

SKRIPSI PENELITIAN SKRIPSI



PENGARUH FASILITAS WISATA, HARGA, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI WISATA BUKIT CINTA

Oleh :

Mega Prastuti

NIM.19510076

Dosen Pembimbing :

Pitaloka Dharma Ayu, SE., MBA

NIDN.0617028803

Fajar Suryatama, S.Sos.,SE.,M.M

NIDN.0622047503

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS DARUL ULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI
(UNDARIS)**

2024

PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH FASILITAS WISATA, HARGA, KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG
DIWISATA BUKIT CINTA

Oleh :

Mega Prastuti

NIM.19510076

Bahwa skripsi ini layak diujikan dan telah mendapatkan persetujuan pada
tanggal. *1. November 2024*

Dosen Pembimbing Utama

Dosen Pembimbing Pendamping



Pitaloka Dharma Ayu, SE., MBA
NIDN.0617028803



Fajar Suryatama, S.Sos.,SE.,M.M
NIDN.0622047503

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis




M. Arif Rakhman, S.E., M.E
NIDN.0614068702

PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH FASILITAS WISATA, HARGA, KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DIWISATA BUKIT CINTA**

Oleh :

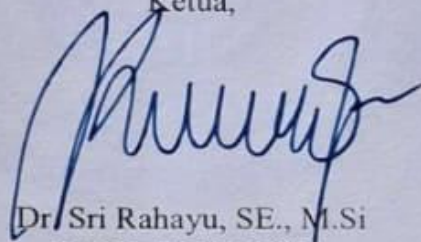
Mega Prastuti

NIM.19510076

Skripsi ini telah diujikan dan mendapatkan pengesahan pada tanggal *1 November 2024*

Tim Penguji

Ketua,



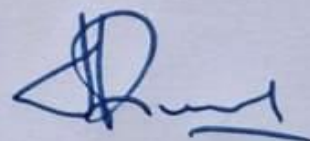
Dr. Sri Rahayu, SE., M.Si
NIDN. 060605690

Dosen Pembimbing Utama



Pitaloka Dharma Ayu, SE., MBA
NIDN.0617028803

Dosen Pembimbing Pendamping



Fajar Suryatama, S.Sos.,SE.,M.M
NIDN.0622047503

ABSTRAK

Perkembangan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif diperkirakan menjadi salah satu motor penggerak bisnis di Indonesia, pengelola tempat wisata harus memperhatikan seperti pelayanan, obyek wisata, daya tarik wisata dan fasilitas ditempat wisata. Ketidakpuasan pengunjung memiliki beberapa masalah yang ditemui seperti toiletnya yang masih kurang bersih. Harga tiket masuk wisata belum termasuk dengan objek. Petugas penjual tiket hanya terdapat satu. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Fasilitas Wisata, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Diwisata Bukit Cinta.

Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpulan sampel pada penelitian ini adalah 100 responden dengan menggunakan hasil perhitungan rumus *slovin*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diolah dengan aplikasi SPSS versi 25. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan: Uji instrument terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, Uji korelasi sederhana dan korelasi berganda, Uji regresi terdiri dari regresi sederhana dan regresi berganda, Uji determinasi, Uji t, Uji F.

Dari penelitian menunjukkan bahwa fasilitas wisata memiliki nilai thitung $3,123 > t_{tabel} 1,985$ dan memiliki nilai signifikan $0,002 < 0,05$ yang berarti variabel fasilitas wisata berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengunjung di wisata Bukit Cinta Banyubiru. Sehingga H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak. Variabel harga memiliki nilai $t_{hitung} 0,259$ lebih kecil dari pada $t_{tabel} 1,985$ dan memiliki nilai signifikan $0,796 > 0,05$ yang berarti harga tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung di wisata bukit cinta banyubiru. Sehingga H_{a2} tidak diterima dan H_{o2} diterima. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai thitung $0,345$ lebih kecil dari pada $t_{tabel} 1,985$ dan memiliki nilai signifikan $0,731 > 0,05$ yang berarti kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung di wisata Bukit Cinta Banyubiru. Sehingga H_{a3} tidak diterima dan H_{o3} diterima. Variabel fasilitas wisata, harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung dengan nilai Fhitung $27,291$ lebih besar dari pada Ftabel $2,70$ ($27,291 > 2,70$) dan memiliki nilai signifikan $0,000$ lebih kecil dari $0,005$ ($0,000 < 0,05$) yang berarti secara simultan terdapat pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengunjung di wisata bukit cinta banyubiru. Sehingga H_{a4} diterima dan H_{o4} ditolak.

Kata kunci : Fasilitas Wisata, Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pengunjung

ABSTRACT

The development of the tourism sector and the creative economy is estimated to be one of the driving forces of business in Indonesia, the manager of tourist attractions must pay attention to services, attractions, tourist attractions and facilities at tourist attractions. Visitor dissatisfaction has several problems encountered such as toilets that are still not clean. The price of tourist entrance tickets is not included with the object. The purpose of this study was to determine the effect of tourist facilities, prices, service quality on visitor satisfaction at Bukit Cinta Tourism.

The type of research method used in this research is quantitative method. The sample collection technique in this study was 100 respondents using the results of the Slovin formula calculation. The data collection technique used a questionnaire which was processed with the SPSS version 25 application. The data analysis method used in this study is to use: Instrument test consists of validity test and reliability test, simple correlation test and multiple correlation, regression test consists of simple regression and multiple regression, determination test, t test, F test.

The research shows that the tourist facility has a tcount value of $3.123 > t$ table 1.985 and has a significant value of $0.002 < 0.05$, which means that the tourist facility variable has a significant positive effect on visitor satisfaction on the Banyubiru love hill tour. So that H_{a1} is accepted and H_{o1} is rejected. The price variable has a tcount value of 0.259 smaller than the t table 1.985 and has a significant value of $0.796 > 0.05$, which means that the price has no positive and insignificant effect on visitor satisfaction at the Banyubiru love hill tour. So that H_{a2} is not accepted and H_{o2} is accepted. The service quality variable has a tcount value of 0.345 which is smaller than the ttable 1.985 and has a significant value of $0.731 > 0.05$, which means that service quality has no positive and insignificant effect on visitor satisfaction at the banyubiru love hill tour. So that H_{a3} is not accepted and H_{o3} is accepted. The variable of tourist facilities, price, service quality on visitor satisfaction with an Fcount value of 27.291 is greater than the Ftable 2.70 ($27.291 > 2.70$) and has a significant value of 0.000 less than 0.005 ($0.000 < 0.05$) which means that simultaneously there is a significant positive effect on visitor satisfaction at the Banyubiru love hill tour. So that H_{a4} is accepted and H_{o4} is rejected. From the results of the study it can be concluded that the tourist facilities variable has a significant positive effect while price and service quality have no significant effect and simultaneously affect visitor satisfaction.

Keywords: Tourist Facilities, Price, Service Quality, Visitor Satisfaction

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis. Tak lupa shalawat dan juga salam senantiasa tercurah kepada Junjungan kita semua Nabi Muhammad SAW. Sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Fasilitas Wisata, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Diwisata Bukit Cinta”.

Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi dan melengkapi syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI (UNDARIS). Penyelesaian skripsi ini juga tidak terlepas dari bantuan, motivasi dan perhatian dari berbagai pihak yang sangat berarti bagi penulis. Tidak ada sesuatu yang patut penulis berikan selain ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Hono Sejati, SH., M.Hum selaku Rektor UNDARIS yang telah memberi kesempatan untuk menimba ilmu di Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI (UNDARIS) Ungaran.
2. Bapak M. Arif Rakhman, S.E., M.E selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI (UNDARIS) Ungaran.
3. Bapak Fajar Suryatama, S.Sos, SE, MM selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI (UNDARIS) Ungaran sekaligus sebagai dosen pembimbing kedua dalam penulisan skripsi ini yang telah memberikan ilmunya serta

mendampingi dalam memberikan arahan pada penulisan skripsi ini agar menjadi lebih baik.

4. Ibu Pitaloka Dharma Ayu. S.E, M. BA selaku Dosen Pembimbing Utama dalam penulisan skripsi ini yang telah memberikan ilmunya serta memberikan arahan pada penulisan skripsi ini agar menjadi lebih baik.
5. Seluruh dosen, staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis program study manajemen Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI (UNDARIS) Ungaran.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang penulis buat ini masih jauh dari sempurna hal ini karena terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan adanya saran dan masukan bahkan kritik membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak khususnya dalam bidang Manajemen pada Fakultas Ekonomi.dan Bisnis.

Ungaran, 1 November 2024



Mega Prastuti

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Al Insyirah 5-6)

“Janganlah kalian berputus asa, lihatlah kita sudah samapi tahap ini
kalaupun kita kalah kita bisa coba lagi”

(Wave)

“Dimana kamu merasakan banyak masalah, maka di situlah prosesmu
menuju dewasa”

(Grace)

“Bermimpilah setinggi langit, sampai nabrak satelit”

(Mega Prastuti)

PERSEMBAHAN

1. Allah SWT memberikan rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada Ibu Munjanatun selaku ibu kandung saya yang senantiasa memberikan doa secara lahir dan batin serta semangat.
3. Kepada Bapak Djumilan selaku ayah kandung saya yang senantiasa memberikan doa secara lahir dan batin serta semangat.
4. Kepada Saya sendiri, karena telah berjuang dan bertahan sampai saat ini serta mampu barada sampai pada titik sekarang ini.
5. Kepada Aprilia Wulandari selaku adik saya yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat.
6. Kepada Dian Novita S. dan Wahyu Fitri N. yang memberikan banyak semangat dan doa baik dalam pengerjaan skripsi ini
7. Kepada Nanon Korapat, Chimon Wachirawit, Ohm Pawat, Perth Tanapon, Pond Naravit, Phuwin Tangsakyuen, Gemini Norawit, Fourth Nattawat serta bujang-bujang Thai sebagai idola favorit saya yang telah menjadi penyemangat ketika saya merasa lelah dan memberikan motivasi secara tidak langsung melalui karyanya.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Operasional.....	8
F. Sistematika penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Kajian Pustaka.....	11
B. Penelitian Terdahulu	25
6.....	26
C. Kerangka Pemikiran.....	26
D. Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Jenis Penelitian.....	29
B. Lokasi Penelitian.....	29
C. Variabel Penelitian	29
D. Populasi dan Sampel	31
E. Metode Pengumpulan Data.....	33
F. Jenis dan Sumber data.....	35

G. Metode Analisi Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A. Gambaran Umum dan Deskripsi Data	49
B. Karakteristik Responden	51
C. Hasil Analisi Data	52
D. Pembahasan.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	26
Gambar 3. 1 Uji t.....	47
Gambar 3. 2 Uji F	48

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1 Indikator Penelitian	30
Tabel 3. 2 Data pengunjung wisata Bukit Cinta	31
Tabel 3. 3 Skala Likert	34
Tabel 3. 4 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	42

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bangsa Indonesia merupakan bangsa yang memiliki banyak keragaman, baik dari segi adat istiadat, budaya, agama, suku dan bahasa sehingga negara Indonesia disebut sebagai negara yang kaya dengan sumber daya alamnya. Salah satu bidang yang paling potensial untuk dikembangkan adalah sektor pariwisata. Perkembangan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif diperkirakan menjadi salah satu motor penggerak bisnis di Indonesia, saat ini sektor pariwisata dari tahun ke tahun menjadi industri yang terus bertumbuh secara konsisten serta menjadi industri yang terus bertumbuh secara konsisten serta menjadi industri terbesar yang ada.

Salah satu daerah yang mulai mengembangkan dan melestarikan wilayahnya untuk menjadi daya tarik wisata adalah Banyubiru. Banyubiru merupakan daerah yang terletak di Provinsi Jawa Tengah. Banyubiru menyimpan banyak potensi wisata yang dapat dijadikan sebagai peluang usaha. Menurut Zarkasih (2022) destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Bukit Cinta Banyubiru yang berlokasi di Desa Kebondowo RT.05/RW.10, Kebondowo, Kecamatan Banyubiru, Kabupaten Semarang,

Jawa Tengah 50664. Bukit Cinta Banyubiru juga menyediakan beberapa fasilitas seperti Pendopo, Perahu, Jembatan kayu, Gembok Cinta, dan Gazebo. Dengan adanya fasilitas tersebut dapat menarik perhatian pengunjung yang ada disana. Fasilitas tersebut secara tidak langsung membuat pengunjung tertarik sehingga menciptakan kepuasan tersendiri bagi pengunjung wisata Bukit Cinta Banyubiru. Wisata bukit cinta Banyubiru juga memiliki *view* yang bagus seperti Rawa Pening, pemandangan Gunung Ungaran, Gunung Merbabu dan Gunung Telomoyo. Dengan begitu banyaknya tempat pariwisata yang ada tentunya faktor kepuasan pengunjung harus menjadi prioritas oleh pelaku usaha pariwisata. Untuk mengukur kepuasan pengunjung perlu dilakukan dengan alasan yaitu pertama, tingkat pesaing yang semakin meningkat. Kedua, semakin besar investasi yang dicurahkan oleh perusahaan untuk mengimplementasikan program kepuasan konsumen. Ketiga, harapan konsumen yang berubah dari waktu ke waktu menurut Kirom (2014). Untuk meningkatkan kepuasan pengunjung, pengelola tempat wisata harus memperhatikan beberapa faktor seperti pelayanan, obyek wisata, daya tarik wisata dan fasilitas ditempat wisata. Pemberian pelayanan yang baik kepada wisatawan oleh suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan wisatawan. Apabila wisatawan merasa puas, maka mereka akan berkunjung kembali dan merekomendasikan kepada orang lain untuk berkunjung di tempat yang sama.

Menurut Frimayasa *et al* (2019) kepuasan pengunjung adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan - harapannya. Pengunjung

merupakan konsumen yang harus dilayani seperti seorang raja, namun bukan berarti menyerahkan segalanya kepada konsumen. Usaha memuaskan kebutuhan konsumen harus dilakukan secara menguntungkan atau “*win win situation*” yaitu kondisi dimana kedua belah pihak merasa senang atau tidak dirugikan. Dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti pada wisata Bukit Cinta adanya ketidak puasan pengunjung terhadap fasilitas, harga dan kualitas pelayanan ditawarkan, sehingga minat pengunjung berkurang. Berdasarkan dari berita *kompas.com* (26/9/2012) yang wawancarai seorang pengunjung dari Magelang menjelaskan bahwa saat masuk di gerbangnya saja sebenarnya saya sudah *ifil*. Tempat parkirnya dulu sudah dipaving bagus, sekarang malah jadi tanah biasa tidak rata, yang lebih mengagetkan dengan kondisi yang berantakan ini harga tiketnya naik dua kali lipat.

