 satuan, maka Kepuasan Wisatawan (Y) akan meningkat sebesar 0,398 satuan. Karena nilai regresi bertanda positif, maka hal ini mengindikasikan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan. sehingga semakin meningkatnya daya tarik wisata suatu daerah wisata maka kepuasan wisatawan akan semakin meningkat pula, sebaliknya jika daya tarik wisata menurun maka kepuasan wisatawan juga akan menurun.

3) Jika terjadi peningkatan terhadap variabel Fasilitas Wisata (X_2) sebesar 1 satuan, maka Kepuasan Wisatawan (Y) akan meningkat sebesar 0,520 satuan. Karena nilai regresi bertanda positif, maka hal ini mengindikasikan bahwa fasilitas wisata berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan. sehingga semakin lengkap fasilitas wisata yang ada di daerah wisata maka kepuasan wisatawan semakin meningkat pula, sebaliknya jika fasilitas wisata menurun maka kepuasan wisatawan juga akan menurun.

Dari hasil pengujian regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi Kepuasan Wisatawan (Y) adalah variabel Fasilitas Wisata (X_2) karena memiliki nilai regresi yang paling besar yaitu sebesar 0,520, lalu diikuti oleh variabel Daya Tarik Wisata (X_1) yang memiliki nilai regresi sebesar 0,398.

7. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis terdiri dari uji F (Uji Simultan) untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel tetap secara simultan, serta uji t (Uji Parsial) untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel tetap secara parsial.

a. Uji Simultan (Uji F)

Uji F (uji Simultan) dilakukan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya secara Simultan atau secara bersama-sama. Cara yang digunakan adalah dengan melihat *level of significant* dimana titik acuan nilai signifikan sebesar 0,05 atau 5%. Dengan ketentuan:

- 1) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

2) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Selain dengan signifikan, pengambilan keputusan juga dapat dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} terhadap F_{tabel} , di mana:

1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dimana:

1) H_0 artinya tidak terdapat pengaruh signifikan dari Daya Tarik Wisata (X_1), dan Fasilitas Wisata (X_2) secara simultan terhadap Kepuasan Wisatawan (Y).

2) H_a artinya terdapat pengaruh signifikan dari Daya Tarik Wisata (X_1) dan Fasilitas Wisata (X_2) secara simultan terhadap Kepuasan Wisatawan (Y).

Hasil uji F yang diolah dengan aplikasi SPSS dapat dilihat pada tabel di berikut:

Tabel 4.16. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	610,196	2	305,098	87,453	0,000^b
	Residual	300,029	86	3,489		
	Total	910,225	88			
a. <i>Dependent Variable:</i> Kepuasan Wisatawan (Y)						
b. <i>Predictors:</i> (Constant), Daya Tarik Wisata (X_1), Fasilitas Wisata (X_2)						

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 24.0 (2020)

Berdasarkan nilai signifikan yang dihasilkan, diketahui bahwa nilai signifikan dari uji F yang dilakukan sebesar 0,000 dimana nilai signifikan ini jauh lebih kecil dari 0,05. Sehingga terima H_a dan tolak H_0 , yang artinya

terdapat pengaruh signifikan dari Daya Tarik Wisata (X_1), dan Fasilitas Wisata (X_2) secara simultan terhadap Kepuasan Wisatawan (Y).

Untuk mengambil keputusan dengan perbandingan F_{hitung} dengan F_{tabel} , maka terlebih dahulu dicari nilai F_{tabel} . Dimana berdasarkan tabel di atas maka didapatkan nilai df_1 sebesar 2 dan nilai df_2 sebesar 86. Dengan melihat daftar tabel F atau menggunakan rumus pada Ms. Excel dengan mengetikkan `=finv(0,05;2;86)` akan menghasilkan nilai F_{tabel} sebesar 3,102.

Hasil uji F dari tabel di atas diketahui bahwa F_{hitung} yang diperoleh sebesar 87,453. Nilai F_{hitung} ini jauh lebih besar dari nilai F_{tabel} yang sebesar 3,102. Maka terima H_a dan tolak H_o , yang artinya terdapat pengaruh signifikan dari Daya Tarik Wisata (X_1), Fasilitas Wisata (X_2) secara simultan terhadap Kepuasan Wisatawan (Y)

Sehingga berdasarkan uji F dengan melihat nilai signifikan atau dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini yaitu Daya Tarik Wisata (X_1), dan Fasilitas Wisata (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan (Y).

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t (Uji Parsial) menunjukkan seberapa jauh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial atau individu. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 5%. Dengan ketentuan:

- 1) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_o diterima dan H_a ditolak
- 2) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_o ditolak dan H_a diterima.

Selain dengan signifikan, pengambilan keputusan juga dapat dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} terhadap t_{tabel} , di mana:

- 1) Jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan tolak H_a .
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{tabel} > t_{hitung}$ maka H_a diterima dan Tolak H_0 .

Dimana:

- 1) H_0 artinya tidak terdapat pengaruh signifikan dari X secara parsial terhadap Y.
- 2) H_a artinya terdapat pengaruh signifikan dari X secara parsial terhadap Y.

Hasil uji t dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 24.0 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.17. Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients^a			
<i>Model</i>		<i>t</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>(Constant)</i>	1,459	0,148
	Daya Tarik Wisata (X_1)	3,649	0,000
	Fasilitas Wisata (X_2)	4,970	0,000

a. *Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan (Y)*

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 24.0 (2020)

t_{tabel} dari model regresi dapat dicari dengan menggunakan tabel t atau Ms. Excel dimana model regresi memiliki nilai df sebesar 86 atau $df = n - k = 89 - 3 = 86$. k artinya banyak variabel yang digunakan, dan n adalah banyak sampel. Dengan mengetikkan $=tinv(0,05;86)$ pada Ms. Excel maka didapatkan t_{tabel} sebesar 1,988. Pengambilan keputusan dari hasil uji t di atas dapat lihat sebagai berikut:

1) Pengaruh Daya Tarik Wisata (X_1) terhadap Kepuasan Wisatawan (Y)

Hasil uji t menunjukkan bahwa t_{hitung} yang dimiliki untuk variabel Daya Tarik Wisata (X_1) sebesar 3,649, dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,988 maka diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Maka terima H_a dan tolak H_o .

Nilai signifikan t dari variabel Daya Tarik Wisata (X_1) sebesar 0,000, dimana nilai ini jauh lebih kecil dari ambang batas signifikan yaitu sebesar 0,05. Maka terima H_a dan tolak H_o .

Oleh karena itu, hasil pengujian memenuhi persamaan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikan $< 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari Daya Tarik Wisata (X_1) terhadap Kepuasan Wisatawan (Y) secara parsial.

2) Pengaruh Fasilitas Wisata (X_2) terhadap Kepuasan Wisatawan (Y)

Hasil uji t menunjukkan bahwa t_{hitung} yang dimiliki untuk variabel Fasilitas Wisata (X_2) sebesar 4,970, dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,988 maka diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Maka terima H_a dan tolak H_o .

Nilai signifikan t dari variabel Fasilitas Wisata (X_2) sebesar 0,000, dimana nilai ini jauh lebih kecil dari ambang batas signifikan yaitu sebesar 0,05. Maka terima H_a dan tolak H_o .

Oleh karena itu, hasil pengujian memenuhi persamaan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikan $< 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari Fasilitas Wisata (X_2) terhadap Kepuasan Wisatawan (Y) secara parsial.

