

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN MENJADI NASABAH PENGADAIAN EMAS
DI BANK SYARIAH MANDIRI (BSM) KANTOR
CABANG PEMBANTU (KCP) ULEE
KARENG BANDA ACEH**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan
Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh:

**ELDA WITARI
NPM. 1602120034**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
BANDA ACEH
2019**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS EKONOMI
JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATHOH LUENG BATA
TELEPON (0651) 21023 FAX. 21023 – 34092
BANDA ACEH 23245

Jurusan : Manajemen
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 25 Februari 2020

TANDA PERSETUJUAN/PENGESAHAN SKRIPSI

Dengan ini, kami menyatakan telah menyetujui/mengesahkan skripsi saudara:

ELDA WITARI
NPM : 1602120034

Dengan judul:

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KIEPUTUSAN KONSUMEN
MENJADI NASABAH PEGADAIAN EMAS DI BANK SYARIAH MANDIRI (BSM)
KANTOR CABANG PEMBANTU (KCP) ULEE KARENG BANDA ACEH**

Yang diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.

Menyetujui / Mengesahkan :

Ketua Program Studi
Manajemen


Suryani Murad, SE, M.Si.
NIK. 19720205 200103 2 001

Pembimbing I


Dr. H. Aliamin, SE, M.Si, Ak. CA.
NIK. 19590217 199101 1 001

Pembimbing II


Sulfitra, S.Si, M.Si
NIK. 19750127 201001 1 001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Tarmizi Gadeng, SE., M.Si., MM
NIK. 19700408 199401 1 001



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS EKONOMI

JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATHOH LUENG BATA
TELEPON (0651) 21023 FAX. 21023 – 34092
BANDA ACEH 23245

Jurusan : Manajemen
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 25 Februari 2020

TANDA PERSETUJUAN KOMISI UJIAN SKRIPSI

Dengan ini, kami menyatakan telah menyetujui/mengesahkan skripsi saudara:

ELDA WITARI
NPM : 1602120034

Dengan judul:

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KIEPUTUSAN KONSUMEN
MENJADI NASABAH PEGADAIAN EMAS DI BANK SYARIAH MANDIRI (BSM)
KANTOR CABANG PEMBANTU (KCP) ULEE KARENG BANDA ACEH**

Yang telah dipertahankan di depan Komisi Ujian, pada tanggal 13 Februari 2020

Menyetujui / Mengesahkan :
Komisi Ujian

Ketua


Drs. Tarmizi Gadeng, SE, M.Si, MM.
NIK. 19700408 199401 1 001

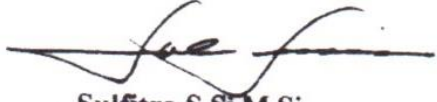
Sekretaris


Dr. H. Aliamin, SE, M.Si, Ak. CA.
NIK. 19590217 199101 1 001

Anggota


Suryani Murad, SE, M.Si
NIK. 19720205 200103 2 001

Anggota


Sulfitra, S.Si, M.Si
NIK. 19750127 201001 1 001

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen




Suryani Murad, SE, M.Si
NIK. 19720205 200103 2 001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"SAYA YANG BERTANDA TANGAN DI BAWAH INI MENYATAKAN BAHWA SKRIPSI INI TELAH DITULIS DENGAN SESUNGGUH-SUNGGUHNYA DAN TIDAK ADA BAGIAN YANG MERUPAKAN PENJIPLAKAN KARYA ORANG LAIN DI PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH, APABILA DI KEMUDIAN HARI TERBUKTI BAHWA PERNYATAAN INI TIDAK BENAR MAKA SAYA SANGGUP MENERIMA HUKUMAN/SANKSI SESUAI PERATURAN YANG BERLAKU"

Banda Aceh, 25 Februari 2020
Yang Menyatakan



Elda Witari

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Elda Witari
NPM : 1602120034
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh **Hak Bebas Royalty Non Eksklusif (Non-Exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KIEPUTUSAN KONSUMEN MENJADI NASABAH PEGADAIAN EMAS DI BANK SYARIAH MANDIRI (BSM) KANTOR CABANG PEMBANTU (KCP) ULEE KARENG BANDA ACEH

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan) dengan Hak Royalty Non-Eksklusif ini Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 25 Februari 2020

Banda Aceh, 25 Februari 2020
Yang Menyatakan,



Elda Witari

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, hidayah, kekuatan dan kesehatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Cafe Habibi Lampuuk Aceh Besar”**. Selanjutnya shalawat dan salam kepada junjungan alam Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa syiar islam di atas muka bumi ini.

Dalam penyelesaian Skripsi ini, penulis telah berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuan dan pengalaman yang penulis miliki. Namun penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dalam isi maupun teknis penulisannya. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan adanya kritik dan saran dari berbagai pihak demi kesempurnaan penulisan ini. Pada kesempatan ini, perkenankan penulis mengucapkan ribuan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Ayahanda dan Ibunda tercinta yang telah mendidik, membesarkan, serta mencurahkan kasih sayangnya, cinta, nasehat dan dukungan baik dari segi moril maupun dari segi materil untuk keberhasilan penulis guna tercapainya cita-cita.
2. Bapak Drs. Tarmizi Gadeng, SE, M.Si, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh dan juga Selaku Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktunya membantu saya menyelesaikan skripsi ini.

3. Ibu Suryani Murad, SE, M.Si. selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh dan.
4. Ibu Tuwisna, SE, MM. selaku Kepala Laboratorium Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh dan juga selaku Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktunya membantu saya menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Staf Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh yang telah banyak membekali ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Kepada kawan – kawan saya yang banyak membantu dan mendukung saya.

Demikianlah mudah-mudahan skripsi ini dapat memberika manfaat kepada kita semua,terutama kepada penulis sendiri. Namun penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan,baik dalam penyajian maupun dalam pembahasannya, oleh karena itu penulis sangat megharapkan kritikan dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini, semoga Allah SWT akan membalasnya di kemudian hari. *Amin ya Rabbal A'lamin..*

Banda Aceh, 20 Februari 2020

Asni Julmaulidar

DAFTAR ISI

	Halaman:
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
ABSTRAK	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang Penelitian	1
1.2.Rumusan Masalah	4
1.3.Tujuan Penelitian	4
1.4.Manfaat Penelitian	5
1.5.Ruang Lingkup Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	6
2.1. Landasan Teoritis	6
2.1.1. Kepuasan Pengunjung	6
2.1.2.Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	8
2.1.3. Manfaat Kepuasan Pengunjung	8
2.2. Daya Tarik Wisata	8
2.2.1. Indikator Daya Tari Wisata	9
2.2.2. Syarat-Syarat Pengembangan Wisata	10
2.3. Fasilitas Layanan	11
2.3.1. Indikator Fasilitas Layanan	12
2.4. Penelitian Sebelumnya	13
2.5. Kerangka Pemikiran	16
2.6. Hipotesis Penelitian	17
BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1. Desain Penelitian	18
3.1.1. Tujuan Penelitian.....	18
3.1.2. Jenis Penelitian	18
3.1.3. Horizon Waktu	18
3.1.4. Unit Analisis	18
3.2. Populasi Dan Sampel Penelitian.....	18
3.2.1. Populasi	18
3.2.2. Sampel	19
3.3. Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data	20
3.4. Definisi Dan Operasional Variabel	20
3.4.1. Skala Pengukuran	22

3.5. Teknik Analisis Data	22
3.6. Pengujian Data	24
3.6.1. Uji Validitas.....	24
3.6.2. Pengujian Realibilitas	24
3.6.3. Pengujian Asumsi Klasik.....	25
3.6.3.1. Uji Normalitas	25
3.6.3.2. Uji Multikolinerita.....	26
3.6.3.3. Uji Heterokedastisitas	26
3.7. Pengujian Hipotesis	27
3.7.1. Uji t.....	27
3.7.2. Uji F.....	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	29
4.2. Karakteristik Responden.....	30
4.3. Hasil Pengujian Data	32
4.3.1. Pengujian Instrumen.....	32
4.3.1.1. Uji Validitas.....	32
4.3.1.2. Uji Realibilitas Instrumen.....	33
4.3.2. Pengujian Asumsi Klasik	34
4.3.2.1. Uji Normalitas	34
4.3.2.2. Uji Multikolinerita.....	35
4.3.2.3 Uji Heterokedastisitas	36
4.4. Analisis Deskriptif	37
4.4.1. Variabel Kepuasan Pengunjung	37
4.4.2. Variabel Daya Tarik Wisata.....	38
4.4.3. Variabel Fasilitas Layanan	39
4.5. Pembahasan	41
4.5.1. Pengujian Hipotesis	41
4.5.2. Uji Simultan (Uji F)	43
4.5.3. Uji Parsial (Uji t)	44
4.5.6. Implikasi Penelitian.....	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	46
5.1. Kesimpulan	46
5.2. Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	48

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1. Jumlah Nasabah Gadai Emas Di Bank Syariah Mandiri Kcp Ulee Kareng 2014-2017	3
Tabel Ii.1. Penelitian Sebelumnya	23
Tabel. Iii.1 Skala Pengukuran.....	29
Tabel. Iii.2 Definisi Operasional Variabel.....	30
Tabel Iv.1 Karakteristik Responden	38
Tabel Iv.2 Hasil Uji Validitas.....	40
Tabel Iv.3 Uji Reliabilitas Variabel Penelitian (Alpha)	41
Tabel Iv.4 Penjelasan Responden Terhadap Variabel Keputusan Konsumen	45
Tabel Iv.5 Penjelasan Responden Terhadap Variabel Bauran Pemasaran.....	47
Tabel Iv.6 Pengaruh Variabel Bebas Terhadap Variabel Keputusan Konsumen Menjadi Nasabah Pegadain Emas Di Bank Syariah Mandiri (Bsm) Kantor Cabang Pembantu (Kcp) Ulee Kareng Banda Aceh	48
Tabel Iv.7 Model Summary	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1. Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar IV.1. Hasil Uji Normalitas	43
Gambar IV.2. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 3. Frequencies Karakteristik Responden	55
lampiran	
Lampiran 4. Frequencies Kepuasan Pengunjung.....	56
Lampiran 5. Frequencies Daya Tarik Wisata.....	57
Lampiran 6. Frequencies Fasilitas Layanan.....	58
Lampiran 7. Frequencies Kepuasan Pengunjung.....	59
Lampiran 8. Validitas dan Reliability dan Daya Tarik Wisata	60
Lampiran 9. Validitas dan Reliability dan Validitas Fasilitas Layanan.....	61
Lampiran 10. Regression	62

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN MENJADI NASABAH PEGADAIAN EMAS DI BANK
SYARIAH MANDIRI (BSM) KANTOR CABANG PEMBANTU (KCP)
ULEE KARENG BANDA ACEH**

Elda Witari
1602120034

Pembimbing I : Dr.H.Aliamin,SE,M.Si,Ak.CA
Pembimbing II : Sulfitra,S.Si,M.Si

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menguji Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Konsumen menjadi nasabah pegadaian emas di Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Ulee Kareng Banda Aceh. Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan metode survei dengan pendekatan deskriptif asosiatif. Objek dalam penelitian ini yaitu Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Konsumen menjadi nasabah pegadaian emas di Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Ulee Kareng Banda Aceh. Sampel penelitian ini sejumlah 72 responden. Data penelitian dikumpulkan melalui kuisioner, dan studi dokumentasi. Data penelitian dianalisis dengan menggunakan model regresi linier sederhana dan diolah dengan menggunakan program bantuan SPSS (*Statistikal Product and Service Solutions*) versi 22, uji parsial dimaksud untuk mengetahui secara parsial pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bauran Pemasaran berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen menjadi nasabah pegadaian emas di Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Ulee Kareng Banda Aceh. Bauran Pemasaran mempunyai hubungan kuat terhadap Keputusan Konsumen menjadi nasabah pegadaian emas di Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Ulee Kareng Banda Aceh.

Kata Kunci : *Bauran Pemasaran dan Keputusan Konsumen*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Dalam perkembangan dunia saat ini tempat wisata sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Perkembangan pariwisata menyebabkan terjadinya persaingan antar tempat wisata yang ada. Berbagai cara dapat dilakukan oleh pelaku bisnis dibidang ini untuk dapat memenangkan persaingan. Hal yang didapatkan bersaing dalam industri kepariwisataan, barang atau jasa perusahaan yang dapat dikenal dengan baik dan dipercaya citranya oleh masyarakat pada umumnya. Dimana perkembangan industry saat ini membawa pemahaman dan pengertian budaya melalui intraksi pengunjung wisata dengan masyarakat local tempat daerah wisata. Maka dari itu dengan interaksi inilah para wisatawan dapat mengenal dan menghargai budaya masyarakat, salah satunya Aceh.

Provinsi Aceh banyak memiliki tempat wisata yang menarik untuk dikunjungi oleh para wisatawan. Beberapa daya tarik wisata islami di Aceh kemegahan Mesjid Raya Baiturrahman, Masjid Agung Al-Makmur, Masjid Keuchik Leumik , Museum Tsunami dan sejarah Aceh lainnya yang dijadikan suatu tempat wisata yang banyak digemari oleh pengunjung baik dari wisata lokal maupun wisatawan luar daerah.Selain objek wisata islami, Aceh banyak memiliki wisata alam yang sangat indah dan menarik untuk dikunjungi, salah satunya wisata alam yang ada di kabupaten Aceh Besar adalah wisata pantai Lampuuk.

Pantai Lampuuk adalah salah satu primadona wisata Aceh Besar sebelum terjadi tsunami tahun 2004. Pantai ini selalu ramai pengunjung baik dari Aceh maupun

wisatawan lainnya. Saat terjadi tsunami pantai ini mengalami kerusakan yang sangat parah. Tempat berkreasi ini berada di tepi pantai dan pemukiman penduduk disekitarnya hancur dihempas gelombang besar.