Faktor yang mempengaruhi pengunjung adalah fasilitas, menurut Marhanah & Wahadi (2016) fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang mendukung operasional objek wisata untuk mengakomodasi segala kebutuhan wisatawan, tidak secara langsung mendorong pertumbuhan tetapi berkembang pada saat yang sama atau sesudah atraksi berkembang. Fasilitas wisata diperlukan agar pengunjung nyaman ketika berwisata ditempat tersebut. Wisata Bukit Cinta merupakan tempat wisata yang masih memiliki beberapa masalah yang ditemui, ditambah lagi masih adanya tempat yang masih belum bagus untuk para pengunjung seperti toiletnya yang masih kurang bersih dan kurang nyaman bagi pengunjung yang datang. Fasilitas wisata yang berada di Bukit Cinta yang masih belum dikelola secara maksimal yaitu masih

kekurangan dibagian lahan parkir yang jauh dari pintu keluar yang membuat pengunjung berputar terlebih dahulu untuk menuju ke parkir sehingga membuat pengunjung kelelahan untuk menuju tempat parkir. Toilet dan musholla yang disediakan pihak Wisata Bukit Cinta masih kurang bersih sehingga menyebabkan ketidaknyamanan bagi para pengunjung. Berdasarkan dari hasil penelitian Marhanah & Wahadi (2016) menunjukkan bahwa keadaan fasilitas wisata, kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan (TMR) di nilai baik oleh responden sehingga hal ini mengidentifikasi bahwa pengaruh fasilitas wisata dan kualitas pelayanan.

Menurut Musdalifah (2020) harga (*price*) merupakan suatu nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain untuk memperoleh manfaat dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Harga juga penentu keberhasilan suatu dinas pariwisata karena harga sebagai penentu seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh dinas pariwisata dari penjualan tiket obyek wisata Bukit Cinta. Namun, keputusan mengenai harga tidak mudah untuk dilakukan. Harga yang terlalu mahal akan meningkatkan laba jangka pendek akan tetapi disisi lain akan sulit dijangkau oleh konsumen dan sukar bersaing dengan kompetitor. Dalam kasus tertentu harga yang terlalu mahal akan mendapatkan protes dan komplain dari konsumen atau pengunjung sehingga menyebabkan minat dan kepuasan pengunjung menjadi berkurang. Menurut *survay* dari *kompas.com* (26/9/2012) harga tiket di wisata Bukit Cinta mengalami kenaikan harga dari harga sebelumnya Rp. 6.000 menjadi Rp. 10.000 dan saat ini menjadi Rp.

15.000 per orang, dengan adanya harga tersebut akan menyebabkan kepuasan pengunjung menjadi berkurang, dikarenakan harga tiket masuk wisata belum termasuk dengan objek wisata yang ada didalamnya. Wisata Bukit Cinta tiket masuk terjual terpisah dengan objek wisata lainnya, seperti objek wisata menaiki prahu harus mengeluarkan biaya tambahan lagi. Sedangkan pada wisata Eling Bening tiket masuk sudah termasuk dengan objek foto yang ada didalamnya. Berdasarkan hasil penelitian dari Rizdiyanti *et al* (2022) bahwa variabel harga tiket signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Menurut Aswad *et al* (2018) kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Menurut Lesmana (2019) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Poin utamanya adalah pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan seorang penjual kepada pembeli/konsumenya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku tersebut bertujuan pada tercapainya kepuasan pengunjung itu sendiri.

Permasalahan yang terjadi ditempat wisata bukit cinta mengenai kualitas pelayanan yaitu kurangnya karyawan yang ada ditempat wisata sehingga membuat kualitas pelayanan pada penjualan tiket menurun karena terdapat satu karyawan sehingga terjadi antian panjang. Misalnya sering

terjadi pada hari libur (*weekend*). Pengunjung harus menunggu beberapa waktu untuk mendapatkan tiket, hal ini membuat kepuasan pengunjung berkurang terhadap kualitas pelayanannya, karena pada bagian pelayanan petugas penjual tiket hanya terdapat satu karyawan sehingga mengakibatkan antrian pengunjung panjang. Masalah lain yang timbul terkait kualitas pelayanan yaitu kurangnya lahan parkir, lahan parkir yang tersedia berada di depan toko oleh-oleh dan tidak ada petugas yang membantu memarkirkan kendaraan sehingga mengganggu pengunjung lain yang akan masuk ke toko oleh-oleh.

Setiap manusia membutuhkan pelayanan bahkan secara ekstrim dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia (Ahror 2017). Peningkatan kualitas pelayanan dapat dengan cara melakukan perekrutan perekrutan karyawan untuk ditempatkan dibagian penjualan tiket. Merujuk dari hasil penelitian Ahror (2017) bahwa kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan café milkmoo.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti dan mengidentifikasi adanya “PENGARUH FASILITAS WISATA, HARGA, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DIWISATA BUKIT CINTA”.

B. Rumusan Masalah

Adapun perumusan masalah yang di ajukan dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Apakah fasilitas wisata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung diwisata Bukit Cinta?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung diwisata Bukit Cinta ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung diwisata Bukit Cinta?
4. Apakah fasilitas wisata, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasn pengunjung diwisata Bukit Cinta?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis:

1. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung diwisata bukit cinta
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pengunjung diwisata bukit cinta
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pengunjung terhadap kepuasan pengunjung diwisata bukit cinta
4. Untuk menganalisis fasilitas wisata, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasn pengunjung diwisata bukit cinta

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan atau bahan pertimbangan bagi pengelola Objek Wisata Bukit Cinta dalam upaya meningkatkan

Fasilitas Wisata, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Diwisata Bukit Cinta.

2. Bagi peneliti

Penulis dapat menerapkan pengetahuan yang telah didapat dalam bidang sumber daya manusia dan mendapatkan manfaat berupa ilmu pengetahuan baru dan wawasan baru, khususnya pada saat melakukan penelitian pada masalah yang berkaitan dengan objek penelitian, serta saat melakukan penelitian dilapangan secara langsung.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi secara teoritis sebagai bahan pengetahuan untuk penelitian selanjutnya. Khususnya peneliti yang terkait dengan pengaruh Fasilitas Wisata, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Diwisata Bukit Cinta.

E. Definisi Operasional

Menurut Azwar (2010) definisi operasional adalah suatu definisi yang memiliki arti tunggal dan diterima secara objektif bilamana indikatornya tidak tampak. Suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel yang diamati.

Definisi oprasional dikemukakan setiap variabel sebagai berikut :

1. Kepuasan Pengunjung adalah kinerja suatu barang atau jasa yang sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan. (Hani 2019)
2. Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. (Ananda *et al* 2019)

3. Harga (*price*) merupakan suatu nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain untuk memperoleh manfaat dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. (Musdalifa 2020)
4. Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. (Aswad 2018)

F. Sistematika penulisan

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Dalam bab ini akan diuraikan tentang landasan teori yang relevan dengan permasalahan dalam penelitian, dan juga menjelaskan teori-teori tentang fasilitas wisata, harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung diwisata bukit cinta. Serta mengemukakan kerangka berpikir yang mendasari penelitian, dan pemaparan hipotesis penelitian.

BAB III : Metode Penelitian

Pada bab ini berisi tentang uraian jenis penelitian, lokasi penelitian, variabel penelitian, populasi, sampel dan teknik sampling, teknik pengambilan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : Pembahasan dan Hasil Penelitian

Bab ini berisi tentang gambaran umum, deskripsi data, karakteristik responden, hasil analisis data dan pembahasan.

BAB V : Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi tentang uraian kesimpulan dan saran berkaitan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

1. Kepuasan Pengunjung

a. Pengertian Kepuasan Pengunjung

Menurut (Hani 2019) Kepuasan Pengunjung adalah kinerja suatu barang atau jasa yang sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan. Menurut Frimayasa *et al* (2019) Kepuasan pengunjung adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan - harapannya. Menurut Kotler dalam (Kristanti & Farida, 2016) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan – harapannya. Berdasarkan pengertian kepuasan menurut para ahli, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan- harapannya.
- 2) Kepuasan juga memberikan suatu tindakan untuk memuaskan konsumen dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya.

b. Indikator Kepuasan Pengunjung

Menurut Hani (2019) indikator untuk menentukan kepuasan pengunjung antara lain:

1) Lokasi

posisi pasti dalam ruang dalam sistem coordinator yang sesuai.

2) Fasilitas

Segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha dapat berupa pelayanan dan sarana prasarana.

3) Kenyamanan berkunjung

Suatu keadaan telah terpenuhi kebutuhan dasar yang diharapkan para pengunjung.

c. Faktor-faktor Kepuasan Pengunjung

Menurut Marhanah & Wahadi (2016) faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pengunjung yaitu:

1) Kualitas produk

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

2) Kualitas Pelayanan

Pengunjung akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.

3) Emosional

Pengunjung 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 sosial yang membuat pelanggan menjadi puas dengan merek tertentu.

4) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif 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. Fasilitas Wisata

a. Pengertian Fasilitas Wisata

Menurut Ananda et al (2019) Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Marhanah & Wahadi (2016) fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang mendukung operasional objek wisata untuk mengakomodasi segala kebutuhan wisatawan, tidak secara langsung mendorong pertumbuhan tetapi berkembang pada saat yang sama atau sesudah

atraksi berkembang. Menurut Rizdiyanti *et al* (2022) Fasilitas adalah penyedia peralatan fisik untuk memudahkan aktivitas pelanggan dan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Rokhayah dan Andriana (2021) mengemukakan bahwa Fasilitas merupakan sarana prasarana yang wajib di sediakan oleh suatu destinasi wisata, hal ini penting karena fasilitas menjadi sesuatu yang dibutuhkan pengunjungselama berada di destinasi wisata tersebut. Moekijat (2001) menjelaskan bahwa secara sederhana yang dimaksud dengan fasilitas adalah suatu sarana fisik yang dapat memproses suatu masukan (input) menuju keluaran (output) yang diinginkan. Menurut Marhanah & Wahadi (2016) Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang mendukung operasional objek wisata untuk mengakomodasi segala kebutuhan wisatawan, tidak secara langsung mendorong pertumbuhan tetapi berkembang pada saat yang sama atau sesudah atraksi berkembang. Dari semua pengertian yang telah disebutkan diatas dapat disimpulkan bahwa Fasilitas adalah sarana yang dapat memudahkan serta memperlancar sesuatu kegiatan.

b. Indikator Fasilitas Wisata

Menurut Ananda *et al* (2019) indikator fasilitas wisata antara lain:

1) Pertimbangan atau perencanaan

Aspek-aspek seperti proporsi, tekstur, warna dan lain-lain dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk

memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.

2) Perencanaan ruang

Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi, dan lain-lain. Seperti penempatan ruang tunggu perlu diperhatikan penempatan perabotan atau perlengkapan tambahannya.

3) Perlengkapan atau perabotan

Perlengkapan atau perabotan berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi penggunaan barang para pelanggan. Yang dimaksud dengan perlengkapan dalam penelitian ini seperti: ketersediaan listrik, meja atau kursi, internet hotspot area, lukisan atau bacaan, peralatan tulis dan lain-lain.

4) Tata cahaya dan warna

Tata cahaya yang dimaksud adalah warna jenis pewarnaan ruangan dan pengaturan pencahayaan sesuai sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan. Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks, serta mengurangi tingkat kecelakaan. Warna yang dipergunakan untuk interior fasilitas jasa perlu dikaitkan dengan efek emosional dari warna yang dipilih.

5) Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis

Aspek penting dan saling terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan, dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu. Seperti foto, gambar berwarna, poster, petunjuk peringatan atau papan informasi (yang ditempatkan pada lokasi/tempat untuk konsumen).

6) Unsur pendukung

Keberadaan fasilitas utama tidak lengkap tanpa adanya fasilitas pendukung lainnya, seperti : tempat ibadah, toilet, tempat parkir, tempat lokasi makan dan minum, area yang luas yang selalu diperhatikan keamanannya.

c. Faktor-faktor Fasilitas Wisata

Menurut Frimayasa *et al* (2019) faktor – faktor yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan desain fasilitas jasa meliputi:

- 1) Sifat dan tujuan organisasi jasa.
- 2) Ketersediaan tanah dan kebutuhan akan ruang/tempat.
- 3) Fleksibel, fleksibilitas desain sangat dibutuhkan apabila volume permintaan sering berfluktuasi dan jika spesifikasi jasa cepat berkembang sehingga resiko keuangan relatif besar.

- 4) Faktor Estetika, fasilitas jasa yang tertata rapi, menarik, dan estetis akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu jasa.
- 5) Masyarakat dan lingkungan sekitar, masyarakat dan lingkungan sekitar fasilitas jasa memainkan peranan penting dan berpengaruh besar terhadap perusahaan.

d. **Komponen Fasilitas Pariwisata**

Komponen fasilitas menurut Hasan terdiri dari:

- 1) Akomodasi: hotel, apartemen, villa, perkemahan, taman, wisma dan sejenisnya.
- 2) Restoran, bar, kafe (mulai dari restoran cepat saji sampai restoran mewah).
- 3) Transportasi di destinasi : taksi, rental mobil, dan sejenisnya.
- 4) Olahraga: ruang olahraga, golf, stadion, pusat kebugaran, dan lainnya.
- 5) Fasilitas kesehatan, money changer, dan lain sebagainya.
- 6) Outlet Ritel: toko, souvenir, dan sejenisnya.
- 7) Layanan: layanan Informasi, penyewaan peralatan, dan polisi pariwisata.

3. Harga

a. **Pengertian Harga**

Menurut Musdalifah (2020) Harga (*price*) merupakan suatu nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain untuk

memperoleh manfaat dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Menurut Kotler dan Amstrong dalam Ahror (2017) Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. persepsi harga berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seluruhnya oleh konsumen itu sendiri (Lebu *et al*, 2019). Persepsi harga ialah bagaimana cara konsumen melihat harga sebagai harga yang tinggi, dan harga yang rendah. Hal ini mempunyai pengaruh yang kuat baik kepada keputusan dalam pembelian. Menurut Manahati (2016) Harga adalah nilai dari suatu produk yang ditawarkan. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan harga adalah senilai uang yang harus dibayarkan konsumen kepada penjual untuk mendapatkan barang atau jasa yang ingin dibelinya.

b. Indikator Harga

Menurut Musdalifah (2020) indikator harga antara lain:

1) Keterjangkauan Harga

Harga dapat dijangkau oleh semua kalangan sesuai dengan target pasar yang ditentukan.

2) Kesesuaian Harga dengan Kualitas produk

Besarnya harga yang ditawarkan terhadap konsumen merupakan penentuan kualitas suatu produk.

3) Daya Saing Harga

Harga yang ditawarkan apakah dibawah rata-rata atau lebih tinggi daripada pesaing.