8. Uji Determinasi

Uji determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Selain itu, uji determinasi juga dapat digunakan untuk melihat keeratan atau kekuatan hubungan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Jika determinan (R^2) semakin mendekati satu, maka pengaruh variabel bebas besar terhadap variabel terikat. Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat. Derajat pengaruh variabel Daya Tarik Wisata (X_1), dan Fasilitas Wisata (X_2) terhadap variabel Kepuasan Wisatawan (Y) dapat dilihat pada hasil berikut ini:

Tabel 4.18. Hasil Uji Determinasi

Model Summary^b				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	0,819^a	0,670	0,663	1,868
a. <i>Predictors: (Constant), Daya Tarik Wisata (X_1), Fasilitas Wisata (X_2)</i>				
b. <i>Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan (Y)</i>				

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 24.0 (2020)

Dari hasil uji determinasi diketahui bahwa nilai *adjusted R Square* yang didapatkan sebesar 0,670 yang dapat disebut koefisien determinasi, hal ini mengindikasikan bahwa 67,0% Kepuasan Wisatawan dapat diperoleh dan dijelaskan oleh variabel Daya Tarik Wisata (X_1), dan Fasilitas Wisata (X_2) dengan kata lain variabel Daya Tarik Wisata (X_1) dan Fasilitas Wisata (X_2) memberikan kontribusi sebesar 67,0% dalam terbentuknya kepuasan wisatawan. Sedangkan sisanya sebesar 33,0% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain atau variabel diluar model seperti misalnya harga, aksesibilities, kegiatan wisata, kualitas pelayanan, kualitas tempat wisata, dan lain-lain.

Hasil uji determinasi juga menunjukkan nilai R yang dimiliki sebesar 0,819. Nilai R menunjukkan hubungan antara Daya Tarik Wisata (X_1) dan Fasilitas Wisata (X_2) terhadap Kepuasan Wisatawan (Y). Hal ini mengindikasikan bahwa hubungan Daya Tarik Wisata (X_1) dan Fasilitas Wisata (X_2) terhadap Kepuasan Wisatawan (Y) adalah sangat erat atau sangat kuat. Hal ini dikarenakan nilai R yang berada pada range nilai 0,8 – 0,99. Semakin besar nilai R semakin erat hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk melihat tipe hubungan berdasarkan nilai R dapat melihat tabel di bawah ini:

Tabel 4.19. Tipe Hubungan pada Uji Determinasi

Nilai	Interpretasi
0,0 – 0,19	Sangat Tidak Erat
0,2 – 0,39	Tidak Erat
0,4 – 0,59	Cukup Erat
0,6 – 0,89	Erat
0,8 – 0,99	Sangat Erat

Sumber : (Sugiyono, 2016: 287)

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Hipotesis H_1

Berdasarkan hasil analisis dari hasil pengujian yang telah dilakukan diketahui bahwa variabel Daya Tarik Wisata (X_1) memiliki nilai regresi sebesar 0,398 yang mengindikasikan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan karena nilai yang dihasilkan bertanda positif. Sehingga semakin baik daya tarik wisata yang ditawarkan akan meningkatkan kepuasan wisatawan .

Hasil uji t menunjukkan bahwa t_{hitung} yang dimiliki untuk variabel Daya Tarik Wisata (X_1) sebesar 3,649, dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,988 maka

diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Nilai signifikan t dari variabel Daya Tarik Wisata (X_1) sebesar 0,000, dimana nilai ini jauh lebih kecil dari ambang batas signifikan yaitu 0,05. Oleh karena itu, hasil pengujian memenuhi persamaan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $sig < 0,05$. Maka tolak H_0 (terima H_a). Sehingga dapat disimpulkan daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan wisatawan Danau Siombak di Kota Medan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Heath and Wall (2012:221) yang menjelaskan bahwa salah satu faktor yang menjadi penentu kepuasan wisatawan dalam mengunjungi daerah wisata adalah daya tarik wisata. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hermawan (2017) dan Marpaung (2019) dimana hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan dalam berkunjung ke daerah wisata.

Oleh karena itu, Hipotesis H_1 yang diajukan yang berbunyi: “Daya tarik wisata secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Danau Siombak di Kota Medan” telah teruji dan terbukti benar sehingga dapat diterima.

2. Hipotesis H_2

Berdasarkan hasil analisis dari hasil pengujian yang telah dilakukan diketahui bahwa variabel Fasilitas Wisata (X_2) memiliki nilai regresi sebesar 0,520 yang mengindikasikan bahwa fasilitas wisata berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan karena nilai yang dihasilkan bertanda positif. Sehingga jika fasilitas wisata ditingkatkan maka akan meningkatkan kepuasan wisatawan .

Hasil uji t menunjukkan bahwa t_{hitung} yang dimiliki untuk variabel Fasilitas Wisata (X_2) sebesar 4,970, dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,988 maka diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Nilai signifikan t dari variabel Fasilitas Wisata (X_2) sebesar 0,000, dimana nilai ini jauh lebih kecil dari ambang batas signifikan yaitu 0,05. Oleh karena itu, hasil pengujian memenuhi persamaan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $sig < 0,05$. Maka tolak H_0 (terima H_a). Sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan wisatawan Danau Siombak di Kota Medan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Heath and Wall (2012:221) yang menjelaskan bahwa salah faktor yang menjadi penentu kepuasan wisatawan dalam mengunjungi daerah wisata adalah adanya fasilitas wisata yang lengkap dan baik. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mardiyani dan Murwatiningih (2015) dan Sari, Sukiswo, dan Tulus Rohana (2015) dimana hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa fasilitas wisata memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan dalam berkunjung ke daerah wisata.

Oleh karena itu, Hipotesis H_2 yang diajukan yang berbunyi: “Fasilitas wisata secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Danau Siombak di Kota Medan” telah teruji dan terbukti benar sehingga dapat diterima.

3. Hipotesis H_3

Berdasarkan hasil analisis dari hasil pengujian yang telah dilakukan diketahui bahwa variabel Daya Tarik Wisata (X_1), dan Fasilitas Wisata (X_2) masing-masing memiliki nilai regresi positif yang mengindikasikan bahwa

secara bersama-sama (simultan) Daya Tarik Wisata (X_1) dan Fasilitas Wisata (X_2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Wisatawan (Y).

Hasil uji F menunjukkan bahwa F_{hitung} yang diperoleh sebesar 87,453. Nilai F_{hitung} ini jauh lebih besar dari nilai F_{tabel} yang sebesar 3,102. Nilai signifikan sebesar 0,000, dimana nilai ini jauh lebih kecil dari ambang batas signifikan yaitu 0,05. Oleh karena itu, hasil pengujian memenuhi persamaan $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan $sig < 0,05$. Maka tolak H_0 (terima H_a).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata dan fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan wisatawan Danau Siombak di Kota Medan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Heath and Wall (2012:221) menjelaskan bahwa faktor-faktor yang menjadi penentu kepuasan wisatawan dalam mengunjungi daerah wisata meliputi: Daya Tarik Wisata, Aksesibilities, dan Fasilitas Wisata. Sedangkan teori yang dikemukakan oleh Pitana & Diarta (2016:93) menjelaskan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan, yaitu: daya tarik wisata, fasilitas wisata, kegiatan wisata, dan kualitas pelayanan

Penelitian ini memiliki hasil yang sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Darsono (2015), Marpaung (2019) dan Aprilia, Sunarti, dan Edriana Pangestuti (2017). Hasil penelitian mereka yang dilakukan secara terpisah masing-masing memberikan hasil yang sama, yaitu daya tarik wisata dan fasilitas wisata secara parsial memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Adanya kedua variabel ini memberikan pengaruh yang signifikan secara positif dalam meningkatkan kepuasan wisatawan dalam berwisata.