Pada awal Januari setelah tsunami aktivitas wisata di pantai ini pun kembali ramai, karena dengan adanya pohon pinus yang rindang dan pasir yang putih. Seiring dengan perbaikan yang dilakukan di pantai ini pun telah dilengkapi dengan fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan bagi pengunjung. Selain itu disisi pantai lampuuk terdapat beberapa café. Salah satunya Café habibi.

Penyediaan fasilitas layanan pada cafe habibi merupakan suatu kepuasan yang diinginkan oleh semua pengunjung agar mereka tetap nyaman dalam menggunakan jasa pelayanan maupun fasilitas layanan dan nanti akan menjadi suatu pertimbangan oleh pengunjung dalam melakukan kunjungan di pantai Café Habibi Lampuuk.

Fasilitas yang disediakan pada Café Habibi Lampuuk Aceh Besar dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut :

Tabel 1.1
Fasilitas Pada Café Habibi Lampuuk Aceh Besar

No	Fasilitas	Jumlah Fasilitas Yang Tersedia
1	Tempat Shalat	2
2	Ruang Ganti	3
3	Ban	5
4	Pondok Besar / Tempat Beristirahat	7
5	Pondok Kecil/ Tempat Beristirahat	15
6	Kamar Mandi	6
Jumlah		38

Sumber : Cafe Habibi Lampuuk Aceh Besar 2019

Berdasarkan survey awal pada tanggal 26 Oktober 2019 dapat mewawancarai 25 orang pengunjung. Peneliti mendapatkan beberapa informasi menarik mengenai alasan beberapa pengunjung merasa puas dengan kenyamanan dan fasilitas layanan yang dikelola ketika berkunjung ke lokasi wisata. Pengunjung lebih banyak mendatangi pantai ini pada hari Sabtu dan Minggu dikarenakan tempat wisata ini salah satu tempat berkumpul bersama keluarga maupun teman.

Setiap berkunjung pada wisata Lampuuk ini pengunjung dikenakan tarif masuk Rp3.000/orang. Di Cafe Habibi ini mempunyai area parkir yang luas untuk kendaraan roda dua ataupun roda empat, sehingga pengunjung tidak susah untuk mencari lahan parkir. Dalam melakukan perjalanan dari kota Banda Aceh ke tempat wisata ini hanya membutuhkan waktu sekitar 15 menit melawati jalan Banda Aceh – Meulaboh. Akses jalan menuju objek wisata sudah teraspal dengan baik sehingga mempermudah pengunjung. Kepuasan pengunjung merupakan ukuran keseluruhan dari pendapat pengunjung pada setiap kualitas daya tarik wisata, selain itu pengunjung mengatakan bahwa daya tarik dan fasilitas juga berperan penting dalam memberikan kepuasan terhadap pengunjung pada saat berkunjung ke objek wisata Café Habibi Lampuuk Aceh Besar.

Berdasarkan fenomena pengunjung pada Cafe Habibi ada sebagian dari pengunjung merasa tidak puas, dikarenakan fasilitas dan jasa pelayanan yang kurang nyaman, serta dekorasi tempat berfoto kurang karena setiap pengunjung yang datang ke pantai akan melihat dan sering untuk mengambil gambar. Perlengkapan yang disediakan seperti pelampung masih kurang pengunjung berharap kondisi ini segera teratasi, selain itu dalam melakukan pemesanan makanan dan minuman juga membuat pengunjung

merasa kecewa seperti keterlambatan dan sering terjadinya kesalahan komunikasi anatara penjual dan pengunjung. Keterlambatan biasanya terjadi pada hari libur dimana banyaknya pengunjung yang dating dan memesan makanan dan minuman.

Berdasarkan latar belakang masalah kepuasan pengunjung di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang akan dijadikan dalam bentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Cafe Habibi Lampuuk Aceh Besar”**.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah sebelumnya maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Seberapa besar pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung pada Café Habibi Lampuuk Aceh Besar
2. Seberapa besar pengaruh fasilitas layanan terhadap kepuasan pengunjung pada Café Habibi Lampuuk Aceh Besar
3. Seberapa besar pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas layanan terhadap kepuasan pengunjung pada Café Habibi Lampuuk Aceh Besar

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung pada Café Habibi Lampuuk Aceh Besar
2. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh fasilitas layanan terhadap kepuasan pengunjung pada Café Habibi Lampuuk Aceh Besar.

3. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas layanan terhadap kepuasan pengunjung pada Café Habibi Lampuuk Aceh Besar

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah diuraikan di atas, maka manfaat penelitian ini adalah :

1. Manfaat teoritis

- Penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan serta memperluas pandangan peneliti tentang manajemen pemasaran daya tarik wisata, fasilitas layanan dan kepuasan pengunjung.
- Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi mahasiswa fakultas ekonomi sebagai referensi atau perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat praktis

- Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi yang mempunyai usahannya dalam meningkatkan kepuasan pengunjung.

1.5. Ruang lingkup penelitian

Ruang lingkup penelitian ini di batasi pada pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas layanan terhadap kepuasan pengunjung pada Cafe Habibi Lampuuk Aceh Besar.

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

2.1. Landasan Teoritis

2.1.1. Kepuasan Pengunjung

Zikmund, Mc Leod dan Gilbert dalam Suryadana dan Octavia (2015) “mendefinisikan kepuasan adalah evaluasi setelah pembelian dari hasil perbandingan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja sesungguhnya”. Suryadana dan Octavia (2015:12) “menjelaskan bahwa apabila hasil produk lebih rendah dari harapan maka wisatawan merasa tidak puas, apabila hasil produk sesuai harapan maka wisatawan merasakan puas, dan apabila hasil produk melebihi harapan maka wisatawan akan merasa sangat puas”.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan apa yang dirasakan sesuai dengan harapannya. Wulandari (2017:4) “berpendapat kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang berasal dari kesan yang dirasakan terhadap suatu produk. Jadi tingkat kepuasan adalah perbandingan antara harapan konsumen dengan kenyataan yang ada, jika harapan-harapan dengan kenyataan lebih rendah kenyataan, maka konsumen akan kecewa. Jika kinerja melebihi harapan maka konsumen akan merasa sangat puas”.

Menurut teori Supranto (2014:7) kepuasan konsumen merupakan label yang digunakan oleh konsumen untuk meringkas suatu himpunan aksi atau tindakan yang terlihat terkait dengan produk atau jasa. Kepuasan adalah respon konsumen yang sudah terpenuhi keinginannya. Jika jasa yang dibeli cocok dengan apa yang di harapkan konsumen, maka akan terdapat kepuasan dan sebaliknya bila kenikmatan yan

diperoleh konsumen melebihi harapannya maka konsumen betul-betul puas, mereka akan mengajak teman-temannya untuk menggunakan jasa perusahaan tersebut (Magdalena,2014:243). Kepuasan konsumen dapat menjadi sebuah standar bahwa produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan telah diterima dengan baik oleh konsumen (Haryono, 2013:154).

Kepuasan konsumen merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan efektif. Apabila konsumen merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien. Hal ini terutama sangat penting bagi pelayanan publik. Pada kondisi persaingan sempurna, dimana konsumen mampu untuk memilih di antara beberapa alternatif pelayanan dan memiliki informasi yang memadai. Ada beberapa faktor yang dapat dipertimbangkan oleh konsumen dalam menilai suatu pelayanan, yaitu: ketepatan waktu, dapat dipercaya, kemampuan teknis, berkualitas dan harga yang sepadan (Sulistiyana,2015:4).

Kepuasan atau konsumen yang secara kontinu dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk menggunakan produk atau jasa dapat dikatakan bahwa mereka merasa puas akan produk atau jasa yang telah diberikan oleh perusahaan. Adanya perasaan yang lebih yang dirasakan ketika sesuatu hasrat atau keinginan yang diharapkannya tercapai. Dari berbagai definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.

2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan konsumen

Lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen yaitu (Wahadi,2016:4):

1. Kualitas produk, pelanggan akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
3. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila seseorang menggunakan produk yang bermerek dan cenderung mempunyai kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai social yang membuat pelanggan menjadi puas dengan merek tertentu.
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 yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

2.1.3 Indikator Kepuasan Pengunjung

Menurut tjiptono (2004:62) indikator kepuasan pelanggan ada empat, yaitu

1. Penyediaan layanan yang baik.
2. Karyawan cepat dalam menyelesaikan pekerjaan.
3. Karyawan mampu mengetahui keinginan dan mendiagnosis hal yang harus dilakukan cepat.
4. Karyawan memberikan perhatian individu dengan baik kepada keluhan konsumen.

2.2. Daya Tarik Wisata

Pengertian daya tarik wisata menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki daya tarik untuk dilihat dan dinikmati yang layak dijual ke pasar wisata (Zeanuri,2012:22). Daya tarik wisata dapat berupa objek wisata dan atraksi wisata. Objek wisata merupakan daya tarik wisata yang bersifat statis dan tangible (Zeanuri,2012:20). Atraksi wisata merupakan daya tarik wisata yang dapat dilihat lewat pertunjukkan dan membutuhkan persiapan bahkan memerlukan pengorbanan untuk menikmatinya (Zeanuri,2012:14).

Daya tarik wisata juga dibagi menjadi daya tarik wisata alam dan daya tarik wisata buatan (Kemenpar,2016). Daya tarik wisata alamiah adalah daya tarik wisata yang terdiri dari keadaan alam, flora, dan fauna yang merupakan ciptaan Tuhan Yang Maha Esa. Sedangkan daya tarik wisata buatan adalah hasil cipta manusia seperti taman rekreasi, kebun binatang dan hal lainnya. Daya tarik wisata merupakan unsur yang sangat penting dalam industri pariwisata, karena daya tarik wisata menjadi salah satu factor wisatawan mengunjungi suatu tempat wisata. Semakin menarik daya tarik wisata yang dikembangkan di sebuah industry pariwisata, maka peluang besar untuk mendatangkan pengunjung lebih banyak akan terwujud. Maka dari itu pengembangan daya tarik wisata sangat dibutuhkan di industry pariwisata.

2.2.1. Indikator Daya Tarik Wisata

Menurut (Cooper dkk dalam Sunaryo,2013) ada empat indikator daya tarik wisata yaitu: *Attraction (Atraksi)*, *Accessibilities (Aksesibilitas)*, *Amenities (Amenitas atau fasilitas)*, dan *Ancillary services (jasa pendukung pariwisata)*.

1. atraksi wisata atau sumber kepariwisataan (tourism resources) merupakan komponen yang secara signifikan menarik kedatangan wisatawan dan dapat dikembangkan di tempat atraksi wisata ditemukan (in situ) atau diluar tempatnya yang asli (ex situ).

2. Aksesibilitas merupakan sarana dan infrastruktur yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk bergerak dari satu daerah ke daerah lain. Faktor-faktor yang penting terkait dengan aspek aksesibilitas wisata meliputi petunjuk arah, bandara, terminal, waktu yang dibutuhkan, biaya perjalanan, dan frekuensi transportasi menuju lokasi wisata.
3. fasilitas adalah segala macam sarana dan prasarana pendukung selama wisatawan berada di daerah tujuan wisata, meliputi kebutuhan akomodasi, penyediaan makanan dan minuman, gedung pertunjukan, tempat hiburan (*entertainment*), dan tempat perbelanjaan. Fasilitas bukan merupakan daya tarik bagi wisatawan, namun menjadi syarat yang menentukan durasi tinggal wisatawan dan kekurangan fasilitas akan menjadikan wisatawan menghindari destinasi tertentu.
4. *ancillary* atau pelayanan tambahan merupakan adanya lembaga kepariwisataan yang dapat memberikan wisatawan rasa aman dan terlindungi (*protection of tourism*). Pelayanan tambahan mencakup keberadaan dari berbagai organisasi yang memfasilitasi dan mendorong pengembangan serta pemasaran dari suatu destinasi wisata.

2.2.2. Syarat-Syarat Pengembangan Wisata

Suatu Daya Tarik Wisata dapat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan harus memenuhi syarat-syarat untuk pengembangan daerahnya, menurut Maryani (1991:11) syarat-syarat tersebut adalah :

- *What too see*

Ditempat tersebut harus ada objek dan atraksi wisata yang berbeda dengan yang dimiliki daerah lain. Dengan kata lain daerah tersebut harus memiliki daya tarik khusus dan atraksi budaya yang dapat dijadikan “entertainment” bagi wisatawan. What too see meliputi pemandangan alam, dan atraksi wisata.

- *What to do*

Di tempat tersebut selain banyak yang dapat dilihat , harus disediakan fasilitas, reaksi yang dapat memnbuat wisatawan betah berwisata di tempat itu.

- *What to buy*

Tempat tujuan wisata harus tersedia fasilitas untuk berbelanja terutama barang souvenir dan kerajinan rakyat sebagai buah tangan untuk dibawa pulang ke tempat asal.

- *What to arrived*

Didalamnya termasuk aksesibilitas, bagaimana kita menempuh daya tarik wisata, sehingga berapa lama jarak tempuh untuk sampai ke lokasi wisata.

- *What to stay*

Bagaimana wisatawan akan tinggal untuk sementara selama dia berlibur. Diperlukan penginapan-penginapan baik hotel berbintang ataupun hotel non berbintang dan lainnya.

2.3. Fasilitas Layanan

Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas, sehingga kebutuhan-kebutuhan pengunjung dapat terpenuhi selama melakukan aktivitas berwisata. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang disengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen untuk bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen Wulandari (2017:4).

Menurut Subbroto (2013:36) fasilitas adalah segala sesuatu yang memudahkan dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha dapat berupa benda-benda maupun uang. 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 Medlik dalam Zeanuri(2012:54).

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 Zeanuri (2012:18). Fasilitas

layanan merupakan segala sesuatu yang disengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Menurut (Azizah 2015:3) Fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata yang dikunjungi, dimana mereka dapat santai menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut.