4) Kesesuaian Harga dengan Manfaat

Konsumen akan merasa puas jika harga yang didapat sesuai dengan manfaat yang diperoleh

5) Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan

Ketika suatu harga tidak sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh maka konsumen cenderung mengambil keputusan untuk tidak melakukan pembelian, namun jika harga sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh maka konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga

Keputusan-keputusan mengenai harga dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut:

1) Faktor internal, maksudnya adalah:

a) Keputusan harga disesuaikan dengan sasaran pemasaran, contohnya adalah sasaran untuk bertahan hidup, memaksimalkan laba jangka pendek memaksimalkan pangsa pasar atau kepemimpinan mutu produk.

- b) Keputusan harga disesuaikan dengan strategi nauran pemasarannya, dimana manajemen harus mempertimbangkan bauran pemasaran sebagai satu keseluruhan.
 - c) Keputusan harga atas dasar pertimbangan organisasi. Penetapan harga pada perusahaan besar penetapan harga diserahkan kepada manajer disini.
- 2) Faktor Eksternal, maksudnya adalah:
- a) Pasar dan suatu permintaan konsumen adalah sesuatu plafon harga (harga tertinggi). Konsumen akan membandingkan harga suatu produk atau jasa dengan manfaat yang dimilikinya.
 - b) Harga atau suatu tawaran pesaing perlu diketahui untuk menentukan harga, demikian juga reaksi pesaing setelah keputusan harga diberlakukan.
 - c) Faktor-faktor eksternal lainnya, adalah kondisi ekonomi seperti tingkat inflasi, biaya bunga resesi, booming atau keputusan-keputusan pemerintah.
- d. Tujuan penetapan Harga

Menurut Tjiptono dalam Hidayat (2021) penetapan harga yaitu:

- 1) Tujuan berorientasi pada laba

Asumsi teori klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba yang paling tinggi. Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimasi laba.

2) Tujuan berorientasi pada volume

Perusahaan menetapkan harganya berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau yang biasa dikenal dengan istilah volume pricing projectives. Harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai volume penjualan dalam ton, kg, unit, dan lain-lain.

3) Tujuan berorientasi pada citra

Perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga citra (image). Perusahaan dapat menetapkan harga mahal untuk memebentuk atau mempertahankan citra prestisius.

4) Tujuan stabilitas harga

Bila sebuah perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan pula harga mereka. Tujuan stabilitas dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk memepertahankan hubungan yang stabil antara harga sebuah perusahaan dan harga pemimpin imdustri (industry leader).

e. Peranan Harga

Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan, para pembeli yaitu:

- 1) Peranan alokasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Pembeli

membandingkan harga dari alternatif yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki.

- 2) Peranan informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Manfaatnya dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produksi atau manfaatnya secara objektif.

4. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Aswad (2018) Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Menurut Rahma & Askriyandoko (2019) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Maria Y.T dan Ety Istriani (2020) Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan.

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Aswad (2018) kualitas pelayanan antara lain:

1) Realibilitas (*Reliability*)

kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat dari pertama kali.

2) Daya tanggap (*responsiveness*)

berkenaan dengan ketersediaan dan merespon permintaan mereka dengan segera.

3) Jaminan (*assurance*)

berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan.

4) Empat (*empathy*)

perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasional yang nyaman.

5) Bukti fisik (*tangibles*)

berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas pelayanan, peralatan dan sumber daya manusia.

c. Faktor-faktor Kualitas Pelayanan

Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan antara lain:

1) Kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan

Pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan dapat diberikan jika karyawan memiliki kemampuan kerja yang maksimal.

2) Pola manajemen perusahaan

Pola manajemen yang mensejahterakan dan tidak membebani karyawan dapat mendukung karyawan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.

3) Pengembangan sumber daya manusia

Karyawan perlu dikembangkan kemampuan dan potensinya sehingga nantinya dapat memberikan pelayanan yang berkualitas.

4) Keselarasan hubungan kerja pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan dapat didukung dengan adanya hubungan kerja yang selaras di antara karyawan karena menciptakan situasi keakraban dan kehangatan.

5) Motivasi kerja karyawan

Karyawan yang memiliki motivasi kerja tinggi akan bekerja dan menampilkan performansi kerja yang maksimal, salah satunya yaitu dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.

6) Kebijakan pemberian insentif

Pemberian insentif yang adil sesuai dengan prestasi kerja dan kontribusi karyawan kepada perusahaan akan menciptakan kepuasan kerja karyawan dan mendukung ke arah terciptanya kualitas pelayanan kepada pelanggan.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan sebagai pendukung dalam sebuah penelitian. Pada penelitian-penelitian sebelumnya mengkaji masalah karakteristik individu, kerja tim, dan komunikasi terhadap kinerja karyawan dan beberapa penelitian lain yang masih memiliki keterkaitan variabel dalam penelitian ini.

Berikut merupakan 2.1 tentang penelitian terdahulu.

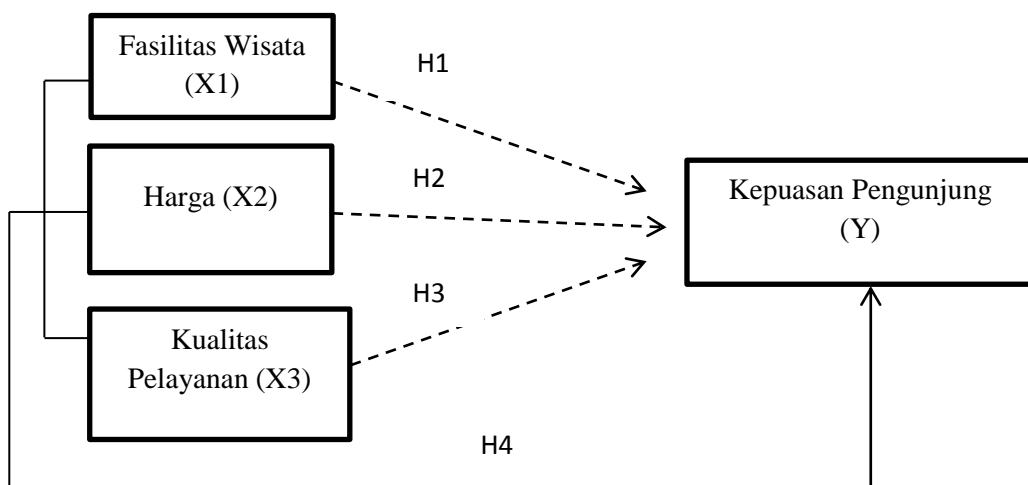
Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan judul peneliti	Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Agtovia frimayasa <i>et al</i> (2019) Judul penelitian Pengaruh fasilitas tempat wisata terhadap kepuasan pengunjung pada dunia fantasi (dufan) taman impian jaya ancol Jakarta	Terdapat pengaruh antara fasilitas terhadap kepuasan pengunjung	Terdapat persamaan dalam meneliti variabel fasilitas dan kepuasan pengunjung	Tidak meneliti variabel harga dan kualitas pelayanan, objek penelitian berbeda
2.	Rosita <i>et al</i> (2016) Judul penelitian Pengaruh fasilitas wisata dan kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Pengunjung di taman margasatwa Ragunan jakarta	Hasil penelitian menunjukkan bahwa keadaan fasilitas wisata, kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung di tmr dinilai baik oleh responden.	Terdapat persamaan dalam meneliti variabel fasilitas, kepuasan pengunjung, kualitas pelayanan	Tidak meneliti variabel harga objek penelitian berbeda
3.	Rizdiyanti <i>et al</i> (2022) Judul penelitian Analisis Pengaruh Harga Tiket, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Desa Wisata Hutan Mangrove Pandansari Brebes	Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kepuasan pelayanan Terhadap kepuasan pengunjung	Terdapat persamaan dalam meneliti variabel kepuasan pengunjung dan kualitas pelayanan	Tidak meneliti variabel harga dan fasilitas, objek penelitian berbeda
4.	Ubaidillah al ahror (2017) Judul penelitian Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan cafe milkmoo	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan pada cafe milk moo sidoarjo, harga berpengaruh signifikan terhadap	Terdapat persamaan dalam meneliti variabel harga, kepuasan pengunjung dan kualitas pelayanan	Tidak meneliti variabel fasilitas, objek penelitian berbeda

		keputusan pelanggan pada cafe milk moo sidoarjo		
5.	Eka gustiani rokhayah dan ana noor andriana (2021) Judul penelitian Pengaruh daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas Terhadap keputusan berkunjung wisatawan di pantai Istana amal kabupaten penajam paser utara	Bahwa variabel daya tarik, aksesibilitas, Dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan Berkunjung di pantai muarareja indah	Terdapat persamaan dalam meneliti variabel fasilitas	Tidak meneliti variabel harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pengunjung, objek penelitian berbeda
6.	Jane Jovita Halim (2023) Judul penelitian pengaruh fasilitas dan harga terhadap kepuasan pengunjung	Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung	Terdapat persamaan dalam meneliti variabel fasilitas dan harga	Tidak meneliti variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung objek penelitian berbeda

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah suatu hubungan yang berkaitan antara konsep yang satu terhadap konsep lainnya yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti. Kerangka konsep berguna untuk menjelaskan secara panjang tentang topic yang akan dibahas.



Gambar 2. 1
Kerangka Berpikir

Keterangan:

Garis Parsial = ----->

Garis Simultan = —————>

D. Hipotesis

Hipotesis adalah pendapat, pernyataan atau kesimpulan yang masih kurang atau belum selesai atau masih bersifat sementara. Menurut Sugiyono dan Fitria (2019) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris. sesuai dengan permasalahan penelitian yang telah dirumuskan diatas maka hipotesis yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut:

Ho1 : Tidak terdapat pengaruh antara fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung Bukit Cinta

Ha1 : Terdapat pengaruh antara fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung pada Bukit Cinta

Ho2 : Tidak terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan pengunjung Bukit Cinta

Ha2 : Terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan pengunjung Bukit Cinta

- Ho3 : Tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Bukit Cinta
- Ha3 : Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Bukit Cinta
- Ho4 : Tidak terdapat pengaruh antara fasilitas wisata, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada wisata Bukit Cinta
- Ha4 : Terdapat pengaruh antara fasilitas wisata, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada wisata Bukit Cinta

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Menurut Sugiono (2018) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah berarti kegiatan penelitian ini didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris dan sistematis.

Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yang mengungkapkan lokasi kawasan obyek wisata Bukit Cinta. Metode kuantitatif merupakan sekumpulan data yang bersifat angka-angka atau bilangan yang menyangkut tanggapan dalam hubungan dengan perilaku konsumen atau minat wisata terhadap wisatawan yang berkunjung ke wisata Bukit Cinta. Maka dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu berupa data yang mewujudkan dengan angka-angka hasil perhitungan atau pengukuran yang berhubungan dengan fasilitas, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung melalui data kuisisioner.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Banyubiru RT.05/RW.10, Kebondowo, kecamatan banyubiru, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah 50664.

C. Variabel Penelitian

Menurut Sugiono (2018) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga

diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Sifat variabel di sini sebetulnya sama saja dengan variabel dalam matematika.

Ada 2 variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel bebas dan variabel terikat yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Variabel Bebas (Variabel Independen)

Variabel bebas adalah variabel yang tidak tergantung dan tidak dipengaruhi oleh variabel lain atau menjadi sebab timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah: fasilitas wisata (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3).

2. Variabel Terikat (Variabel Dependen)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah: kepuasan pengunjung (Y).

Selanjutnya indikator yang digunakan sebagai acuan untuk mempermudah penelitian sebagai berikut

Tabel 3. 1
Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Skala
Kepuasan pengunjung (Y)	1. Lokasi 2. Fasilitas 3. Kenyamanan berkunjung (Hani 2019)	Likert
Fasilitas Wisata (X1)	1. Pertimbangan dan perencanaan 2. Perencanaan ruang 3. Perlengkapan atau perabotan 4. Tata cahaya dan warna 5. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis 6. Unsur pendukung (Ananda <i>et al</i> 2019)	Likert
Harga (X2)	1. Keterjangkauan harga	Likert

	2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan mafaat 5. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan (Musdalifah 2020)	
Kualitas Pelayanan (X3)	1. <i>Realibilitas (Realibility)</i> 2. Daya tanggap (Responsiveness) 3. Jaminan (Assurance) 4. Empati (Empathy) 5. Bukti fisik (Tangibles) (Aswad 2018)	Likert

Sumber data: diolah oleh peneliti (2024)

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiono (2018) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi penelitian ini adalah seluruh pengunjung objek wisata Bukit Cinta dari tahun 2020 – 2023 yang berjumlah 574.937. Berikut tabel populasi pada wisata Bukit Cinta selama 4 tahun sebagai berikut:

Tabel 3. 2
Data pengunjung wisata Bukit Cinta

No	Tahun	Jumlah
1	2020	138.731
2	2021	61.308
3	2022	203.594
4	2023	171.304
Total populasi		574.937

Sumber data : pengelola wisata Bukit Cinta

2. Sampel

Menurut Sugiono (2018) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Menurut Sekaran dalam sondakh (2016) memberikan *rule of thumb* yaitu besarnya sampel harus lebih dari 30 dan kurang dari 500 dianggap sudah mencukupi sampel untuk peneliti. Dalam menentukan sampel penelitian dapat digunakan teknik pengambilan sampel secara random yaitu teknik sampling dimana semua populasi mempunyai peluang yang sama untuk dijadikan sampel. Penetapan jumlah sampel pada penelitian ini akan menggunakan rumus *Slovin*, adapun perhitungan rumus dari *Slovin* sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Derajat kesalahan yang masih dapat ditolerir atau diinginkan.

Berikut hasil perhitungan sampel dari rumus slovin:

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

$$n = \frac{574.937}{1 + (574.937 \times 0,01^2)}$$

$$n = \frac{574.937}{1 + 5.749,37}$$

$$n = \frac{574.937}{5.750,37}$$

$$n = 99,98 (100)$$

Jadi sampel yang di gunakan pada penelitian ini berjumlah 100 wisatawan yang dijadikan sampel. Metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Menurut Sugiyono (2015) purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Alasan menggunakan teknik purposive sampling adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan yang telah penelitian lakukan cara penentuan informan yang ditetapkan secara sengaja atas dasar kriteria atau pertimbangan tertentu. Sampel dalam penelitian ini adalah pengunjung wisata Bukit Cinta.

E. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, serta merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur apa yang diharapkan dari responden. Menurut Sugiyono (2017) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Sehingga pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan cara menyebarkan angket kuisisioner yang berisi tentang pernyataan-pernyataan

mengenai fasilitas wisata, harga dan kualitas pelayanan yang ditunjukkan kepada wisatawan dengan menggunakan skala *likert*.

Skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut variable penelitian (Sugiyono, 2018). Dengan skala likert, maka variabel yang diukur diharapkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai drajat dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata untuk keperluan analisis kuantitatif. Responden cukup memberi tanda (√) (check list) atau centang pada kolom kotak pilihan pernyataan yang dianggap paling sesuai dengan harapannya. Skala dalam kuesioner tersebut menggunakan kategori dengan pengukuran variabel dengan metode *scoring* sebagai berikut:

Tabel 3. 3
Skala Likert

No	Jenis Jawaban	Bobot
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2017)

2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2018) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Dalam penelitian ini wawancara yang digunakan adalah wawancara terbuka. Menurut Sugiyono (2017) wawancara terbuka adalah peneliti memiliki kebebasan untuk berbicara secara luas dan mendalam dalam kegiatan wawancara.

3. Observasi

Menurut Sugiyono (2017) observasi adalah suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses pengamatan dan ingatan. Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi langsung dengan cara mendatangi tempat wisata di Bukit Cinta.

4. Studi Pustaka

Dilakukan dengan cara mengumpulkan data melalui buku-buku, artikel, jurnal, literatur, internet, teori, dan penelitian terdahulu sebagai referensi yang relevan dengan penelitian ini.

F. Jenis dan Sumber data

1. Jenis data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ada 2 jenis data yaitu:

a. Data kualitatif

Data kualitatif merupakan data yang berbentuk kalimat. Data kualitatif diperoleh dari data responden, yaitu meliputi nama, jenis kelamin dan umur.

b. Data kuantitatif

Data kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka-angka. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kuantitatif menggunakan uji statistic seperti uji validitas, uji reliabilitas, uji korelasi sederhana dan berganda, uji regresi sederhana dan berganda, uji koefisien determinasi, uji hipotesis menggunakan uji t dan uji F.

2. Sumber data

Sumber data adalah data yang akan diperoleh peneliti dalam melakukan penelitian. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu:

a. Data primer

Data primer adalah data utama yang diperoleh oleh peneliti yang dikumpulkan secara langsung dilapangan. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuisioner.

b. Data sekunder

Data skunder merupakan data yang secara tidak langsung memberikan informasi data kepada pengumpul data. Sumber data skunder diperoleh dari jurnal, skripsi, buku dan juga penelitian terdahulu.

G. Metode Analisi Data

Metode analisis digunakan untuk menginterpretasikan dan menganalisis data. Sesuai dengan model yang dikembangkan dalam penelitian ini. Alat analisis data yang digunakan adalah Aplikasi SPSS 25 sebagai media perhitungan statistik. Analisis data diawali dengan melakukan uji instrument penelitian sebelum instrument penelitian tersebut digunakan untuk digunakan penelitian lebih lanjut. Analisis data dilanjutkan dengan menganalisa instrument penelitian yang telah menghasilkan data dan pada akhirnya dilakukan pengajuan hipotesa.

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah menguji apakah pernyataan-pertanyaan yang tercantum dalam kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Suatu instrumen harus mempunyai tingkat validitas tinggi jika ingin dianggap sebagai sebuah instrumen yang valid. Uji validitas ini dimaksudkan untuk menguji seberapa baik instrument. Penelitian mengukur konsep yang seharusnya diukur. Untuk mengetahui apakah item-item pertanyaan yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti tentang apa yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2017) menyatakan bahwa instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid tidaknya suatu item pertanyaan, diketahui dengan membandingkan indeks koefisien korelasi *product*

moment ® dengan nilai hitung yang diperoleh dari pengolahan data. Selanjutnya, dalam memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi, Item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi, menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Kriteria penilaian uji validitas adalah sebagai berikut :

- 1) Jika r hitung $>$ r tabel, maka item kuesioner tersebut valid.
- 2) Jika r hitung $<$ r tabel, maka item kuesioner tersebut dikatakan tidak valid. Untuk menguji validitas instrumen penelitian digunakan teknik Korelasi product moment yang dirumuskan (Arikunto, 2013) sebagai berikut :

Rumus :

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{N\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y

N = Jumlah sampel

$\sum xy$ = Jumlah perkalian antara variabel x dan y

$\sum x^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai x

$\sum y^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai y

$(\sum x)^2$ = Jumlah nilai x kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$ = Jumlah nilai y kemudian dikuadratkan

Hasil uji validitas yang dilakukan pada 10 responden diluar dari responden penelitian yang sesungguhnya bertujuan untuk menguji kelayakan instrumen (alat ukur) penelitian. Berikut hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel 3.4 sebagai berikut :

Tabel 3. 4
Hasil Uji Validitas

HASIL UJI VALIDITAS 10 RESPONDEN					
Variabel	Item	R.Hitung	R.Tabel	Signifikan	Keterangan
Y	Y1	0,958	0,632	0,000	Valid
	Y2	0,897	0,632	0,000	Valid
	Y3	0,819	0,632	0,004	Valid
	Y4	0,819	0,632	0,004	Valid
	Y5	0,744	0,632	0,014	Valid
	Y6	0,665	0,632	0,036	Valid
X1	X1.1	0,885	0,632	0,001	Valid
	X1.2	0,839	0,632	0,002	Valid
	X1.3	0,848	0,632	0,002	Valid
	X1.4	0,916	0,632	0,000	Valid
	X1.5	0,724	0,632	0,018	Valid
	X1.6	0,901	0,632	0,000	Valid
X2	X2.1	0,894	0,632	0,000	Valid
	X2.2	0,939	0,632	0,000	Valid
	X2.3	0,888	0,632	0,001	Valid
	X2.4	0,939	0,632	0,000	Valid
	X2.5	0,699	0,633	0,025	Valid
	X2.6	0,717	0,634	0,020	Valid
X3	X3.1	0,798	0,635	0,006	Valid
	X3.2	0,853	0,636	0,002	Valid
	X3.3	0,871	0,637	0,001	Valid
	X3.4	0,741	0,638	0,014	Valid
	X3.5	0,715	0,639	0,020	Valid
	X3.6	0,733	0,640	0,016	Valid

Sumber : Data yang diolah peneliti melalui SPSS 25(2024)

Berdasarkan tabel hasil validitas diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan dari hasil tabel 3.4 r_{hitung} antara 0,665 - 0,958 > r_{tabel} yaitu 0,632. Maka dapat disimpulkan bahwa 6 (enam) item pernyataan yang diajukan dalam penelitian ini valid, sehingga layak digunakan sebagai alat ukur.
- 2) Berdasarkan dari hasil tabel 3.4 r_{hitung} antara 0,724 - 0,916 > r_{tabel} yaitu 0,632. Maka dapat disimpulkan bahwa 6 (enam) item pernyataan yang diajukan dalam penelitian ini valid, sehingga layak digunakan sebagai alat ukur.
- 3) Berdasarkan dari hasil tabel r_{hitung} antara 0,699 - 0,939 > r_{tabel} yaitu 0,632. Maka dapat disimpulkan bahwa 6 (enam) item pernyataan yang diajukan dalam penelitian ini valid, sehingga layak digunakan sebagai alat ukur.
- 4) Berdasarkan dari hasil table r_{hitung} antara 0,715 - 0,871 > r_{tabel} yaitu 0,632. Maka dapat disimpulkan bahwa 6 (enam) item pernyataan yang diajukan dalam penelitian ini valid, sehingga layak digunakan sebagai alat ukur.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017) instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Dalam penelitian ini, cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner adalah

dengan mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*.

Menurut Gozali (2018), kriteria uji reliabilitas sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 maka kuesioner pertanyaan realibel.
- 2) Jika nilai *Cronbach Alpha* < 0,70 maka kuesioner pertanyaan tidak relibel.

Rumus

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r = Koefisien reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Total varian butir

σ_t^2 = Total varian

Hasil uji reliabilitas yang dilakukan pada 10 responden terhadap variabel penelitian ini. Berikut hasil uji reliabilitas pada penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas

HASIL UJI RELIABILITAS 10 RESPONDEN				
No	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Nilai Pemanding	Keterangan
1	Y	0,885	0,70	Reliabel
2	X1	0,922	0,70	Reliabel
3	X2	0,912	0,70	Reliabel
4	X3	0,864	0,70	Reliabel

Sumber : Data yang diolah peneliti melalui SPSS25 (2024)

Berdasarkan tabel hasil reliabilitas diatas dapat dijelaskan seagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil dari tabel 3.5 menunjukkan nilai reliabilitas $0,885 > 0,70$. Jadi dapat disimpulkan bahwa 6 (enam) item yang diajukan dalam penelitian ini adalah reliabel, sehingga layak digunakan sebagai alat ukur.
- 2) Berdasarkan hasil dari tabel 3.5 menunjukkan nilai reliabilitas $0,922 > 0,70$. Jadi dapat disimpulkan bahwa 6 (enam) item yang diajukan dalam penelitian ini adalah reliabel, sehingga layak digunakan sebagai alat ukur.
- 3) Berdasarkan hasil dari tabel 3.5 menunjukkan nilai reliabilitas $0,912 > 0,70$. Jadi dapat disimpulkan bahwa 6 (enam) item yang diajukan dalam penelitian ini adalah reliabel, sehingga layak digunakan sebagai alat ukur.
- 4) Berdasarkan hasil dari tabel 3.5 menunjukkan nilai reliabilitas $0,864 > 0,70$. Jadi dapat disimpulkan bahwa 6 (enam) item yang diajukan dalam penelitian ini adalah reliabel, sehingga layak digunakan sebagai alat ukur.

2. Uji Korelasi

Uji korelasi adalah uji untuk mengukur keeratan hubungan antar variabel. Jika datanya berbentuk interval atau rasio jika sumber data keduanya sama (Sugiyono 2016). Angka korelasi berkisar antara -1-1. Nilai semakin mendekati 1 atau -1 berarti hubungan 2 variabel semakin kuat, jika nilai mendekati 0 memiliki arti hubungan antara 2 variabel semakin lemah. Interpretasi nilai korelasi sebagai berikut:

Tabel 3. 4
Interprestasi Koefisien Korelasi

0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,299	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber data: data sekunder (2024)

3. Uji Koralasi Sederhana

Uji korelasi sederhana digunakan untuk menguji antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial apakah terdapat hubungan atau tidak. Uji korelasi sederhana dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Nilai koefisien korelasi

y = Jumlah skor y (kepuasan pengunjung)

x = Jumlah skor x (fasilitas wisata, harga dan kualitas pelayanan)

4. Uji Korelasi Berganda

Uji korelasi berganda digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan 2 variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat secara simultan. Rumus uji korelasi berganda menurut Sigiyono sebagai berikut:

$$R_{yX_1X_2X_3} = \sqrt{\frac{r^2YX_1r^2YX_2r^2YX_3 - 2rYX_1rYX_2rYX_3rX_1X_2X_3}{1 - r^2X_1X_2X_3}}$$

Keterangan :

$R_{yX_1X_2X_3}$ = Korelasi antar variabel X_1, X_2, X_3 secara bersama-sama dengan variabel Y.

r_{x_1y} = Korelasi X_1 (fasilitas wisata) dengan Y (kepuasan pengunjung)

r_{x_2y} = Korelasi X_2 (harga) dengan Y (kepuasan pengunjung)

r_{x_3y} = Korelasi X_3 (kualitas pelayanan) dengan Y (kepuasan pengunjung)

$r_{x_1x_2x_3}$ = Korelasi antara X_1, X_2, X_3

5. Uji Regresi

Uji regresi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Sugiyono 2013). Uji regresi ada 2 antara lain:

a. Uji Regresi Sederhana

Uji regresi sederhana digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel dengan variabel terikat. Rumus untuk menguji regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y' = a + bx + e$$

Keterangan:

Y' = Variabel terikat (kepuasan pengunjung)

a = Konstantan yaitu nilai Y jika $X = 0$

b = koefisien regresi yaitu nilai peningkatan atau penurunan variabel Y yang didasarkan variabel X

x = variabel bebas (Fasilitas Wisata, Harga dan Kualitas Pelayanan)

e = Tingkat kesalahan yang di tolelir (error)

b. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh 2 variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat secara simultan. Rumus uji linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat (kepuasan pengunjung)

$X_{1,2,3}$ = Variabel bebas (fasilitas wisata, harga dan kualitas pengunjung)

$b_{1,2,3}$ = Koefisien regresi yaitu nilai peningkatan atau penurunan variabel Y yang didasarkan variabel $X_1 X_2 X_3$

a = Konstanta yaitu jika nilai $X_1 X_2 X_3 = 0$

6. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi adalah sebuah uji koefisien yang menunjukkan persentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen, atau sejauh mana kontribusi variabel bebas dapat mempengaruhi variabel terikat. Koefisien determinasi antara 0-1. Nilai R^2 berarti kemampuan variabel dependen terbatas dan sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

7. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan jawaban sementara dari sebuah penelitian yang kebenarannya masih perlu diuji. Dikatakan jawaban sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan dan belum didasari oleh fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data. Pengujian hipotesis ini dinilai dengan penetapan hipotesis nol dan hipotesis alternatif.

- a. Hipotesis nol (H_0) tidak terdapat pengaruh yang signifikan
- b. Hipotesis alternatif (H_a) menunjukkan adanya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini secara parsial menggunakan Uji t, sedangkan Pengujian hipotesis dalam penelitian ini secara simultan menggunakan Uji F.

a. Uji t (uji signifikansi parsial)

uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Pengujian dilakukan dengan dua arah dengan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,5. Kriteria dalam pengambilan keputusan uji t adalah sebagai berikut:

1) Hipotesis yang diuji dengan taraf nyata α 5% uji dua arah, 5 % atau 0,05.

a) $H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$ artinya variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

b) $H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$ artinya variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat.

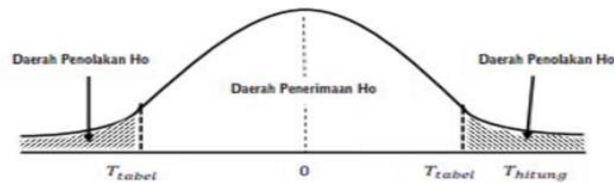
2) Menentukan nilai t-hitung dengan tingkat signifikansi $< 0,05$ yang diperoleh dari hasil pengolahan data dengan aplikasi SPSS.

3) Menentukan t-tabel dengan rumus $df = n - k - 1$ dengan keterangan df (degree of freedom) atau derajat kebebasan, n adalah number atau jumlah responden, k adalah konstruk atau jumlah variabel bebas, dan 1 adalah rumus atau dengan asumsi jumlah Y.

4) Kriteria hasil pengujian sebagai berikut :

a) Jika $t \text{ tabel} < t \text{ hitung}$ dan tingkat signifikansi $> \alpha$ maka H_0 diterima atau H_a ditolak artinya tidak ada pengaruh variabel bebas (Fasilitas Wisata, Harga, Kualitas Pelayanan) secara parsial terhadap variabel terikat (Kepuasan Pengunjung).

- b) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $< \alpha$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima, artinya ada pengaruh variabel bebas (Fasilitas Wisata, Harga, Kualitas Pelayanan) secara persial terhadap variabel terikat (Kepuasan Pengunjung).