Oleh karena itu, Hipotesis H_3 yang diajukan yang berbunyi: “Daya tarik wisata dan fasilitas wisata secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Danau Siombak di Kota Medan” telah teruji dan terbukti benar sehingga dapat diterima.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan analisa data yang telah dilakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai hasil penelitian sebagai berikut:

1. Daya tarik wisata secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Danau Siombak di Kota Medan dengan nilai regresi sebesar 0,398 dan besar t_{hitung} sebesar 3,649 dengan nilai signifikan sebesar 0,000.
2. Fasilitas wisata secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Danau Siombak di Kota Medan dengan nilai regresi sebesar 0,520 dan besar t_{hitung} sebesar 4,970 dengan nilai signifikan sebesar 0,000.
3. Daya tarik wisata dan fasilitas wisata secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan Danau Siombak di Kota Medan dengan besar signifikan sebesar 0,000 dan nilai F_{hitung} sebesar 87,453. Dimana variabel yang paling mempengaruhi kepuasan wisatawan adalah variabel fasilitas wisata dengan nilai regresi sebesar 0,520.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan, maka terdapat beberapa saran yang peneliti ajukan, yaitu:

1. Berdasarkan penelitian, nilai rata-rata untuk indikator aksesibilitas adalah yang terendah pada variabel daya tarik wisata, maka disarankan bagi pengelola danau Siombak agar meningkatkan kemudahan akses untuk

wisatawan berkunjung ke danau Siombak. Solusi yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan kerjasama terhadap pemerintah dalam meningkatkan daya tarik wisata danau Siombak dimana salah satunya adalah dengan mempermudah akses menuju danau Siombak melalui perbaikan jalan.

2. Berdasarkan penelitian, nilai rata-rata indikator Kemudahan Menggunakan Fasilitas adalah yang terendah pada variabel fasilitas wisata, maka disarankan bagi pengelola danau Siombak agar menyediakan fasilitas yang mudah untuk digunakan oleh wisatawan agar fasilitas wisata dalam secara maksimal dimanfaatkan oleh wisatawan. Solusi yang dapat dilakukan adalah menyertakan petunjuk penggunaan fasilitas wisata yang ada di danau Siombak.
3. Berdasarkan penelitian, nilai rata-rata indikator Lingkungan adalah yang terendah pada variabel kepuasan kerja, maka disarankan bagi pengelola danau Siombak untuk menjaga keadaan lingkungan sekitaran danau Siombak agar mendukung kualitas wisata dari danau Siombak. Solusi yang dapat dilakukan adalah dengan mengkampanyekan kebersihan lingkungan untuk kawasan danau Siombak dan segera menindak serta melaporkan pihak-pihak yang dengan sengaja membuang sampah ke kawasan danau Siombak.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Assauri, S. (2014). *Strategic Management, Sustainable Competitive Advantage*. Indonesia, Jakarta: Mitra Utama.
- Ginting, N. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Yrama Widya
- Gautama, O. (2014). *Evaluasi Perkembangan Wisata Bahari*. Denpasar: Universitas Udayana Press
- Hamid, A. (2016). *Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hasibuan, G. (2016). *Kebudayaan dan Pariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Heath, E., & Wall, G. (2012). *Mengembangkan Wisata Budaya - Terjemahan*. Bandung: CV Angkasa
- Irawan, H. D. (2017). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- KEPMENAG RI No 518 Tahun 2001
- Kotler, P. (2015). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, Edisi 15, Jilid 2*. New Jersey: Prentice – Hall, inc.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13*. Jakarta; Erlangga
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 13th Edition Jilid 1* terjemahan. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, H. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Manullang, M., & Pakpahan, M. (2014). *Metode Penelitian: Proses Penelitian Praktis*. Bandung: Cipta Pustaka Media.
- Muljadi. (2016). *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo
- Pendit, N. S. (2016). *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta : Pradya Paramita
- Pitana, I., & Diarta, K. (2016). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung; Alfabeta.

- Rangkuti, R. (2016). *Perencanaan Strategi Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta : PT Gramedia
- Rusiadi., Subiantor N., & Hidayat, R. (2016). *Metode Penelitian, Manajemen Akuntansi dan Ekonomi Pembangunan, Konsep, Kasus dan Aplikasi SPSS, Eviews, Amos, Lisrel*. Medan: USU Press.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2016). *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Yogyakarta. Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran: Edisi 3*. Yogyakarta: Andi Offset
- Heath, E. and G. Wall. 2012. *Marketing Tourism Destinations, A Strategic Marketing Planning Approach*. New York: John Wiley and Sons, Inc
- Pitana, I. G., & Diarta, I. K. S. (2016). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Yoeti, O. A. (2015). *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, dan Aplikasi*. Jakarta: Kompas
- Soekadji, R. G. (2017). *Anatomi Pariwisata: Memahami Pariwisata sebagai Systemic Linkage*. Jakarta/ PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sulistiyono. (2017). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Bayumedia.
- Suwartono, G. (2014). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Swastha, B. (2012). *Azas-Azas Pemasaran*, Liberty, Yogyakarta
- Wahab, S. (2013). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Warpani. (2017). *Pariwisata Dalam Tata Ruang Wilayah* . Bandung: ITB.

JURNAL:

- Ahmad, R. (2019). ANALISIS KUALITAS SISTEM INFORMASI MANAJEMEN TERHADAP KINERJA KARYAWAN PDAM TIRTA WAMPU STABAT. *Jurnal Manajemen Bisnis (JMB)*, 31(1), 15-21.
- Ahmad, R. (2019). PENGARUH KARAKTERISTIK PEKERJAAN DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. MITRA NIAGA SEJATI JAYA-LANGKAT. *JUMANT*, 11(2), 137-146.
- Andika, R. (2019). Pengaruh Motivasi Kerja dan Persaingan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Melalui Kepuasan Kerja sebagai Variabel Intervening Pada Pegawai Universitas Pembangunan Panca Budi Medan. *JUMANT*, 11(1), 189-206.

- Andika, R. (2018). Pengaruh Kemampuan Berwirausaha dan Kepribadian Terhadap Pengembangan Karir Individu Pada Member PT. Ifaria Gemilang (IFA) Depot Sumatera Jaya Medan. *JUMANT*, 8(2), 103-110.
- Andika, R. (2018). PENGARUH KOMITMEN ORGANISASI DAN PENGAWASAN TERHADAP DISIPLIN KERJA KARYAWAN PADA PT ARTHA GITA SEJAHTERA MEDAN. *JUMANT*, 9(1), 95-103.
- Aprilia, E. R., Sunarti, S., & Pangestuti, E. (2017). *Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Balekambang Kabupaten Malang*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(2), 16-21.
- Aspan, H., Milanie, F., & Sari, A. K. The Effect of Public Participation, Transparency, and Accountability on the Efficiency of the Distribution of the School Operational Support Funds (BOS) in Tebing Tinggi City (Case Study of Taman Siswa College).
- Aspan, H., E.S. Wahyuni, A. Prabowo, A.N. Zahara, I.N. Sari, Mariyana. (2020). "Individual Characteristics and Job Characteristics on Work Effectiveness in the State-Owned Company: the Moderating Effect of Emotional Intelligence". *International Journal of Innovation, Creativity and Change (IJICC)*, Volume 13 Issue 6, pp. 761-774.
- 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.
- Darsono, R. (2015). *Pengaruh Fasilitas dan Daya Tarik Wisata terhadap Tingkat Kepuasan Wisatawan, Studi Kasus di Waduk Jatiluhur-Kabupaten Purwakarta*. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 5(1), 14-22.