2.3.1. Indikator Fasilitas Layanan

Menurut (Tjiptono dan Gregorius, 2016:46) dalam mewujudkan kualitas fasilitas terdapat empat indikator yang harus di pertimbangkan di perusahaan, yaitu:

1. Perencanaan spesial berkaitan dengan unsur jarak, lokasi, bentuk, dan ukuran, hal ini sangat berkaitan dengan pemanfaatan waktu.
2. Perencanaan uang, yaitu unsur yang mencakup perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan.
3. Perlengkapan yaitu sebagai sarana perlengkapan yang dapat memberikan kenyamanan, sebagai pejjangan atau instruktur pendukung dalam penggunaan barang dan pelanggan.
4. Tata cahaya dan warni yaitu pengaturan cahaya dan warna ruangan yang sesuai aktivitas yang dilakukan serta suasana yang ingin dibangun dalam ruangan tersebut.

Dengan fasilitas layanan yang baik, maka kepuasan pengunjung dapat terpenuhi dan lebih lanjut dengan terpenuhinya kepuasan wisatawan , maka efeknya dapat memberikan beberapa manfaat yang baik bagi pengunjung, karyawan maupun perusahaan. Bagi pengunjung dengan kualitas dan kepuasan yang baik akan terpenuhinya dengan keinginan dan kebutuhannya. Sementara bagi karyawan dengan

terpenuhinya kepuasan pengunjung akan dapat menciptakan kepuasan pribadi. Sedangkan bagi perusahaan akan dapat meningkatnya citra professional.

2.4. Penelitian Sebelumnya

Penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Eka Rosyidah Aprilia Sunarti Dan Edriana Pangestui (2017) berjudul “Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Balekambang Kabupaten Malang”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : Daya tarik wisata dan fasilitas layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Basiya R Dan Hasan Abdul Rozak (2012) berjudul “Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan Dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : Kepuasan wisatawan mancanegara berpengaruh positif terhadap niat kunjungan kembali wisatawan mancanegara.

Penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Hary Hermawan (2017) berjudul “pengaruh daya Tarik wisata, keselamatan, sarana wisata terhadap kepuasan serta dampaknya terhadap loyalitas wisatawan”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam menciptakan loyalitas wisatawan dapat dicapai meningkatkan terlebih dahulu menaikkan tingkat kepuasan wisatawan melalui peningkatan variabel bebas atau faktor pendukungnya.

Penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Gusneli, Silfeni, dan Kasmita² (2016) berjudul “Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Ke Objek

Wisata Air Terjun Bayang Sani Kabupaten Pesisir Selatan”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas wisata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung melalui variabel bebas atau hal yang lainnya.

Penelitian Yang Dilakukan Sebelumnya Rosita,Sri Marhanah,Woro Hanoum Wahadi,(2016) berjudul fasilitas wisata dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di taman magastwa ragunan jakar melalui variabel bebas atau hal yang lainnya.Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dalam penelitian ini terdapat pengaruh antara fasilitas wisata dan kepuasan pengunjung, semakin meningkat fasilitas wisata di tmr maka semakin tinggi kepuasan pengunjung.

Untuk dapat melihat perbedaan dan persamaan antara penelitian yang dilakukan sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan sekarang dapat dilihat pada tabel II.1 sebagai berikut :

Tabel 2.1

Perbedaan Dan Persamaan Penelitian Sebelumnya

No	Judul, Nama Peneliti (Tahun)	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Balekembang Kabupaten Malang, Eka Rosyidah Aprilia Sunarti Dan Edriana Pangestui (2017)	Pendekatan kuantitatif	Daya Tarik wisata dan fasilitas layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.	Variable independen dan dependen. teknik analisis data.	Lokasi Populasi dan sampel Teknik pengumpulan data

2.	Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan Dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah, Basiya R Dan Hasan Abdul Rozak (2012)	analisis deskriptif	Kepuasan wisatawan mancanegara berpengaruh positif terhadap niat kunjungan kembali wisatawan mancanegara.	Variabel independen dan variabel dependen Teknik analisis data	Lokasi Populasi dan sampel Teknik pengumpulan data
3.	Pengaruh daya Tarik wisata, keselamatan, sarana wisata terhadap kepuasan serta dampaknya terhadap loyalitas wisatawan, Hary Hermawan (2017)	Penelitian kuantitatif	Dalam menciptakan loyalitas wisatawan dapat dicapai meningkatkan terlebih dahulu menaikkan tingkat kepuasan wisatawan melalui peningkatan variabel bebas atau faktor pendukungnya.	-variabel dependen -teknik analisis data	lokasi penelitian populasi dan sampel teknik pengumpulan data
4.	Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Ke Objek Wisata Air Terjun Bayang Sani Kabupaten Pesisir Selatan, Gusneli, Silfeni, dan Kasmita2 (2016)	penelitian assosiatif	fasilitas wisata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung melaluo variabel bebas atau hal yang lainnya	Variabel independen dan variabel dependen	lokasi pengambilan sampel teknik pengumpulan data

5.	Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta Rosita,Sri Marhanah,Woro Hanoum Wahadi,(2016)	Metode kualitatif dan kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan Pengaruh Fasilitas Wisata (X_1) Dan Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap Kepuasan Pengunjung(Y)	Variabel independen dan dependen Teknik analisis data	Lokasi penelitian Populasi dan sampel
----	---	-----------------------------------	---	--	--

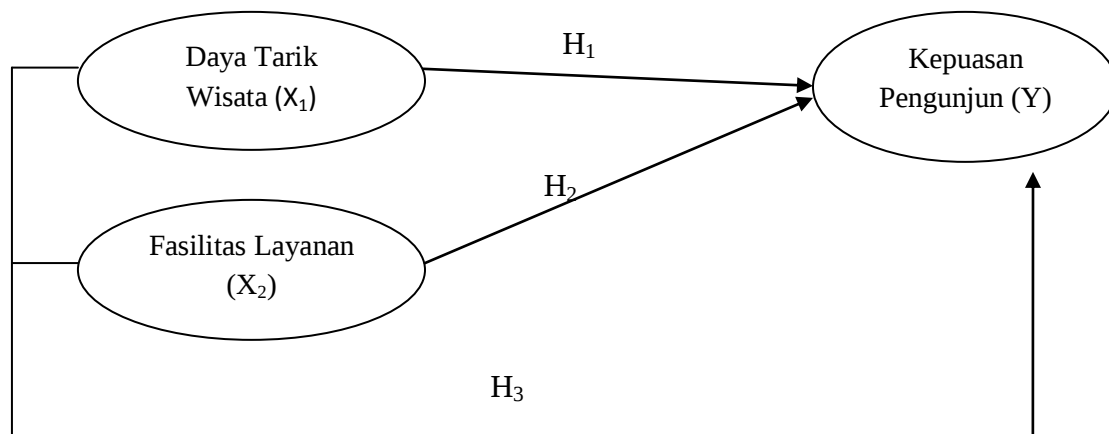
2.5. Kerangka pemikiran

Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui sejauh mana pengaruhnya daya tarik wisata dan fasilitas layanan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini dapat kita lihat variabel mana yang lebih berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung pada pantai habibi café Lampuuk Aceh Besar.

Adapun variabel dari penelitian ini yaitu daya tarik wisata dan fasilitas layanan adalah sebagai variabel X dan Kepuasan pengunjung adalah sebagai variabel Y. Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam kerangka teoritis mengenai pengertian dari variabel X yang terdiri dari 2 variabel yaitu daya Tarik wisata dan fasilitas layanan, dan variabel Y yang hanya terdiri dari satu variabel yaitu Kepuasan pengunjung

Berdasarkan dengan landasan teori yang telah dipaparkan pada kerangka teoritis , penelitian ini akan meneliti pengaruh daya Tarik wisata dan fasilitas layanan terhadap kepuasan pengunjung pada café habibi Lampuuk Aceh Besar. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 2.1
Skema Kerangka Pemikiran



Sumber : Dikembangkan oleh penulis berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Eka Rosyidah Aprilia Sunarti Dan Edriana Pangestui (2017)

2.6. Hipotesis Penelitian

H₁ = Daya Tarik Wisata Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Café Habibi Lampuuk Aceh Besar

H₂ = Fasilitas Layanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Café Habibi Lampuuk Aceh Besar

H₃ = Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Café Habibi Lampuuk Aceh Besar

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

3.1.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas layanan terhadap kepuasan pengunjung pada café habibi Lampuuk Aceh Besar.

3.1.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif adalah “metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi suatu sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya ialah pengumpulan data menggunakan instrument penelitian , analisis data bersifat kuantitatif atau statistic dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

3.1.3 Horizon Waktu

Penelitian ini dilakukan secara bertahap mulai dari survey awal pada objek penelitian hingga penyebaran kuesioner. Waktu penelitian ini dimulai dari September 2019 sampai dengan selesai.

3.1.4. Unit Analisis

Unit analisis atau subjek pada penelitian ini adalah pengunjung yang berkunjung pada café habibi Lampuuk Aceh Besar.

3.2. Populasi Dan Sampel Penelitian.

3.2.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2010:117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut Sugiyono (2015:117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi penelitian ini adalah pengunjung pada pantai habibi café Lampuuk Aceh Besar dengan jumlah populasi tidak diketahui secara pasti.

3.2.2. sampel

Arikunto (2013: 174) berpendapat bahwa sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sedangkan menurut sugiyono (2013: 118) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Adapun penetapan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Rao Purba (sujarweni, 2015:155), yaitu

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

Z = tingkat keyakinan penentuan sampel 95% atau 1,96

Moe = tingkat kesalahan maksimum yang bias di toleransi, biasanya 10% maka dari perhitungan rumus diperoleh:

$$n = \frac{1,96^2}{4(10\%)^2}$$

$$n = 96,04$$

berdasarkan hasil perhitungan diatas jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96,04. Jadi, untuk memudahkan pengambilan sampel dibulatkan menjadi 96 responden.

3.3. Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang akurat dan relavan, dalam penelitian ini penulis melaksanakan serangkaian teknik pengumpulan data, yaitu :

1. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara peneliti dengan narasumber yang dituju.

2. Kuisisioner

Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan sejumlah pertanyaan-pertanyaan dengan format tertentu dan beberapa pilihan jawaban didalamnya.

3.4. Definisi Dan Operasional Variabel

Berdasarkan landasan teori yang telah diuraikan pada bab 2, maka definisi operasional variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut

Table 3.1.
Definisi Dan Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Ukuran	Skala	Item
Variabel Dependen						
1.	Kepuasan Pengunjung (Y)	Kepuasan Pengunjung adalah respon terhadap evaluasi yang dirasakan atas harapan dan kinerja actual atau manfaat yang dirasakan setelah pemakaian produk atau jasa (Andari, 2017:13)	Penyediaan pelayanan yang baik	1-5	Likert	A1
			Karyawan cepat dalam menyelesaikan pekerjaan			A2
			Karyawan mampu memberikan perhatian kepada konsumen			A3
			Karyawan mampu mengetahui keiiginannya			A4
VARIABEL INDEPENDEN						
2	Daya Tarik Wisata (X ₁)	Daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki daya tarik untuk dilihat dan dinikmati yang layak dijual ke pasar wisata (Zeanuri,2012)	Attraction (Atraksi),	1-5	Likert	B1
			Accessibilities (Aksesibilitas)			B2
			Amenities (Amenitas atau fasilitas),			B3

			Ancillary services (jasa pendukung pariwisata).			B4
3	Fasilitas Layanan (X ₂)	Fasilitas layanan ialah segala sesuatu yang disengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal.	Perencanaan special	1-5	Likert	C1
			Perencanaan uang			C2
			Perlengkapan			C3
			Tata cahaya dan warna			C4

3.4.1. Skala Pengukuran

Data hasil penelitian yang diperoleh melalui pertanyaan kuisioner dalam bentuk kualitatif dikomposisikan terlebih dahulu agar menjadi data yang kuantitatif. Adapun nilai kuantitatif yang dikomposisikan dilakukan dengan menggunakan Skala Likert dan untuk satu pilihan dinilai (Score) dengan jarak interval 1. Nilai (Score) dari pilihan tersebut antara lain 1, 2, 3, 4 dan 5. Masing-masing nilai dari pilihan tersebut dapat dilihat berikut ini :

Tabel 3.2
Skala Pengukuran

Keterangan (pilihan)	Skor
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Kurang setuju	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

Sumber: Arikunto (2013)

3.5. Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda yang dibantu dengan aplikasi pengolahan data statistic yaitu spss versi 22. Menurut Widodo (2016:9) analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antar variabel yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil analisis regresi linier berganda akan menentukan apakah hipotesis yang dibuat diterima akan ditolak. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh daya Tarik wisata dan fasilitas layanan terhadap kepuasan wisatawan. Adapun metode-metode yang digunakan adalah pengujian data, uji hipotesis (uji signifikan simultan f dan uji signifikan parameter individual t) dan koefisien determinasi R^2 .

Adapun persamaan dari model regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y	= Kepuasan pengunjung
α	= Konstanta
β_1, β_2	= Koefisien X
X_1	= Daya Tarik Wisata
X_2	= Fasilitas layanan
e	= error Term

nilai koefisien regresi disini sangat menentukan sebagai dasar analisis, mengingat penelitian ini bersifat fundamental method. Hal ini berarti jika koefisien b bernilai (+) maka dapat dinyatakan terjadi pengaruh searah antara variabel independen dengan variabel dependen. Setiap kenaikan nilai variabel independen akan menaikkan variabel dependen. Demikian pula sebaliknya, bila koefisien nilai b bernilai negatif (-) hal ini menunjukkan adanya pengaruh negatif dimana kenaikan variabel independen dan akan mengakibatkan penurunan nilai variabel independen.

3.6. Pengujian Data

3.6.1. Uji Validitas

Menurut (Koncoro, 2012) “suatu skala pengukuran disebut valid apabila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid, maka ia tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur apa yang seharusnya dilakukan.