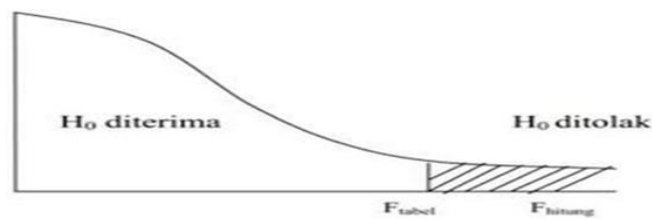
Gambar 3. 1
Uji t

5) Uji F (uji simultan)

Uji F adalah uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan atau secara bersama-sama. Langkah-langkah dalam melakukan uji F adalah sebagai berikut :

- a) Hipotesis yang diuji dengan taraf nyata α 5% uji satu arah, 5 % atau 0,05.
 - (1) $H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$ artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.
 - (2) $H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$ artinya ada pengaruh antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.
- b) Menentukan nilai F_{hitung} dengan tingkat signifikansi $< 0,05$ yang diperoleh dari hasil pengolahan data dengan aplikasi SPSS.
- c) Menentukan F_{tabel} dengan rumus $df = n-k-1$ Kriteria hasil pengujian sebagai berikut :

- (1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $> \alpha$ maka H_0 diterima atau H_a ditolak artinya tidak ada pengaruh variabel bebas (Fasilitas Wisata, Harga, Kualitas Pelayanan) secara simultan terhadap variabel terikat (Kepuasan Pengunjung).
- (2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $< \alpha$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima, artinya ada pengaruh variabel bebas (Fasilitas Wisata, Harga, Kualitas Pelayanan) secara simultan terhadap variabel terikat (Kepuasan Pengunjung).



Gambar 3. 2
Uji F

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum dan Deskripsi Data

1. Gambaran Umum Daerah Penelitian

Secara astronomis, Bukit Cinta Rawa Pening terletak pada 110o25'12''- 110o25'29'' Bujur Timur dan 7o18'16''- 7o18'29'' Lintang Selatan dan berada pada ketinggian 1500 meter diatas permukaan laut (dpl). Secara administratif, Bukit Cinta Rawa Pening terletak di Desa Kebondowo, Kecamatan Banyubiru, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah dengan luas wilayahnya 691.602 Ha. Bukit Cinta merupakan bukit kecil yang terletak di pinggir Danau Rawa Pening. Lokasi tersebut berjarak 5 Km dari pusat Kota Ambarawa. Bukit Cinta Rawa Pening terletak di kawasan Rawa Pening yang merupakan sebuah “danau” yang terbentuk secara alami di kaki gunung Ungaran.

2. Sejarah Singkat Objek Wisata Bukit Cinta Rawa Pening

Bukit Cinta merupakan salah satu kawasan wisata di tepi Danau Rawa Pening yang menyajikan pemandangan alam. Bukit Cinta terletak di Desa Kebondowo, Kecamatan Banyubiru, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah. Bukit Cinta merupakan sebuah bukit kecil yang berada di pinggir Danau Rawa Pening. Bukit Cinta (sebelum diberikan nama) merupakan sebuah tempat yang dimanfaatkan oleh Pemerintahan Kolonial Belanda sebagai Gardu Pemantau Pertumbuhan Eceng Gondok yang terhampar di Danau Rawa Pening. Hal ini dilakukan untuk mengendalikan pertumbuhan eceng

gondok karena keberadaan pembangkit listrik tenaga air yang dikembangkan di Rawa Pening oleh kolonial Belanda. Nama “Bukit Cinta” tidak semata-mata diberikan kepada tempat ini secara begitu saja. Ada sedikit sejarah yang menjadi alasan mengapa tempat ini dinamakan seperti itu. Berdasarkan informasi yang saya peroleh, alasan mengapa tempat ini dinamakan “Bukit Cinta” karena tempat ini dulunya sering dijadikan tempat pacaran oleh muda-mudi zaman itu. Alasan yang terbaru adalah semenjak dibuka untuk umum, tempat ini kebanyakan dikunjungi oleh pasangan muda-mudi yang sedang dimadu kasih. Tentu saja nama tempat ini “Bukit Cinta” sangat cocok dari alasan tersebut di atas.

3. Daya Tarik Objek Wisata Bukit Cinta Rawa Pening

Objek Wisata Bukit Cinta merupakan tempat wisata yang harus memiliki pesona keindahannya. Pemandangan indah tersebut berupa hamparan pepohonan yang hijau serta perbukitan yang sangat menarik untuk diabadikan momennya. Hasil wawancara dari responden, bahwa Bukit Cinta ini dahulunya merupakan sebuah tempat yang dijadikan sebagai pusat Gardu Pemantau Pertumbuhan Eceng Gondog oleh pemerintah Kolonial belanda. Namun setelah Indonesia merdeka kawasan perbukitan ini resmi diteruskan oleh pemerintah Indonesia. Adapun nama Bukit Cinta sendiri diambil dari berbagai pendapat masyarakat dan remaja yang sering mengunjungi kawasan wisata ini, mereka sepakat karena sering dijadikan sebagai tempat untuk berpacaran bagi kalangan muda-mudi maka bukit tersebut dinamakan “Bukit Cinta” oleh masyarakat dan

terus berkembang hingga turun temurun. Dan sekarang lokasi ini merupakan salah satu kawasan wisata yang terus dikembangkan sebagai destinasi tujuan wisata yang memberikan kepuasan kepada para wisatawan ataupun pengunjung. Daya tarik yang disediakan oleh Objek Wisata Bukit Cinta Rawa Pening antara lain: Perahu Motor, Joglo, Ruang Pamer Ikan, Toko atau Kios Souvenir (oleh-oleh Khas dari Desa Kebondowo).

B. Karakteristik Responden

Karakteristik responden adalah kriteria yang akan diberikan kepada responden agar informasi dalam penelitian dapat tertuju dengan tepat dan sesuai dengan harapan. Berikut katakteristik berdasarkan umur dan jenis kelamin pada penelitian sebagai berikut :

1) Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Responden berdasarkan jenis kelamin yang digunakan untuk mengidentifikasi berjenis kelamin pria dan wanita. Berikut karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pengunjung wisata bukit cinta dapat dilihat pada tabel dibawah sebagai berikut :

Tabel 4. 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	perempuan	60	60.0	60.0	60.0
	laki-laki	40	40.0	40.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Sumber Data : Data diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan dari data tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa responden terbanyak terdapat pada jenis kelamin perempuan berjumlah 60 responden dengan nilai presentase 60% diikuti dengan responden yang berjenis kelamin laki - laki berjumlah 40 responden dengan nilai presentase 40%.

C. Hasil Analisa Data

Hasil analisis data pada penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif yang digunakan untuk menganalisa atau membuktikan keterangan variabel yang dibuktikan dengan pengujian hipotesis secara statistik dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Berikut adalah hasil analisa pada penelitian ini :

1. Uji Korelasi

Uji korelasi dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Uji korelasi digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara dua variabel.

a. Kolerasi Sederhana

Dalam penelitian ini analisis korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan fasilitas wisata (X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) secara parsial dengan kepuasan pengunjung di wisata Bukit Cinta Banyubiru. Berikut adalah hasil analisa uji korelasi sederhana menggunakan aplikasi SPSS versi 25

Tabel 4.2
Uji Korelasi Sederhana

		Fasilitas Wisata	Harga	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pengunjung
Fasilitas Wisata	Pearson Correlation	1	.687**	.697**	.611**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Harga	Pearson Correlation	.687**	1	.994**	.633**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.697**	.994**	1	.637**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Kepuasan Pengunjung	Pearson Correlation	.611**	.633**	.637**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber Data : Diolah peneliti dari aplikasi SPSS versi 25 (2024)

Berdasarkan data dari tabel 4.2 diatas adalah hasil uji korelasi sederhana dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Hasil uji korelasi sederhana dari variabel fasilitas wisata (X1) terhadap kepuasan pengunjung (Y) dengan nilai korelasi 0,611 yang berarti kuat dengan interpretasi koefisien korelasi berada diantara 0,60 - 0,799 yang dapat dilihat pada tabel 3.4. Jadi dapat disimpulkan bahwa korelasi antara variabel fasilitas (X1) memiliki hubungan yang kuat terhadap kepuasan pengunjung pada wisata Bukit Cinta di Banyubiru.

- 2) Hasil uji korelasi sederhana dari variabel harga (X2) terhadap kepuasan pengunjung (Y) dengan nilai korelasi 0,633 yang berarti kuat dengan interpretasi koefisien korelasi berada diantara 0,60 - 0,799 yang dapat dilihat pada tabel 3.4. Jadi dapat disimpulkan bahwa korelasi antara variabel harga (X2) memiliki hubungan yang kuat terhadap kepuasan pengunjung di wisata Bukit Cinta Banyubiru.
- 3) Hasil uji korelasi sederhana dari variabel kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan pengunjung (Y) dengan nilai korelasi 0,637 yang berarti kuat dengan interpretasi koefisien korelasi berada diantara 0,60 - 0,799 yang dapat dilihat pada tabel 3.4. Jadi dapat disimpulkan bahwa korelasi antara variabel kualitas pelayanan (X3) memiliki hubungan yang kuat terhadap kepuasan pengunjung di wisata Bukit Cinta Banyubiru.

b. Korelasi Berganda

Dalam penelitian ini analisis korelasi berganda digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan fasilitas wisata (X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) secara simultan dengan kepuasan pengunjung di wisata Bukit Cinta Banyubiru. Berikut adalah hasil analisa uji korelasi berganda menggunakan aplikasi SPSS versi 25 :

Tabel 4.3
Uji Korelasi Berganda

Model Summary									
Model	R	R Square		Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
		Adjusted R Square	Change			F	df1	df2	
1	.678^a	.460	.443	2.695	.460	27.291	3	96	.000

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Fasilitas Wisata, Harga

Sumber Data : Diolah peneliti dari aplikasi SPSS versi 25 (2024)

Berdasarkan data pada tabel 4.3 diatas adalah hasil uji korelasi berganda dengan diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,678 yang artinya kuat dengan interpretasi koefisien korelasi berada diantara 0,60 – 0,799 yang dapat dilihat dari tabel 3.4. Hal ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas wisata (X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) secara simultan terdapat hubungan yang kuat terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y) pada wisata bukit cinta banyubiru.

2. Regresi

Uji regresi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antar variabel bebas dan variabel terikat dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25.

a. Regresi Sederhana

Dalam penelitian ini analisis regresi sederhana digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh dari variabel fasilitas wisata (X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) secara parsial dengan kepuasan pengunjung di wisata Bukit Cinta Banyubiru.

Berikut adalah hasil analisa uji regresi sederhana menggunakan aplikasi SPSS versi 25 :

1) Pengaruh fasilitas wisata (X1) terhadap kepuasan pengunjung (Y)

Tabel 4. 4
Hasil Uji Linier Regresi Sederhana

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.585	1.890		4.013	.000
	Fasilitas Wisata	.645	.084	.611	7.641	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Sumber Data : Data primer penelitian yang diolah oleh peneliti (2024)

Model persamaan regresi sederhana variabel fasilitas wisata terhadap variabel kepuasan pengunjung dapat dituliskan dari hasil regresi linier sederhana dalam bentuk persamaan regresi adalah sebagai berikut :

$$Y = 7,585 + 0,645 (X1) + e$$

Berdasarkan pada tabel 4.4 diatas model regresi sederhana terlihat pada koefisien regresi sederhana untuk variabel fasilitas wisata (X1) memiliki nilai sebesar 0,645 bernilai positif. Sehingga hal ini dapat diartikan bahwa ada pengaruh antara variabel fasilitas wisata (X1) terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y). Jadi jika fasilitas wisata (X1) mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan pengunjung akan meningkat sebesar 0,646.

2) Pengaruh harga (X2) terhadap kepuasan pengunjung (Y)

Tabel 4. 5
Hasil Uji Linier Regresi Sederhana
Variabel Harga terhadap Variabel Kepuasan Pengunjung

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	7.597	1.784		4.258	.000
	Harga	.644	.080	.633	8.095	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Sumber Data : Data primer penelitian yang diolah oleh peneliti (2024)

Model persamaan regresi sederhana variabel harga (X2) terhadap kepuasan pengunjung dapat dituliskan dari hasil regresi linier sederhana dalam bentuk persamaan regresi adalah sebagai berikut :

$$Y = 7,597 + 0,644 (X2) + e$$

Berdasarkan pada tabel diatas 4.5 model regresi sederhana terlihat pada koefisien regresi sederhana untuk variabel harga (X2) memiliki nilai sebesar 0,644 bernilai positif. Sehingga hal ini dapat diartikan bahwa ada pengaruh antara variabel harga (X2) terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y). Jadi jika harga (X2) mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan kerja karyawan akan meningkat sebesar 0,664.

3) Kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan pengunjung (Y)

Tabel 4.6
Hasil Uji Linier Regresi Sederhana
Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Variabel Kepuasan Pengunjung

		Coefficients^a				
		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.195	1.816		3.963	.000
	Kualitas Pelayanan	.661	.081	.637	8.175	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Sumber Data : Data primer penelitian yang diolah oleh peneliti (2024)

Model persamaan regresi sederhana variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung dapat dituliskan dari hasil regresi linier sederhana dalam bentuk persamaan regresi adalah sebagai berikut :

$$Y = 7,195 + 0,661 (X3) + e$$

Berdasarkan pada tabel 4.6 diatas model regresi sederhana terlihat pada koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan (X3) memiliki nilai sebesar 0,661 bernilai positif. Sehingga hal ini dapat diartikan bahwa ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan (X3) terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y). Jadi jika kualitas pelayanan (X3) mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan pengunjung akan meningkat sebesar 0,661.

b. Regresi Berganda

Dalam penelitian ini analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh dari variabel fasilitas wisata (X1), harga (X2) kualitas pelayanan (X3) secara simultan dengan kepuasan pengunjung di wisata Bukit Cinta Banyubiru. Berikut adalah hasil analisa uji regresi berganda menggunakan aplikasi SPSS versi 25 :

Tabel 4.7
Hasil Uji Linier Regresi Berganda

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4.863	1.917		2.537	.013
	Fasilitas Wisata	.345	.111	.327	3.123	.002
	Harga	.177	.684	.174	.259	.796
	Kualitas Pelayanan	.244	.707	.235	.345	.731

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Sumber Data : Data primer penelitian yang diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 4.7 persamaan regresi linier berganda diatas, maka dapat disimpulkan nilai persamaan regresi linier berganda yang diperoleh sebagai berikut :

$$Y = 4,863 + 0,345 (X1) + 0,177 (X2) + 0,244 (X3)$$

Maka nilai persamaan regresi linier berganda yang didapat menunjukkan bahwa :

- 1) Nilai konstanta variabel kepuasan kerja sebesar 4,863 yang dapat diartikan bahwa variabel bebas (fasilitas wisata, harag dan kualitas

pelayanan) sama dengan 0 (nol) maka kepuasan kerja karyawan mengalami penurunan sebesar 4,863.