- El Fikri, M., Andika, R., Febrina, T., Pramono, C., & Pane, D. N. (2020). Strategy to Enhance Purchase Decisions through Promotions and Shopping Lifestyles to Supermarkets during the Coronavirus Pandemic: A Case Study IJT Mart, Deli Serdang Regency, North Sumatera.
- El Fikri, M., & Dewi Nurmasari Pane, R. A. (2020). Factors Affecting Readers' Satisfaction in "Waspada" Newspapers: Insight from Indonesia. Indexing and Abstracting.
- Hermawan, H. (2017). *Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, Dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan: Studi Community Based Tourism Di Gunung Api Purba Nglanggeran*. JURNAL MEDIA WISATA: Wahana Informasi Pariwisata, 15(1).
- Indrawan, M. I., Nasution, M. D. T. P., Adil, E., & Rossanty, Y. (2016). A Business Model Canvas: Traditional Restaurant "Melayu" in North Sumatra, Indonesia. *Bus. Manag. Strateg*, 7(2), 102-120.
- Mardiyani, Y., & Murwatiningsih, M. (2015). *Pengaruh Fasilitas dan Promosi terhadap Kepuasan Pengunjung melalui Keputusan Berkunjung sebagai Variabel Intervening pada Objek Wisata Kota Semarang*. *Management Analysis Journal*, 4(1).
- Marpaung, B. (2019). *Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Keselamatan dengan Kepuasan Wisatawan sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan*. Volume 1, Nomor 2, Oktober 2019 Hal 144-155
- Nasution, M. D. T. P., & Rossanty, Y. (2018). Country of origin as a moderator of halal label and purchase behaviour. *Journal of Business and Retail Management Research*, 12(2).
- Nasution, M. D. T. P., Rossanty, Y., Achmad Daengs, G. S., Sahat, S., Rosmawati, R., Kurniasih, N., ... & Rahim, R. (2018). Decision support rating system with Analytical Hierarchy Process method. *Int. J. Eng. Technol*, 7(2.3), 105-108.
- Nasution, M. D. T. P., & Rossanty, Y. (2018). Country of origin as a moderator of halal label and purchase behaviour. *Journal of Business and Retail Management Research*, 12(2).
- Ritonga, H. M., Hasibuan, H. A., & Siahaan, A. P. U. (2017). Credit Assessment in Determining The Feasibility of Debtors Using Profile Matching. *International Journal of Business and Management Invention*, 6(1), 73079.
- RITONGA, H. M., PANE, D. N., & RAHMAH, C. A. A. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA HONDA IDK 2 MEDAN. *JUMANT*, 12(2), 30-44.

- Ritonga, H. M., Setiawan, N., El Fikri, M., Pramono, C., Ritonga, M., Hakim, T., ... & Nasution, M. D. T. P. (2018). Rural Tourism Marketing Strategy And Swot Analysis: A Case Study Of Bandar PasirMandoge Sub-District In North Sumatera. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 9(9).
- Sari, M. I., Sukiswo., & Rohana, T. (2015). *Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Konservasi Gajah Kabupaten Aceh Jaya*. *Management Analysis Journal* 4 (1) (2015)

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Biodata Penulis

IDENTITAS

Nama Lengkap : Juli Malinda
Nama Panggilan : Juli
NPM : 1515310139
Tempat, Tgl Lahir : Diski, 14 Oktober 1996
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Diski Km.15.5 Gg. Abadi Dusun 2
No Seluler : 0815 3340 7704
Alamat Email : julimalinda1610@gmail.com
Hobi : Masak
Golongan Darah : B
Nama Ayah : M. Nasib
Nama Ibu : Jumaida
Jumlah Saudara : 3

RIWAYAT PENDIDIKAN

No	Nama Sekolah	Tahun Lulus
1	Madrasah Miftahul Falah	2002-2008
2	SMP Negeri 1 Sunggal	2008-2011
3	SMK Tunas Pelita	2011-2014
4	Universitas Pembangunan Panca Budi Medan	2015-2020

LAMPIRAN

Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Medan, Maret 2020

Perihal : **Permohonan Pengisian Kuisisioner Penelitian Skripsi**

Kepada Yth,
Saudara/i Wisatawan
Danau Siombak
Di tempat

Salam Sejahtera bagi kita semua.

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang sedang saya lakukan untuk memenuhi tugas akhir saya dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) di Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan, maka dengan ini saya:

Nama : Juli Malinda
NPM : 1515310139
Jenis Kelamin : Wanita
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Memohon kepada saudara/i agar sudi kiranya membantu penelitian skripsi saya ini yang berjudul:

“Pengaruh Daya Tarik dan Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan Danau Siombak di Kota Medan”

Adapun bantuan yang saudara/i dapat lakukan adalah dengan mengisi kuesioner yang saya berikan ini. Untuk keakuratan dan validitas data, dimohonkan kepada saudara/i agar mengisi kuesioner ini sesuai dengan realitas yang terjadi di lapangan dengan jawaban yang sejujur-jujurnya, sehingga penelitian ini akan menghasilkan penelitian yang lebih berkualitas dengan hasil penelitian yang baik.

Demikian permohonan ini disampaikan, atas perhatian dan bantuannya saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Juli Malinda
NPM: 1515310139

LAMPIRAN

PENGARUH DAYA TARIK DAN FASILITAS WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DANAU SIOMBAK DI KOTA MEDAN

Petunjuk Pengisian:

1. Berilah tanda (√) tepat pada simbol jawaban yang ada di dalam kotak, sesuai dengan jawaban yang dipilih.
2. Kuisisioner ini berisi beberapa pertanyaan yang dimohonkan untuk dijawab secara pribadi dengan jawaban yang sejujur-jujurnya sesuai realita di lapangan
3. Ketentuan bobot nilai jawaban responden sebagai berikut:

Jawaban	Simbol	Bobot Nilai
Sangat Tidak Setuju.	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

Contoh Pengisian Kuesioner:

STS	TS	N	S	SS
			√	

LAMPIRAN

IDENTITAS RESPONDEN

1. Jenis Kelamin

- Pria
- Wanita

- Dosen/Guru
- Wirausaha
- Ibu Rumah Tangga
- Pelajar/Mahasiswa

2. Usia

- Di bawah 21 Tahun
- 21 - 25 Tahun
- 26 - 30 Tahun
- 31 - 35 Tahun
- 36 – 40 Tahun
- 41 – 45 Tahun
- Di Atas 45 Tahun

5. Frekuensi Kunjungan

- 1 Kali
- 2 Kali
- 3 Kali
- 4 Kali
- Di Atas 4 Kali

3. Pendidikan

- SMP ke Bawah
- SMA/SMK
- D3
- S1
- S2
- S3

6. Status Pernikahan

- Gadis/Lajang
- Menikah
- Janda/Duda

4. Pekerjaan

- Karyawan Swasta
- PNS
- TNI/POLRI

LAMPIRAN

PERTANYAAN INTI

1. Daya Tarik Wisata (X₁)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
Atraksi Wisata						
1	Danau Siombak menarik untuk dikunjungi					
Aksesibilitas						
2	Danau Siombak memiliki kemudahan akses untuk wisatawan berkunjung					
Amenities (Fasilitas)						
3	Danau Siombak memiliki fasilitas pendukung yang dapat dimanfaatkan wisatawan					
Ancillary Service (Jasa Pendukung Pariwisata)						
4	Danau Siombak memiliki lingkungan penduduk yang ramah.					

2. Fasilitas Wisata (X₂)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
Kelengkapan Fasilitas						
1	Fasilitas wisata danau Siombak sudah lengkap bagi wisatawan.					
Kualitas dari Fasilitas						
2	Fasilitas yang ada di danau Siombak memiliki kualitas yang baik					
Kemudahan Menggunakan Fasilitas						
3	Fasilitas yang ada di danau Siombak mudah untuk digunakan oleh wisatawan.					
Kebersihan Fasilitas						
4	Fasilitas yang ada di danau Siombak terjaga kebersihan dan tertata rapi.					