Menurut siregar (2013:75) dengan menggunakan korelasi product moment setiap butir pertanyaan dapat dikatakan valid apabila dapat mengukur apa yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrument yang ditetapkan. Terdapat ketentuan untuk menentukan instrumen tersebut valid atau tidak, yaitu sebagai berikut :

1. Jika nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan toleransi ketidaktelitian (α) sebesar 5% maka instrument tersebut dinyatakan valid.
2. Jika nilai $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ dengan toleransi ketidaktelitian (α) sebesar 5% maka instrument tersebut dinyatakan tidak valid.

3.6.2. Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas bersangkutan dengan masalah ketepatan alat ukur yang dapat dinilai dengan analisa statistic untuk mengetahui kesalahan ukur. Suatu instrument dikatakan reliabel apabila instrument tersebut dapat dipercaya sebagai alat ukur data penelitian. *Cronbach alpha* menafsirkan korelasi antara skala yang dibuat dengan semua skala variabel yang ada. Uji ini dimaksudkan untuk menunjukkan banyaknya variansi atau perbedaan yang diharapkan pada seperangkat pengukuran yang dilakukan secara berulang-ulang terhadap suatu objek. Terdapat ketentuan untuk menentukan instrument tersebut reliabel atau tidak, yaitu sebagai berikut:

- a. Jika $\text{cronbach alpha} > 0,6$ maka instrument tersebut dinyatakan reliabel.
- b. Jika $\text{cronbach alpha} > 0,6$ maka instrument tersebut dinyatakan tidak reliabel.

3.6.3. Pengujian Asumsi Klasik

Mengingat data penelitian yang digunakan adalah primer, maka untuk memenuhi syarat yang ditentukan sebelum uji hipotesis melalui uji t dan uji F maka perlu dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik yang digunakan yaitu normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas yang secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut :

3.6.3.1. Uji Normalitas

Menurut Imam Ghozali (2013: 110) tujuan dari uji normalitas adalah sebagai berikut: “Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid dan statistik parametrik tidak dapat digunakan.” Dasar pengambilan untuk uji normalitas data adalah:

1. Jika data menyebar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.6.3.2. Uji Multikolineritas

Uji Multikolineritas Menurut Imam Ghozali (2013: 91) Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel-variabel bebas. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas / variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antara variabel bebasnya sama dengan nol. 1.

Jika antar variabel bebas pada korelasi diatas 0,90, maka hal ini merupakan adanya multikolineritas. 2. Atau multikolineritas juga dapat dilihat dari VIF, jika VIF

< 10 maka tingkat kolinieritasnya masih dapat di toleransi. 3. Nilai Eigen Value berjumlah satu atau lebih, jika variabel bebas mendekati 0 menunjukkan adanya multikolineritas.

3.6.3.3. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas Menurut Imam Ghozali (2013: 105) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas :

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.7. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan secara partial dengan menggunakan uji t (t-test) pada tingkat keyakinan (**confident interval**) 95% dengan kriteria pengambilan keputusan dan secara simultan dengan menggunakan uji F (F-test).

3.7.1. Uji t

Digunakan untuk menguji tingkat signifikan variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat (Y) yaitu pengaruh X_1 Terhadap Y pengaruh X_2 terhadap Y. Dengan kriteria pengujian :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka menolak H_0 dan menerima H_a pada tingkat signifikan 5%

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka menerima H_0 dan menolak H_a pada tingkat signifikan 5%

H_{01} = Daya tarik wisata tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung pada café habibi Lampuuk Aceh Besar.

H_{a1} = Daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada café habibi Lampuuk Aceh Besar.

H_{02} = Fasilitas layanan tidak berpengaruh kepuasan pengunjung pada café habibi Lampuuk Aceh Besar.

H_{a2} = Fasilitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung pada café habibi Lampuuk Aceh Besar.

3.7.2. Uji F

Digunakan untuk menguji tingkat signifikan seluruh variabel bebas (X_1 dan X_2) terhadap variabel terikat (Y).

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka menolak H_0 dan menerima H_a pada tingkat signifikan 5%

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka menerima H_0 dan menolak H_a pada tingkat signifikan 5%

H_{03} = Daya tarik wisata dan fasilitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung pada café habibi Lampuuk Aceh Besar.

H_{a3} = Daya tarik wisata dan fasilitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada café habibi Lampuuk Aceh Besar.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Pantai Lampuuk berada Kecamatan Lhoknga, Aceh Besar. Pantai ini merupakan salah satu primadona wisata alam di Tanah Rencong. Pantainya langsung menghadap ke Samudera Hindia. Lokasinya hanya berjarak sekitar 20 kilometer dari Banda Aceh. Ya, pantai ini sangat mudah dijangkau dari arah pusat kota. Untuk menuju pantai Lampuuk, ada empat jalur masuk yang bisa dipilih wisatawan. Di antaranya adalah Babah Satu, Babah Dua, Babah Tiga, dan Babah Empat.

Biasanya jalur masuk yang sering dilalui para pengunjung lokal adalah Babah Satu dan Babah Dua. Sedangkan, wisatawan asing yang ingin melakukan kegiatan surfing umumnya masuk dari jalur Babah Tiga. Pantai Lampuuk dikenal dengan pasir putihnya yang bersih dan lembut. Air laut tampak jernih dan berwarna biru kehijauan. Ombak kelihatan cukup besar, namun bersahabat bagi para peselancar. Pantai ini memiliki garis pantai dengan panjang sekitar 5 kilometer dan membentuk sebuah teluk kecil. Sejauh mata memandang, pengunjung bisa menyaksikan deretan pegunungan nan menghijau dan pepohonan pinus yang rimbun.

Wisatawan bisa menikmati keindahan matahari tenggelam pada sore hari di pantai Lampuuk. Di hari libur, tak sedikit wisatawan baik lokal maupun dari berbagai daerah lain dan dari mancanegara yang mengunjungi pantai Lampuuk. Anak-anak senang bermain ombak, bermain bola di tepi pantai dan aktivitas lainnya. Pantai ini memang cocok untuk bersantai bersama keluarga. Sambil menikmati panorama pantai Lampuuk yang indah, pengunjung bisa duduk atau lesehan di kedai-kedai pinggir pantai. Pelancong juga bisa menikmati beragam makanan ikan bakar atau seafood sebagai hidangan. Di antara seafood yang bisa dinikmati adalah ikan rambe, ikan

kerapu, cumi, udang, dan lainnya. Untuk menghilangkan dahaga, bisa pesan le U atau air kelapa muda yang menyegarkan.

4.2 Karakteristik Responden

Responden yang penulis jadikan sampel dalam penelitian ini memiliki karakteristik berdasarkan jenis kelamin, umur, Status perkawinan, pendidikan terakhir dan pendapatan rata-rata perbulan yang terlihat pada Tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel IV.1
Karakteristik Responden

No	Uraian	Frekuensi	Persentase
1	Jenis kelamin		
	a. Pria	52	54,2
	b. Wanita	44	45,8
	Jumlah	96	100
2	Umur		
	a. < 19 Tahun	12	12,5
	b. 20-25 Tahun	23	24,0
	c. 26-31 Tahun	29	30,2
	d. 32-37 Tahun	21	21,9
	e. 38-50 Tahun	7	7,3
	f. >52 Tahun	4	4,2
	Jumlah	96	100
3	Pekerjaan		
	a. Mahasiswa/Pelajar	20	20,8
	b. Wiraswasta	23	24,0
	c. PNS	24	25,0
	d. TNI/Polri	8	8,3
	e. Lain-lain	21	21,9
	Jumlah	96	100
4	Frekuensi Kunjungan		
	a. 1-2 Kali	26	27,1
	b. 3-4 Kali	27	28,1
	c. 4-6 Kali	16	16,7
	d. > 6 Kali	27	28,1
	Jumlah	96	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2020 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dilihat dari jenis kelamin bahwa mayoritas responden berjenis kelamin pria yaitu sebanyak 52 responden atau 54,2% dan responden berjenis kelamin wanita yaitu sebanyak 44 responden atau 45,8%.

Dari Tabel IV.1 dapat dilihat bahwa mayoritas responden berusia dibawah 19 tahun sebanyak 12 responden atau 12,5%, yang berusia antara 20 sampai 25 tahun sebanyak 23 responden atau 24%, yang berusia antara 26 sampai dengan 31 tahun yaitu sebanyak 29 responden atau 30,2%, yang berusia antara 32 sampai dengan 37 tahun yaitu sebanyak 21 responden atau 21,9%, yang berusia antara 38 sampai dengan 50 tahun sebanyak 7 responden atau 7,3% dan yang berusia di atas 51 tahun sebanyak 4 responden atau 4,2%.

Karakteristik berdasarkan pekerjaan dapat dijelaskan sebanyak 2 responden atau 2% dengan pekerjaan sebagai Mahasiswa/pelajar, sebanyak 2 responden atau 2% dengan pekerjaan sebagai Wiraswasta, sebanyak 2 responden atau 2% dengan pekerjaan sebagai PNS, sebanyak 2 responden atau 2% dengan pekerjaan sebagai TNI/Polri dan sebanyak 2 responden atau 2% dengan pekerjaan lainnya.

Mengenai frekuensi kunjungan responden dapat dijelaskan bahwa sebanyak 26 responden atau 27,1% sudah pernah mengunjungi sebanyak antara 1 sampai 2 kali, sebanyak 27 responden atau 28,1% sudah pernah mengunjungi sebanyak antara 2 sampai 4 kali, sebanyak 16 responden atau 16,7% sudah pernah mengunjungi sebanyak antara 4 sampai 6 kali dan sebanyak 27 responden atau 28,1% sudah pernah mengunjungi sebanyak diatas 6 kali kunjungan.

4.3 Hasil Pengujian Data

4.3.1 Pengujian Instrumen

4.3.1.1 Uji Validitas

Berdasarkan output komputer seluruh pernyataan dinyatakan valid karena memiliki tingkat signifikansi dibawah 5 % sedangkan jika dilakukan secara manual maka nilai korelasi yang diperoleh masing-masing pernyataan harus dibandingkan

dengan nilai kritis korelasi *product moment* dimana hasilnya menunjukkan bahwa semua pernyataan mempunyai nilai korelasi diatas nilai kritis 5 % yaitu di atas 0,202 sehingga pernyataan-pernyataan tersebut adalah signifikan dan memiliki validitas kontras. Ini berarti data yang diperoleh adalah valid dan dapat dipergunakan untuk penelitian. Untuk mengetahui nilai validitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV-2
Hasil Uji Validitas

No pertanyaan		Variabel	Koefisien Korelasi	Nilai kritis 10 % (N=96)	Ket
1	A1	Y	0,573	0,202	Valid
2	A2		0,665	0,202	Valid
3	A3		0,594	0,202	Valid
4	A4		0,535	0,202	Valid
5	B1	X ₁	0,507	0,202	Valid
6	B2		0,452	0,202	Valid
7	B3		0,488	0,202	Valid
8	B4		0,623	0,202	Valid
9	C1	X ₂	0,291	0,202	Valid
10	C2		0,695	0,202	Valid
11	C3		0,668	0,202	Valid
12	C4		0,676	0,202	Valid

Sumber : Data diolah, 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan semuanya valid, karena mempunyai koefisien kerelasi diatas dari nilai kritis kerelasi *product moment* yaitu sebesar 0,202 sehingga semua pertanyaan yang terkandung dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan valid untuk dilanjutkan penelitian yang lebih mendalam.

4.3.1.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Pengujian Reliabilitas dilakukan dengan internal consistency atau derajat ketepatan jawaban. Untuk pengujian ini digunakan *Statistical Packaged for Social*

Sciences (SPSS). Setelah melakukan pengujian reliabilitas untuk mengetahui konsistensi hasil sebuah jawaban tentang tanggapan responden. Untuk melakukan pengujian reliabilitas penulis menggunakan program SPSS versi 22. Reliabilitas yang kurang dari 0,6 adalah kurang baik dan apabila lebih besar dari 0,6 serta mendekati angka 1 berarti reliabilitas instrumen adalah baik (Malhotra, 2014:22). Untuk mengetahui nilai uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV-3
Uji Reliabilitas variabel penelitian (Alpha)

No	Variabel	Item Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Kehandalan
1.	Kepuasan Pengunjung (Y)	4	0,783	Handal
2.	Daya Tarik Wisata (X1)	4	0,723	Handal
3.	Fasilitas Layanan (X2)	4	0,770	Handal

Sumber : data diolah 2020

Hasil uji Reliabilitas dapat dilihat dari nilai *cronbach Alpha*, nilai *cronbach alpa* reliabilitas yang baik adalah makin mendekati 1. “Reliabilitas yang kurang dari 0,60 adalah kurang baik, sedangkan lebih dari 0,60 dapat diterimadan reliabilitas dengan *cronbach alpa* 0,80 atau diatasnya adalah baik”.

Dari hasil pengujian reliabilitas diatas dapat diketahui bahwa reliabilitas variabel kinerja berdasarkan pengujian reliabilitas dari instrumen, diketahui bahwa hasil pengujian variabel *Kepuasan Pengunjung* , Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan seluruhnya adalah reliabel karena nilai *cronbach alpa* melebihi dari 0,60.

4.3.2 Pengujian Asumsi Klasik

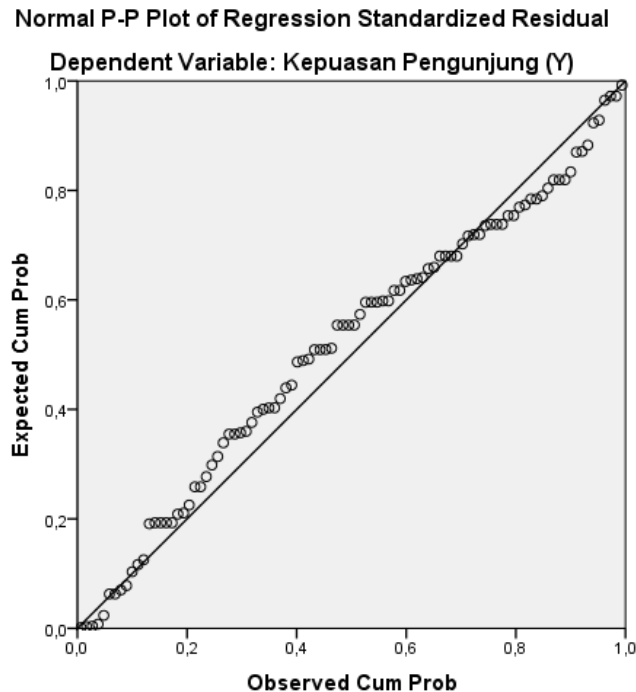
4.3.2.1 Uji Normalitas

Untuk pengujian normalitas data, dalam penelitian ini hanya akan dideteksi melalui Analisis Grafik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dengan SPSS.