- 2) Nilai koefisien regresi variabel fasilitas wisata sebesar 0,345 menunjukkan hubungan positif antara variabel fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung, sehingga hal ini menunjukkan bahwa jika variabel fasilitas wisata naik satu satuan maka kepuasan pengunjung akan mengalami kenaikan sebesar 0,345.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,177 menunjukkan hubungan positif antara variabel harga terhadap kepuasan pengunjung, sehingga hal ini menunjukkan bahwa jika variabel harga naik satu satuan maka kepuasan pengunjung akan mengalami kenaikan sebesar 0,177.
- 4) Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,244 menunjukkan hubungan positif antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung, sehingga hal ini menunjukkan bahwa jika variabel kualitas pelayanan naik satu satuan maka kepuasan pengunjung akan mengalami kenaikan sebesar 0,244.

3. Koefisien determinasi atau adjusted R square

Koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk melihat adanya pengaruh yang sempurna atau tidak, yang ditunjukkan pada apakah perubahan variabel bebas yaitu fasilitas wisata (X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) akan diikuti oleh variabel terikat yaitu kepuasan pengunjung (Y). Pengujian ini dengan melihat nilai R Square (R^2).

Berikut adalah hasil analisa uji koefisien determinasi dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25 :

Tabel 4.8
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.678 ^a	.460	.443	2.695	.460	27.291	3	96	.000

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Fasilitas Wisata, Harga

Sumber Data : Data primer dari penelitian yang diolah peneliti (2024)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.8 diatas dapat diketahui besarnya nilai koefisien determinasi sebesar 0,443. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas (fasilitas wisata, harga, kualitas pelayanan) dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel terikat yaitu kepuasan kerja sebesar 44,3% . Sedangkan sisanya 55,7% dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji statistik t digunakan untuk menguji signifikansi secara parsial yaitu masing-masing variabel bebas berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y) pada tingkat signifikansi yaitu 5%. Kriteria uji t adalah membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , dimana t_{hitung} diperoleh dari hasil pengolahan data, sementara t_{tabel}

diperoleh dari t_{tabel} dengan ketentuan $df = n-k-1$ atau $100-3-1 = 96$ sehingga diketahui t_{tabel} sebesar 1,985. Berikut adalah hasil uji t yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.863	1.917		2.537	.013
	Fasilitas Wisata	.345	.111	.327	3.123	.002
	Harga	.177	.684	.174	.259	.796
	Kualitas Pelayanan	.244	.707	.235	.345	.731

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Sumber Data : Data primer penelitian yang diolah oleh peneliti (2024)

1) Pengujian hipotesis pertama (H1) pada penelitian ini adalah fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung

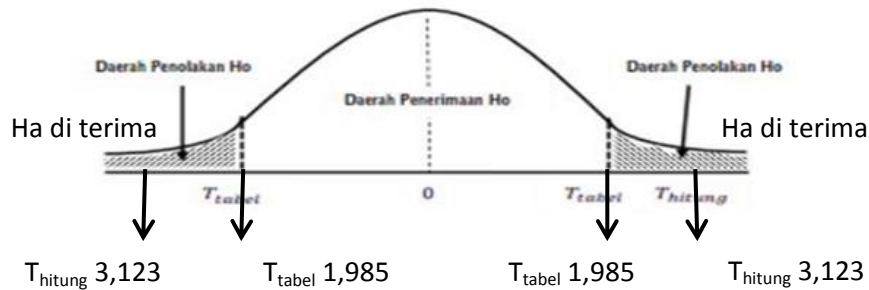
H₀₁ : Tidak terdapat pengaruh antara fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung Bukit Cinta

H_{a1} : Terdapat pengaruh antara fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung pada Bukit Cinta

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat dilihat bahwa hasil uji variabel fasilitas wisata memiliki nilai t_{hitung} 3,123 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,985 ($3,123 > 1,985$) dan memiliki nilai signifikan 0,002 lebih kecil dari 0,05 ($0,002 < 0,05$) yang berarti variabel fasilitas wisata (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Y) atau dapat dikatakan bahwa hipotesis pertama

(H1) dalam penelitian ini adalah H_a diterima dan H_0 ditolak.

Berikut adalah kurva statistik kurva uji t hipotesis variabel



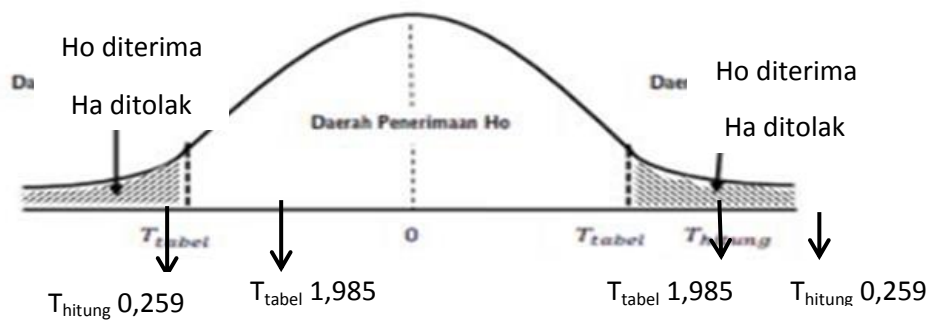
Gambar 4. 1
Kurva Statistik Uji t Hipotesis 1

2) Pengujian hipotesis kedua (H2) pada penelitian ini adalah harga terhadap kepuasan pengunjung

H_{02} : Tidak terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan pengunjung Bukit Cinta

H_{a2} : Terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan pengunjung Bukit Cinta

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat dilihat bahwa hasil uji variabel harga memiliki nilai t_{hitung} 0,259 lebih kecil dari nilai t_{tabel} 1,985 ($0,239 < 1,985$) dan memiliki nilai signifikan 0,796 lebih besar dari 0,05 ($0,796 > 0,05$) yang berarti variabel harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Y) atau dapat dikatakan bahwa hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini adalah H_a tidak diterima dan H_0 diterima. Berikut adalah kurva statistik kurva uji t hipotesis variabel harga terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y) sebagai berikut :



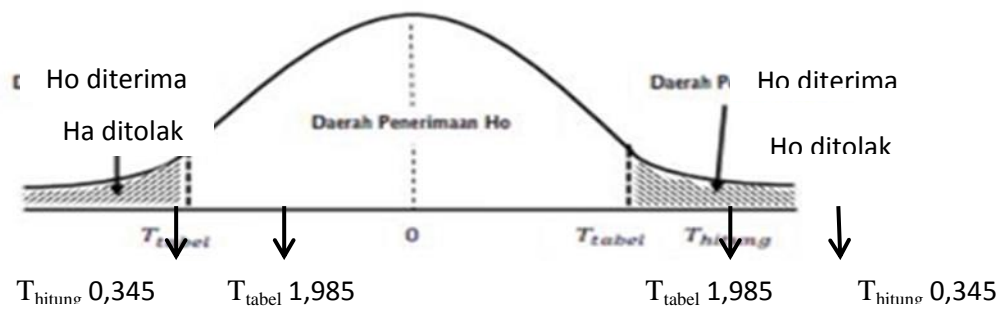
Gambar 4. 2
Kurva Uji Statistik t Hipotesis 2

3) Pengujian hipotesis ketiga (H3) pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung

Ho3 : Tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Bukit Cinta

Ha3 : Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Bukit Cinta

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat dilihat bahwa hasil uji variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t_{hitung} 0,345 lebih kecil dari nilai t_{tabel} 1,985 ($0,345 < 1,985$) dan memiliki nilai tidak berpengaruh dan tidak signifikan 0,731 lebih kecil dari 0,05 ($0,731 > 0,05$) yang berarti variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Y) atau dapat dikatakan bahwa hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini adalah Ha ditolak dan Ho diterima. Berikut adalah kurva statistik kurva uji t hipotesis variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y) sebagai berikut :



Gambar 4.3
Kurva Statistik Uji t Hipotesis 3

b. Uji F (Simultan)

Uji statistik F digunakan untuk menguji signifikansi secara simultan yaitu masing-masing variabel bebas berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y) pada tingkat signifikansi yaitu 5%. Kriteria uji F adalah membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , dimana F_{hitung} diperoleh dari hasil pengolahan data, sementara t_{tabel} diperoleh dari F_{tabel} dengan ketentuan $df = n-k-1$ atau $100-3-1 = 96$ sehingga diketahui F_{tabel} sebesar 2,70. Berikut adalah hasil uji F yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini sebagai berikut:

Tabel 4. 10
Hasil Uji f (Simultan)

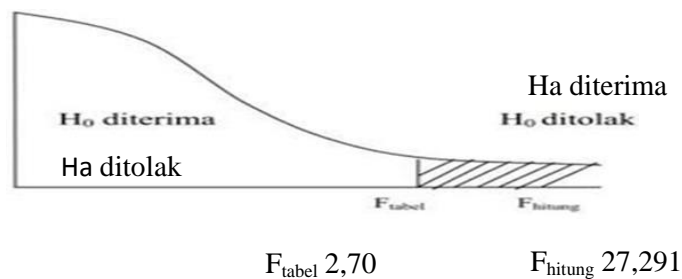
ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	594.707	3	198.236	27.291	.000 ^b
	Residual	697.333	96	7.264		
	Total	1292.040	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Fasilitas Wisata, Harga

Sumber Data : Data primer penelitian yang diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} 27,291 lebih besar dari pada F_{tabel} 2,70 ($27,291 > 2,70$) dan memiliki nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,005 ($0,000 < 0,05$), maka dapat dikatakan bahwa variabel fasilitas wisata, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di wisata Bukit Cinta Banyubiru. Jadi hipotesis (H_{a4}) dalam penelitian ini diterima dan (H_{o4}) ditolak. Berikut adalah kurva hasil uji F simultan :



Gambar 4. 4
Kurva Statistik Uji F (Simultan)

D. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan alat bantu pengolahan data yaitu aplikasi SPSS versi 25 dapat diketahui bahwa secara parsial dan simultan terdapat pengaruh signifikan antara variabel fasilitas wisata, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di wisata Bukit Cinta Banyubiru.

Hasil penelitian variabel fasilitas wisata (X_1) terhadap kepuasan pengunjung (Y) memiliki hubungan positif dengan nilai korelasi sebesar 0,611. Nilai tersebut dapat dikategorikan dalam tingkat hubungan yang kuat antara variabel fasilitas wisata (X_1) terhadap variabel kepuasan pengunjung

(Y). Hal tersebut dapat dilihat dari tabel interpretasi koefisien korelasi (tabel 4.2) yang menunjukkan antara nilai 0,60 - 0,799. Hasil nilai positif menunjukkan nilai yang searah. Nilai koefisien regresi variabel 0,611 yang berarti jika fasilitas wisata (X1) meningkat maka kepuasan pengunjung juga meningkat sebesar 0,611. Variabel fasilitas wisata (X1) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,123 > t_{tabel} sebesar 1,985 dengan nilai signifikan $0,002 < 0,05$ yang memiliki arti H_0 ditolak dan H_1 diterima yaitu adanya pengaruh signifikan antara variabel fasilitas wisata (X1) terhadap kepuasan pengunjung (Y). Hasil pengujian H_1 sesuai dengan hasil penelitian Marhanah & Wahadi (2016) menunjukkan bahwa keadaan fasilitas wisata, kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan (TMR) di nilai baik oleh responden sehingga hal ini mengidentifikasi bahwa pengaruh fasilitas wisata dan kualitas pelayanan. Menurut Ananda *et al* (2019) Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Dengan demikian fasilitas wisata berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung.

Berdasarkan hasil penelitian tentang harga terhadap kepuasan pengunjung di wisata Bukit Cinta. Menunjukkan bahwa variabel harga (X2) terhadap kepuasan pengunjung (Y) memiliki hubungan positif dengan nilai korelasi sebesar 0,633. Nilai tersebut dapat dikategorikan dalam tingkat hubungan yang kuat antara variabel harga (X2) terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y). Hal tersebut dapat dilihat dari tabel interpretasi koefisien korelasi (tabel 4.2) yang menunjukkan antara nilai 0,60 - 0,799. Hasil nilai

positif menunjukkan nilai yang searah. Nilai koefisien regresi variabel 0,633 yang berarti jika harga (X2) meningkat maka kepuasan pengunjung juga meningkat sebesar 0,633. Variabel harga (X2) memiliki nilai t_{hitung} sebesar $0,259 < t_{tabel}$ sebesar 1,985 dengan nilai signifikan $0,796 > 0,05$ yang memiliki arti H_0 diterima dan H_a ditolak yaitu adanya keputusan pengaruh yang tidak signifikan antara variabel harga (X2) terhadap kepuasan pengunjung (Y). Menurut Menurut Musdalifah (2020) harga (*price*) merupakan suatu nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain untuk memperoleh manfaat dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rizdiyanti *et al* (2022) bahwa variabel harga tiket signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di wisata Bukit Cinta. Menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan pengunjung (Y) memiliki hubungan positif dengan nilai korelasi sebesar 0,637. Nilai tersebut dapat dikategorikan dalam tingkat hubungan yang kuat antara variabel kualitas pelayanan (X3) terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y). Hal tersebut dapat dilihat dari tabel interpretasi koefisien korelasi (tabel 4,2) yang menunjukkan antara nilai 0,60 - 0,799. Hasil nilai positif menunjukkan nilai yang searah. Nilai koefisien regresi variabel 0,637 yang berarti jika kualitas pelayanan (X3) meningkat maka kepuasan pengunjung juga meningkat sebesar 0,637. Variabel kualitas pelayanan (X3) memiliki nilai t_{hitung} sebesar

$0,345 > t_{\text{tabel}}$ sebesar 1,985 dengan nilai signifikan $0,731 > 0,05$ yang memiliki arti H_0 diterima dan H_a ditolak yaitu adanya pengaruh yang tidak signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan pengunjung (Y). Menurut Aswad *et al* (2018) kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Penelitian ini tidak berpengaruh dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ahror (2017) bahwa kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan café milkmoo.