3. Kepuasan Wisatawan (Y)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
Perasaan Senang						
1	Wisatawan merasakan perasaan bahagia dan senang selama berkunjung ke danau Siombak					
Biaya						
2	Wisatawan tidak perlu mengeluarkan biaya yang besar untuk mengunjungi danau Siombak					
Harapan						
3	Wisatawan mendapatkan kepuasan seperti apa yang wisatawan harapan di danau Siombak					
Lingkungan						
4	Danau Siombak memiliki keadaan lingkungan yang mendukung kualitas dari objek wisata					

LAMPIRAN

Lampiran 3 : Data Hasil Penyebaran Kuesioner

No	Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Frekuensi	Status	Daya Tarik Wisata (X1)				TOTAL X1	Fasilitas Wisata (X2)				TOTAL X2	Kepuasan Wisatawan (Y)				TOTAL Y
							X11	X12	X13	X14		X21	X22	X23	X24		Y1	Y2	Y3	Y4	
1	2	4	2	1	1	2	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	4	4	5	4	17
2	2	7	4	1	1	2	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
3	2	7	4	4	1	3	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18
4	1	2	2	1	1	1	5	5	5	5	20	1	5	5	5	16	5	5	5	4	19
5	2	4	4	4	1	2	4	5	4	4	17	2	4	4	4	14	4	5	4	5	18
6	1	3	4	1	2	2	4	5	3	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
7	1	2	2	1	1	1	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	5	5	5	5	20
8	1	2	2	7	2	1	5	4	4	5	18	3	4	4	4	15	3	4	5	4	16
9	1	3	2	3	1	2	5	4	4	5	18	5	4	4	4	17	4	5	4	4	17
10	1	2	2	1	1	1	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
11	1	1	2	7	3	1	4	5	5	4	18	5	5	4	4	18	5	4	4	4	17
12	2	4	4	4	1	2	4	4	5	5	18	4	4	4	4	16	3	5	4	3	15
13	2	5	4	6	2	2	5	4	5	5	19	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20
14	1	5	5	4	4	2	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18
15	2	4	4	4	4	2	4	4	5	4	17	2	4	4	5	15	3	4	4	5	16
16	1	2	3	1	1	1	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
17	1	2	2	1	1	1	4	2	4	4	14	4	4	4	4	16	1	4	4	5	14
18	1	3	2	2	1	2	5	2	4	5	16	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18
19	1	6	5	4	1	2	3	3	1	3	10	3	3	3	3	12	4	3	3	3	13
20	1	2	2	1	1	1	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19
21	2	3	2	1	2	2	4	4	5	4	17	4	5	4	4	17	4	4	4	5	17
22	1	3	2	2	1	2	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
23	2	1	1	7	2	1	2	1	2	2	7	1	2	2	1	6	3	2	2	3	10
24	1	6	4	1	2	2	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
25	2	4	4	1	3	2	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
26	2	2	2	7	1	1	4	2	2	4	12	3	5	4	5	17	1	4	4	3	12
27	2	3	2	1	3	2	4	2	4	4	14	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
28	2	5	4	5	1	2	5	4	5	4	18	4	4	4	4	16	5	4	4	5	18
29	1	3	4	1	3	2	5	5	5	5	20	5	3	5	5	18	5	5	5	5	20
30	1	3	4	2	4	2	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15
31	2	5	4	1	4	1	4	4	5	4	17	4	2	4	4	14	5	4	5	4	18
32	1	2	3	1	1	1	5	4	4	5	18	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
33	2	4	4	3	2	2	4	5	4	5	18	4	3	5	3	15	3	3	3	2	11
34	1	4	2	5	1	2	3	3	2	3	11	3	3	4	3	13	3	3	3	3	12

LAMPIRAN

No	Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Frekuensi	Status	Daya Tarik Wisata (X1)				TOTAL X1	Fasilitas Wisata (X2)				TOTAL X2	Kepuasan Wisatawan (Y)				TOTAL Y
							X11	X12	X13	X14		X21	X22	X23	X24		Y1	Y2	Y3	Y4	
35	2	4	2	5	1	2	3	2	2	5	12	5	4	2	2	13	3	4	4	2	13
36	2	1	2	7	2	1	3	5	5	5	18	5	5	5	5	20	5	3	5	5	18
37	1	2	3	1	3	1	2	4	4	4	14	5	4	4	4	17	4	4	5	3	16
38	2	2	2	1	2	1	4	5	3	5	17	4	5	5	4	18	4	3	4	3	14
39	1	2	2	3	1	1	5	5	5	4	19	5	4	5	5	19	5	5	5	4	19
40	1	7	4	5	1	2	5	4	4	5	18	4	5	5	4	18	5	5	5	4	19
41	2	5	4	4	1	2	2	5	4	5	16	3	3	5	5	16	5	5	5	4	19
42	2	6	4	2	2	2	3	5	5	5	18	4	5	5	3	17	3	5	3	3	14
43	1	1	2	7	1	1	3	3	4	3	13	3	3	3	2	11	2	4	2	2	10
44	1	3	2	5	1	2	5	5	4	5	19	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
45	2	6	2	6	3	2	5	4	4	5	18	5	4	4	4	17	4	4	5	4	17
46	2	6	2	6	1	2	5	4	4	4	17	4	4	4	5	17	5	4	3	4	16
47	1	3	2	1	2	2	2	2	3	2	9	2	2	3	2	9	1	2	3	2	8
48	2	1	1	7	3	1	4	4	2	4	14	4	4	5	4	17	4	3	4	4	15
49	2	7	4	5	3	2	4	3	3	4	14	5	4	3	4	16	5	4	5	5	19
50	2	3	4	2	1	2	5	4	3	4	16	5	4	4	4	17	4	5	5	4	18
51	2	3	4	4	4	2	4	5	3	4	16	3	5	3	3	14	4	5	5	5	19
52	2	2	2	1	2	1	3	3	4	3	13	2	5	2	1	10	3	3	3	2	11
53	2	3	2	1	1	2	4	1	3	5	13	4	5	5	4	18	4	4	5	4	17
54	1	1	1	7	3	1	5	4	4	5	18	4	5	5	5	19	5	4	5	5	19
55	2	4	4	4	1	2	5	4	5	5	19	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18
56	1	1	1	7	5	1	4	2	2	4	12	3	3	3	3	12	5	4	4	4	17
57	2	5	2	5	1	3	4	3	3	4	14	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18
58	2	1	1	7	5	1	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17
59	2	5	4	2	2	2	5	4	5	4	18	4	4	5	4	17	5	4	4	4	17
60	2	6	2	6	2	2	5	5	4	5	19	5	5	4	5	19	5	3	5	5	18
61	2	3	2	5	1	2	5	5	4	5	19	5	3	4	5	17	5	5	5	5	20
62	2	6	2	5	1	2	4	4	5	3	16	4	3	3	4	14	4	4	4	4	16
63	2	6	4	6	1	2	5	4	2	2	13	2	4	3	2	11	2	2	3	1	8
64	1	1	1	7	5	1	4	4	3	4	15	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16
65	1	3	4	2	2	2	3	3	3	2	11	3	2	3	3	11	3	3	3	3	12
66	2	6	4	5	1	3	5	3	4	5	17	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
67	1	1	1	7	5	1	5	4	4	5	18	5	5	3	5	18	5	3	5	5	18
68	2	4	2	1	1	2	5	3	4	5	17	3	4	4	5	16	5	5	5	5	20
69	1	3	4	1	4	2	4	3	3	5	15	4	4	3	4	15	5	5	4	4	18
70	2	7	4	5	4	2	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
71	2	2	3	6	2	2	5	3	4	5	17	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20