Data yang normal ditandai dengan sebaran titik-titik data diseputar garis diagonal.

Hasil pengujian normalitas data dapat dilihat pada Gambar IV.1 sebagai berikut:

Gambar IV-1
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Hasil Penelitian, 2020 (Data diolah)

Berdasarkan Gambar 4.2 tersebut dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan menunjukkan indikasi normal. Analisis dari grafik diatas terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. “Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, dan sebaliknya apabila data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi-asumsi normalitas”. Maka model regresi layak dipakai untuk memprediksi keputusan pembelian berdasarkan masukan variabel independen.

4.3.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka terdapat masalah multikolinearitas. Pada model regresi yang baik tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk uji multikolinearitas pada penelitian ini adalah melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF). Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel IV.4:

Tabel IV-4
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Bebas	Toleransi	VIF	Keterangan
Daya Tarik Wisata	0,980	1,020	Non Multikolinieritas
Fasilitas Layanan	0,980	1,020	Non Multikolinieritas

Sumber: Hasil Penelitian, 2020 (Data diolah)

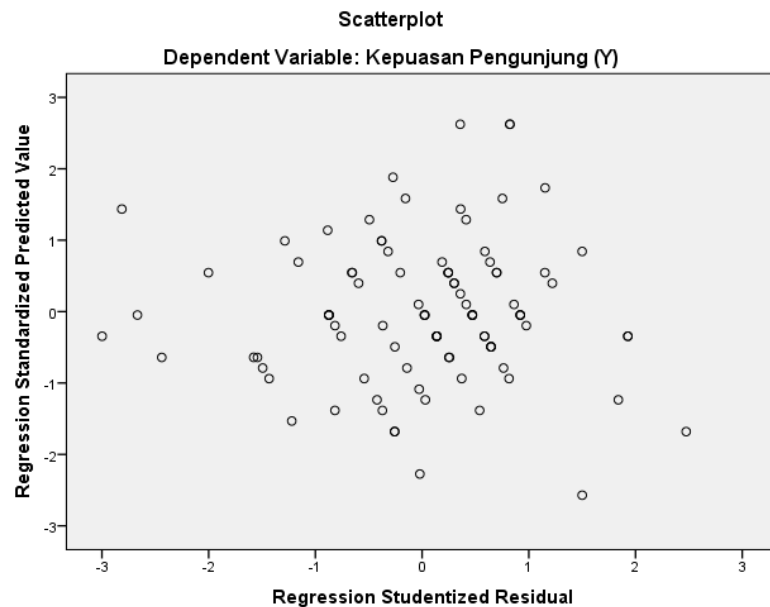
Berdasarkan Tabel IV.4 maka dapat menunjukkan bahwa tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai Tolerance yang kurang dari 0,10 berarti tidak ada korelasi antara variabel independen. Hasil perhitungan nilai Variance Inflation Factor (VIF) juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi pada penelitian ini.

4.3.2.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas, dan jika varians berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas data dalam penelitian ini menggunakan alat bantu

SPSS dengan mengamati pola yang terdapat pada Scatterplot, dimana hasilnya dapat dilihat pada Gambar IV.2:

Gambar IV-2
Hasil Pengujian Heteroskedastisitas



Sumber : Data diolah, 2020

Dari Gambar IV.2 uji heteroskedastisitas terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas

4.4 Analisis Deskriptif

Penelitian ini mengamati dua variabel bebas (*independent variabel*) yaitu variabel Daya Tarik Wisata (X_1) dan variabel Fasilitas Layanan (X_2) dan juga mengamati satu variabel terikat (*dependent variable*) yaitu variabel Y, *Kepuasan Pengunjung*.

4.4.1 Variabel Kepuasan Pengunjung

Hasil penelitian tentang penjelasan responden mengenai variabel Kepuasan

Pengunjung dapat dilihat pada Tabel IV-5 sebagai berikut :

Tabel IV-5
Penjelasan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pengunjung

No	Item pernyataan	Sgt Tdk Setuju		Tidak Setuju		Kurang Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Mean
		Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	
1.	Responden merasa puas dalam penyediaan pelayanan yang ada pada café habibi Lampuuk Aceh Besar	0	0	3	3,1	21	21,9	48	50,0	24	25,0	3,97
2.	Responden merasa puas atas pelayanan yang telah diberikan	0	0	1	1,0	21	21,9	51	53,1	22	22,9	3,98
3.	Responden merasa puas atas dalam berkomunikasi dengan karyawan pada café habibi Lampuuk Aceh Besar	0	0	5	5,2	17	17,7	42	43,8	32	33,3	4,05
4	Responden merasa puas dengan karyawan dalam menyelesaikan yang diinginkan pengunjung	0	0	3	3,1	16	16,7	56	58,3	21	21,9	3,99
Rerata												4,00

Sumber : Data diolah, 2020

Berdasarkan tabel IV-5 di atas dapat dijelaskan bahwa indikator pertama dari variabel Kepuasan Pengunjung yaitu Responden merasa puas dalam penyediaan pelayanan yang ada pada café habibi Lampuuk Aceh Besar dengan nilai rata-rata sebesar 3,97 artinya rata-rata responden menyatakan setuju. Responden merasa puas atas pelayanan yang telah diberikan dengan nilai rata-rata sebesar 3,98 artinya rata-rata responden menyatakan setuju. Responden merasa puas atas dalam berkomunikasi dengan karyawan pada café habibi Lampuuk Aceh Besar dengan nilai rata-rata sebesar 4,05 artinya rata-rata responden menyatakan setuju dan responden merasa

puas dengan karyawan dalam menyelesaikan yang diinginkan pengunjung dengan nilai rata-rata sebanyak 3,99 artinya rata-rata responden menyatakan setuju. Dapat disimpulkan bahwa variabel Kepuasan Pengunjung mempunyai nilai rerata sebesar 4,05 atau rata-rata responden dengan semua pernyataan yang ada pada kuisioner untuk variabel Kepuasan Pengunjung menyatakan setuju.

4.4.2 Variabel Daya Tarik Wisata

Penjelasan responden tentang variabel Daya Tarik Wisata dapat dilihat pada Tabel IV-6 sebagai berikut:

Tabel IV-6
Penjelasan Responden Terhadap Variabel Daya Tarik Wisata

No	Item pernyataan	Sgt Tdk Setuju		Tidak Setuju		Kurang Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Mean
		Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	
1	Responden tertarik mendatangi café habibi Lampuuk Aceh Besar karena menyediakan tempat untuk berfoto.	0	0	0	0	7	7,3	70	72,9	19	19,8	4,13
2	Tidak ada hambatan dalam perjalanan menuju café habibi Lampuuk Aceh Besar	0	0	0	0	1	1,0	75	78,1	20	20,8	4,20
3	café habibi Lampuuk Aceh Besar menyediakan kebutuhan yang diinginkan pengunjung.	0	0	0	0	7	7,3	59	47,9	30	31,3	4,24
4	café habibi Lampuuk Aceh Besar menyediakan tempat pengecasan Hp di setiap pondok.	0	0	0	0	5	5,2	73	76,0	18	18,8	4,14
Rerata												4,17

Sumber : Data diolah, 2020

Berdasarkan tabel IV-6 di atas dapat dijelaskan bahwa indikator pertama dari variabel Daya Tarik Wisata yaitu Responden tertarik mendatangi café habibi Lampuuk Aceh Besar karena menyediakan tempat untuk berfoto dengan nilai rata-rata sebesar 4,13 artinya rata-rata responden menyatakan setuju. Tidak ada hambatan dalam perjalanan menuju café habibi Lampuuk Aceh Besar dengan nilai rata-rata sebesar 4,20 artinya rata-rata responden menyatakan setuju, café habibi Lampuuk Aceh Besar menyediakan kebutuhan yang diinginkan pengunjung dengan nilai rata-rata sebesar 4,24 artinya rata-rata responden menyatakan setuju dan café habibi Lampuuk Aceh Besar menyediakan tempat pengecasan Hp di setiap pondok. dengan nilai rata-rata sebanyak 4,14 artinya rata-rata responden menyatakan setuju. Dapat disimpulkan bahwa variabel Daya Tarik Wisata mempunyai nilai rerata sebesar 4,17 atau rata-rata responden dengan semua pernyataan yang ada pada kuisioner untuk variabel Daya Tarik Wisata menyatakan setuju.

4.4.3 Variabel Fasilitas Layanan

Hasil penelitian tentang penjelasan responden mengenai Fasilitas Layanan dapat dilihat pada Tabel IV-7 sebagai berikut :

Tabel IV-7
Penjelasan Responden Terhadap Variabel Fasilitas Layanan

	Item pernyataan	Sgt Tdk Setuju		Tidak Setuju		Kurang Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Mean
		Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	
1	Lokasi café habibi Lampuuk Aceh Besar mudah di datangi oleh pengunjung	0	0	1	1,1	18	18,8	48	50,0	29	30,2	4,09
2	Tata letak berfoto di ayunan sudah teratur	0	0	4	4,2	14	14,6	49	51,0	29	30,2	4,07
3	café habibi Lampuuk Aceh Besar menyediakan pondok-pondok beristirahat yang cukup kepada pengunjung.	0	0	3	3,1	16	16,7	57	59,4	20	20,8	3,98

4	Café habibi dapat memberikan suasana yang nyaman sehingga pengunjung dapat melihat sunset	0	0	2	2,1	19	19,8	55	57,3	20	20,8	3,97
Rerata												4,03

Sumber : Data diolah, 2020

Berdasarkan tabel IV-7 di atas dapat dijelaskan bahwa indikator pertama dari variabel fasilitas layanan yaitu Lokasi café habibi Lampuuk Aceh Besar mudah di datangi oleh pengunjung dengan nilai rata-rata sebesar 4,09 artinya rata-rata responden menyatakan setuju. Tata letak berfoto di ayunan sudah teratur dengan nilai rata-rata sebesar 4,07 artinya rata-rata responden menyatakan setuju. Café habibi Lampuuk Aceh Besar menyediakan pondok-pondok beristirahat yang cukup kepada pengunjung dengan nilai rata-rata sebesar 3,98 artinya rata-rata responden menyatakan setuju dan café habibi dapat memberikan suasana yang nyaman sehingga pengunjung dapat melihat sunset dengan nilai rata-rata sebesar 3,97 artinya rata-rata responden menyatakan setuju. Dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas Layanan responden mempunyai nilai rerata sebesar 4,03 atau rata-rata responden dengan semua pernyataan yang ada pada kuisioner untuk variabel Fasilitas Layanan menyatakan setuju.

4.5 Pembahasan

4.5.1 Pengujian Hipotesis

Hipotesis menyatakan bahwa daya tarik wisata (X_1) dan fasilitas layanan (X_2) sebagai variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Habibi Cafe Lampuuk Aceh Besar. Model yang digunakan untuk menduga pengaruh tersebut adalah:

Tabel IV-8
Pengaruh variabel bebas terhadap Kepuasan Pengunjung

Nama variabel	B	Std Error	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.
Konstanta	1,387	0,731	1,897	1,986	0,061
Daya Tarik Wisata(X ₁)	0,380	0,158	2,407	1,986	0,018
Fasilitas Layanan (X ₂)	0,254	0,103	2,454	1,986	0,016

Sumber: Hasil Penelitian, 2020 (Data diolah)

Berdasarkan hasil ouput komputer melalui program SPSS seperti terlihat tabel diatas, maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 1,387 + 0,380X_1 + 0,254X_2$$

Dari persamaan regresi di atas dapat diketahui hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Koefesien Regresi (β)

- a. Dalam penelitian nilai konstanta adalah 1,387 artinya bila mana daya tarik wisata (X₁) dan fasilitas layanan (X₂), dianggap konstan, maka kepuasan pengunjung di café Habibi Lampuuk Aceh Besar, adalah sebesar 1,387 pada satuan skala likert.
- b. Koefisien regresi daya tarik wisata (X₁) sebesar 0,380. Artinya setiap 100% perubahan dalam variabel daya tarik wisata secara relatif akan meningkatkan kepuasan pengunjung pada Habibi Cafe Lampuuk Aceh Besar sebesar 38% dengan asumsi variabel fasilitas layanan(X₂) dianggap konstan.
- c. Koefisien regresi fasilitas layanan (X₂) sebesar 0,254. Artinya setiap 100 % perubahan dalam variabel fasilitas layanan akan meningkatkan kepuasan pengunjung pada Habibi Cafe Lampuuk Aceh Besar sebesar 35,7% dengan asumsi variabel daya tarik wisata (X₁) dianggap konstan.

Berdasarkan hasil analisis diatas dapat diketahui bahwa dari ke dua variabel independen yang diteliti ternyata variabel daya tarik wisata

mempunyai pengaruh dominan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung pada Habibi Cafe Lampuuk Aceh Besar karena diperoleh koefisien regresi sebesar 38%.

2. Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar koefisien korelasi dapat dijelaskan melalui hubungan antara variabel-variabel (penelitian). Jika seluruh nilai dari variabel-variabel tersebut dapat memenuhi suatu persamaan dengan benar, maka dapat dikatakan terdapat korelasi yang sempurna dalam model analisis ini. Dari output SPSS dapat diketahui tingkat hubungan variabel bebas dengan variabel terikat antara lain:

Tabel IV-9
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,359 ^a	,129	,110	,56175

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

Berdasarkan dari output komputer diatas maka diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,359 dimana dengan nilai tersebut terdapat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah sebesar 35,9%. Artinya faktor daya tarik wisata (X₁) dan fasilitas layanan (X₂) mempunyai hubungan yang sangat kuat terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Habibi Cafe Lampuuk Aceh Besar.

Sementara itu koefisien determinasi yang diperoleh dengan nilai sebesar 0,110 artinya bahwa sebesar 11% perubahan-perubahan dalam variabel terikat (kepuasan pengunjung pada Habibi Cafe Lampuuk Aceh Besar) dapat dijelaskan oleh perubahan-perubahan dalam faktor daya tarik wisata (X₁) dan fasilitas layanan (X₂). Sedangkan selebihnya sebesar 89% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar dua variabel seperti dijelaskan diatas.

4.5.2. Uji Simultan (uji F)

Untuk menguji pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas layanan secara serempak terhadap kepuasan pengunjung pada Habibi Cafe Lampuuk Aceh Besar digunakan uji Statistik F (uji F). Apabila nilai $F_{hitung} > \text{nilai } F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sebaliknya apabila nilai $F_{hitung} < \text{nilai } F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel IV-10
Annova

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F_{hitung}	F_{tabel}	Sig
Regresion	4,339	2	2,169	6,875	3,094	,000 ^a
Residuan	29,348	93	,316			
Total	33,687	95				

Sumber: data diolah (2020)

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 6,875 dengan signifikansi 0,000, sedangkan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan (*confidence interval*) 95% atau $\alpha = 0,05$. Dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , maka F_{tabel} (3,094) < F_{hitung} (6,875). Keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara serempak variabel daya tarik wisata (X_1) dan fasilitas layanan (X_2) berpengaruh sangat nyata (*high significant*) terhadap kepuasan pengunjung pada pada Café Habibi Lampuuk Aceh Besar

4.5.3. Uji Parsial (uji t)

untuk menguji pengaruh daya tarik wisata, dan fasilitas layanan terhadap kepuasan pengunjung pada Habibi Cafe Lampuuk Aceh Besar, digunakan uji Statistik t (uji t). Apabila nilai $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya apabila nilai $t_{hitung} < \text{nilai } t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat dilihat pada Tabel IV.8. Dapat ketahui besarnya nilai t_{hitung} dari setiap variabel independen dalam penelitian ini. Nilai t_{hitung}

dari setiap variabel independen akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} dengan menggunakan tingkat kepercayaan (*confidence interval*) 95% atau $\alpha = 0,05$.

1. Pengaruh Daya Tarik Wisata(X_1)

Pengaruh daya tarik wisata (X_1) terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y) secara parsial dapat dilihat pada Tabel IV.8 nilai t_{hitung} (2,407) lebih besar dari t_{tabel} (1,986), maka keputusannya adalah menerima H_{a1} dan menolak H_{01} . Dari hasil uji signifikansi secara parsial bahwa berpengaruh dan signifikan antara daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Habibi Cafe Lampuuk Aceh Besar, artinya kebijakan tentang variabel daya tarik wisata mempengaruhi kepuasan pengunjung pada pada Café Habibi Lampuuk Aceh Besar.

2. Pengaruh fasilitas layanan (X_2)

Pengaruh fasilitas layanan (X_2) terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y) secara parsial dapat dilihat pada Tabel IV.8 nilai t_{hitung} sebesar 2,454 dan nilai signifikansi 0,000 sedangkan nilai t_{tabel} pada tingkat kepercayaan 0,05 adalah 1,986. oleh karena itu t_{hitung} (2,454) lebih besardari t_{tabel} (1,986) maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa fasilitas layanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung pada Café Habibi Lampuuk Aceh Besar, artinya Fasilitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung pada Café Habibi Lampuuk Aceh Besar.

4.5.4. Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata dan fasilitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, artinya penelitian ini sama dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian dari Wahadi (2016) dan Pangestui

(2017). Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan maka implikasi dalam penelitian ini adalah lokasi café habibi Lampuuk Aceh Besar mudah di datangi oleh pengunjung, tata letak berfoto di ayunan sudah teratur, café habibi Lampuuk Aceh Besar menyediakan pondok-pondok beristirahat yang cukup kepada pengunjung dan café habibi dapat memberikan suasana yang nyaman sehingga pengunjung dapat melihat sunset. Kemudian pengunjung merasa puas dalam penyediaan pelayanan yang ada pada café habibi Lampuuk Aceh Besar, selanjutnya pengunjung merasa puas atas pelayanan yang telah diberikan, pengunjung merasa puas atas dalam berkomunikasi dengan karyawan pada café habibi Lampuuk Aceh Besar dan pengunjung merasa puas dengan karyawan dalam menyelesaikan yang diinginkan pengunjung

1.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian, pengolahan dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Daya tarik wisata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Habibi Cafe Lampuuk Aceh Besar, yang berarti semakin bagus daya tarik wisata maka akan semakin meningkat kepuasan pengunjung.
2. Fasilitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Habibi Cafe Lampuuk Aceh Besar, yang berarti semakin baik Fasilitas Layanan maka akan semakin meningkat Kepuasan Pengunjung.
3. Daya tarik wisata dan fasilitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Habibi Cafe Lampuuk Aceh Besar, yang berarti semakin baik daya tarik wisata dan fasilitas layanan maka akan semakin meningkat kepuasan pengunjung

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka peneliti ingin menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Agar pengelola Pantai Habibi Cafe Lampuuk Aceh Besar dapat menetapkan harga sesuai dengan manfaat yang akan dirasakan oleh pengunjung
2. Agar pengelola Pantai Habibi Cafe Lampuuk Aceh Besar dapat meningkatkan kegiatan pemasaran dalam hal meningkatkan pengetahuan pengunjung atau memberikan informasi kepada pengunjung yang jelas dan efektif

3. Untuk penelitian selanjutnya agar tidak hanya meneliti variabel daya tarik wisata dan fasilitas layanan saja tapi juga variabel lainnya yang berhubungan dengan kepuasan pengunjung seperti promosi, harga, kualitas pelayanan dan penanganan keluhan

DAFTAR PUSTAKA

- Andari, C. L. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Studi Kasus Pengunjung The Sila's Agroturism, Skripsi Program Studi Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Azizah, D. F. (2015). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Museum Satwa). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*|Vol. 25 No. 1 Agustus 2015.
- Basiya, R. D. (2012). Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan Dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah. *Dinamika Kepariwisata* Volume Xi No. 2, Diakses Pada Tanggal 21 Februari 2016 Dari <Http://Www.Unisbank.Ac.Id/O>.
- Cooper Dkk Dalam Sunaryo. (2013). Pengaruh Pengembangan Komponen Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung (Survei Pada Pengunjung Situs Trowulan) Ida Bagus Kade Wan. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*|Vol. 55 No. 3 Februari 2018|.
- Kemenpar. (2016). *"Keunikan Indonesia"* Diakses Pada Tanggal 19 Februari 2016.
- Kotler, P. A. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 13, Jilid , Jakarta, Hall*.
- Magdalena, M. (2014). Pengaruh Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Kpr Btn Pada Pt. Bank Tabungan Negara Tbk. Cabang Padang *Jurnal Kbp Vol 2 No. 2 Juni 2014*.
- Noor, M. T. (N.D.). *Daya Tarik Morotai Sebagai Destinasi Wisata Sejarah Dan Bahari*.
- Payangan, O. R. (2014). *Pemasaran Jasa Pariwisata: Bandung: Ipb Press*.
- R, H. (2013). Analisis Pengaruh Servqual, Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Internet Banking Dengan Menggunakan Metode Structural Equation Modelling (Studi Kasus :Bank "X"). *Jurnal Sains Dan Seni Pomits Vol 2 No.*
- R, H. (2013). Analisis Pengaruh Servqual, Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Internet Banking Dengan Menggunakan Metode Structural Equation Modelling (Studi Kasus : Bank "X". *Jurnal Sains Dan Seni Pomits Vol 2 No.2*.
- R.T, S. (2015). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Museum Satwa). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)/ Vol.25 No. 1*.

- Ramadhani, N. (2014). Dampak Kegiatan Wisata Cikidang Terhadap Kondisi Sosial Dan Ekonomi Masyarakat Desa Langensari Kecamatan Lembang Bandung Barat Universitas Pendidikan Indonesia.
- Subrato. (2013). *Proses Belajar Mengajar Disekolah Jakarta: Pt Rineka Cipta*.
- Sunaryo, C. D. (2013). Pengaruh Pengembangan Komponen Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung (Survei Pada Pengunjung Situs Trowulan) Ida Bagus Kade Wan. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab) Vol.55 No. 3 Februari 2018*.
- Suryadana, M. L. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata. Bandung Alfabeta Suryo, Bagus*.
- Tjiptono, F. D. (2016). *Pemasaran Strategik. Edisi Kedua Yogyakarta: Andi Offset*.
- Wahadi, W. H. (2016). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure Vol.13 No.1*.
- Wulandari, V. (2017). Pengaruh Fasilitas, Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Kenjeran Park Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen Volume 6 No.3*.
- Zeanuri, M. (2012). *Perencanaan Strategis Kepariwisata Daerah: Konsep Dan Aplikasi* Jogjakarta: E Gov Publishing.

Lampiran 1

KUIESIONER

Kuisisioner ini dimaksudkan untuk penulisan karya akhir yang bersifat ilmiah sebagai persyaratan tugas akhir pada Universitas Muhammadiyah Aceh, yang difokuskan pada bidang manajemen.

Petunjuk pengisian : beri tanda (√) pada coulum, yang sesuai dengan pertanyaan yang dipilih berdasarkan kondisi instansi anda.

1. Jenis Kelamin
 - A. Perempuan
 - B. Laki-Laki
2. Identitas Anda
 1. Umur Anda
 - a. <19 Tahun
 - b. 20-25 Tahun
 - c. 26-31 Tahun
 - d. 32-37 Tahun
 - e. 38-50 Tahun
 - f. > 51 Tahun
3. Pekerjaan
 - a. Mahasiswa/ pelajar
 - b. Wiraswata
 - c. PNS
 - d. TNI/Polri
 - e. Lain-lain
4. Frekuensi Kunjungan
 - a. 1-2 Kali
 - b. 3-4kali
 - c. 5-6 Kali
 - d. >6 Kali

LEMBAR KUISIONER

PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN FASILITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI PANTAI HABIBI CAFE LAMPUUK ACEH BESAR

Daftar pertanyaan ini terdiri dari pertanyaan pilihan,berilah tanda check list($\sqrt$)
pada jawaban yang dianggap tepat :

Ket : STS =Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

KS = Kurang Setuju

S = Setuju

SS =Sangat Setuju

1. Pertanyaan Atas Variabel Independen Daya Tarik Wisata

No	Indikator	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya tertarik mendatangi café habibi Lampuuk Aceh Besar karena menyediakan tempat untuk berfoto.					
2	Tidak ada hambatan dalam perjalanan menuju café habibi Lampuuk Aceh Besar					
3.	café habibi Lampuuk Aceh Besar menyediakan kebutuhan yang diinginkan pengunjung.					
4.	café habibi Lampuuk Aceh Besar menyediakan tempat pengecasan Hp di setiap pondok.					

2. Pertanyaan Atas Variabel Independen Fasilitas Layanan

No	Indikator	STS	TS	KS	S	SS
1	Lokasi café habibi Lampuuk Aceh Besar mudah di datangi oleh pengunjung					
2	Tata letak berfoto di ayunan sudah teratur					
3.	café habibi Lampuuk Aceh Besar menyediakan pondok-pondok beristirahat yang cukup kepada pengunjung.					
4.	Café habibi dapat memberikan suasana yang nyaman sehingga pengunjung dapat melihat sunset					

3. Pertanyaan Atas Variabel Dependen Kepuasan Pengunjung

No	Indikator	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya merasa puas dalam penyediaan pelayanan yang ada pada café habibi Lampuuk Aceh Besar					
2.	Saya merasa puas atas pelayanan yang telah diberikan					
3.	Saya merasa puas atas dalam berkomunikasi dengan karyawan pada café habibi Lampuuk Aceh Besar					
4.	Saya merasa puas dengan karyawan dalam menyelesaikan yang diinginkan pengunjung					