Berdasarkan penelitian mengenai fasilitas wisata, harga dan kualitas pelayanan secara simultan bersama-sama memiliki berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung dengan nilai F_{hitung} sebesar 27,291 lebih besar dari pada F_{tabel} 2,70 ($27,291 > 2,70$) dan memiliki nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,005 ($0,000 < 0,05$) yang memiliki arti bahwa fasilitas wisata, harga dan kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di wisata bukit cinta banyubiru. Hasil uji koefisien determinasi sebesar 0,443. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas (fasilitas wisata, harga dan kualitas pelayanan) dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel terikat yaitu kepuasan pengunjung sebesar 44,3% . Sedangkan sisanya 55,7% dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari penelitian hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh fasilitas wisata, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di wisata Bukit Cinta Banyubiru, jadi dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Bahwa variabel fasilitas wisata memiliki hubungan dengan variabel kepuasan pengunjung di wisata Bukit Cinta Banyubiru dengan memiliki nilai koefisien korelasi sebesar 0,611 yang dapat diartikan dalam kategori kuat. Serta fasilitas wisata memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengunjung dengan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,645 dengan nilai t_{hitung} 3,123 lebih besar dari pada t_{tabel} 1,985 dan memiliki nilai signifikan $0,002 < 0,05$ yang berarti fasilitas wisata berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengunjung di wisata Bukit Cinta Banyubiru. Sehingga H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak.
2. Bahwa variabel harga memiliki hubungan dengan variabel kepuasan pengunjung di wisata Bukit Cinta Banyubiru dengan memiliki nilai koefisien korelasi sebesar 0,633 yang dapat diartikan dalam kategori kuat. Serta harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengunjung dengan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,644 dengan nilai t_{hitung} 0,259 lebih kecil dari pada t_{tabel} 1,985 dan memiliki nilai signifikan $0,796 > 0,05$ yang berarti harga tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap

kepuasan pengunjung di wisata Bukit Cinta Banyubiru. Sehingga H_{a2} tidak diterima dan H_{o2} diterima.

3. Bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki hubungan dengan variabel kepuasan pengunjung di wisata Bukit Cinta Banyubiru dengan memiliki nilai koefisien korelasi sebesar 0,637 yang dapat diartikan dalam kategori kuat. Serta beban kerja memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengunjung dengan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,611 dengan nilai t_{hitung} 0,345 lebih kecil dari pada t_{tabel} 1,985 dan memiliki nilai signifikan 0,731 > 0,05 yang berarti kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung di wisata Bukit Cinta Banyubiru. Sehingga H_{a3} tidak diterima dan H_{o3} diterima.
4. Bahwa variabel fasilitas wisata, harga dan kualitas pelayanan secara bersama - sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di wisata Bukit Cinta Banyubiru. Hal ini di bukti kan dengan nilai F_{hitung} 27,291 lebih besar dari pada F_{tabel} 2,70 ($27,291 > 2,70$) dan memiliki nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,005 ($0,000 < 0,05$) yang berarti secara simultan terdapat pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengunjung di wisata Bukit Cinta Banyubiru. Sehingga H_{a4} diterima dan H_{o4} ditolak.
5. Hasil uji koefisien determinasi sebesar 0,443. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas (fasilitas wisata, harga dan kualitas pelayanan) dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel terikat yaitu kepuasan

pengunjung sebesar 44,3% . Sedangkan sisanya 55,7% dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah disampaikan dalam penelitian ini maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Harga dalam wisata Bukit Cinta dapat menyesuaikan dengan fasilitas dan kualitas pelayanan yang disediakan di tempat wisata.
2. Pengelola wisata Bukit Cinta dapat memberikan inovasi dengan mengadakan promo harga tiket masuk pada saat tertentu sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengunjung.
3. Pengelola wisata Bukit Cinta dapat menambah karyawan untuk bertugas di area parkir.
4. Pengelola wisata Bukit Cinta dapat menambah karyawan di bagian loket atau pembelian karcis agar saat hari libur tidak menimbulkan antrian panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agil Siroj. (2022). *Pengaruh Disiplin Kerja, Stres Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Cv. Tirta Pandawa Wonosobo*.
- Ahror, U. A. L. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Milkmo. 6*.
- Ananda, N. A., Rizqi, R. M., Ekonomi, F., Universitas, B., Sumbawa, T., Ekonomi, F., Universitas, B., Sumbawa, T., Ekonomi, D. F., Universitas, B., Sumbawa, T., Seketeng, P. U., Sumbawa, K., Kunci, K., Pelayanan, K., & Nasabah, K. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian (Studi Kasus Pada Pt . Pegadaian Unit Seketeng , Kecamatan Sumbawa)*. 2(2), 17–27.
- Aswad, Et Al. (2018). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center*. 6(2).
- Frimayasa, A., Lawu, S. H., & Syamsudin. (2019). *Pengaruh Fasilitas Tempat Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Dunia Fantasi (Dufan) Taman Impian Jaya Ancol Jakarta*. *Penelitian Ilmu Manajemen*, 2(2), 2614–3747.
- Hani. (2019). *Analisis Kepuasan Pengunjung Wisata Islamic Centre Kabupaten Rokan Hulu*. *Hirarki : Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 30–43. <https://doi.org/10.30606/Hirarki.V1i1.82>
- Lebu Et Al. (2019). *Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Di Objek Wisata Danau Linow*. 7(4), 5505–5513.
- Lesmana, R. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Radekatama Piranti Nusa*. 2(2), 115–129.
- Marhanah, S., & Wahadi, W. H. (2016). *Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta*. 13(1).
- Maria Y.T Dan Ety Istriani. (2020). *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Tempat Wisata Taman Sari Yogyakarta*. 978–979.
- Musdalifah, A. N. A. (2020). *Pengaruh Fasilitas, Harga Dan Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Kolam Renang Tirto Joyo*.
- Rahma, P., & Askriyandoko, T. (2019). *Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek*. 180–194.

- Rizdiyanti, E., Sucipto, H., Aisyah, N., Manajemen, P. S., Setiabudi, U. M., Brebes, K., & Tengah, P. J. (2022). *Analisis Pengaruh Harga Tiket , Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Desa Wisata Hutan Mangrove Pandansari Brebes*. 6(2), 4864–4874.
- Robby. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Padang Tour Wisata Pulau Padang*. 6(2), 349–359.
- Rokhayah Dan Andriana. (2021). *Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara*. 2(1), 10–18.
<https://doi.org/10.53356/Diparojs.V2i1.43>

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH FASILITAS WISATA, HARGA, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DIWISATA BUKIT CINTA

A. Petunjuk Pengisian

- Berilah tanda silang (√) pada jawaban sesuai dengan pendapat saudara/I :
 - STS= Sangat Tidak Setuju dengan nilai skor (1)
 - TS = Tidak Setuju dengan nilai skor (2)
 - KS = Kurang Setuju dengan nilai skor (3)
 - S= Setuju dengan nilai skor (4)
 - SS = Sangat Setuju dengan nilai skor (5)

B. Karakteristik Responden

- Nama
- Jenis Kelamin
 - Perempuan
 - Laki-laki

Daftar Pertanyaan

Y. Kepuasan Pengunjung

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Lokasi wisata Bukit Cinta mudah dijangkau					
2.	Lokasi wisata Bukit Cinta tidak jauh dari pusat keramaian dan jalan raya					
3.	Bukit cinta memiliki fasilitas yang lengkap					
4.	Bukit cinta memiliki fasilitas penunjang yang memadahi bagi pengunjung					
5.	Kawasan wisata Bukit Cinta membuat pengunjung merasa nyaman					
6.	Saya berminat untuk berkunjung kembali ke wisata Bukit Cinta					

X1. Fasilitas Wisata

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Fasilitas pengunjung sudah					

	diperhitungkan secara matang					
2.	Tata ruang dan fasilitas di kawasan Bukit Cinta sudah tepat					
3.	Wisata Bukit Cinta menyediakan gazebo untuk tempat beristirahat					
4.	Pemandangan yang ada diwisata Bukit Cinta sangat indah, Wisata Bukit Cinta menyediakan fasilitas atau spot berfoto yang menarik					
5.	Terdapat tulisan atau simbol-simbol yang menunjukkan arah dan berbagai fasilitas pengunjung					
6.	Fasilitas pendukung seperti mushola tersedia di kawasan wisata Bukit Cinta					

X2. Harga

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Harga tiket masuk wisata bukit cinta terjangkau oleh semua kalangan					
2.	Harga tiket masuk yang terjangkau sesuai dengan kualitas jasa wisata yang diberikan					
3.	Harga tiket masuk yang ditawarkan lebih murah dari pada tempat wisata yang lain					
4.	Harga yang telah di berikan pengunjung sesuai dengan apa yang di dapatkan					
5.	Harga tiket masuk bukit cinta yang terjangkau menjadi alasan untuk berkunjung kembali					
6.	Harga tiket yang ditawarkan menentukan keputusan pengunjung untuk datang di wisata bukit cinta					

X3. Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Petugas wisata seperti tukang parkir, petugas penjualan tiket, pedagang selalu mampu berkomunikasi dengan baik					

	kepada pengunjung					
2.	Petugas wisata melakukan pelayanan dengan efisien (cepat dan tepat waktu)					
3.	Tempat parkir yang disediakan sangat aman bagi para pengunjung sehingga tidak perlu khawatir akan kehilangan barang					
4.	Adanya tempat ibadah seperti musholla bagi yang beragama muslim					
5.	Setiap pengunjung mendapatkan tiket atau karcis sebagai bukti telah membayar					
6.	Tempat parkir yang disediakan diwisata Bukit Cinta cukup luas bagi para pengunjung					

Lampiran 2

TABULASI DATA UJI COBA 10 RESPONDEN

Responden	Nama	Jenis Kelamin
1	Susanti	Perempuan
2	Wulan	Perempuan
3	Dina	Perempuan
4	Viona	Perempuan
5	Dodo	Laki-laki
6	Nurul	Perempuan
7	Lilis	Perempuan
8	Doni	Laki-laki
9	Bayu	Laki-laki
10	Hani	Perempuan

Lampiran 3

TABULASI DATA RESPONDEN HASIL UJI COBA 10 RESPONDEN

FASILITAS WISATA (X1)							
Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	T.X1
1	3	4	4	4	4	4	23
2	4	4	4	4	5	4	25
3	4	5	4	4	4	4	25
4	4	5	4	5	5	5	28
5	4	4	4	4	4	4	24
6	3	4	4	4	4	3	22
7	4	4	4	4	5	5	26
8	3	3	3	3	4	3	19
9	4	4	4	4	5	4	25
10	5	5	5	5	5	5	30
HARGA (X2)							
Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	T.X2
1	4	4	5	4	4	4	25
2	5	5	5	5	5	5	30
3	4	5	5	5	4	5	28
4	5	5	5	5	4	4	28
5	4	4	4	4	4	5	25
6	3	4	4	4	4	3	22
7	4	4	4	4	4	3	23
8	3	3	3	3	4	4	20
9	4	4	4	4	4	3	23
10	5	5	5	5	5	5	30
KUALITAS PELAYANAN (X3)							
Responden	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	T.X3
1	3	3	3	4	3	4	20
2	4	4	3	3	4	4	22
3	4	5	5	5	3	4	26
4	5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	4	4	4	4	24
6	3	4	4	4	3	4	22
7	4	4	3	3	3	4	21
8	4	4	4	4	4	4	24

9	4	4	4	4	4	4	24
10	5	5	4	4	4	4	26
KEPUASAN PENGUNJUNG (Y)							
Responden	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	T.Y
1	4	4	4	4	5	4	25
2	4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	4	4	5	25
4	5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	4	4	5	4	25
6	3	4	4	4	3	3	21
7	4	4	3	3	4	5	23
8	4	4	4	4	5	4	25
9	4	4	4	4	4	4	24
10	5	5	5	5	5	5	30

Lampiran 4

HASIL UJI VALIDITAS

1. Hasil Uji Validitas 10 Responden Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

		Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	T.Y
Y1	Pearson Correlation	1	.836**	.655*	.655*	.728*	.783**	.958**
	Sig. (2-tailed)		.003	.040	.040	.017	.007	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10
Y2	Pearson Correlation	.836**	1	.836**	.836**	.452	.547	.897**
	Sig. (2-tailed)	.003		.003	.003	.189	.102	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10
Y3	Pearson Correlation	.655*	.836**	1	1.000**	.448	.203	.819**
	Sig. (2-tailed)	.040	.003		.000	.194	.574	.004
	N	10	10	10	10	10	10	10
Y4	Pearson Correlation	.655*	.836**	1.000**	1	.448	.203	.819**
	Sig. (2-tailed)	.040	.003	.000		.194	.574	.004
	N	10	10	10	10	10	10	10
Y5	Pearson Correlation	.728*	.452	.448	.448	1	.424	.744*
	Sig. (2-tailed)	.017	.189	.194	.194		.222	.014
	N	10	10	10	10	10	10	10
Y6	Pearson Correlation	.783**	.547	.203	.203	.424	1	.665*
	Sig. (2-tailed)	.007	.102	.574	.574	.222		.036
	N	10	10	10	10	10	10	10
T.Y	Pearson Correlation	.958**	.897**	.819**	.819**	.744*	.665*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	.004	.014	.036	
	N	10	10	10	10	10	10	10

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Hasil Uji Validitas 10 Responden Variabel Fasilitas Wisata (X1)

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	T.X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.667*	.745*	.681*	.667*	.762*	.885**
	Sig. (2-tailed)		.035	.013	.030	.035	.010	.001
	N	10	10	10	10	10	10	10
X1.2	Pearson Correlation	.667*	1	.745*	.867**	.333	.667*	.839**
	Sig. (2-tailed)	.035		.013	.001	.347	.035	.002
	N	10	10	10	10	10	10	10
X1.3	Pearson Correlation	.745*	.745*	1	.830**	.447	.639*	.848**
	Sig. (2-tailed)	.013	.013		.003	.195	.047	.002
	N	10	10	10	10	10	10	10
X1.4	Pearson Correlation	.681*	.867**	.830**	1	.557	.769**	.916**
	Sig. (2-tailed)	.030	.001	.003		.094	.009	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10
X1.5	Pearson Correlation	.667*	.333	.447	.557	1	.714*	.724*
	Sig. (2-tailed)	.035	.347	.195	.094		.020	.018
	N	10	10	10	10	10	10	10
X1.6	Pearson Correlation	.762*	.667*	.639*	.769**	.714*	1	.901**
	Sig. (2-tailed)	.010	.035	.047	.009	.020		.000
	N	10	10	10	10	10	10	10
T.X1	Pearson Correlation	.885**	.839**	.848**	.916**	.724*	.901**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	.002	.000	.018	.000	
	N	10	10	10	10	10	10	10

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3. Hasil Uji Validitas 10 Responden Variabel Harga (X2)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	T.X2
X2.1	Pearson	1	.825**	.775**	.825**	.643*	.499	.894**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)		.003	.008	.003	.045	.142	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10
X2.2	Pearson	.825**	1	.895**	1.000**	.547	.508	.939**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.003		.000	.000	.102	.134	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10
X2.3	Pearson	.775**	.895**	1	.895**	.452	.472	.888**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.008	.000		.000	.189	.169	.001
	N	10	10	10	10	10	10	10
X2.4	Pearson	.825**	1.000**	.895**	1	.547	.508	.939**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000		.102	.134	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10
X2.5	Pearson	.643*	.547	.452	.547	1	.542	.699*
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.045	.102	.189	.102		.106	.025
	N	10	10	10	10	10	10	10
X2.6	Pearson	.499	.508	.472	.508	.542	1	.717*
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.142	.134	.169	.134	.106		.020
	N	10	10	10	10	10	10	10
T.X2	Pearson	.894**	.939**	.888**	.939**	.699*	.717*	1
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.025	.020	
	N	10	10	10	10	10	10	10