LAMPIRAN

No	Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Frekuensi	Status	Daya Tarik Wisata (X1)				TOTAL X1	Fasilitas Wisata (X2)				TOTAL X2	Kepuasan Wisatawan (Y)				TOTAL Y
							X11	X12	X13	X14		X21	X22	X23	X24		Y1	Y2	Y3	Y4	
72	1	7	4	1	1	3	5	2	4	5	16	4	4	3	4	15	5	5	5	4	19
73	2	1	2	7	3	1	5	4	5	4	18	4	5	4	4	17	4	4	5	5	18
74	2	2	2	3	2	1	4	4	4	5	17	4	5	4	4	17	5	5	4	5	19
75	2	1	1	7	2	1	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
76	2	3	4	5	1	2	3	2	1	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
77	1	5	5	4	1	2	5	4	4	5	18	5	5	4	5	19	5	5	3	5	18
78	2	4	4	2	1	2	5	4	3	1	13	2	1	3	5	11	2	2	4	2	10
79	2	2	2	1	1	1	5	3	4	5	17	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
80	1	1	1	7	1	1	1	2	2	1	6	1	1	1	1	4	1	1	2	1	5
81	1	5	2	5	1	2	5	2	4	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
82	1	2	3	7	1	1	5	4	3	5	17	5	2	3	5	15	5	5	5	5	20
83	1	5	2	1	1	2	3	3	3	3	12	5	3	3	3	14	3	3	3	3	12
84	2	2	2	1	2	1	5	4	4	5	18	5	3	4	4	16	4	4	4	4	16
85	1	7	2	5	1	2	4	5	4	4	17	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16
86	2	2	2	7	2	1	5	5	4	5	19	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
87	2	2	2	1	1	1	4	4	5	4	17	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16
88	2	1	1	7	1	1	4	4	4	5	17	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16
89	1	3	4	5	1	2	5	4	4	4	17	4	3	4	5	16	4	3	4	4	15

LAMPIRAN

Lampiran 4 : Frekuensi Data

Frequency Table

		Jenis Kelamin Responden			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	39	43,8	43,8	43,8
	Wanita	50	56,2	56,2	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

				Usia Responden			
				Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Di Bawah 21 Tahun		14	15,7	15,7	15,7	
	21 - 25 Tahun		20	22,5	22,5	38,2	
	26 - 30 Tahun		18	20,2	20,2	58,4	
	31 - 35 Tahun		11	12,4	12,4	70,8	
	36 - 40 Tahun		10	11,2	11,2	82,0	
	41 - 45 Tahun		9	10,1	10,1	92,1	
	Di Atas 45 Tahun		7	7,9	7,9	100,0	
	Total		89	100,0	100,0		

		Pendidikan Responden			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP ke Bawah	10	11,2	11,2	11,2
	SMA/SMK	40	44,9	44,9	56,2
	D3	5	5,6	5,6	61,8
	S1	31	34,8	34,8	96,6
	S2	3	3,4	3,4	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

		Pekerjaan Responden			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Karyawan Swasta	28	31,5	31,5	31,5
	PNS/ASN	8	9,0	9,0	40,4
	TNI/POLRI	4	4,5	4,5	44,9
	Dosen/Guru	10	11,2	11,2	56,2
	Wirausaha	15	16,9	16,9	73,0
	Ibu Rumah Tangga	6	6,7	6,7	79,8
	Mahasiswa/Pelajar	18	20,2	20,2	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

LAMPIRAN

Frekuensi Kunjungan Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Kali	48	53,9	53,9	53,9
	2 Kali	20	22,5	22,5	76,4
	3 Kali	10	11,2	11,2	87,6
	4 Kali	7	7,9	7,9	95,5
	Di Atas 4 Kali	4	4,5	4,5	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

status

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Gadis/Lajang	34	38,2	38,2	38,2
	Terikat Pernikahan	51	57,3	57,3	95,5
	Janda/Duda	4	4,5	4,5	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

X11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1,1	1,1	1,1
	Tidak Setuju (TS)	4	4,5	4,5	5,6
	Netral (N)	10	11,2	11,2	16,9
	Setuju (S)	33	37,1	37,1	53,9
	Sangat Setuju (SS)	41	46,1	46,1	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

X12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2,2	2,2	2,2
	Tidak Setuju (TS)	11	12,4	12,4	14,6
	Netral (N)	13	14,6	14,6	29,2
	Setuju (S)	40	44,9	44,9	74,2
	Sangat Setuju (SS)	23	25,8	25,8	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

LAMPIRAN

X13

				Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)			2	2,2	2,2	2,2
	Tidak Setuju (TS)			8	9,0	9,0	11,2
	Netral (N)			14	15,7	15,7	27,0
	Setuju (S)			40	44,9	44,9	71,9
	Sangat Setuju (SS)			25	28,1	28,1	100,0
	Total			89	100,0	100,0	

X14

				Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)			2	2,2	2,2	2,2
	Tidak Setuju (TS)			4	4,5	4,5	6,7
	Netral (N)			7	7,9	7,9	14,6
	Setuju (S)			34	38,2	38,2	52,8
	Sangat Setuju (SS)			42	47,2	47,2	100,0
	Total			89	100,0	100,0	

X21

				Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)			3	3,4	3,4	3,4
	Tidak Setuju (TS)			6	6,7	6,7	10,1
	Netral (N)			11	12,4	12,4	22,5
	Setuju (S)			35	39,3	39,3	61,8
	Sangat Setuju (SS)			34	38,2	38,2	100,0
	Total			89	100,0	100,0	

X22

				Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)			2	2,2	2,2	2,2
	Tidak Setuju (TS)			5	5,6	5,6	7,9
	Netral (N)			14	15,7	15,7	23,6
	Setuju (S)			33	37,1	37,1	60,7
	Sangat Setuju (SS)			35	39,3	39,3	100,0
	Total			89	100,0	100,0	

LAMPIRAN

X23

				Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)			1	1,1	1,1	1,1
	Tidak Setuju (TS)			3	3,4	3,4	4,5
	Netral (N)			18	20,2	20,2	24,7
	Setuju (S)			41	46,1	46,1	70,8
	Sangat Setuju (SS)			26	29,2	29,2	100,0
	Total			89	100,0	100,0	

X24

				Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)			3	3,4	3,4	3,4
	Tidak Setuju (TS)			4	4,5	4,5	7,9
	Netral (N)			9	10,1	10,1	18,0
	Setuju (S)			39	43,8	43,8	61,8
	Sangat Setuju (SS)			34	38,2	38,2	100,0
	Total			89	100,0	100,0	

Y1

				Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)			4	4,5	4,5	4,5
	Tidak Setuju (TS)			3	3,4	3,4	7,9
	Netral (N)			12	13,5	13,5	21,3
	Setuju (S)			33	37,1	37,1	58,4
	Sangat Setuju (SS)			37	41,6	41,6	100,0
	Total			89	100,0	100,0	

Y2

				Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)			1	1,1	1,1	1,1
	Tidak Setuju (TS)			4	4,5	4,5	5,6
	Netral (N)			13	14,6	14,6	20,2
	Setuju (S)			35	39,3	39,3	59,6
	Sangat Setuju (SS)			36	40,4	40,4	100,0
	Total			89	100,0	100,0	