Lampiran 2 Tabulasi Data

NO	Identitas				pernyataan				X1	pernyataan				X2	pernyataan				Y
	IR1	IR2	IR3	IR4	B1	B2	B3	B4		C1	C2	C3	C4		A1	A2	A3	A4	
1	1	2	1	4	5	4	5	4	4,50	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00
2	1	3	3	3	4	4	4	4	4,00	5	5	5	5	5,00	4	4	5	5	4,50
3	1	2	2	2	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00
4	1	2	5	2	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	4	4,75
5	2	1	1	1	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00
6	1	3	2	4	4	4	4	4	4,00	5	5	4	5	4,75	4	4	5	5	4,50
7	2	2	2	2	4	4	3	4	3,75	3	4	4	4	3,75	4	3	3	5	3,75
8	2	3	3	4	4	4	4	4	4,00	5	5	5	4	4,75	4	4	5	5	4,50
9	1	1	1	2	4	4	3	3	3,50	3	5	5	5	4,50	3	3	3	3	3,00
10	1	2	2	1	4	4	5	4	4,25	3	5	5	4	4,25	4	4	3	4	3,75
11	2	3	3	1	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4,00	3	4	4	4	3,75
12	1	2	1	1	4	4	4	4	4,00	5	3	4	4	4,00	4	4	5	4	4,25
13	1	1	1	1	4	4	4	4	4,00	5	4	4	4	4,25	5	4	5	4	4,50
14	1	2	3	4	4	4	4	4	4,00	4	3	3	3	3,25	3	3	4	4	3,50
15	1	2	2	1	5	5	5	4	4,75	4	5	4	4	4,25	5	5	4	4	4,50
16	1	3	2	1	5	4	5	4	4,50	4	4	4	4	4,00	5	4	4	4	4,25
17	2	2	2	4	4	4	5	4	4,25	4	4	4	4	4,00	5	5	4	4	4,50
18	1	3	2	3	4	3	4	4	3,75	5	4	4	4	4,25	4	4	5	4	4,25
19	1	3	3	1	3	4	4	4	3,75	5	4	4	4	4,25	4	4	5	4	4,25
20	1	3	5	4	5	4	5	4	4,50	5	5	4	4	4,50	3	4	5	3	3,75
21	2	1	2	1	4	4	4	4	4,00	4	5	4	4	4,25	4	4	4	4	4,00
22	1	2	1	4	4	5	5	5	4,75	3	5	3	5	4,00	3	4	3	4	3,50
23	2	3	3	3	4	5	5	5	4,75	5	4	3	4	4,00	4	4	5	3	4,00
24	1	3	5	1	3	4	3	3	3,25	4	4	4	4	4,00	3	3	4	4	3,50
25	1	3	5	1	4	4	3	3	3,50	5	5	3	4	4,25	3	3	5	5	4,00
26	1	1	1	1	4	4	4	4	4,00	5	4	4	4	4,25	4	4	5	5	4,50
27	2	2	3	2	4	4	5	4	4,25	3	5	5	5	4,50	4	4	3	3	3,50
28	1	2	5	3	4	4	4	4	4,00	3	5	5	4	4,25	4	4	3	3	3,50
29	1	3	5	2	4	5	5	4	4,50	4	3	3	3	3,25	4	4	4	4	4,00
30	2	2	2	1	4	5	5	5	4,75	5	3	3	3	3,50	5	5	5	4	4,75
31	1	5	3	2	5	4	4	5	4,50	4	4	4	5	4,25	4	4	4	4	4,00
32	1	1	1	1	4	4	5	4	4,25	5	5	4	4	4,50	4	4	5	4	4,25
33	1	3	2	3	4	4	4	4	4,00	5	4	4	3	4,00	5	5	5	5	5,00
34	2	3	3	4	4	4	4	5	4,25	4	5	4	4	4,25	4	4	4	5	4,25
35	1	6	2	4	4	4	4	4	4,00	5	5	5	4	4,75	5	5	5	4	4,75
36	1	1	1	2	5	4	5	5	4,75	4	4	5	5	4,50	5	4	4	4	4,25
37	2	2	2	3	4	4	4	4	4,00	4	5	4	4	4,25	4	4	4	5	4,25
38	2	2	3	2	5	5	4	5	4,75	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
39	1	1	3	2	4	5	4	4	4,25	5	4	5	4	4,50	4	4	5	5	4,50
40	1	2	2	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	5	4,25	3	3	4	4	3,50
41	2	3	3	2	5	5	5	4	4,75	4	5	5	5	4,75	4	4	4	5	4,25
42	1	6	4	2	4	5	5	4	4,50	4	4	4	4	4,00	5	4	4	4	4,25
43	2	1	3	1	4	4	5	4	4,25	4	4	5	4	4,25	5	4	4	4	4,25
44	2	4	5	4	5	5	4	5	4,75	5	4	4	5	4,50	5	5	5	4	4,75
45	2	3	5	2	4	4	4	4	4,00	5	4	4	4	4,25	4	4	5	4	4,25
46	1	1	1	4	4	4	4	4	4,00	5	5	4	5	4,75	4	4	5	4	4,25
47	2	4	3	3	4	4	4	4	4,00	4	5	4	4	4,25	4	5	4	5	4,50
48	2	4	5	4	4	4	4	4	4,00	4	5	4	4	4,25	5	4	4	4	4,25
49	2	3	5	3	4	4	4	5	4,00	4	4	5	4	4,25	4	5	4	4	4,25
50	2	1	1	1	5	5	5	5	5,00	4	4	4	4	4,00	5	5	4	4	4,50
51	2	1	1	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
52	1	3	4	2	4	5	4	4	4,25	4	4	4	4	4,00	4	5	4	4	4,25
53	2	4	4	3	4	4	4	4	4,00	5	4	4	4	4,25	3	3	5	5	4,00
54	2	3	2	1	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
55	1	3	1	2	4	4	4	4	4,00	4	5	5	5	4,75	4	4	4	3	3,75
56	1	4	4	2	4	4	4	4	4,00	3	4	4	4	3,75	3	3	3	3	3,00
57	2	3	2	1	4	4	3	4	3,75	4	4	3	3	3,50	4	4	4	4	4,00
58	2	2	5	2	4	4	4	4	4,00	3	3	3	3	3,00	3	3	3	3	3,00
59	1	4	3	4	4	4	3	4	3,75	3	4	4	3	3,50	4	3	3	3	3,25
60	1	2	2	3	4	5	4	4	4,25	3	3	3	4	3,25	5	5	3	4	4,25
61	2	4	4	1	4	5	4	4	4,25	2	3	3	2	2,50	4	5	2	3	3,50
62	1	3	1	4	4	5	4	4	4,25	3	3	4	4	3,50	4	4	3	4	3,75
63	2	3	5	3	5	4	4	5	4,50	4	2	3	3	3,00	4	4	4	4	4,00
64	1	5	4	2	4	4	5	4	4,25	4	3	4	3	3,50	4	5	4	4	4,25
65	2	4	2	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00

66	2	3	4	4	3	4	4	3	3,50	4	4	4	5	4,25	2	3	4	5	3,50
67	2	4	1	3	4	4	4	4	4,00	5	4	4	5	4,50	4	4	5	4	4,25
68	1	3	4	1	4	4	4	4	4,00	4	4	5	4	4,25	3	3	4	4	3,50
69	2	2	3	2	4	4	4	4	4,00	4	5	4	4	4,25	3	3	2	2	2,50
70	2	3	3	4	4	4	4	4	4,00	3	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4,00
71	2	6	3	3	5	4	4	4	4,25	4	2	2	3	2,75	5	4	2	3	3,50
72	2	3	3	1	4	4	5	4	4,25	3	4	4	4	3,75	4	4	3	3	3,50
73	2	3	2	2	3	4	4	4	3,75	3	2	3	3	2,75	3	3	4	4	3,50
74	1	4	3	2	4	4	4	4	4,00	4	3	3	3	3,25	4	3	4	4	3,75
75	2	3	3	2	4	4	4	4	4,00	3	4	4	3	3,50	4	4	5	4	4,25
76	2	4	2	4	4	4	4	4	4,00	3	4	4	4	3,75	2	3	3	2	2,50
77	1	5	5	4	4	4	4	4	4,00	4	5	4	3	4,00	3	3	4	4	3,50
78	1	2	1	4	5	5	5	5	5,00	3	3	2	3	2,75	4	4	4	4	4,00
79	1	5	3	1	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	3	2	2	2	2,25
80	1	4	3	2	4	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4,00	3	3	3	3	3,00
81	1	4	5	3	4	4	3	4	3,75	4	2	2	2	2,50	3	4	5	5	4,25
82	2	5	5	3	3	4	4	4	3,75	4	3	3	3	3,25	5	5	5	5	5,00
83	1	4	2	1	4	4	4	4	4,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00
84	1	6	2	2	3	4	5	4	4,00	4	3	3	3	3,25	5	5	5	4	4,75
85	2	4	1	4	5	4	4	4	4,25	4	4	3	4	3,75	4	5	5	4	4,50
86	1	2	1	1	4	4	4	4	4,00	4	3	4	3	3,50	3	3	3	3	3,00
87	1	4	5	2	4	4	5	4	4,25	5	4	4	3	4,00	4	4	4	4	4,00
88	2	4	5	4	5	4	5	5	4,75	4	4	4	5	4,25	4	4	4	4	4,00
89	1	5	5	4	5	5	4	4	4,50	5	5	5	4	4,75	2	3	2	4	2,75
90	2	4	5	1	4	4	5	5	4,50	4	4	4	4	4,00	3	3	3	3	3,00
91	2	5	5	2	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	5	5	5	5	5,00
92	1	4	5	4	4	4	4	4	4,00	5	4	4	4	4,25	4	3	3	4	3,50
93	2	4	2	3	4	4	5	5	4,50	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
94	1	4	3	1	4	4	5	4	4,25	3	4	4	4	3,75	4	4	4	3	3,75
95	2	2	1	4	4	4	5	5	4,50	4	4	4	4	4,00	3	4	4	4	3,75
96	1	2	1	2	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	5	4	4	4	4,25

Lampiran 3 Frequency Table Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	52	54,2	54,2	54,2
	Laki-laki	44	45,8	45,8	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 19 tahun	12	12,5	12,5	12,5
	20-25 tahun	23	24,0	24,0	36,5
	26-31 tahun	29	30,2	30,2	66,7
	32-37 tahun	21	21,9	21,9	88,5
	38-50 tahun	7	7,3	7,3	95,8
	> 51 tahun	4	4,2	4,2	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa/Pelajar	20	20,8	20,8	20,8
	Wiraswasta	23	24,0	24,0	44,8
	PNS	24	25,0	25,0	69,8
	TNI/Polri	8	8,3	8,3	78,1
	Lain-lain	21	21,9	21,9	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Frekuensi Kunjungan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-2 kali	26	27,1	27,1	27,1
	3-4 kali	27	28,1	28,1	55,2
	5-6 kali	16	16,7	16,7	71,9
	> 6 kali	27	28,1	28,1	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Lampiran 4 Frequency Table Kepuasan Pengunjung (Y)

Responden merasa puas dalam penyediaan pelayanan yang ada pada café habibi Lampuuk Aceh Besar

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	3	3,1	3,1	3,1
KS	21	21,9	21,9	25,0
S	48	50,0	50,0	75,0
SS	24	25,0	25,0	100,0
Total	96	100,0	100,0	

Responden merasa puas atas pelayanan yang telah diberikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1,0	1,0	1,0
KS	22	22,9	22,9	24,0
S	51	53,1	53,1	77,1
SS	22	22,9	22,9	100,0
Total	96	100,0	100,0	

Responden merasa puas atas dalam berkomunikasi dengan karyawan pada café habibi Lampuuk Aceh Besar

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	5	5,2	5,2	5,2
KS	17	17,7	17,7	22,9
S	42	43,8	43,8	66,7
SS	32	33,3	33,3	100,0
Total	96	100,0	100,0	

Responden merasa puas dengan karyawan dalam menyelesaikan yang diinginkan pengunjung

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	3	3,1	3,1	3,1
KS	16	16,7	16,7	19,8
S	56	58,3	58,3	78,1
SS	21	21,9	21,9	100,0
Total	96	100,0	100,0	

Lampiran 5 Frequency Table Daya Tarik Wisata (X1)

Responden tertarik mendatangi café habibi Lampuuk Aceh Besar karena menyediakan tempat untuk berfoto.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	7	7,3	7,3	7,3
	S	70	72,9	72,9	80,2
	SS	19	19,8	19,8	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Tidak ada hambatan dalam perjalanan menuju café habibi Lampuuk Aceh Besar

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	1	1,0	1,0	1,0
	S	75	78,1	78,1	79,2
	SS	20	20,8	20,8	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

café habibi Lampuuk Aceh Besar menyediakan kebutuhan yang diinginkan pengunjung.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	7	7,3	7,3	7,3
	S	59	61,5	61,5	68,8
	SS	30	31,3	31,3	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

café habibi Lampuuk Aceh Besar menyediakan tempat pengecasan Hp di setiap pondok.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	5	5,2	5,2	5,2
	S	73	76,0	76,0	81,3
	SS	18	18,8	18,8	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Lampiran 6 Frequency Table Fasilitas Layanan (X2)

Lokasi café habibi Lampuuk Aceh Besar mudah di datangi oleh pengunjung

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1,0	1,0	1,0
	KS	18	18,8	18,8	19,8
	S	48	50,0	50,0	69,8
	SS	29	30,2	30,2	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Tata letak berfoto di ayunan sudah teratur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4,2	4,2	4,2
	KS	14	14,6	14,6	18,8
	S	49	51,0	51,0	69,8
	SS	29	30,2	30,2	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

café habibi Lampuuk Aceh Besar menyediakan pondok-pondok beristirahat yang cukup kepada pengunjung.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3,1	3,1	3,1
	KS	16	16,7	16,7	19,8
	S	57	59,4	59,4	79,2
	SS	20	20,8	20,8	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Café habibi dapat memberikan suasana yang nyaman sehingga pengunjung dapat melihat sunset

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2,1	2,1	2,1
	KS	19	19,8	19,8	21,9
	S	55	57,3	57,3	79,2
	SS	20	20,8	20,8	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Lampiran 7 Validitas & Reliability Kepuasan Pengunjung (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,783	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
A1	3,97	,774	96
A2	3,98	,711	96
A3	4,05	,851	96
A4	3,99	,718	96

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A1	12,02	3,431	,573	,738
A2	12,01	3,421	,665	,694
A3	11,94	3,154	,594	,730
A4	12,00	3,684	,535	,756

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15,99	5,674	2,382	4

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Between People		134,747	95	1,418	,437	,727
Within People	Between Items	,404	3	,135		
	Residual	87,846	285	,308		
	Total	88,250	288	,306		
Total		222,997	383	,582		

Grand Mean = 4,00

Lampiran 8 Validitas & Reliability Daya Tarik Wisata (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,723	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
B1	4,13	,508	96
B2	4,20	,426	96
B3	4,24	,576	96
B4	4,14	,473	96

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
B1	12,57	1,321	,507	,664
B2	12,50	1,516	,452	,696
B3	12,46	1,219	,488	,684
B4	12,56	1,280	,623	,597

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16,70	2,171	1,473	4

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Between People	Between Items	51,560	95	,543	1,862	,136
	Residual	,841	3	,280		
	Total	42,909	285	,151		
	Total	43,750	288	,152		
Total		95,310	383	,249		