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

4. Hasil Uji Validitas 10 Responden Variabel Kualitas pelayanan (X3)

		Correlations						
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	T.X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.791**	.452	.250	.741*	.527	.798**
	Sig. (2-tailed)		.006	.190	.486	.014	.117	.006
	N	10	10	10	10	10	10	10
X3.2	Pearson Correlation	.791**	1	.762*	.527	.416	.444	.853**
	Sig. (2-tailed)	.006		.010	.117	.231	.198	.002
	N	10	10	10	10	10	10	10
X3.3	Pearson Correlation	.452	.762*	1	.904**	.379	.524	.871**
	Sig. (2-tailed)	.190	.010		.000	.280	.120	.001
	N	10	10	10	10	10	10	10
X3.4	Pearson Correlation	.250	.527	.904**	1	.247	.527	.741*
	Sig. (2-tailed)	.486	.117	.000		.492	.117	.014
	N	10	10	10	10	10	10	10
X3.5	Pearson Correlation	.741*	.416	.379	.247	1	.677*	.715*
	Sig. (2-tailed)	.014	.231	.280	.492		.032	.020
	N	10	10	10	10	10	10	10
X3.6	Pearson Correlation	.527	.444	.524	.527	.677*	1	.733*
	Sig. (2-tailed)	.117	.198	.120	.117	.032		.016
	N	10	10	10	10	10	10	10
T.X3	Pearson Correlation	.798**	.853**	.871**	.741*	.715*	.733*	1
	Sig. (2-tailed)	.006	.002	.001	.014	.020	.016	
	N	10	10	10	10	10	10	10

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 5

HASIL UJI RELIABILITAS

1. Hasil Uji Reliabilitas 10 Responden Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.885	6

2. Hasil Uji Reliabilitas 10 Responden Variabel Fasilitas Wisata (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.922	6

3. Hasil Uji Reliabilitas 10 Responden Variabel Harga (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.912	6

4. Hasil Uji Reliabilitas 10 Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.864	6

Lampiran 6

TABULASI DATA UJI 100 RESPONDEN

Responden	Nama	Jenis Kelamin
1	Nurul	Perempuan
2	Adelia	Perempuan
3	Zahra	Perempuan
4	Sinta	Perempuan
5	Bu. Parti	Perempuan
6	Angkasa Pratama S.	Laki-laki
7	Abdul Amin Z.	Laki-laki
8	Anola Adilah P.	Perempuan
9	Bayu Purnomo	Laki-laki
10	Diana Novita	Perempuan
11	Arifando Syaputra	Laki-laki
12	Bayu Dewanga P.	Laki-laki
13	Citra Ayu L.	Perempuan
14	Rusdiana KP.	Perempuan
15	Arifah Syafitri	Perempuan
16	Delia Putri W.	Perempuan
17	Dinda Agustina	Perempuan
18	Dini Maulana	Perempuan
19	Nadila Aprilia	Perempuan
20	Muh. Rodi	Laki-laki
21	Putri	Perempuan
22	Risky	Laki-laki
23	Caca	Perempuan
24	Rudi	Laki-laki
25	Atika	Perempuan
26	Nanda	Perempuan
27	Atiq	Perempuan
28	Arifah	Perempuan
29	Ade	Perempuan
30	Dafit	Laki-laki
31	Eka	Perempuan
32	Ani	Perempuan
33	Ayuk S.	Perempuan
34	Rizky Z.	Laki-laki
35	Esti	Perempuan
36	Taufik	Laki-laki
37	Arianto	Laki-laki

38	Arilla	Perempuan
39	Wiwin	Perempuan
40	Aprilia	Perempuan
41	Nabila Ilmia	Perempuan
42	Nuri	Perempuan
43	Farid	Laki-laki
44	Maya	Perempuan
45	Sabrina	Perempuan
46	Umi	Perempuan
47	Ahmad Z.	Laki-laki
48	Iqbal	Laki-laki
49	Salsa Bilqis	Perempuan
50	Anisa Nur P.	Perempuan
51	Tarmuji	Laki-laki
52	Mafaza Z.	Perempuan
53	Adezkyia	Perempuan
54	Eka Tari W.	Perempuan
55	Santoso	Laki-laki
56	Rizal	Laki-laki
57	Rafael	Laki-laki
58	Sintia	Perempuan
59	Nurul A.	Perempuan
60	Amalia	Perempuan
61	Jihan I.	Perempuan
62	Edwin	Laki-laki
63	Maureen N.	Perempuan
64	Ruth Ulina	Perempuan
65	Arief F.	Perempuan
66	Kumoro R.	Perempuan
67	Sifa	Perempuan
68	Argo	Perempuan
69	Farida N.	Perempuan
70	Intan Nur C.	Perempuan
71	Bayu Aji F.	Laki-laki
72	Syafitri	Perempuan
73	Tri Wahidin R.	Laki-laki
74	Rido	Laki-laki
75	Ande Bayu P.	Laki-laki
76	Rubi Maharini	Perempuan
77	Sri Wiji Astuti	Perempuan
78	Adi Rama P.	Laki-laki

79	Santoso B.	Laki-laki
80	Indra Wibowo P.	Laki-laki
81	Bagus W.	Laki-laki
82	Raditia Putra	Laki-laki
83	Rita Puspita Sari	Perempuan
84	Sidiq	Laki-laki
85	Hidayat M.	Laki-laki
86	Asep Perma	Laki-laki
87	Stiyo Panggah P.	Laki-laki
88	Bima S.	Perempuan
89	Ninda	Perempuan
90	Annisa	Perempuan
91	Difia Humahira	Perempuan
92	Edi	Laki-laki
93	Syafii Karim	Laki-laki
94	Ventino	Laki-laki
95	Sasa	Perempuan
96	Marvel	Laki-laki
97	Wahyudi	Laki-laki
98	Sonex	Laki-laki
99	Puji Lestari	Perempuan
100	Galih	Laki-laki

Lampiran 7

HASIL UJI KOLERASI SEDERHANA DAN KOLERASI BERGANDA

1. Hasil Uji Kolerasi Sederhana 100 Responden Dengan Aplikasi SPSS versi 25

Correlations

		Fasilitas Wisata	Harga	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pengunjung
Fasilitas Wisata	Pearson Correlation	1	.687**	.697**	.611**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Harga	Pearson Correlation	.687**	1	.994**	.633**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.697**	.994**	1	.637**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Kepuasan Pengunjung	Pearson Correlation	.611**	.633**	.637**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Hasil Uji Kolerasi Berganda 100 Responden Dengan Aplikasi SPSS versi 25

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.678 ^a	.460	.443	2.695	.460	27.291	3	96	.000

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Fasilitas Wisata, Harga

Lampiran 8

HASIL UJI REGRESI SEDERHANA DAN REGRESI BERGANDA

1. Hasil Uji Regresi Sederhana 100 Responden Dengan Aplikasi SPSS versi 25

a. Variabel Fasilitas Wisata (X1) terhadap Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	7.585	1.890		4.013	.000
	Fasilitas Wisata	.645	.084	.611	7.641	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

b. Variabel Harga (X2) terhadap Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	7.597	1.784		4.258	.000
	Harga	.644	.080	.633	8.095	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

c. Variabel Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	7.195	1.816		3.963	.000
	Kualitas Pelayanan	.661	.081	.637	8.175	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

2. Hasil Uji Regresi Berganda 100 Responden Dengan Aplikasi SPSS versi 25

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	4.863	1.917		2.537	.013

Fasilitas Wisata	.345	.111	.327	3.123	.002
Harga	.177	.684	.174	.259	.796
Kualitas	.244	.707	.235	.345	.731
Pelayanan					

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Lampiran 9

HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.678 ^a	.460	.443	2.695	.460	27.291	3	96	.000

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Fasilitas Wisata, Harga

Lampiran 10

HASIL UJI T (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.863	1.917		2.537	.013
	Fasilitas Wisata	.345	.111	.327	3.123	.002
	Harga	.177	.684	.174	.259	.796
	Kualitas Pelayanan	.244	.707	.235	.345	.731

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Lampiran 11

HASIL UJI F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	594.707	3	198.236	27.291	.000 ^b
	Residual	697.333	96	7.264		
	Total	1292.040	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Fasilitas Wisata, Harga

Lampiran 12

DAFTAR R TABEL

Tabel r untuk df = 1-50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	10.000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322

34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Lampiran 13

DAFTAR T TABEL

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Lampiran 14

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74



YAYASAN UNRARIS KABUPATEN SEMARANG
UNIVERSITAS DARUL ULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Tentara Pelajar No. 13 Telp (024) 6923180, Fax. (024) 76911689 Ungaran Timur 50514

Website : undaris.ac.id email : info@undaris.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Pada hari ini Sabtu tanggal 24 Agustus 2024, berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNRARIS No. 165/A.I/6/X/2023 tanggal 31 Agustus 2024 perihal Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi:

1. Nama lengkap : Pitaloka DharmaAyu, SE., MBA
Jabatan Akademik : Asisten Ahli
Pangkat / Golongan : Penata Muda, Tk. I,III/b
Bertugas sebagai : Pembimbing Utama
2. Nama lengkap : Fajar Suryatama, S,SOS., SE., MM
Jabatan Akademik : Asisten Ahli
Pangkat / Golongan : Penata Muda, Tk. I,III/b
Bertugas sebagai : Pembimbing Pendamping

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini telah menyelesaikan proses pembimbingan skripsi :

- Nama : Mega Prastuti
NIM : 19510076
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Fasilitas Wisata, Harga, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di wisata Bukit Cinta

NO	T A H A P A N	TANGGAL	KETERANGAN
1	Penunjukan Dosen Pembimbing	12 September 2022	
2	Penyusunan Proposal Skripsi	30 Oktober 2022	ACC Judul
3	Instrumen penelitian	12 Mei 2024	BAB 1,2 dan 3
4	Ijin Pelaksanaan Penelitian	10 Agustus 2024	Perizinan Penelitian
5	Pengumpulan Data	07 September 2024	Tabulasi Data
6	Analisis Data	14 September 2024	Olah Data
7	Penyusunan Laporan/Skripsi	15 Oktober 2024	BAB 4 dan 5

Demikian berita acara bimbingan skripsi ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pembimbing Utama,

Pitaloka DharmaAyu, SE., MBA
NIDN. 0617028803

Pembimbing Pendamping,

Fajar Suryatama, S.Sos., SE., MM
NIDN. 0622047503

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNRARIS,

M. Arif Rakhman, SE.,M.E.
NIDN. 0614068702



YAYASAN UNRARIS KABUPATEN SEMARANG
UNIVERSITAS DARUL ULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Tentara Pelajar No. 13 Telp (024) 6923180, Fax. (024) 76911689 Ungaran Timur 50514
Website : undaris.ac.id email : info@undaris.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini, Sabtu tanggal 24 Agustus 2024 pukul 08.00 WIB, berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNRARIS No 154/A.I/6/VIII/2024 tanggal 24 Oktober 2024 perihal Susunan Dosen Tim Penguji Skripsi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNRARIS tingkat Sarjana (S1):

1. Nama lengkap : Dr. Sri Rahayu, S.E., M.Si
Jabatan Akademik : Lektor
Pangkat / Golongan: Penata, III/c
Bertugas sebagai : Ketua Penguji
2. Nama lengkap : Pitaloka DharmaAyu, SE., MBA
Jabatan Akademik : Asisten Ahli
Pangkat / Golongan: Penata Muda, Tk. I,III/b
Bertugas sebagai : Pembimbing Utama
3. Nama lengkap : Fajar Suryatama, S.Sos.,SE.,MM
Jabatan Akademik : Asisten Ahli
Pangkat / Golongan: Penata Muda, Tk. I,III/b
Bertugas sebagai : Pembimbing Pendamping

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini telah diuji skripsinya,

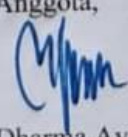
Nama : Mega Prastuti
N I M : 19510076
Program Studi: Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Fasilitas Wisata, Harga, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di wisata Bukit Cinta

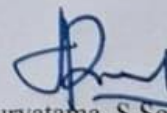
NILAI HASIL UJIAN : Angka = 81,66 Equivalent = AB

Demikian berita acara ujian skripsi ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ketua,

Dr. Sri Rahayu, S.E., M.Si
NIDN. 0606056901

Anggota,

Pitaloka Dharma Ayu, SE,
MBA
NIDN. 0617028803

Anggota,

Fajar Suryatama, S.Sos., SE.,MM
NIDN. 0622047503

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNRARIS,


M. Arif Rakhman, SE., M.E.
NIDN. 0614068702

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mega Prastuti

NIM : 19510076

Jurusan : Ekonomi Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Fasilitas Wisata, Harga, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di wisata Bukit Cinta.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya serahkan ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya.

Ungaran, 1 November 2024

Yang menyatakan,



Mega Prastuti
NIM : 19510076

KARTU KONSULTASI SKRIPSI

Nama Mahasiswa : MEGA PRASTUTI
 NIM : 19510076
 Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/ Manajemen
 Pembimbing : 1. Pitaloka Dharma Ayu SE MBA
 2. Fajar Suryatama SSos SE MM
 Judul Skripsi : Pengaruh Fasilitas Wisata, Harga Kualitas Pelayanan Terhadap
 Kepuasan Pengunjung Di Wisata Bukit Cinta

No	Tanggal Konsultasi	Uraian Kegiatan Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1	30/10 ²²	ACC judul	[Signature]
2	15/10 ²²	revisi bab I	[Signature]
3	23/07 ²²	revisi bab II & III	[Signature]
4	23/07 ²²	Revisi bab I	[Signature]
5	23/07 ²²	Revisi bab III	[Signature]
6	23/07 ²²	revisi B	[Signature]
7	29/07 ²²	revisi bab. III + kesimpulan	[Signature]
8		ke	
9	02/05 ²⁴	Revisi bab I & II	[Signature]
10	09/05 ²⁴	revisi bab I & II	[Signature]
11	08/05 ²⁴	Revisi bab I & II	[Signature]
12	27/06 ²⁴	Revisi Kesimpulan	[Signature]
13	30/06 ²⁴	proposal siap upload	[Signature]
14	01/07 ²⁴	weis screen	[Signature]
15	22/07 ²⁴	ACC Uraian Bab. IV SV	[Signature]
16	07/10 ²⁴	Revisi 4 & 5	[Signature]
17	12/10 ²⁴	bitin abstrak	[Signature]
18	15/10 ²⁴	ACC bab 4 & 5	[Signature]
19	17/10 ²⁴	Revisi bab 4 & 5	[Signature]
20	19/10 ²⁴	Revisi bab 4 & 5	[Signature]
21	21/10 ²⁴	ACC bab 5	[Signature]
22			
23			
24			
25			
26			
27			
28			
29			
30			