LAMPIRAN

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju (TS)	3	3,4	3,4	3,4
	Netral (N)	12	13,5	13,5	16,9
	Setuju (S)	33	37,1	37,1	53,9
	Sangat Setuju (SS)	41	46,1	46,1	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2,2	2,2	2,2
	Tidak Setuju (TS)	6	6,7	6,7	9,0
	Netral (N)	12	13,5	13,5	22,5
	Setuju (S)	38	42,7	42,7	65,2
	Sangat Setuju (SS)	31	34,8	34,8	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Descriptives

Notes

Output Created		20-MAR-2020 16:04:34	
Comments			
Input	Data	I:\Juli Malinda (1515310139)\Skripsi\SPSS\Data.sav	
	Active Dataset	DataSet1	
	Filter	<none>	
	Weight	<none>	
	Split File	<none>	
	N of Rows in Working Data File	89	
Missing Handling	Value Definition of	User defined missing values are treated as missing.	
	Cases Used	All non-missing data are used.	
Syntax		DESCRIPTIVES VARIABLES=X11 X12 X13 X14 X21 X22 X23 X24 Y1 Y2 Y3 Y4 /STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.	
Resources	Processor Time	00:00:00,00	
	Elapsed Time	00:00:00,00	

LAMPIRAN

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
X11	89	1	5	376	4,22	,901
X12	89	1	5	338	3,80	1,036
X13	89	1	5	345	3,88	,998
X14	89	1	5	377	4,24	,942
X21	89	1	5	358	4,02	1,044
X22	89	1	5	361	4,06	,993
X23	89	1	5	355	3,99	,859
X24	89	1	5	364	4,09	,984
Y1	89	1	5	363	4,08	1,047
Y2	89	1	5	368	4,13	,907
Y3	89	2	5	379	4,26	,819
Y4	89	1	5	357	4,01	,983
Valid (listwise)	N	89				

LAMPIRAN

Lampiran 5 : Uji Kualitas Data

RELIABILITY

```

/VARIABLES=X11 X12 X13 X14
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.
    
```

Reliability

		Notes
Output Created		20-MAR-2020 15:57:36
Comments		
Input	Data	I:\Juli Malinda (1515310139)\Skripsi\SPSS\Data.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	89
	Matrix Input	
Missing Handling	Value Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=X11 X12 X13 X14 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,00

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	89	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	89	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

LAMPIRAN

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,761	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X11	11,91	5,628	,546	,712
X12	12,34	5,271	,512	,733
X13	12,26	5,057	,607	,678
X14	11,90	5,365	,579	,695

RELIABILITY

```

/VARIABLES=X21 X22 X23 X24
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.
    
```

Reliability

Notes

Output Created		20-MAR-2020 15:57:49
Comments		
Input	Data	I:\Juli Malinda (1515310139)\Skripsi\SPSS\Data.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	89
	Matrix Input	
Missing Handling	Value Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=X21 X22 X23 X24 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,00

LAMPIRAN

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	89	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	89	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,803	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X21	12,13	5,573	,580	,775
X22	12,10	5,842	,561	,782
X23	12,17	6,005	,659	,739
X24	12,07	5,404	,688	,719

RELIABILITY

```

/VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.
    
```

Reliability

		Notes
Output Created		20-MAR-2020 15:58:02
Comments		
Input	Data	I:\Juli Malinda (1515310139)\Skripsi\SPSS\Data.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	89
	Matrix Input	

LAMPIRAN

Missing Handling	Value Definition	of	User-defined missing values are treated as missing.
	Missing Cases Used		Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax			RELIABILITY /VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time		00:00:00,00
	Elapsed Time		00:00:00,02

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	89	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	89	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,875	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	12,40	5,630	,728	,845
Y2	12,35	6,320	,702	,851
Y3	12,22	6,585	,734	,843
Y4	12,47	5,707	,782	,819

LAMPIRAN

Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik, Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis dan Determinasi

```

REGRESSION /MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS BCOV R ANOVA COLLIN TOL
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT TOTAL_Y
/METHOD=ENTER TOTAL_X1 TOTAL_X2
/SCATTERPLOT=(*SRESID,*ZPRED)
/RESIDUALS HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID) /SAVE
RESID.
    
```

Regression

		Notes
Output Created		20-MAR-2020 15:59:23
Comments		
Input	Data	I:\Juli Malinda (1515310139)\Skripsi\SPSS\Data.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	89
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS BCOV R ANOVA COLLIN TOL /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT TOTAL_Y /METHOD=ENTER TOTAL_X1 TOTAL_X2 /SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED) /RESIDUALS HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID) /SAVE RESID.
Resources	Processor Time	00:00:02,17
	Elapsed Time	00:00:01,48
	Memory Required	2004 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	904 bytes

LAMPIRAN

Variables Created RES_1 or Modified	Unstandardized Residual
--	-------------------------

Variables Entered/Removed^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Fasilitas Wisata (X2), Tarik Wisata (X1) ^b		. Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan (Y)

b. All requested variables entered.

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,819 ^a	,670	,663	1,868

a. Predictors: (Constant), Fasilitas Wisata (X2), Daya Tarik Wisata (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan (Y)

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	610,196	2	305,098	87,453	,000 ^b
	Residual	300,029	86	3,489		
	Total	910,225	88			

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan (Y)

b. Predictors: (Constant), Fasilitas Wisata (X2), Daya Tarik Wisata (X1)

Coefficients^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,669	1,144		1,459	,148		
	Daya Tarik Wisata (X1)	,398	,109	,366	3,649	,000	,381	2,628
	Fasilitas Wisata (X2)	,520	,105	,499	4,970	,000	,381	2,628

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan (Y)

LAMPIRAN

Coefficient Correlations^a

Model		Fasilitas Wisata (X2)	Daya Tarik Wisata (X1)
1	Correlations	Fasilitas Wisata (X2)	1,000
		Daya Tarik Wisata (X1)	-,787
	Covariances	Fasilitas Wisata (X2)	,011
		Daya Tarik Wisata (X1)	-,009

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan (Y)

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Daya Tarik Wisata (X1)	Fasilitas Wisata (X2)
1	1	2,973	1,000	,00	,00	,00
	2	,020	12,133	,99	,08	,13
	3	,007	20,436	,01	,92	,87

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan (Y)