Grand Mean = 4,17

Lampiran 9 Validitas & Reliability Fasilitas Layanan (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,770	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
C1	4,09	,727	96
C2	4,07	,785	96
C3	3,98	,711	96
C4	3,97	,703	96

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
C1	12,02	3,726	,291	,850
C2	12,04	2,672	,695	,643
C3	12,14	2,939	,668	,664
C4	12,15	2,947	,676	,661

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16,11	5,071	2,252	4

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Between People		120,435	95	1,268	1,343	,261
Within People	Between Items	1,174	3	,391		
	Residual	83,076	285	,291		
	Total	84,250	288	,293		
Total		204,685	383	,534		

Grand Mean = 4,03

Lampiran 10 Regression

Variables Entered/Removed^a

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

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung (Y)

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,359 ^a	,129	,110	,56175

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

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4,339	2	2,169	6,875	,002 ^b
	Residual	29,348	93	,316		
	Total	33,687	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung (Y)

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

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,387	,731		1,897	,061
	Daya Tarik Wisata (X1)	,380	,158	,235	2,407	,018
	Fasilitas Layanan (X2)	,254	,103	,240	2,454	,016

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung (Y)

Descriptive Statistics

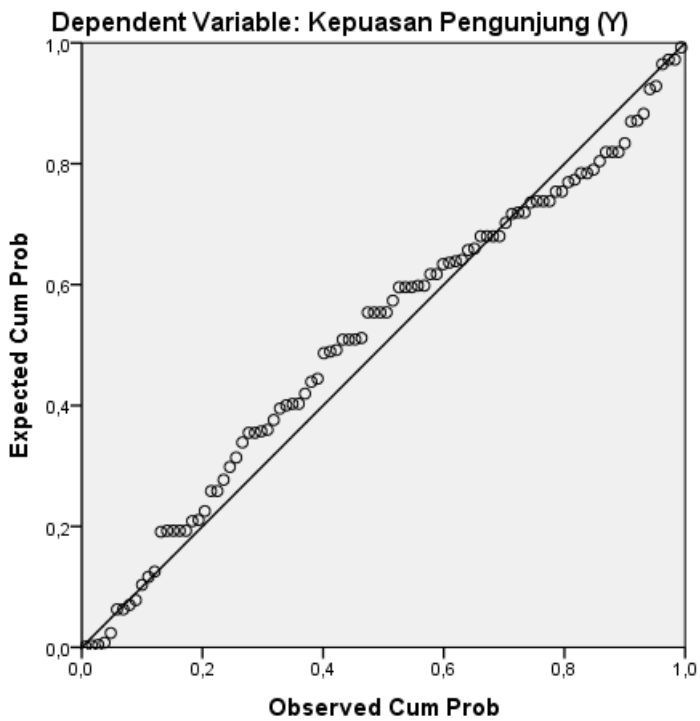
	Mean	Std. Deviation	N
Kepuasan Pengunjung (Y)	3,9974	,59548	96
Daya Tarik Wisata (X1)	4,1745	,36835	96
Fasilitas Layanan (X2)	4,0286	,56297	96

Coefficients^a

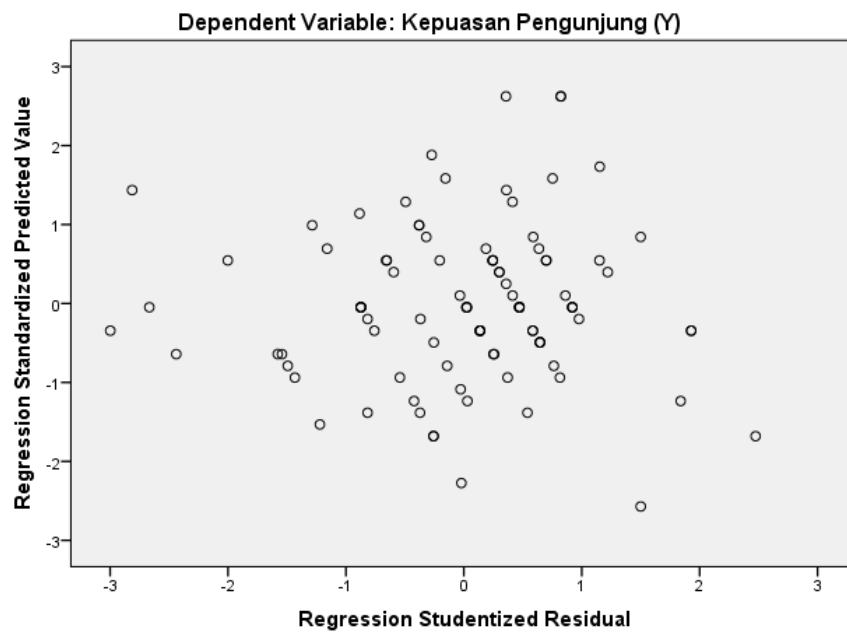
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Daya Tarik Wisata (X1)	,980	1,020
	Fasilitas Layanan (X2)	,980	1,020

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung (Y)

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot



Nilai F Tabel Pada Tingkat Keyakinan 95%

DF 2	DF 1					
	1	2	3	4	5	6
1	161,446	199,499	215,707	224,583	230,160	233,988
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	19,329
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	8,941
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	6,163
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	4,950
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	4,284
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	3,866
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,688	3,581
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	3,374
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	3,217
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	3,095
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	2,996
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	2,915
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	2,848
15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	2,790
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	2,741
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	2,699
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	2,661
19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	2,628
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	2,599
21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	2,573
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	2,549
23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	2,528
24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	2,508
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	2,490
26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	2,474
27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	2,459
28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	2,445
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	2,432
30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	2,421
31	4,160	3,305	2,911	2,679	2,523	2,409
32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512	2,399
33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503	2,389
34	4,130	3,276	2,883	2,650	2,494	2,380
35	4,121	3,267	2,874	2,641	2,485	2,372
36	4,113	3,259	2,866	2,634	2,477	2,364
37	4,105	3,252	2,859	2,626	2,470	2,356
38	4,098	3,245	2,852	2,619	2,463	2,349
39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456	2,342
40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	2,336
41	4,079	3,226	2,833	2,600	2,443	2,330
42	4,073	3,220	2,827	2,594	2,438	2,324
43	4,067	3,214	2,822	2,589	2,432	2,319
44	4,062	3,209	2,816	2,584	2,427	2,313
45	4,057	3,204	2,812	2,579	2,422	2,308
46	4,052	3,200	2,807	2,574	2,417	2,304
47	4,047	3,195	2,802	2,570	2,413	2,299
48	4,043	3,191	2,798	2,565	2,409	2,295
49	4,038	3,187	2,794	2,561	2,404	2,290
50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286

DF 2	DF 1					
	1	2	3	4	5	6
51	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286
52	4,030	3,179	2,786	2,553	2,397	2,283
53	4,027	3,175	2,783	2,550	2,393	2,279
54	4,023	3,172	2,779	2,546	2,389	2,275
55	4,020	3,168	2,776	2,543	2,386	2,272
56	4,016	3,165	2,773	2,540	2,383	2,269
57	4,013	3,162	2,769	2,537	2,380	2,266
58	4,010	3,159	2,766	2,534	2,377	2,263
59	4,007	3,156	2,764	2,531	2,374	2,260
60	4,004	3,153	2,761	2,528	2,371	2,257
61	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368	2,254
62	3,998	3,148	2,755	2,523	2,366	2,251
63	3,996	3,145	2,753	2,520	2,363	2,249
64	3,993	3,143	2,751	2,518	2,361	2,246
65	3,991	3,140	2,748	2,515	2,358	2,244
66	3,989	3,138	2,746	2,513	2,356	2,242
67	3,986	3,136	2,744	2,511	2,354	2,239
68	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352	2,237
69	3,982	3,132	2,739	2,507	2,350	2,235
70	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348	2,233
71	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231
72	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229
73	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227
74	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226
75	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224
76	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222
77	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220
78	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219
79	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217
80	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216
81	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214
82	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213
83	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211
84	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210
85	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209
86	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207
87	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206
88	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205
89	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203
90	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202
91	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199
93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191

NILAI T TABEL

DF	Tingkat Keyakinan			
	99%	97,5%	95%	90%
1	63,656	25,452	12,706	6,314
2	9,925	6,205	4,303	2,920
3	5,841	4,177	3,182	2,353
4	4,604	3,495	2,776	2,132
5	4,032	3,163	2,571	2,015
6	3,707	2,969	2,447	1,943
7	3,499	2,841	2,365	1,895
8	3,355	2,752	2,306	1,860
9	3,250	2,685	2,262	1,833
10	3,169	2,634	2,228	1,812
11	3,106	2,593	2,201	1,796
12	3,055	2,560	2,179	1,782
13	3,012	2,533	2,160	1,771
14	2,977	2,510	2,145	1,761
15	2,947	2,490	2,131	1,753
16	2,921	2,473	2,120	1,746
17	2,898	2,458	2,110	1,740
18	2,878	2,445	2,101	1,734
19	2,861	2,433	2,093	1,729
20	2,845	2,423	2,086	1,725
21	2,831	2,414	2,080	1,721
22	2,819	2,405	2,074	1,717
23	2,807	2,398	2,069	1,714
24	2,797	2,391	2,064	1,711
25	2,787	2,385	2,060	1,708
26	2,779	2,379	2,056	1,706
27	2,771	2,373	2,052	1,703
28	2,763	2,368	2,048	1,701
29	2,756	2,364	2,045	1,699
30	2,750	2,360	2,042	1,697
31	2,744	2,356	2,040	1,696
32	2,738	2,352	2,037	1,694
33	2,733	2,348	2,035	1,692
34	2,728	2,345	2,032	1,691
35	2,724	2,342	2,030	1,690
36	2,719	2,339	2,028	1,688
37	2,715	2,336	2,026	1,687
38	2,712	2,334	2,024	1,686
39	2,708	2,331	2,023	1,685
40	2,704	2,329	2,021	1,684
41	2,701	2,327	2,020	1,683
42	2,698	2,325	2,018	1,682
43	2,695	2,323	2,017	1,681
44	2,692	2,321	2,015	1,680
45	2,690	2,319	2,014	1,679
46	2,687	2,317	2,013	1,679
47	2,685	2,315	2,012	1,678
48	2,682	2,314	2,011	1,677
49	2,680	2,312	2,010	1,677
50	2,678	2,311	2,009	1,676

DF	Tingkat Keyakinan			
	99%	97,5%	95%	90%
51	2,676	2,310	2,008	1,675
52	2,674	2,308	2,007	1,675
53	2,672	2,307	2,006	1,674
54	2,670	2,306	2,005	1,674
55	2,668	2,304	2,004	1,673
56	2,667	2,303	2,003	1,673
57	2,665	2,302	2,002	1,672
58	2,663	2,301	2,002	1,672
59	2,662	2,300	2,001	1,671
60	2,660	2,299	2,000	1,671
61	2,659	2,298	2,000	1,670
62	2,657	2,297	1,999	1,670
63	2,656	2,296	1,998	1,669
64	2,655	2,295	1,998	1,669
65	2,654	2,295	1,997	1,669
66	2,652	2,294	1,997	1,668
67	2,651	2,293	1,996	1,668
68	2,650	2,292	1,995	1,668
69	2,649	2,291	1,995	1,667
70	2,648	2,291	1,994	1,667
71	2,647	2,290	1,994	1,667
72	2,646	2,289	1,993	1,666
73	2,645	2,289	1,993	1,666
74	2,644	2,288	1,993	1,666
75	2,643	2,287	1,992	1,665
76	2,642	2,287	1,992	1,665
77	2,641	2,286	1,991	1,665
78	2,640	2,285	1,991	1,665
79	2,639	2,285	1,990	1,664
80	2,639	2,284	1,990	1,664
81	2,638	2,284	1,990	1,664
82	2,637	2,283	1,989	1,664
83	2,636	2,283	1,989	1,663
84	2,636	2,282	1,989	1,663
85	2,635	2,282	1,988	1,663
86	2,634	2,281	1,988	1,663
87	2,634	2,281	1,988	1,663
88	2,633	2,280	1,987	1,662
89	2,632	2,280	1,987	1,662
90	2,632	2,280	1,987	1,662
91	2,631	2,279	1,986	1,662
92	2,630	2,279	1,986	1,662
93	2,630	2,278	1,986	1,661
94	2,629	2,278	1,986	1,661
95	2,629	2,277	1,985	1,661
96	2,628	2,277	1,985	1,661
97	2,627	2,277	1,985	1,661
98	2,627	2,276	1,984	1,661
99	2,626	2,276	1,984	1,660
100	2,626	2,276	1,984	1,660

Nilai-Nilai r Product Moment Pada Keyakinan 95%

n	Nilai r	n	Nilai r	n	Nilai r
3	0,997	27	0,381	55	0,266
4	0,950	28	0,374	60	0,254
5	0,878	29	0,367	65	0,244
6	0,811	30	0,361	70	0,235
7	0,754	31	0,355	75	0,227
8	0,707	32	0,349	80	0,220
9	0,666	33	0,344	85	0,213
10	0,632	34	0,339	90	0,207
11	0,602	35	0,334	96	0,202
12	0,576	36	0,329	100	0,194
13	0,553	37	0,325	125	0,176
14	0,532	38	0,320	150	0,159
15	0,514	39	0,316	175	0,148
16	0,497	40	0,312	200	0,138
17	0,482	41	0,308	300	0,113
18	0,468	42	0,304	400	0,098
19	0,456	43	0,301	500	0,088
20	0,444	44	0,297	600	0,080
21	0,433	45	0,294	700	0,074
22	0,423	46	0,291	800	0,070
23	0,413	47	0,288	900	0,065
24	0,404	48	0,284	1000	0,062
25	0,396	49	0,281		
26	0,388	52	0,279		

Note: n = Jumlah Sampel