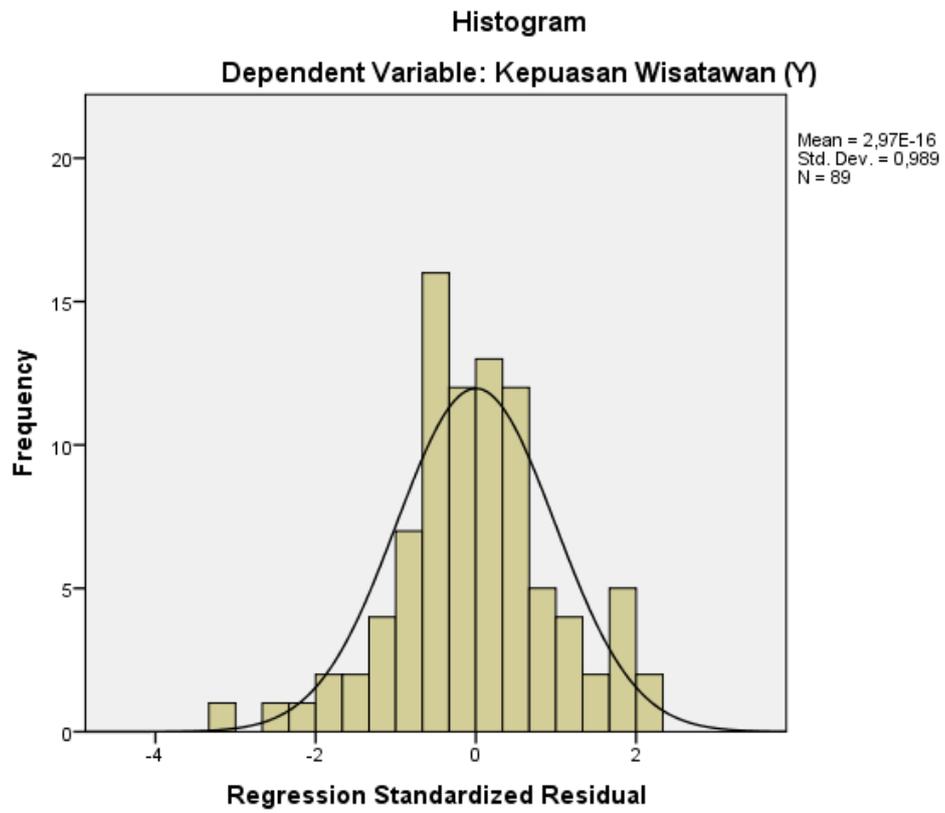
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	6,13	20,02	16,48	2,633	89
Std. Predicted Value	-3,930	1,342	,000	1,000	89
Standard Error of Predicted Value	,198	,816	,323	,115	89
Adjusted Predicted Value	6,40	20,08	16,49	2,630	89
Residual	-5,623	4,322	,000	1,846	89
Std. Residual	-3,011	2,314	,000	,989	89
Stud. Residual	-3,070	2,356	-,001	1,006	89
Deleted Residual	-5,847	4,480	-,005	1,914	89
Stud. Deleted Residual	-3,234	2,421	-,003	1,022	89
Mahal. Distance	,003	15,793	1,978	2,524	89
Cook's Distance	,000	,125	,012	,024	89
Centered Leverage Value	,000	,179	,022	,029	89

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan (Y)

LAMPIRAN

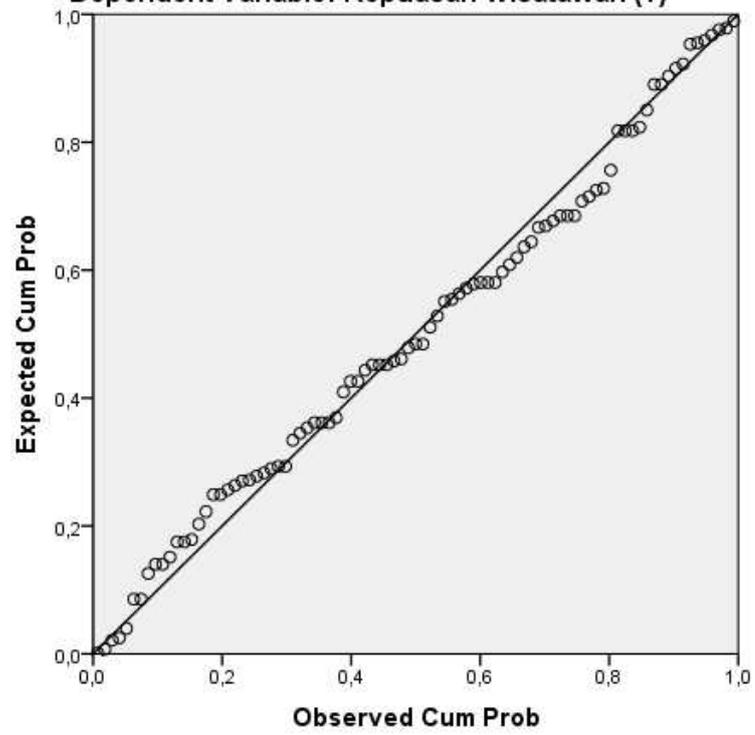
Charts



LAMPIRAN

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

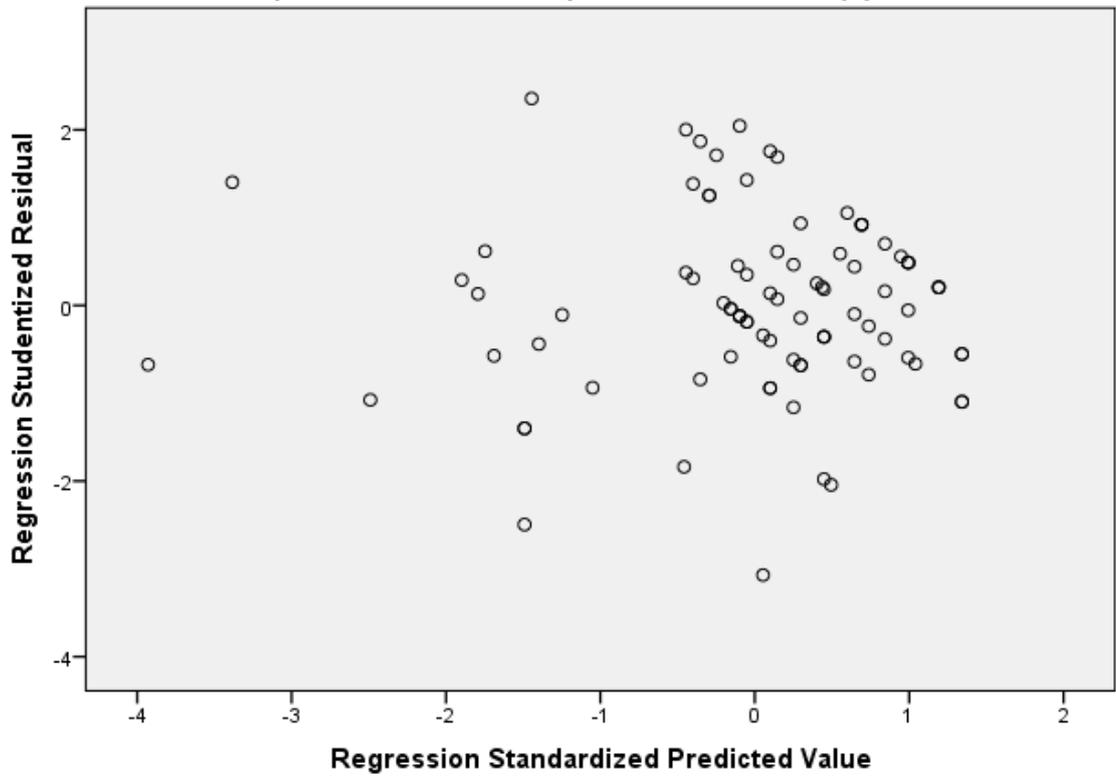
Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan (Y)



LAMPIRAN

Scatterplot

Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan (Y)



LAMPIRAN

Lampiran 7 : Uji Kolmogorov-Smirnov

NPAR TESTS

/K-S(NORMAL)=RES_1 /MISSING ANALYSIS.

NPAr Tests

		Notes
Output Created		20-MAR-2020 15:59:39
Comments		
Input	Data	I:\Juli Malinda (1515310139)\Skripsi\SPSS\Data.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	89
Missing Handling	Value Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.
Syntax		NPAR TESTS /K-S(NORMAL)=RES_1 /MISSING ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,02
	Number of Cases Allowed ^a	393216

a. Based on availability of workspace memory.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		89
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,84646123
Most Extreme Differences	Absolute	,068
	Positive	,068
	Negative	-,067
Test Statistic		,068
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

- *Mulailah sekarang, atau tidak sama sekali.*
- *Mimpi tanpa tindakan hanyalah halusinasi.*

Persembahan :

- *Allah SWT Tuhan yang Maha Esa yang selalu memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis dalam menjalani kehidupan ini*
- *Ayah dan ibu tercinta*
- *Abang dan adik-adikku yang terkasih serta keluarga besarku*
- *Teman-temanku angkatan 2015 serta almamaterku*